

**UNIVERSIDAD NACIONAL**  
**"SANTIAGO ANTÚNEZ DE MAYOLO"**  
**FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN Y TURISMO**  
**ESCUELA PROFESIONAL DE TURISMO**



**IDENTIDAD CULTURAL Y CONCIENCIA TURÍSTICA EN LOS  
POBLADORES DEL JIRÓN JOSE OLAYA, PROVINCIA DE  
HUARAZ, 2021.**

**TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE  
LICENCIADO EN TURISMO**

**AUTOR:**

BACH. Brajann Wanfred Andía Luna

**ASESOR:**

Mag. Robert Percy Jamanca Anaya

HUARAZ, PERÚ, 2022



## TÍTULO

**IDENTIDAD CULTURAL Y CONCIENCIA TURÍSTICA EN LOS  
POBLADORES DEL JIRÓN JOSE OLAYA, PROVINCIA DE HUARAZ, 2021**

---

Mag. Tur. Luz Blácido Alva  
PRESIDENTA

---

Lic. Tur. Lilia Rosa Uribe Pomachagua  
SECRETARIA

---

Mag. Arturo Jaroslav Rondón Néglia  
VOCAL

## DEDICATORIA

*A Dios, por su gracia divina y supremacía, y a mi madre “Lina Luna Mallqui”, por ser la razón para lograr mis metas y objetivos en el sendero de vida.*

## AGRADECIMIENTO

*A la Universidad Nacional “Santiago Antúnez de Mayolo” por ser cuna de mi formación personal y profesional, en el marco de los valores éticos y morales.*

*Al Mag. Robert Percy Jamanca Anaya, por su asesoramiento atinado y de gran contribución en el proceso de la investigación.*

*A los pobladores del jirón José Olaya de la ciudad de Huaraz, por su participación activa en la investigación.*

*A mis familiares y amigos, por el apoyo incólume y consejos acertados, para hacer realidad el estudio.*

## ÍNDICE

DEDICATORIA.....	2
AGRADECIMIENTO .....	4
ÍNDICE DE TABLAS .....	8
RESUMEN .....	10
ABSTRACT .....	11
1. INTRODUCCIÓN .....	12
2. HIPÓTESIS .....	19
2.1. Hipótesis general .....	19
2.2. Hipótesis específicas .....	19
3. MARCO TEÓRICO.....	20
3.1. Antecedentes de la investigación .....	20
A nivel internacional.....	20
A nivel nacional.....	21
A nivel local.....	27
3.2. BASES TEÓRICAS .....	30
IDENTIDAD CULTURAL .....	30
Cultura .....	30
Identidad .....	32
Identidad cultural.....	33
Identidad nacional.....	33
Identidad de género.....	34
Teorías sobre identidad cultural.....	34
Tipos de Identidad Cultural .....	35
Identidad cultural y desarrollo territorial .....	36
Enfoque de identidad.....	37
Importancia de la identidad cultural en la sociedad .....	39
Componentes de identidad cultural .....	39
CONCIENCIA TURÍSTICA.....	41

Conciencia .....	41
¿Conciencia o consciencia? .....	41
Conciencia moral .....	41
Conciencia histórica.....	42
Definición de conciencia turística.....	42
Teorías sobre la conciencia turística .....	43
Desarrollo de la conciencia turística .....	44
Características de la conciencia turística.....	45
Dimensiones de conciencia turística.....	46
Importancia de la conciencia turística.....	49
Objetivos de la conciencia turística.....	49
Programas de sobre la Conciencia Turística y fortalecimiento de la Cultura a nivel Nacional.....	50
3.3. Definición de términos .....	51
4. MATERIALES Y MÉTODOS .....	52
4.1. Tipo de investigación.....	52
4.2. Diseño de investigación.....	52
4.3. Población .....	52
4.4. Muestra.....	52
4.5.1. Técnica de investigación .....	52
4.5.2. Instrumento de investigación.....	52
4.6. Análisis estadístico e interpretación de datos.....	53
4.7. Matriz de consistencia .....	54
5. RESULTADOS.....	55
5.1. Confiabilidad.....	55
5.2. Análisis e interpretación de resultados .....	55
5.3. Análisis inferencial.....	70
5.3.1. Hipótesis general.....	70
5.3.2. Hipótesis específicas.....	70

6.	DISCUSIÓN .....	74
7.	CONCLUSIONES.....	78
8.	RECOMENDACIONES .....	79
	REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	80



## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Género .....	55
Tabla 2 Grado de instrucción .....	56
Tabla 3 <i>Edad</i> .....	56
Tabla 4 <i>Implementación del negocio o emprendimiento de acuerdo al entorno cultural.</i> .....	57
Tabla 5 El emprendimiento ofrece al cliente productos típicos de su entorno cultural.	57
Tabla 6 El negocio o emprendimiento posee rasgos del entorno cultural del Jirón José Olaya.....	58
Tabla 7 Importancia del legado histórico para fortalecer la identidad cultural .....	58
Tabla 8 El legado histórico fortalece la identidad cultural en los pobladores del jirón José Olaya .....	59
Tabla 9 Difusión del legado histórico del jirón José Olaya en los visitantes .....	59
Tabla 10 El Jr. José Olaya es parte del legado Histórico de la Ciudad de Huaraz.....	60
Tabla 11 El Jirón José Olaya es un legado histórico para su identidad cultural .....	60
Tabla 12 Las fiestas patronales del jirón José Olaya tienen importancia histórica.....	61
Tabla 13 Participar en las fiestas patronales del jirón José Olaya es parte de su historia e identidad cultural. ....	61
Tabla 14 El diseño arquitectónico del jirón José Olaya es un componente histórico que fortalece la identidad cultural. ....	62
Tabla 15 El diseño arquitectónico del Jirón José Olaya es el elemento icono de la identidad cultural. ....	62
Tabla 16 Los potajes típicos que se ofrece en el jirón José Olaya es parte de sus tradiciones y costumbres. ....	63
Tabla 17 Los potajes típicos son elaborados con técnicas tradicionales que reflejan la identidad cultural del jirón José Olaya. ....	63
Tabla 18 La mazamorra de calabaza es característico en sus potajes típicos del jirón José Olaya. ....	64
Tabla 19 Los pobladores del jirón José Olaya conocen la importancia del valor cultural de sus creencias, costumbres y tradiciones. ....	64
Tabla 20 El jirón José Olaya es un atractivo turístico para los visitantes .....	65
Tabla 21 El jirón José Olaya debe impulsarse como un destino de visita principal del circuito turístico del City Tours. ....	65
Tabla 22 Los pobladores del jirón José Olaya se identifican con sus costumbres festivas. ....	66

Tabla 23 Los pobladores del jirón José Olaya participan en sus costumbres (danzas, fiestas, gastronomía, etc.).....	66
Tabla 24 Los pobladores del jirón José Olaya manifiestan su hospitalidad a los visitantes. ....	67
Tabla 25 <i>Los pobladores del jirón José Olaya muestran gratitud hacia los visitantes.</i> ..	67
Tabla 26 Los habitantes del jirón José Olaya brindan buen trato a los visitantes. ....	68
Tabla 27 Considera usted que demuestra actitud positiva ante los visitantes.....	68
Tabla 28 Los pobladores del jirón José Olaya tienen la responsabilidad de conservarlo como patrimonio cultural de la ciudad de Huaraz. ....	69
Tabla 29 Considera usted que debe ser responsable de promover la conservación del Jirón José Olaya como patrimonio cultural en los visitantes.....	69

## RESUMEN

La investigación tuvo como objetivo principal identificar la relación que existe entre la identidad cultural y la conciencia turística en los pobladores del jirón José Olaya de la Provincia de Huaraz, 2021. Se optó por el tipo de investigación correlacional y diseño no experimental de corte transversal o transeccional, con una población de 67 jefes de familia a quienes se les aplicó un cuestionario que fueron procesados mediante el software SPSS versión 21. Los resultados alcanzados en cuanto al valor de significancia fueron menores que 0.05 ( $0.000 < 0.05$ ).

Finalmente, concluimos que existe una relación significativa entre la identidad cultural y la conciencia turística en la población del jirón José Olaya de la Provincia de Huaraz 2021.

**Palabras clave:** identidad cultural y conciencia turística.

## ABSTRACT

The main objective of the research was to identify the relationship that exists between cultural identity and tourist awareness in the inhabitants of the José Olaya jirón in the Province of Huaraz, 2021. The type of correlational research and non-experimental cross-sectional design was chosen. cross-sectional, with a population of 67 heads of households to whom a questionnaire was applied that were processed using SPSS version 21 software. The results achieved in terms of the significance value were less than 0.05 ( $0.000 < 0.05$ ).

Finally, we conclude that there is a significant relationship between cultural identity and tourist awareness in the population of the José Olaya jirón in the Province of Huaraz 2021.

**Keywords:** cultural identity and tourist awareness.

## 1. INTRODUCCIÓN

La nueva Ley General de Turismo del Perú, N° 29408, dado el 18 de setiembre del 2009, sostiene que el desarrollo del turismo contribuye a fortalecer el proceso de identidad e integración nacional, promoviendo en especial la identificación, rescate y promoción del patrimonio inmaterial con participación y beneficio de las poblaciones locales.

Desde siempre, los pueblos del mundo han mostrado un orgullo en particular por su patrimonio, sea este material o inmaterial. Y es que cada uno de nosotros estamos ligados fuertemente a la tierra donde nacimos o nos desarrollamos; es un sentimiento de veneración por nuestras raíces que origina en nosotros no solo ese sentimiento de orgullo sino de compromiso por engrandecerlo. La cruzada por acrecentar nuestro orgullo local, nuestra identidad, debe iniciarse en las aulas, incidiendo en programas educacionales que pongan el acento en la importancia del «orgullo por lo suyo».

Siempre estuvo convencido que el cabal conocimiento de una ciudad, sus tradiciones y costumbres o del país en general, son la base para sentir orgullo y eso lo provee el turismo como vehículo cultural. Por consiguiente, orgullo nacional y conciencia turística forman parte de un proceso educativo de gran escala en el que ambos corren juntos. De modo que la conciencia turística es un pilar estructural de todo lo señalado.

Dentro de ese bien logrado marco conceptual no podemos hablar de conciencia turística sin antes haber conseguido que el ciudadano se sienta vinculado a sus valores y recursos turísticos locales. Es decir, sentirse partícipe directo de lo suyo para conocerlo, respetarlo, conservarlo, difundirlo y mostrarlo. Sepamos que el sencillo hombre de la calle asume inusitadas responsabilidades frente al fenómeno turístico puesto que es el actor permanente del desarrollo y es él quien muchas veces encara, en su cotidiano que hacer o en el simple hecho de transitar por la vía pública, todos los conceptos, todas las teorías, todos los juicios y tal vez los propósitos que conlleva en sí el turismo.

Lamentablemente, el Estado no ha podido lograr que la sociedad sienta suyo su patrimonio y que asuma no solamente el deber de sentirlo como parte de su cotidianidad, sino afrontar la responsabilidad que le toca como heredera directa de nuestros bienes culturales, que no son pocos. Indudablemente, se trata de una tarea sostenida en donde los involucrados somos todos, Estado, sociedad e instituciones; y para ello hace falta una política cultural en la que el Estado asuma que nuestro patrimonio cultural no es un simple «insumo» para la actividad turística, sino la base sobre la cual se construye el presente y el futuro de un pueblo.

Sepamos que no bastan indicadores macroeconómicos alentadores, ni grandes esfuerzos de obras materiales (llámese carreteras, represas, puentes, colegios, parques, estadios y cemento por miles de toneladas) mientras la autoestima social, el espíritu y el sentido de identidad cultural de los peruanos sigan siendo tan poco atendidos.

Por ello, es muy importante destacar que la identidad cultural y la conciencia turística son valores fundamentales basados principalmente en la cohesión del orgullo ciudadano y la educación en función del turismo; ambos son elementos que no pueden ir separados.

En el mundo entero, el turismo es considerado como fuente de generación de empleo que favorece el crecimiento económico de las naciones; por lo cual muchos países consideran a este sector como un factor importante en su economía nacional.

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

Si bien el crecimiento del turismo lo ha colocado como el tercer sector exportador del mundo y a su vez como motor clave del progreso socioeconómico, es importante que todos los actores vinculados a la

actividad turística trabajen en conjunto, para que ese crecimiento no solo beneficie a un grupo sino a todos los pobladores de las comunidades receptoras, como también dirigir y controlar ese crecimiento económico, conforme a los objetivos de un desarrollo sostenible.

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

En el Perú, se practica varios tipos de turismo; gracias a la diversidad y autenticidad del patrimonio cultural y natural, La importancia del desarrollo de este sector en nuestro país; es el de contribuir al arraigo de la población, fortalecer el aspecto cultural y generar empleo.

El Jirón José Olaya, está ubicado en el distrito y provincia de Huaraz, departamento de Ancash, se encuentra a 12 minutos a pie del centro de la ciudad de Huaraz, es una calle tradicional que tiene mucha historia, que se mantuvo en pie durante el terremoto de 1970. Fue declarado según Resolución Jefatural N° 159, con fecha 22 de marzo de 1990, donde resuelve Declarar Ambiente Urbano Monumental, la calle de José Olaya fue elegida así por ser la única calle que se mantuvo en pie después del terremoto de 1970. Antiguamente se llamaba “Quemash” que significa “Quedarse a Descansar”. Se encuentra empedrada y las viviendas de dos pisos que son de material tradicional de adobe, cuenta con balcones de madera, fachadas pintadas de color blanco y puertas de color verde. Tiene un valor de carácter histórico, cultural y arquitectónico.

La ciudad de Huaraz como centro soporte cuenta con una continua afluencia turística, gracias también a su accesibilidad, infraestructura y recursos turísticos donde se le brinda al visitante un City Tour donde está la visita de esta calle tradicional.

El jirón de José Olaya encontramos sus fachadas de época colonial que aún se conserva. Es una de las pocas calles que se mantuvo en pie durante el terremoto de 1970. En la actualidad, la vía de estructura angosta se encuentra empedrada dándole la característica de zona urbana de antaño donde también tienen una plazuela empedrada con su capilla que es de un

solo piso, de material rustico, de fachada de color blanco y verde, característico del lugar, el cual tiene una sola torre, junto a ella se encuentra una hermosa plazuela muy peculiar empedrado; donde se encuentra la cruz de carnavales, el cual sacan a pasear en las festividades carnestolendas. El jirón José Olaya mantiene su estructura típica y acogedora ya que no se destruyó con el sismo de 1970; los domingos se realizan un festival gastronómico a partir del mediodía.

Además, en todo el recorrido de la calle tradicional podemos encontrar viviendas características del lugar donde mucho de ellos son restaurantes que venden potajes típicos, bodegas y panaderías. En la fiesta de los carnavales sacan su cruz de su capilla en los meses de febrero y también celebran su corta monte como centro de su festividad siendo en su plazuela de José Olaya.

En todo el recorrido del jirón José Olaya se tiene 67 viviendas con un diseño de fachadas de color blanco con balcones de madera y puertas de color verde; 10 bodegas, 01 agencias de viajes y turismo, 2 hornos tradicionales que elaboran y venden panes en base a leña; 01 hotel, 01 bodega de venta de chicha de jora, 01 club de escalada.

Si bien es cierto este lugar es visitado por la población local de la ciudad de Huaraz los días domingos para degustar los potajes típicos que preparan las señoras del lugar como el cuy, la pachamanca, carnero al palo, yunca de gallina, chicharrón de chancho, pollo a la parrilla, puchero, mazamorra de calabaza, la chicha de jora y otros.

Se ha podido observar que esta calle tiene algunos problemas existentes que se vienen dando; sobre ello podemos mencionar la falta de organización entre los pobladores que viven en este lugar para seguir manteniendo sus viviendas con las características mencionadas, algunas familias están haciendo la construcción de sus viviendas con material de ladrillo, se está perdiendo el cuidado y mantenimiento de sus balcones y puertas de color verde, también en las viviendas donde venden chicha de jora ya no se observa banderitas de color rojo que significaba la venta de chicha de jora con punto (alcohol), también de igual modo en las viviendas

donde estaba puesto en su pared la banderita blanca significaba la venta de panes, la gente que acostumbraba a realizar sus fiestas en la calle por motivos de carnavales, cruces, imágenes ya ahora lo hacen en locales grandes que están fuera del pasaje; también la gente que vivía tenían la costumbre de conversar por sus balcones con los vecinos y tampoco lo hacen

También se observó que la mayoría de las familias que viven en el lugar han implementado y acondicionado sus viviendas en establecimientos de restaurantes para vender los potajes típicos los días domingos que se realizan ferias gastronómicas en el jirón José Olaya, descuidando la originalidad del uso y costumbre en la preparación de los expendios de comidas y bebidas a los visitantes que acuden en pasar en familia. Además, se observó la baja calidad en sus servicios como se refleja en algunos establecimientos de alimentos y bebidas; y sobre todo; la mínima toma de precauciones cuando hay alta demanda y no se cuida el patrimonio en toda sus expresiones; como en el caso del mismo jirón, donde en alta temporada llega mucha gente pero que no tienen cuidado del mismo; así como el deterioro de sus viviendas que hasta el presente no existe ningún proyecto para su rehabilitación.

Anteriormente la gente del lugar participaba de manera activa en las fiestas de carnavales y cruces y en especial los jóvenes, donde los domingos los grupos de personas se iban a traer el monte de capulí para decorarlo con frutas, canastas, frazadas, mantas, globos y serpentinas para darle un colorido alegre al monte y todo los de la vecindad participaban y festejaban al son de la música y el baile echando talco y agua entre ellos, y en la actualidad ya no se observa esta tradición por lo que los jóvenes van cambiando de hábitos y se dedican a otras actividades rutinarias.

En la actualidad se observa en la entrada del Jirón José Olaya la venta diaria de caldos de cabeza, de pata; chancho asado, salchipollo, anticuchos, entre otros, dando una imagen de suciedad y sin tener un buen servicio de confianza y seguridad en la limpieza que puedan ofrecer a las personas que acuden a comprar sus alimentos.

También en las entradas de este jirón se han colocado dos monolitos representando a la Cultura Recuay que en la actualidad están descuidadas tal como la calle tradicional sin un mantenimiento ya que sus bóvedas de sus techos se están destruyendo, como también en la mayoría de las viviendas sus techos que son de tejas están en un total descuido y en la actualidad se observan las antenas de los cables de televisión que hacen que pierdan el diseño arquitectónico tradicional del lugar.

También las personas que viven en el lugar van perdiendo los valores de respeto en saludarse entre ellos al momento de encontrarse y peor aún con los visitantes y así se va perdiendo la convivencia social armoniosa que antes del sismo del 70 se tenía en Huaraz. Por lo considerado líneas arriba se plantea el problema general: ¿De qué manera se relaciona la identidad cultural y la conciencia turística en la población del jirón José Olaya de la Provincia de Huaraz, 2021?, y problemas específicos: ¿De qué manera se relaciona el entorno geográfico de la identidad cultural y la conciencia turística en la población del jirón José Olaya?, ¿De qué manera se relaciona el elemento histórico de la identidad cultural y la conciencia turística en la población del jirón José Olaya?, y ¿De qué manera se relaciona el elemento tangible de la identidad cultural y la conciencia turística en la población del jirón José Olaya?

Para dar respuesta al problema de investigación, se ha planteado la hipótesis general: existe una relación significativa entre la identidad cultural y la conciencia turística en la población del jirón José Olaya de la Provincia de Huaraz 2021, y las hipótesis específicas: existe una relación significativa entre el entorno geográfico de la identidad cultural y la conciencia turística en la población del jirón José Olaya de la Provincia de Huaraz 2021, existe una relación significativa entre el elemento histórico de la identidad cultural y la conciencia turística en la población del jirón José Olaya de la Provincia de Huaraz 2021 y existe una relación significativa entre el elemento tangible de la identidad cultural y la conciencia turística en la población del jirón José Olaya de la Provincia de Huaraz 2021; así mismo, para establecer los lineamientos del estudio, se estableció el objetivo general: Identificar la relación que existe entre la identidad cultural y la conciencia turística en los

pobladores del jirón José Olaya de la Provincia de Huaraz, 2021; y los objetivos específicos: identificar la relación que existe entre el entorno geográfico de la identidad cultural y la conciencia turística en los pobladores del jirón José Olaya de la Provincia de Huaraz, 2021, identificar la relación que existe entre el elemento histórico de la identidad cultural y la conciencia turística en los pobladores del jirón José Olaya de la Provincia de Huaraz, 2021, e identificar la relación que existe entre elemento tangible de la identidad cultural y la conciencia turística en los pobladores del jirón José Olaya de la Provincia de Huaraz, 2021.

La investigación se justifica en el aspecto teórico, debido a que los pobladores del jirón José Olaya fortalezcan y reafirmen su identidad cultural y lo expresen en la conciencia turística, por medio de elementos geográficos, históricos, simbólicos y tangible; en lo práctico porque permitió encontrar soluciones concretas para valorar la identidad cultural y conciencia turística y en lo metodológico porque se identificó el grado de identificación con su patrimonio cultural, tanto material e inmaterial.

La tesis está comprendida por el título, dedicatoria, agradecimiento, índice, resumen, abstract, introducción, hipótesis, marco teórico, materiales y métodos, resultados, discusión, conclusiones, recomendaciones, referencias bibliográficas y anexos.

Finalmente, se concluye que existe una relación significativa entre la identidad cultural y la conciencia turística en la población del jirón José Olaya de la Provincia de Huaraz 2021", con un nivel de significancia de 0.000 ( $0.000 < 0.05$ ) y un nivel de confianza del 95%.

## **2. HIPÓTESIS**

### **2.1. Hipótesis general**

“Existe una relación significativa entre la identidad cultural y la conciencia turística en la población del jirón José Olaya de la Provincia de Huaraz 2021”.

### **2.2. Hipótesis específicas**

- Existe una relación significativa entre el entorno geográfico de la identidad cultural y la conciencia turística en la población del jirón José Olaya de la Provincia de Huaraz 2021.
- Existe una relación significativa entre el elemento histórico de la identidad cultural y la conciencia turística en la población del jirón José Olaya de la Provincia de Huaraz 2021.
- Existe una relación significativa entre el elemento tangible de la identidad cultural y la conciencia turística en la población del jirón José Olaya de la Provincia de Huaraz 2021

### 3. MARCO TEÓRICO

#### 3.1. Antecedentes de la investigación

##### A nivel internacional

Balbuena (2004), en la tesis: “La Conciencia turística, una formación educativa por alternancias en México DF”: existe un punto en el que todos convergen y se limitan, que es el de que la conciencia turística se debería dar únicamente en las personas prestadoras de servicios, y nosotros lo que argumentamos es que esta conciencia turística debería darse en la población de destino, en el turista y en los servidores del turismo debido a que todas estas personas de alguna manera se ponen en contacto en situaciones y momentos que el turismo genera. Esta conciencia se da mediante una formación educativa por alternancias.

Guerrero Rodríguez R. (2015), en el artículo: “La construcción de una identidad cultural y el desarrollo del turismo en México”: La construcción de una identidad y su relación con el turismo en México tiene sus orígenes alrededor de los años 30 del siglo pasado. En ese tiempo, México tenía un proyecto de nación a partir de dos visiones completamente disímiles: una nacionalista -tradicional y una modernizadora -urbana. Este artículo describe y discute la influencia de estas dos visiones dentro del desarrollo turístico en México. Esta influencia se veía reflejada tanto en el desarrollo del interés por promover el pasado cultural (representado en el patrimonio histórico y el pasado indigenista) como en el apoyo financiero y político del gobierno para crear las condiciones de un destino turístico moderno. Esta información ayuda a entender las circunstancias por las cuáles México adoptó patrones de promoción y desarrollo turístico que subsisten hasta el día de hoy, así como el papel que juega la ideología política, económica y social dentro de la definición de un destino.

Varisco (2013). En su tesis: “Concientización Turística y ambiental, de la teoría a la acción territorial, Mar del Plata - Argentina”, señala: El concepto de conciencia turística admite dos enfoques, uno centrado en el visitante y otro centrado en la comunidad local. En el primer caso se trata de analizar la importancia que el trato de los residentes hacia los visitantes tiene para un destino turístico. La conciencia turística centrada en la comunidad local incorpora la dimensión ambiental y es considerada como herramienta para

mejorar la contribución de la actividad turística al desarrollo local, a través de acciones que tienden al empoderamiento de los actores del sistema turístico. El objetivo de la ponencia es analizar el rol de la extensión en los procesos de desarrollo local a partir de un caso de articulación investigación-extensión, que permitió implementar un programa de concientización turística y ambiental. Se revisa la noción de conciencia turística y ambiental y se hace una breve reseña del proyecto de investigación y del proyecto de extensión. La experiencia permitió constatar la importancia de la extensión universitaria para implementar la metodología de Investigación-Acción Participativa y la utilidad del programa de concientización turística y ambiental para fortalecer el camino hacia la acción conjunta de los actores que intervienen en la actividad turística.

### **A nivel nacional**

Gutiérrez (2015) En su tesis: “La identidad cultural como contenido transversal en el diseño de los proyectos de aprendizaje de instituciones educativas de la UGEL 06 de Lima” llega a las siguientes conclusiones:

- El contenido transversal de identidad cultural previstos por los docentes, está presente en el diseño de los proyectos de aprendizaje a través de descripciones textuales, habiéndose identificado los cinco tipos de contenidos de la identidad cultural, los cuales son: el contenido referente al reconocimiento de sí mismo, el referente al reconocimiento de su medio social inmediato, el referente al reconocimiento de su medio natural inmediato, el referente al reconocimiento de diversos aspectos de su cultura y el contenido referente a la recuperación de la memoria histórica. Todos ellos se enfocan en el diseño de contenidos de aprendizaje procedimental, en mayor proporción, en comparación a los conceptuales y actitudinales. Los contenidos se centran principalmente en la defensa del patrimonio cultural, lo cual permite el desarrollo de la identidad cultural. Así también los dos últimos son los que recogen la mayor cantidad de contenidos de aprendizaje.
- Respecto a los tipos de contenidos de la identidad cultural, concluimos que los contenidos referentes al reconocimiento de sí mismo cuenta con pocas evidencias en lo procedimental y actitudinal, mientras que en lo conceptual el hallazgo es nulo. En los contenidos referentes al

reconocimiento de su medio social inmediato, se registraron hallazgos solo en los procedimentales, limitando, de este modo, el desarrollo de este tipo de contenido, importante en la socialización del estudiante. Acerca de los contenidos referentes al reconocimiento de su medio natural inmediato, las pocas evidencias hacen alusión al uso de especies vegetales ancestrales dentro de los contenidos procedimentales; mientras que los referidos al reconocimiento de diversos aspectos de su cultura son los más abundantes, ubicados en todos los contenidos de aprendizaje; dichas evidencias se vinculan principalmente al conocimiento, difusión y defensa del patrimonio cultural. Finalmente se hallaron contenidos referentes a la recuperación de la memoria histórica, 88 relacionados con todos los contenidos de aprendizaje y que atienden al reconocimiento de un pasado histórico que construye la identidad local.

- En el tratamiento transversal tenemos que, en el proyecto N°1 se registraron escasas actividades, teniendo al contenido referente al reconocimiento de diversos aspectos de su cultura, como el único que se vincula a los contenidos de aprendizaje, con actividades principalmente en “la elección de la dama de algodón” y la defensa del patrimonio cultural. Sin embargo, no se articula ampliamente con las áreas curriculares limitando su diseño ya que tan solo se mencionan a dos de ellas: H.G.E. y C.T.A. El segundo proyecto registra mayor número de actividades, por lo que destacan el contenido referente al reconocimiento de su medio natural inmediato y el referente al reconocimiento de diversos aspectos de su cultura, puesto que poseen vinculación con todos los contenidos de aprendizaje; mientras que, en el contenido referente al reconocimiento de su medio social inmediato, esta vinculación es incompleta. Las actividades se centraron en el encuentro de curacas, la siembra y uso de especies autóctonas y la práctica de ejercicios ancestrales, todas ellas involucran a las áreas de: CC.SS., C.T.A., MAT. y E.P.T., teniendo como intención la defensa del patrimonio cultural y la revalorización de especies y costumbres. En los dos proyectos no se registró actividad ni área en el contenido referente al reconocimiento de sí mismo, lo cual limita el desarrollo de la

confianza y autoestima de los estudiantes a través de los proyectos de aprendizaje, a la vez que no permite identificar con precisión el aporte de las áreas hacia el logro de las actividades. Por otro lado, no se mencionan las áreas curriculares en el contenido referente a la recuperación de la memoria histórica, evidenciándose, así, una inadecuada planificación de las actividades.

Ticona (2016) En su tesis: "Identidad cultural y personal en los estudiantes bilingües aimaras del área rural de la institución educativa secundaria San Antonio de Checa del distrito de llave -2015". Llega a las siguientes conclusiones:

- La correlación que existe entre la identidad cultural y personal es positiva considerable en los estudiantes bilingües aimaras del área rural de la Institución Educativa Secundaria San Antonio de Checa del distrito de llave, ya que en la correlación el valor de  $r$  es 0.71 (positivo). Esto significa que cuanto más se acerque el resultado a (1), la correlación es positiva perfecta.
- El nivel de la identidad cultural en los estudiantes es significativo, ya que en la escala cualitativa SI, se encuentran el 58% de los estudiantes y la escala cualitativa NO, se encuentran el 42% de los estudiantes, lo que indica que la mayoría si está involucrada y tienen identidad cultural debido a que en su diario vivir los estudiantes practican sus valores, creencias, costumbres y tradiciones, y a su vez no dejan de lado su cultura originaria por otras culturas extranjeras.
- El nivel de la identidad personal en los estudiantes es significativo, ya que en la escala cualitativa de SI, se encuentran el 59% de los estudiantes y en la escala cualitativa NO, se encuentran el 41% de los estudiantes, lo que indica que la mayoría si tiene identidad personal, ya que se reconocen, se valoran a sí mismos y se identifican con su entorno, en el lugar en donde viven. Es necesario señalar también que los estudiantes son conscientes de que son distintos a cualquier otro, una persona única e irrepetible más allá de lo que son las Semejanzas Físicas.

Llanovarced (2016). En su tesis: "Identidad cultural y conciencia turística en los ciudadanos de la localidad de Huancavelica, 2016", La investigación se

ejecutó con el propósito de determinar la relación entre identidad cultural y conciencia turística, se planteó el objetivo: Determinar la relación que existe entre la identidad cultural con la conciencia turística de los pobladores de la ciudad de Huancavelica 2016, como hipótesis: existe relación entre la identidad cultural y la conciencia turística de los pobladores de la ciudad de Huancavelica 2016. Entre sus conclusiones se menciona los siguientes: Se determinó que existe una relación positiva entre la identidad cultural y la conciencia turística de los pobladores de la ciudad de Huancavelica 2016, de acuerdo al valor  $t= 14,50$  Y su valor  $p = 0,000,05$ . • Se determinó que NO existe una relación directa entre la relación entre los miembros del grupo y la conciencia turística de los pobladores de la ciudad de Huancavelica 2016, de acuerdo al valor  $t= 0,479$  y su valor  $p = 0,633 > 0,05$ . • Se determinó que NO existe una relación directa entre la funcionalidad del grupo y la conciencia turística de los pobladores de la ciudad de Huancavelica 2016, de acuerdo al valor  $t= 0,650$  y su valor  $p = 0,650 > 0,05$ .

Según Fatule (2014), en la investigación: "Paisaje cultural, identidades locales y turismo en el Valle Sagrado de los Incas: El caso de la Ciudad de Pisac". Llega a las siguientes conclusiones: La conciencia turística contribuye en el desarrollo del turismo en la Provincia de San Martín ya que es una de las bases fundamentales para el desarrollo responsable y sostenible y porque consiste en actitudes y/o comportamientos positivos hacia el turista, el cuidado ambiental, así como por la recuperación de los valores culturales y naturales propios, de esta manera los turistas se llevarán una buena impresión de nosotros, llegando a la posibilidad de que vuelvan a visitarnos o recomendar a otras personas a que nos visiten. El turismo es una de las actividades que está cobrando gran importancia para esta provincia, ya que genera muchos puestos de trabajo y a la vez dinamiza las actividades económicas, esto se observa en el crecimiento y la aparición de nuevas empresas turísticas, lo que significa que el turismo está creciendo, además junto a ella se está mejorando la calidad del servicio motivado por la competencia que busca mayor compromiso con los turistas.

Nuñez, (2017), en la Tesis: “Conciencia Turística y desarrollo sostenible en la playa centinela del distrito de Huaura, periodo 2017”, llega a las siguientes conclusiones:

- En esta investigación se demostró que la conciencia turística se relaciona muy significativamente en el desarrollo sostenible tales como: conocimiento, educación, valores, entidades públicas participación de las comunidades, conservación natural y cultural educación ambiental e interpretación de manera moderada según la correlación de Rho de Spearman.
- La conciencia turística debería contribuir en el desarrollo sostenible del poblado de Centinela , por lo que llegaría a ser una de las bases fundamentales para el desarrollo responsable del centro poblado y además esto constituiría en actitudes y/o comportamientos positivos frente el turista, al cuidado ambiental, así como por la recuperación de los valores culturales y naturales propios, de esta manera los turistas se llevaran una impresión positiva de ellos llegando a la posibilidad de que vuelvan a visitarlos o recomendar a otras personas. Existen fundamentos teóricos científicos que aseguran que el desarrollo del turismo positivo no se da sino existe una formación de Conciencia turística en la población. Si se implementaría la conciencia turística en los pobladores de Centinela en general estos aprenderían a ser personas amables con los visitantes, 66 brindando un excelente servicio en posibles puestos de trabajo como albergues, posadas, restaurants, etc. obteniendo como resultados la satisfacción del turista y en el poblado puestos de trabajo como guías locales.
- La mayoría de turistas que visitan la playa Centinela por motivos deportivos como el surf, paseo en tabla, etc. no interactúan con los pobladores.
- En el distrito de Huaura gracias a sus fiestas como su aniversario, ferias gastronómicas, ferias artesanales, etc. se ha observado el crecimiento del turismo y también la creación de nuevas empresas turísticas y centros turísticos como el balcón de Huaura, esto contribuirá a que exista mayor preocupación por los servicios que brindan, ya que la misma competencia exigirá mayor compromiso con los turistas.

- Si existiera desarrollo sostenible en el centro poblado de Centinela esto contribuirá al cuidado del Bosque, que generaría ganancias, aunque exista una parte de la población que no está contenta y que se dedica íntegramente a sus actividades tradicionales dañando el medio ambiente y esperando la mejora de la comunidad con proyectos comunales propuestos por la municipalidad de Huaura.

Álvarez (2018) en la tesis “Identidad cultural y conciencia turística en los pobladores de la ciudad e Canta, 2018”, llegó a las siguientes conclusiones:

- De acuerdo a los resultados, se concluye que, sí existe una relación significativa entre la identidad cultural y la conciencia turística, demostrando que la mayoría de los pobladores de la ciudad de Canta se encuentran identificados con su patrimonio natural y cultural; y asimismo se encuentran conscientes de la importancia que tiene el turismo para su desarrollo, mostrando conocimiento, hospitalidad y buena actitud frente al turista.
- Con respecto al entorno geográfico de la variable identidad cultural, el cual influye en las actividades económicas, se concluye que también existe una relación positiva con la conciencia turística, ya que son más los pobladores que valoran su entorno natural, sus recursos naturales, los cuales influyen en las actividades económicas como la agricultura y la ganadería, esto se demuestra en que hoy en día los pobladores se dedican más a la actividad ganadera, aprovechando la llegada de los turistas para ofrecer sus propios productos como el yogurt, el manjar blanco, la leche, el queso entre otros. Por ello, son conscientes que a más turistas hay más posibilidades de obtener ingresos para el bienestar económico de sus familias.
- En referencia al elemento histórico de la variable identidad cultural, que tiene que ver con el origen, también se concluyó que existe una relación positiva con la conciencia turística; por lo que la mayor parte de los pobladores muestran conocimiento sobre su historia, además reconocen su patrimonio cultural, valorando así su cultura, a su vez compartiéndolo y mostrándolo a los turistas que llegan a la ciudad, y evitando adoptar patrones culturales provenientes de los visitantes a su comunidad. En relación al elemento simbólico de la variable identidad

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

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

### **A nivel local**

Gómez (2014) en la tesis: “Canciones escolares andinas y el desarrollo de la identidad cultural en los estudiantes bilingües del quinto y sexto grado de nivel primaria de la Institución Educativa n° 86078 de Tayapampa de la provincia de Huaraz - 2014”

Llegaron a las siguientes conclusiones:

- Se ha demostrado que las canciones andinas cantadas por los niños y niñas se relacionan directamente con el desarrollo y fortalecimiento de la identidad cultural en los estudiantes bilingües de la escuela de Tayapampa No 86078. Según se demuestra con los resultados de la prueba Chi Cuadrado, según el cual se rechaza

la hipótesis nula ( $p = 0.007$  menor que  $0.05$ ). Se deduce que ambas variables son relacionadas, con un nivel de confianza de 95%.

- Se ha comprobado que, a mayor conocimiento de los textos de las canciones andinas, mayor será la valoración de los saberes andinos en los niños quechua hablantes de la escuela de Tayapampa". Como se demuestra a través de la prueba Chi Cuadrado efectuada, según el cual se rechaza la hipótesis nula ( $p = 0.006$  menor que  $0.05$ ). Se deduce que ambas variables son relacionadas, con un nivel de confianza de 95%.
- Queda comprobado que las melodías andinas con temáticas infantiles se relacionan directamente con el reconocimiento y valoración de las creencias y costumbres en los estudiantes. Como se prueba con los resultados obtenidos donde la prueba Chi Cuadrado efectuada, según el cual se rechaza la hipótesis nula ( $p = 0.012$  menor que  $0.05$ ). Se deduce que ambas variables son relacionadas, con un nivel de confianza de 95%.

Rurush (2014), en la tesis: "La cultura andina como sustento de la identidad cultural en la poesía de Román Obregón" llegó a la siguiente conclusión:

- A lo largo del análisis del corpus seleccionado se ha podido determinar de manera fehaciente que las raíces culturales andinas constituyen la base fundamental de la identidad cultural en la poesía de Román Obregón. Una constante básica es que esa identidad está asociada a las concepciones y la cosmovisión del hombre andino. El tema de la identidad cultural se hace notar en la poesía de Román Obregón; el sentido de pertenencia a un viene la tematización desde el título en el poema 16, "Identidad" (Crónica rauda de Huarás ciudad amanecida. En Hontanar de nieve p. 105-106) donde el yo poético lanza una interrogante con una respuesta inmediata, indubitable, acerca de la identidad de un ser colectivo: "Y qué somos sino piedras de rayo," o más enfático en la última estrofa: ¿Qué somos sino piedra de rayo/ himno, 1 wayno inmemorial?". También es ilustrativo el poema 9, "Aparto este polvo

inusitado" (Antología Territorio de la esperanza p. 47) donde el yo reitera tres veces acerca de su identidad: "reconózcome nube de mi tierra", "soy árbol o lluvia de mi tierra.", "soy río rumoroso de mi tierra."

Ayala y Portilla (2010), en la tesis: "Conciencia Turística y Conservación del área Natural Protegida – Sector Llanganuco del Parque Nacional Huascaran, 2010", llegaron a las siguientes conclusiones:

- La Conciencia Turística contribuye en el desarrollo del turismo en el Parque Nacional Huascaran ya que es una de las bases fundamentales para el desarrollo responsable y sostenible y por qué consiste en actitudes y/o comportamientos positivos hacia el turista, el cuidado ambiental, así como por la recuperación de los valores culturales y naturales propios, de esta manera los turistas se llevaran una buena impresión de nosotros, llegando a la posibilidad de que vuelvan a visitarnos o recomendar a otras personas a que nos visten.
- El turismo es una de las actividades de vital importancia para el Parque Nacional Huascarán, ya que genera muchos puestos de trabajo que se transforman en divisas.
- Existen fundamentos teóricos científicos que aseguran que el desarrollo del turismo positivo no se da si es que no existe una formación de Conciencia Turística en la población.
- Que a pesar de que el turismo viene creciendo vertiginosamente durante los últimos años, aún no ha sido valorada como una actividad principal.
- A partir de la difusión de conocimientos y valores, se generan actitudes que se manifiestan en una mejor comprensión del turismo y sus implicaciones, y a la valoración y adecuada administración del patrimonio turístico.

## 3.2. BASES TEÓRICAS

### IDENTIDAD CULTURAL

#### Cultura

Para poder comprender el concepto de identidad cultural, es necesario conocer la evolución del concepto de cultura y cómo ha llegado hasta nuestros días.

Cultura, según el autor Kuper (2001) quien elabora una historia interesante sobre la evolución del concepto de cultura, en la cual explica que esta palabra tiene su origen en discusiones intelectuales que se remontan al siglo XVIII en Europa. En Francia y Gran Bretaña, el origen está precedido por la palabra civilización que denotaba orden político (cualidades de civismo, cortesía y sabiduría administrativa). Lo opuesto era considerado barbarie y salvajismo. Este concepto se va articulando con la idea de la superioridad de la civilización, por lo tanto, de la historia de las naciones que se consideraban civilizadas. El concepto evoluciona y se introducen niveles y fases de civilización, y el significado de la palabra se asocia a progreso material. Inicialmente, en Alemania el concepto de cultura era similar al de civilización utilizada en Francia, pero con el tiempo se introducen matices (derivadas de años de discusiones filosóficas) que terminan por diferenciar los significados de las dos palabras. Esta diferenciación estaba relacionada con el peligro que los alemanes veían para las diferentes culturas locales, a partir de la conceptualización de civilización transnacional francesa. Para los alemanes, civilización era algo externo, racional, universal y progresista, mientras que cultura estaba referida al espíritu, a las tradiciones locales, al territorio. Se dice que el término se tomó de Cicerón quien metafóricamente había escrito la cultura animi (cultivo del alma). Kultur implicaba una progresión personal hacia la perfección espiritual. Antropológicamente cultura se asociaba básicamente a las artes, la religión y las costumbres. Recién hacia mediados del siglo XX, el concepto de cultura se amplía a una visión más humanista, relacionada con el desarrollo intelectual o espiritual de un individuo, que incluía todas las actividades, características y los intereses de un pueblo. Para entender la diversidad de conceptos sobre cultura, entre 1920 y 1950 los científicos sociales norteamericanos crearon no menos de 157

definiciones de cultura (Kuper, 2001). En el siglo XIX numerosos intelectuales reconocen el plural del concepto cultura, que equivale a reconocer la no existencia de una cultura universal y las diferencias de ver y vivir la vida por parte de los diferentes pueblos en el mundo. Durante siglos y aún hoy, este avance en el conocimiento humano no ha sido suficiente y se ha intentado imponer la creencia de la existencia de una cultura superior, ligada al término civilización y progreso, que debe imponerse por deber, al resto de culturas consideradas inferiores. Ya en el siglo XIX, T.S. Eliot escribía: “la deliberada destrucción de otra cultura en conjunto es un daño irreparable, una acción tan malvada como el tratar a los seres humanos como animales [...] una cultura mundial que fuese una cultura uniforme no sería en absoluto cultura. Tendríamos una humanidad deshumanizada” (Kuper, 2001,.p. 57). Del avance en el concepto de cultura, relacionado con lo interno del ser humano y no sólo con la organización político administrativa, al plural de la palabra atribuida a un pueblo, nación o territorio, las discusiones siguieron enriqueciéndose en el transcurso de los años y se pasó de una definición antropológica a un concepto transversal relacionado con el desarrollo: hacia los años 50 el desarrollo era un concepto economicista; en los 80 se introduce el concepto de desarrollo humano y hacia los 90, sobre todo luego de la cumbre de Río, éste evoluciona a un concepto de sostenibilidad, donde la cultura juega un rol fundamental. En los 50, la palabra cultura podía ser vista como un obstáculo al progreso y desarrollo material. Así lo expresa un documento realizado por expertos de Naciones Unidas en 1951: “Hay un sentido en que el progreso económico acelerado es imposible sin ajustes dolorosos. Las filosofías ancestrales deben ser erradicadas; las viejas instituciones sociales tienen que desintegrarse; los lazos de casta, credo y raza deben romperse y grandes masas de personas incapaces de seguir el ritmo del progreso deberán ver frustradas sus expectativas de una vida cómoda. Las colectividades, al igual que los sujetos, necesitan establecer sus identidades, para cuya denominación se han empleado diferentes términos: identidad social, identidad colectiva, identidad cultural, identidad étnica, etc. En cualquier caso, tal y como señala Merino (2004), todas se refieren a lo mismo: “una colectividad de individuos que desarrollan sentimientos de

pertenencia a un grupo determinado, con unas características definidas, lo cual les va a permitir identificarse a ellos mismos como grupo y diferenciarse de otras colectividades.” (p.55) Son muchos los autores que se han aventurado a definir este tipo de identidades. Marín (2005), por ejemplo, entiende por identidades colectivas aquellas “representaciones intersubjetivas, compartidas por la mayoría de las personas de una misma colectividad que constituyen un ‘sí mismo’ colectivo.” (p.139) Para Troyano (2001), sin embargo, la identidad social es aquella que contempla la singularidad del ser como parte de la humanidad o de la especie. Él considera que las identidades sociales se construyen a partir de un sentimiento de pertenencia y de exclusión a uno o varios grupos, es decir, que aquellos aspectos que asemejan o alejan a un grupo de otros son los que finalmente determinan la identidad de éste. Todas estas definiciones podrían servirnos para delimitar el significado del concepto que nos ocupa, pero quizás la que nos parece más completa es la de Castells (1998), que entiende las identidades colectivas como aquellas que son construidas por los individuos, los grupos sociales y las sociedades, procesando y dando sentido –según las determinaciones sociales y los proyectos culturales implantados en su estructura social y en su marco espacial/temporal- a los materiales de la historia, la geografía, la biología, las instituciones productivas y reproductivas, la memoria colectiva y las fantasías personales, los aparatos de poder y las revelaciones religiosas.

### **Identidad**

Raffino (2020), El término identidad proviene del vocablo latín *identitas*, que refiere al grupo de rasgos y características que diferencia a un individuo, o grupo de individuos, del resto. Es a partir de esta que las personas logran distinguirse del resto y esto depende siempre de la cosmovisión e historia propia y del contexto en el que se vive.

Un problema que surge es que existen las identidades personales y a la vez las colectivas, por lo que muchas veces las personas pueden entrar en conflicto por las diferencias existentes. Es la identidad la que moldea a las personas, lo que determina sus gustos, necesidades, prioridades y acciones.

La identidad personal alude en primera instancia al nombre **y** apellido que cada persona ha recibido. De esta manera, una persona puede ser diferenciada del resto. Con los avances de la tecnología y el importante incremento de la población a nivel mundial, se han implementado nuevos elementos que permiten diferenciar a una persona de otra, como lo son las huellas digitales y el ADN.

También, la identidad personal puede referir a cuestiones más bien vinculadas con la cultura, como lo son la profesión, las habilidades, la etnia, la religión, la actividad laboral, la personalidad, los gustos o el comportamiento.

### **Identidad cultural**

Este concepto implica todo aquello que tiene que ver con las creencias, tradiciones, símbolos, comportamientos, valores **y** orgullos que comparten los miembros de un determinado grupo de personas y que son a su vez los que permiten la existencia de un sentimiento de pertenencia.

Este sentimiento ayuda a que, a pesar de las diferencias individuales, los miembros puedan tener algo en común. Esta puede ser definida también por oposición a otras, esto significa que un grupo puede ser identificado como tal justamente porque presenta diferencias explícitas y notables que permiten establecer la existencia de distintos grupos.

### **Identidad nacional**

La identidad nacional, por otro lado, es aquella que vincula a los individuos con la nación de la cual forma parte. Esto se puede dar por el hecho de compartir ciertas costumbres o tradiciones, religión, cosmovisión o comportamientos; por habitar el mismo territorio o por tener sentimientos de pertenencia.

Este concepto se opone claramente al de globalización, en el que se promueve la integración total de las naciones o bien, el predominio de una región sobre el resto, lo que terminaría imponiendo los rasgos de un grupo a la totalidad de la población mundial.

## Identidad de género

En los últimos años comenzó a hablarse de identidad de género entendiéndose como el género que con el cual una persona logra identificarse. También puede utilizárselo para hacer referencia al género que se le atribuye a una persona a partir de elementos que responden al rol de género, que pueden ser la ropa que usa, su comportamiento, apariencia, etcétera.

De esta forma, el sentimiento de feminidad o masculinidad que tiene una persona no necesariamente coincide con su genitalidad. El término de identidad de género suele ser igualado con el de identidad sexual, aunque hay quienes establecen diferencias entre ambos.

## Teorías sobre identidad cultural

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

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

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

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

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

- a. **Entorno geográfico:** referente al territorio y su geografía, los cuales tienden a influir en diferentes aspectos como en las actividades económicas, en la vestimenta y edificaciones de cada pueblo.
- b. **Elemento histórico:** relacionado a los acontecimientos ocurridos a través de la historia en un determinado espacio geográfico, es el origen de un pueblo y los patrones culturales transmitidos de generación en generación. Lo que les servirá para analizar el presente y proyectarse al futuro.

- c. **Elemento simbólico:** se refiere a las expresiones culturales intangibles que se representan a través de la religión, leyendas, educación, arte, valores, entre otros elementos. Y que a su vez se expresan con la música, el canto, la danza, las festividades y otras expresiones culturales.
- d. **Elemento tangible:** son los elementos culturales creados por el ser humano en consecuencia de sus necesidades a través de la historia y que son usadas habitualmente como la medicina, la gastronomía, la confección de vestimenta, entre otras.

### **Tipos de identidad cultural**

Castells (1998) distingue tres tipos de identidad colectiva: la identidad legitimadora, la identidad de resistencia y la identidad proyecto. Todas ellas, como podemos ver a continuación, constituyen diferentes formas de responder ante las relaciones de poder que tienen lugar en el contexto social en el que se desarrollan:

- a. **La identidad legitimadora:** es aquella que introducen las instituciones dominantes de la sociedad para extender y racionalizar su dominación frente a los actores sociales.
- b. **La identidad de resistencia:** es la que desarrollan aquellos actores que se encuentran en una posición devaluada por la lógica de la dominación, a través de la construcción de trincheras de resistencia y de supervivencia apoyándose en principios diferentes a los que caracterizan a las instituciones de la sociedad.
- c. **La identidad proyecto:** se produce cuando los actores sociales, basándose en los materiales culturales de los que disponen, construyen una nueva identidad que redefine su posición en la sociedad y, al hacerlo, buscan la transformación de toda la estructura social.

Dentro de esta clasificación, referirse en exclusividad a la permanencia en el tiempo de un tipo de identidad colectiva parece difícil, ya que el carácter dinámico de las identidades posibilita pasar de una a otra en función de los cambios sociales e individuales acaecidos. Si ya de por sí el hecho de posicionarse frente a una forma de identidad resulta confuso para cualquier joven autóctono, imaginemos lo que puede suponer para un inmigrante tener que adoptar una postura identitaria frente a dos sociedades, la de

origen y la de acogida, que quieren mantener el orden social establecido haciendo legítimas sus posturas y extendiéndolas a toda la población.

Según Camilleri (1989), en un entorno caracterizado por la diversidad cultural el individuo se ve obligado a construir su identidad estableciendo una coherencia subjetiva entre su nivel de vivencia o percepción, ya que de otro modo se encontraría sumido en la contradicción objetiva que existe entre las diferentes culturas que le rodean. En medio de esta pugna por la hegemonía, los inmigrantes se encuentran con que muchos de los rasgos culturales y sociales con los que se identificaban en su país de origen son infravalorados en la sociedad receptora. Ante este dilema surgen dos posturas enfrentadas y excluyentes que responden a lo que Camilleri (1989) denomina una coherencia subjetiva simple: que puede consistir en la aparición de un sentimiento de resistencia hacia todo lo que procede de la cultura dominante del país de acogida o, por otro lado, en la necesidad de asimilar las costumbres, las ideas, los valores y las normas de la sociedad receptora para poder sentirse perteneciente a un grupo social que lo acepte.

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

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

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

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

reconocimiento de nuestros orígenes y patrones culturales para que la identidad cultural genere un desarrollo territorial.

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

### **Enfoque de identidad.**

Mary (2005) distingue cuatro enfoques en la atención a la diversidad: el enfoque conservador, el enfoque socialdemócrata y liberal, el enfoque radical y el enfoque crítico o sociocrítico.

- a. El enfoque conservador pugna por una hegemonía cultural en nombre de la cohesión social y para ello se apoya en el modelo asimilacionista. Este modelo atiende a la diversidad mediante un tratamiento estereotipado de las diferentes culturas y partiendo de una visión etnocéntrica de la cultura dominante.
- b. El enfoque socialdemócrata y liberal defiende la igualdad de oportunidades a través de la educación y considera necesario reconocer a pluralidad cultural y las diferencias individuales. En él predomina una orientación individualista en la que los conflictos derivados de la diversidad tienen que ser resueltos por el individuo pero, al mismo tiempo, defiende la idea de que la diferencia no debe confundirse con la desigualdad de poder por razón de raza, género o clase social. A diferencia del conservador, parte de una identidad colectiva generada por los actores sociales y no por las instituciones dominantes. A su vez, este modelo combina la construcción de una identidad de resistencia con la de una identidad proyecto, de tal forma que crea espacios o comunas de diversidad para las minorías dentro de la estructura social dominante y, al mismo tiempo, trata de construir una nueva identidad basada en la interrelación entre los individuos y en la “diferencia” como derecho individual. Esta nueva identidad va a redefinir la posición de las minorías en la sociedad con el propósito de transformar la identidad cultural dominante. Uno de los cauces de acción más empleados por los liberales para redefinir esa posición social de las minorías en la sociedad de acogida ha sido el apoyo al reconocimiento legal de las culturas minoritarias. Sin embargo, como bien señala Kymlicka (1996), el liberalismo merece ser repensado,

porque dentro de él coexisten otras posturas que rechazan este reconocimiento legal de las minorías por considerar que sólo puede existir una cultura oficial, de forma que la unidad social no pueda verse amenazada.

- c. El enfoque radical alberga todos aquellos modelos que buscan exaltar las diferencias culturales y realzar la identidad de la comunidad. Pero además, atiende a un gran interés por preservar la especificidad de las minorías, luchar por sus derechos y garantizar su promoción social. Aquel al que se acogen los individuos que, como consecuencia de la estigmatización que sufren por parte de la sociedad mayoritaria, deciden crear comunidades de resistencia y supervivencia que se apoyan en principios diferentes a los planteados por la mayoría. Esta identidad de resistencia de corte radical se caracteriza fundamentalmente por acentuar las diferencias culturales y crear distintas identidades comunitarias que puedan albergar a aquellos sujetos que, por su condición (cultural, racial, sexual, etc.) o por su clase social, se encuentran infravalorados en la sociedad mayoritaria. Estas comunidades buscan hacerse un espacio aparte en un marco.
- d. El enfoque crítico o sociocrítico busca fomentar el espíritu democrático y atender a la construcción identitaria de la pluralidad a partir de procesos interculturales. Para ello se propone modificar los contenidos y las estructuras que reproducen la desigualdad y la dominación social. Es aquel que da lugar a la aparición de las identidades proyecto. Este enfoque pretende modificar de una forma democrática aquellos contenidos y estructuras que reproducen la dominación y la desigualdad. Para ello tal y como defiende la identidad proyecto, utiliza los materiales culturales existentes y los altera con el fin de construir una nueva identidad pluralista que haga posible la transformación de la estructura social. Para Castells (1998), la identidad proyecto es la única capaz de producir lo que él denomina sujetos, es decir, individuos que posean las suficientes herramientas cognitivas como para mostrarse críticos ante el sistema económico, social y cultural dominante, llegando a constituirse como individuos humanizados y agentes activos capaces de contribuir a la transformación social.

- e. Estos enfoques teóricos sobre la diversidad cultural contrastan con las tres formas de construcción de la identidad colectiva propuestos por Castells (identidad legitimadora, identidad de resistencia e identidad proyecto), ya que la sociedad mayoritaria va a desarrollar su identidad comunitaria de acuerdo al modelo teórico por el que se posicione.

### Importancia de la identidad cultural en la sociedad

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

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

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

### Componentes de identidad cultural

Componentes de costumbres. de la identidad cultural según Isajiw (1990)	1. Componentes externos de la identidad cultural (se refiere a las conductas sociales y culturales observables)	<p><b>a.</b> Lengua de origen:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Conocimiento y nivel de expresión con la lengua de origen.</li> <li>- Contextos en los que se utiliza la lengua de origen.</li> </ul> <p><b>b.</b> Relaciones del grupo cultural:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Amigos que se tienen dentro y fuera del grupo cultural y afinidad con ellos.</li> </ul> <p><b>c.</b> Funcionalidad del grupo cultural:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Participación en las actividades del grupo</li> </ul> <p><b>d.</b> Medios de comunicación del país de origen:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Radio</li> <li>- Programas de televisión</li> <li>- Periódicos, ...</li> </ul> <p><b>e.</b> Tradiciones culturales:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Comidas típicas.</li> <li>- Celebración de fiestas tradicionales.</li> </ul>
---	---	---

		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Realización de prácticas religiosas y Componentes de costumbres.</li> </ul>
	<p>2. Componentes internos de la identidad cultural (se refiere a los componentes cognoscitivos, afectivos y morales del individuo)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Dimensión cognitiva: es el conjunto de potencialidades del ser humano que le permiten entender, aprender, construir y hacer uso sobre las comprensiones que se hacen sobre la realidad de objetos y social la cual ha generado en el hombre una interacción consigo mismo y con el entorno, logrando así la posibilidad de transformaciones. <ul style="list-style-type: none"> <li>- Imágenes de sí mismo y del grupo.</li> <li>- Conocimiento de la herencia y del pasado histórico del grupo.</li> <li>- Conocimiento de los valores del grupo.</li> </ul> </li> <li>b. Dimensión afectiva se refiere al sentimiento de pertenencia al grupo y simpatía y preferencia por el mismo frente a otros. Comodidad con los patrones culturales del grupo en oposición a otros.</li> <li>c. Dimensión moral: se encarga de regir el comportamiento ante una sociedad, es aquella que se refiere a los valores que sustenta y a las creencias que tiene respecto de lo que considera malo o bueno, justo o injusto, correcto o incorrecto <ul style="list-style-type: none"> <li>- Apoyo a las personas del propio grupo.</li> <li>- Matrimonios con personas del mismo grupo.</li> <li>- Apoyo a las causas y necesidades del grupo</li> </ul> </li> </ul>

Fuente: Según Isajiw (1990)

## CONCIENCIA TURÍSTICA

### Conciencia

Significado (2018), La conciencia es la capacidad propia de los seres humanos de reconocerse a sí mismos, de tener conocimiento y percepción de su propia existencia y de su entorno. En este sentido, la conciencia está asociada a la actividad mental que implica un dominio por parte del propio individuo sobre sus sentidos. Así, una persona consciente es aquella que tiene conocimiento de lo que ocurre consigo y en su entorno, mientras que la inconsciencia supone que la persona no sea capaz de percibir lo que le sucede ni lo que pasa a su alrededor.

Por otro lado, conciencia también tiene una connotación en cuanto sentido del deber, como reflexión sobre la conducta y sobre los propios actos. De allí que también tenga un carácter ético, pues permite distinguir al individuo entre aquello que está bien y lo que está mal, de modo que a la hora de obrar pueda conducirse de acuerdo a sus valores morales.

### ¿Conciencia o consciencia?

¿Cuándo escribir conciencia y cuándo consciencia? La duda sobre si estas palabras son intercambiables en todos los casos es común, no obstante, hay contextos donde esto no es posible. Por ejemplo, cuando queremos emplearlas en un sentido moral, aludiendo a la capacidad de discernimiento entre lo bueno y lo malo, entre lo correcto y lo incorrecto, lo aceptado es emplear la forma conciencia: “Después de lo que hizo el presidente, su *conciencia* no lo va a dejar en paz”. Por otro lado, cuando se usa con el sentido de percepción o conocimiento, pueden utilizarse ambas formas, aunque se aconseja el empleo de la escritura más simple conciencia: “Él conduce como si no tuviera *conciencia* de los riesgos”.

### Conciencia moral

La conciencia moral es aquella que nos señala si las acciones o actitudes que tomamos son correctas o incorrectas. Como tal, la conciencia moral está sustentada en el conjunto de valores morales que ostenta el individuo. Son los valores los que orientan el comportamiento y las acciones de las

personas, siendo que quien se rige por ellos procura obrar bien, correctamente, de conformidad con sus principios. La ausencia de valores, por el contrario, implica un vacío de conciencia según el cual el individuo no se sentirá impelido a actuar de tal o cual manera. Por su parte, aquel que, a pesar de actuar a conciencia, obra malamente, empieza a experimentar aquello que llamamos cargo de conciencia.

### **Conciencia histórica**

La conciencia histórica es aquella que permite a un individuo percibirse a sí mismo incurso en un devenir colectivo, partícipe de un momento particular en el tiempo y en la historia de una sociedad. Como tal, la conciencia histórica dota a la persona de la capacidad de comprender que todo lo que acontece en la actualidad es resultado de un conjunto de acciones llevadas a cabo en el pasado. En este sentido, el individuo con conciencia histórica es también capaz de darse cuenta de que sus propios actos y los de los otros que con él cohabiten en su tiempo tendrán consecuencias en el futuro en las vidas de otras personas.

### **Conciencia en Psicología**

Para la Psicología, como conciencia se denomina el acto mediante el cual una persona es capaz de percibirse a sí misma en el mundo. En este sentido, la conciencia implica el hecho en sí de un individuo darse cuenta de aquello que ocurre a su alrededor, fuera del Yo, como resultado de un conjunto de reflexiones sobre las propias acciones y las realidades presentes en su entorno.

### **Definición de conciencia turística**

Cruz (2004) menciona que la conciencia turística tiene implicancias sobre el conocimiento del potencial turístico, sobre las actitudes y compromisos morales y éticos, sobre el trato al turista en cuanto a bienvenida, hospitalidad y sobre el aprovechamiento de los recursos para que aporten beneficios al país. El desarrollo de una conciencia turística debe estar orientado a lograr que el turismo forme parte de la cultura de todos nosotros, para lo cual básicamente se requiere incluir turismo, artesanía y gestión empresarial como temáticas de los currículos educativos en

todos los niveles , así como promover campañas intensivas de conciencia turística a nivel nacional, estas temáticas deberán incluir en 3 sectores de la población para su eficaz rendimiento (José Noguera, 2005) este autor define que el turismo, es una industria regional, nacional y mundialmente, que se está proyectando con una conciencia clara, orientadora y precisa para que conozcamos nuestros valores artísticos, históricos y turísticos.

En la Carta Internacional del Turismo Cultural (2000), conceptualizan por, conciencia turística, como el conocimiento que los nacionales de un país tienen respeto a la necesidad de contribuir al desarrollo del turismo con la finalidad de lograr mediante esta actividad el bienestar económico de la patria. Desde el punto de vista peruano, el tener Conciencia Turística es nada menos que mostrar una noción patriótica de no ser indigente a una actividad que sirve no solamente ganar riqueza, sino que también coadyuvasen la tarea de hacer conocer los valores que el país posee, su acervo cultural su riqueza monumental, su historia, sus tradiciones, sus obras.

Míeres (2002), nos Define que la conciencia turística, como un estado mental que presupone la buena disposición de los individuos para fomentar y acrecentar la conservación de los bienes y servicios turísticos que posee un pueblo.

### **Teorías sobre la conciencia turística**

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

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

Arria (1991) citado por Rodríguez (2017) nos dice que tener conciencia turística es poseer conocimientos sobre los lugares turísticos y poder

trasmitirlos a los visitantes, además, es el conjunto de actitudes que tienen las personas frente a los turistas y se expresan con la bienvenida y hospitalidad que se les brinda.

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

Segrado (2014), este autor afirma que la conciencia turística no solo debe estar dirigida a las personas que ofertan los servicios turísticos, si no todas aquellas quienes se puedan beneficiar con el turismo (comunidad, región), es necesario que se busquen mecanismos sociales que consigan crear esa conciencia en los individuos.

### **Desarrollo de la conciencia turística**

Clífor (2004) este autor sostiene que es importante las actitudes y comportamiento de su población con el turista, por cuanto "la conciencia turística tiene implicancias sobre el conocimiento del potencial turístico, sobre las actitudes y compromisos morales y éticos, sobre el trato al turista en cuanto a bienvenida, hospitalidad y sobre el aprovechamiento de los recursos para que aporten beneficios al país. El desarrollo de una conciencia turística debe estar orientado a lograr que el turismo forme parte de la cultura de todos nosotros, para lo cual básicamente se requiere incluir turismo, artesanía y gestión empresarial como temáticas de los currículos educacionales en todos los niveles, así como promover campañas intensivas de conciencia turística a nivel nacional, estas temáticas deberán incluir en 3 sectores de la población para su eficaz rendimiento.

- Conciencia turística del ciudadano en el destino turístico, debido a la necesidad de que este, se identifique seriamente con los recursos turísticos, para conocerlo, mostrarlo, difundirlo y preservarlo. Esto implica asumir responsabilidades simultáneamente, frente al recurso y frente al turista. A su vez, esta tarea se vincula directamente con los

medios de comunicación masiva por la función orientadora que debe cumplir.

- Conciencia turística del prestador de servicios, en razón de la armonía y coherencia que debe haber en las personas, con respecto a la vocación de servicio, el encaje cultural y ocupacional, que empieza desde el proceso de selección del personal y continúa en la capacitación, y prosigue con la orientación del profesional.
- Conciencia turística de las autoridades, pues de las actitudes de los representantes del sector, con respecto a la facilitación para los turistas, se desprende el grado profesional.

### **Características de la conciencia turística**

Torrejón, (2008), menciona tres características la "conciencia turística":

- Que es cambiante en el tiempo.
- Que depende del nivel educacional y cultural de los visitantes.
- Que es fuertemente mediatizada.

Es cambiante en el tiempo, pero sus cambios en los destinos suceden muy lenta y gradualmente, a medida que se eleva el nivel cultural y educacional de la población receptora. La conciencia turística depende del nivel cultural, tanto en la población receptora como en los turistas que visitan un país o determinado destino. Está fuertemente influenciada por las opiniones y experiencias de quienes han viajado anteriormente. Está cada vez más influenciada por el impacto de los medios de comunicación social y por los recursos de marketing que se despliegan para promover lugares y productos. Los medios de comunicación social, especialmente la televisión y las tecnologías de la información y las comunicaciones, (tener en cuenta el creciente Internet) constituyen un factor de influencia poderosa en el desarrollo de la conciencia turística en una comunidad determinada: mientras más mediatizado está un público, mayor será la posibilidad de que los mensajes de contenido turístico transmitidos por los medios ocasionarán modificaciones en las actitudes y conductas de las personas.

## Dimensiones de conciencia turística

Otros autores han empezado a incluir también el componente cognitivo. Para Ranniko (1996), la conciencia incluye siempre un elemento intelectual y otro afectivo, es decir, un conocimiento de los problemas turísticos y las actitudes que ese conocimiento produce. Ruiz (2006) considera que la conciencia turística es el conocimiento y sensibilización acerca de los problemas sobre el turismo. Para Jones y Dunlap (1992), la conciencia tiene que ver con la preocupación de la población por la calidad de servicio turístico, pero también con la constatación y comprensión de los problemas. Por otro lado, Olofsson y Öhman (2006), a partir de los trabajos de Dunlap y Jones (2002 y 2003), consideran que la conciencia ambiental mide el grado en que las personas son conscientes de los problemas medioambientales, apoyan los esfuerzos dirigidos a solucionarlos y/o muestran una predisposición a contribuir de forma personal a su solución.

Defiende, así mismo, un planteamiento multidimensional con cinco componentes, el aspecto afectivo, cognitivo, conativo, activo y colectivo. De las cuales la investigación tomara en cuenta dos de sus dimensiones (cognitivo y afectivo), a ello se añade una dimensión más que es el aspecto moral que permitirá conocer la conciencia turística: (Chuliá, 1995, pág. 26).

Por lo tanto, teniendo en cuenta a Arria, (1991), donde define a la conciencia turística como un conjunto de actitudes, tomamos como dimensiones a los componentes siguientes:

- a. **Dimensión cognitiva.** – Rodríguez (2013), Se analiza la dimensión cognitiva del proceso de toma de decisiones informacionales a partir de tres aspectos fundamentales: la racionalidad limitada, los procesos cognitivos y los estadios emocionales. Se utiliza el Análisis Documental para el desarrollo del presente estudio lo que permite identificar las características esenciales de los aspectos antes mencionados y su importancia para el proceso de decisión. Se ofrecen consideraciones sobre el modo en que las organizaciones pueden establecer mejoras a partir del reconocimiento de estas características y se valora la necesidad de reconocer cómo estos elementos influyen en los

procesos de decisión, así como las implicaciones de los mismos. El estudio permite visualizar la importancia de los procesos informacionales, así como la Gestión de Información, del Conocimiento y la Inteligencia Organizacional, para garantizar un adecuado desarrollo de los procesos cognitivos y las características intrínsecas de los decisores.

Agrupar los conocimientos relacionados con el entendimiento y la definición de los problemas turísticos, la posesión de esquemas inteligibles sobre sus posibles soluciones y sus responsables, así como el interés informativo sobre el tema, como:

- Imágenes de sí mismo y del grupo.
- Conocimiento de la herencia y del pasado histórico del grupo.
- Conocimiento de los valores del grupo.

**b. Dimensión afectiva.** – Quiroga F. (2001), consiste en la aptitud para ser modificado interiormente por la realidad externa de ser “afectado” por ella, no tanto porque lo cambie materialmente sino porque causa un cambio en su interioridad. Dimensión referida al sentir y al vincularse. Es considerada como el conjunto de posibilidades del ser humano para relacionarse consigo mismo, con los demás y con el entorno, con base en el afecto, que es la energía y motor del desarrollo humano. Además, facilita el aprendizaje, lo cual es expresado magistralmente por el poeta y dramaturgo alemán Johann Wolfgang von Goethe: “Solo aprendemos de aquellos a quienes amamos”.

Aglutina los sentimientos de preocupación por la situación del turismo, el grado de adhesión a valores culturales favorables a la promoción e incidencia de nuestra cultura. Los indicadores son los siguientes

- Sentimiento de pertenencia al grupo
- Simpatía y preferencia por el mismo frente a otros
- Comodidad con los patrones culturales del grupo en oposición a otros.

**c. Dimensión moral.** - Cuando nacemos, nuestra vida es como una página en blanco que está por escribir, lo que supone que cada uno de nosotros va a tener que construirse su propia existencia y su propia personalidad. La vida es, por tanto, un camino, en el que tendremos que diseñar nuestro

estilo de vida personal. La construcción de ese camino, que es mi vida, se va realizando a través de los hechos que realizo y de las relaciones con los demás. Nuestra vida es el resultado de lo que hacemos, de nuestros actos, ellos definen lo que vamos siendo y hacia dónde vamos. Estos actos deben ser elegidos y decididos por cada uno de nosotros, elegir los objetivos que queremos alcanzar, buscar los medios adecuados para lograrlos, y es fundamental, en la medida de lo posible, tomar estas decisiones en libertad, intentando no ser condicionados, por ejemplo, por la publicidad de la televisión. Pues bien, dado que la vida es el resultado de los que vamos haciendo, empecemos por analizar el tipo de actos que realizamos cotidianamente para poder distinguir cuales son nuestros actos morales, muy importantes, porque son los que en mayor medida nos pueden conducir hacia una vida buena y feliz, que es el objetivo de esta materia nueva en la que te inicias, la Ética. A lo largo del día realizas muchas acciones diferentes. Así, respirar, es una acción que llevas a cabo de forma instintiva, sin pretenderlo, dar un paseo, es algo que realizas de forma consciente, sabiendo lo que haces y porque te apetece, dormir es algo que realizas de modo inconsciente, lo haces sin saber que lo estás haciendo, también puedes entrar en una tienda y robar un CD, aunque no lo haces, porque sabes que no debes hacerlo. ¿Qué diferencia hay entre las primeras acciones y la última? Veamos, sobre las acciones instintivas e inconscientes que realizamos, aquellas que hacemos sin pensarlas ni elegir las, no puede recaer ningún calificativo del tipo esto está bien, esto es correcto, etc., sencillamente porque no somos responsables de ellas, por el contrario, sobre nuestras acciones conscientes, aquellas que sabemos lo que hacemos, que podemos decidir si las realizamos o no, y a través de las cuales podemos beneficiar o perjudicar a nosotros mismos o a los demás, si puede recaer la aprobación o el rechazo, tanto de nosotros mismos como de los demás. Agrupa los valores y virtudes que favorecen y apoyan a la cultura.

- Apoyo a las personas del propio grupo.
- Apoyo a las causas y necesidades del grupo

## **Importancia de la conciencia turística**

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

No obstante, se puede presentar en tres niveles:

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

(Flores e ishuzia,2007) nos dice que tener conciencia turística es poseer un conocimiento certero y reflexivo de la importancia de una actividad que engrandece al país esperando reconocer que es tarea de todos y de cada uno de nosotros, trabajar para que ello se logre. Es importante recibir a nuestros turistas con cortesía y amabilidad, que se pongan de manifiesto nuestra vibración y solidaridad personal. Ser amigos del turista no es servilismo, ni atención interesada, es una muestra sencilla de la tradición de un pueblo que tiene Conciencia Turística. Por lo tanto, el respeto hacia nuestros turistas se debe traducir en brindarles hospitalidad, no despreciarlos, no hacerles desaires, ni abandonarlos en la necesidad significa también ser educados, profesionales, comprenderlos, ser cordiales y atentos.

## **Objetivos de la conciencia turística**

Flores e ishuzia (2007) este autor nos dice:

- Desde el punto de vista social, es considerada como factor de identificación de la población con sus principales raíces culturales.

- En el ámbito económico repercute directamente con la satisfacción de las necesidades de las corrientes turísticas haciéndolas repetitivas y aumentando su número y pernocte, lo que trae consigo la entrada de divisas, nuevas fuentes de empleo y por ende el desarrollo regional de los importantes centros turísticos.
- En el ámbito cultural, la concientización turística es muy importante punto de proyección de todos los elementos que conforman el patrimonio turístico, lo que motivara el desplazamiento de importantes corrientes turísticas potenciales nacionales e internacionales.
- En cuanto a la oferta turística, puede decirse que esta se verá ampliamente beneficiada, ya que provocaría una sana competencia entre los prestadores de servicios turísticos por ganarse la preferencia del consumidor, lo cual, a largo plazo se viera reflejado en un servicio de calidad fundamentado en la creatividad y en la competitividad.

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

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

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

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

Asimismo, el mismo ministerio es el encargado de planificar con todos los niveles de gobierno (local, regional y nacional) actividades que permitan el desarrollo de todos los pueblos, promoviendo el fortalecimiento de la identidad cultural. Por ende, las autoridades competentes de Canta podrían

trabajar conjuntamente con dicho ministerio para llevar a cabo talleres para afianzar la identidad cultural de su población.

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

### 3.3. Definición de términos

**Cultura:** Según la Secretaria de Turismo (2006) Se integra por un conjunto de imaginarios colectivos y estructuras simbólicas de pensamiento (criterios, conocimientos, valores), los cuales se traducen en manifestaciones o expresiones (actitudes, costumbres, estilos de vida) que cohesionan a los miembros de una sociedad determinada y que la hacen diferente de las demás.

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

**Hospitalidad:** Según la Secretaria de Turismo (2006) Se puede entender que dentro de la cultura íntegra de la sociedad, existe una parte orientada al conocimiento y valoración de la actividad turística, que busca la satisfacción del visitante y la obtención del mayor beneficio para las comunidades receptoras.

**Identidad cultural.** Significa una colectividad de individuos que desarrollan sentimientos de pertenencia a un grupo determinado, con unas características definidas, lo cual les va a permitir identificarse a ellos mismos como grupo y diferenciarse de otras colectividades.

**Conciencia turística.** La conciencia turística es un conjunto de actitudes y comportamientos de los habitantes de un lugar turístico que humanizan la recepción del turista a través de la hospitalidad y comprensión.

## **4. MATERIALES Y MÉTODOS**

### **4.1. Tipo de investigación**

El tipo de estudio fue correlacional porque según Hernández, Fernández y Baptista (2014) tiene porque tiene por finalidad conocer la relación que existe entre dos o más conceptos, categorías o variables en una muestra o contexto particular (p. 93). En tal sentido, en la presente investigación permitió conocer la relación entre la identidad cultural y la conciencia turística en los pobladores del jirón José Olaya de la ciudad de Huaraz, 2021.

### **4.2. Diseño de investigación**

El diseño del estudio fue no experimental; puesto que, no se manipularon deliberadamente las variables; así mismo, fue de tipo transeccional o transversal porque el propósito fue describir variables y analizar la interrelación en un momento dado (Hernández, Fernández y Baptista, 2014, p.154)

### **4.3. Población**

La población estuvo conformada por 67 jefes de familia del jirón José Olaya del distrito de Huaraz.

### **4.4. Muestra**

Por tratarse de una población pequeña, se tomó como muestra al total de población de los jefes de familia del jirón de José Olaya.

### **4.5. Técnicas e instrumentos de recopilación de datos**

#### **4.5.1. Técnica de investigación**

Arias (2006) citado por Gamarra, Wong, Rivera y Pujay (2015) la técnica de investigación “son las distintas maneras, formas o procedimientos utilizados por el investigador para recopilar los datos o información” (p. 302).

En tal sentido, en el presente estudio se empleó la técnica de la encuesta de tipo censal.

#### **4.5.2. Instrumento de investigación**

Sabino (2000) citado por Gamarra, Wong, Rivera y Pujay (2015) define que el instrumento de investigación son los recursos de que valerse el investigador para acercarse a los problemas y fenómenos, y extraer de ellos la información (p. 302). En tal contexto para el presente estudio se

empleó el cuestionario que consiste en una serie de preguntas formulado por el investigador.

#### **4.6. Análisis estadístico e interpretación de datos**

La información obtenida por medio del cuestionario que se aplicó a los miembros de la familia del jirón José Olaya, fue procesada por medio del programa SPSS (Statistical Package for the social Sciencie) versión 21, determinando la correlación entre la identidad cultural y conciencia turística; así mismo, se elaboró las tablas en interpretación de los datos generales y datos de estudio para un mejor entendimiento de los resultados logrados con la investigación.

#### 4.7. Matriz de consistencia

Título	Problema	Objetivo	hipótesis	Variable	Dimensiones	Indicadores
	Problema general	Objetivo general	Hipótesis general			
Identidad cultural y conciencia turística en los pobladores del jirón José Olaya, provincia de Huaraz, 2021.	¿De qué manera se relaciona la identidad cultural y la conciencia turística en la población del jirón José Olaya de la Provincia de Huaraz, 2021?	Identificar la relación que existe entre la identidad cultural y la conciencia turística en los pobladores del jirón José Olaya de la Provincia de Huaraz, 2021	Existe una relación significativa entre la identidad cultural y la conciencia turística en la población del jirón José Olaya de la Provincia de Huaraz 2021	Identidad cultural	Entorno geográfico	Negocios y/o emprendimientos turísticos
	<b>Problemas específicos</b>	<b>Objetivos específicos</b>	<b>Hipótesis específicas</b>		Elemento histórico	Legado histórico
						Fiestas patronales
						Diseño arquitectónico
	¿De qué manera se relaciona el entorno geográfico de la identidad cultural y la conciencia turística en la población del jirón José Olaya?	identificar la relación que existe entre el entorno geográfico de la identidad cultural y la conciencia turística en los pobladores del jirón José Olaya de la Provincia de Huaraz, 2021.	Existe una relación significativa entre el entorno geográfico de la identidad cultural y la conciencia turística en la población del jirón José Olaya de la Provincia de Huaraz 2021.	Conciencia turística	Elemento tangible	Potajes típicos
	¿De qué manera se relaciona el elemento histórico de la identidad cultural y la conciencia turística en la población del jirón José Olaya?	identificar la relación que existe entre el elemento histórico de la identidad cultural y la conciencia turística en los pobladores del jirón José Olaya de la Provincia de Huaraz, 2021.	Existe una relación significativa entre el elemento histórico de la identidad cultural y la conciencia turística en la población del jirón José Olaya de la Provincia de Huaraz 2021.		Cognitiva	Conocimiento del valor cultural
						Atractivos del sitio
	¿De qué manera se relaciona el elemento tangible de la identidad cultural y la conciencia turística en la población del jirón José Olaya?	identificar la relación que existe entre elemento tangible de la identidad cultural y la conciencia turística en los pobladores del jirón José Olaya de la Provincia de Huaraz, 2021.	Existe una relación significativa entre el elemento tangible de la identidad cultural y la conciencia turística en la población del jirón José Olaya de la Provincia de Huaraz 2021		Moral	Hospitalidad
Trato a los visitantes						
					Actitudes	
					Responsabilidades	

## 5. RESULTADOS

### 5.1. Confiabilidad

Alfa de Cronbach	Alfa de Cronbach basada en los elementos tipificados	N de elementos
,865	,876	26

Fuente: Resultado obtenido de la aplicación de la ficha de observación

El valor de alfa de Cronbach es de 0.865. Por lo tanto, concluimos que la escala de medición de Identidad Cultural y Conciencia Turística tiene una confiabilidad de consistencia interna muy alta.

### 5.2. Análisis e interpretación de resultados

#### Tabla 1

##### Género

Género	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Masculino	36	53,7	53,7
Femenino	31	46,3	100,0
Total	67	100,0	

Fuente: Resultado obtenido de la aplicación del instrumento

En la tabla 1, se observa que el 53.7% de los pobladores del jirón de José Olaya son de género masculino y 46.3% femenino. Por lo tanto, la mayoría de los pobladores son de género masculino.

**Tabla 2***Grado de instrucción*

Grado de instrucción	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Primaria	32	47,8	47,8
Secundaria	18	26,9	74,6
Técnica	9	13,4	88,1
Universitaria	7	10,4	98,5
Sin estudios	1	1,5	100,0
Total	67	100,0	

Fuente: Resultado obtenido de la aplicación del instrumento

En la tabla 2 se observa que el 47.8% de los pobladores del jirón José Olaya tienen el grado instrucción a nivel de educación primaria, 26.9% en educación secundaria, 13.4% en educación técnica, 10.4% en educación universitaria y solo el 1.5% sin estudios. Concluimos que la mayoría de los pobladores poseen el grado de instrucción a nivel de educación primaria.

**Tabla 3***Edad*

Intervalo	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
62 - 73	24	35,8	35,8
74+	18	26,9	62,7
50 - 61	14	20,9	83,6
38 - 49	8	11,9	95,5
26 - 37	2	3,0	98,5
<= 25	1	1,5	100,0
Total	67	100,0	

Fuente: Resultado obtenido de la aplicación del instrumento

En la tabla 3 se observa que 35.8% de los pobladores del jirón José Olaya se encuentran entre el rango de edad de 62 – 73, 26.9% mayor a 74 años, 20.9% entre 50 – 61, 11.9% entre 38 – 49, 3% entre 26 – 37 y solo el 1.5% <= 25 años. Por lo tanto, concluimos que la mayoría de los pobladores se encuentra entre el rango de edad 62 -73.

**Tabla 4***Implementación del negocio o emprendimiento de acuerdo al entorno cultural.*

Escala	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
De acuerdo	37	55,2	55,2
Totalmente de acuerdo	22	32,8	88,1
Ni desacuerdo, ni en acuerdo	6	9,0	97,0
Totalmente en desacuerdo	2	3,0	100,0
Total	67	100,0	

*Fuente: Resultado obtenido de la aplicación del instrumento*

En la tabla 4 se observa que 55.2% de los pobladores del jirón José Olaya se encuentran de acuerdo que la implementación de su emprendimiento está en relación al entorno cultural, 32.8% totalmente de acuerdo, 9% ni desacuerdo ni en acuerdo y solo el 3% totalmente desacuerdo. En tal sentido, se alcanzó el mayor puntaje en la escala de medición de acuerdo.

**Tabla 5***El emprendimiento ofrece al cliente productos típicos de su entorno cultural.*

Escala	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Totalmente de acuerdo	37	55,2	55,2
De acuerdo	23	34,3	89,6
Ni desacuerdo, ni en acuerdo	4	6,0	95,5
En desacuerdo	2	3,0	98,5
Totalmente en desacuerdo	1	1,5	100,0
Total	67	100,0	

*Fuente: Resultado obtenido de la aplicación del instrumento*

En la tabla 5 se observa que 55.2% de los pobladores del jirón José Olaya se encuentran totalmente de acuerdo que el emprendimiento ofrece al cliente productos típicos de su entorno cultural, 34.3% de acuerdo, 6% ni desacuerdo ni en acuerdo, 3% en desacuerdo, y solo el 1.5% totalmente desacuerdo. Por lo tanto, se alcanzó el mayor puntaje en la escala de medición totalmente de acuerdo.

**Tabla 6**

*El negocio o emprendimiento posee rasgos del entorno cultural del Jirón José Olaya.*

Escala	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Totalmente de acuerdo	38	56,7	56,7
De acuerdo	23	34,3	91,0
Totalmente en desacuerdo	2	3,0	94,0
En desacuerdo	2	3,0	97,0
Ni desacuerdo, ni en acuerdo	2	3,0	100,0
Total	67	100,0	

*Fuente: Resultado obtenido de la aplicación del instrumento.*

En la tabla 6 se observa que 56.7 % de los pobladores se encuentran totalmente de acuerdo que el negocio o emprendimiento posee rasgos del entorno cultural del Jirón José Olaya, 34.3% de acuerdo, 3% totalmente desacuerdo, 3% en desacuerdo y 3% ni desacuerdo ni acuerdo. En tal sentido, el mayor puntaje alcanzado en la escala de medición totalmente de acuerdo.

**Tabla 7**

*Importancia del legado histórico para fortalecer la identidad cultural*

Escala	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Totalmente de acuerdo	45	67,2	67,2
De acuerdo	22	32,8	100,0
Total	67	100,0	

*Fuente: Resultado obtenido de la aplicación del instrumento.*

En la tabla 7 se observa que 67.2 % de los pobladores del jirón José Olaya se encuentran totalmente de acuerdo que el legado histórico es importante para fortalecer la identidad cultural y 32.8% de acuerdo. Por lo tanto, el mayor puntaje obtenido en la escala de medición totalmente de acuerdo.

**Tabla 8***El legado histórico fortalece la identidad cultural en los pobladores del jirón**José Olaya*

Escala	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
De acuerdo	50	74,6	74,6
Totalmente de acuerdo	16	23,9	98,5
Ni desacuerdo, ni en acuerdo	1	1,5	100,0
Total	67	100,0	

*Fuente: Resultado obtenido de la aplicación del instrumento.*

En la tabla 8 se observa que 74.6 % de los pobladores del jirón José Olaya se encuentran de acuerdo que el legado histórico fortalece la identidad cultural, 23.9% totalmente de acuerdo y solo el 1.5% ni desacuerdo ni acuerdo. Por lo tanto, el mayor puntaje alcanzado en la escala de medición de acuerdo.

**Tabla 9***Difusión del legado histórico del jirón José Olaya en los visitantes*

Escala	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Totalmente de acuerdo	36	53,7	53,7
De acuerdo	28	41,8	95,5
Totalmente en desacuerdo	1	1,5	97,0
En desacuerdo	1	1,5	98,5
Ni desacuerdo, ni en acuerdo	1	1,5	100,0
Total	67	100,0	

*Fuente: Resultado obtenido de la aplicación del instrumento.*

En la tabla 9 se observa que 53.7 % de los pobladores se encuentran totalmente de acuerdo que difunden el legado histórico del Jirón José Olaya en los visitantes, 41.8% de acuerdo, 1.5% totalmente desacuerdo, 1.5% en desacuerdo y 1.5% ni desacuerdo ni acuerdo. Por lo tanto, el mayor puntaje alcanzado es en totalmente de acuerdo.

**Tabla 10***El Jr. José Olaya es parte del legado Histórico de la Ciudad de Huaraz*

Escala	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Totalmente de acuerdo	37	55,2	55,2
De acuerdo	28	41,8	97,0
En desacuerdo	2	3,0	100,0
Total	67	100,0	

*Fuente: Resultado obtenido de la aplicación del instrumento.*

En la tabla 10 se observa que 55.2% de los pobladores se encuentran totalmente de acuerdo que el Jr. José Olaya es parte del legado Histórico de la Ciudad de Huaraz, 41.8% de acuerdo y solo el 3% en desacuerdo. Por lo tanto, el mayor puntaje alcanzado en la escala de medición totalmente de acuerdo.

**Tabla 11***El Jirón José Olaya es un legado histórico para su identidad cultural*

Escala	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Totalmente de acuerdo	36	53,7	53,7
De acuerdo	30	44,8	98,5
Totalmente en desacuerdo	1	1,5	100,0
Total	67	100,0	

*Fuente: Resultado obtenido de la aplicación del instrumento.*

En la tabla 11 se observa que 53.7% de los pobladores se encuentran totalmente de acuerdo que el Jirón José Olaya es un legado histórico para su identidad cultural, 44.8% de acuerdo y solo el 1.5% totalmente desacuerdo. Por lo tanto, el mayor puntaje alcanzado es en totalmente de acuerdo en la escala de Likert.

**Tabla 12**

*Las fiestas patronales del jirón José Olaya tienen importancia histórica.*

Escala	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Totalmente de acuerdo	39	58,2	58,2
De acuerdo	27	40,3	98,5
En desacuerdo	1	1,5	100,0
Total	67	100,0	

*Fuente: Resultado obtenido de la aplicación del instrumento.*

En la tabla 12 se observa que 58.2% de los pobladores se encuentran totalmente de acuerdo que las fiestas patronales que se realiza en el jirón José Olaya tienen importancia histórica, 40.3% de acuerdo, y solo el 1.5% en desacuerdo. Por lo tanto, el mayor porcentaje alcanzado es en totalmente de acuerdo en la escala de Likert.

**Tabla 13**

*Participar en las fiestas patronales del jirón José Olaya es parte de su historia e identidad cultural.*

Escala	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
De acuerdo	35	52,2	52,2
Totalmente de acuerdo	30	44,8	97,0
En desacuerdo	2	3,0	100,0
Total	67	100,0	

*Fuente: Resultado obtenido de la aplicación del instrumento.*

En la tabla 13 se observa que 52.2 % de los pobladores se encuentran de acuerdo que la participación en las fiestas patronales del jirón José Olaya es parte de su historia e identidad cultural, 44.8% totalmente de acuerdo y solo el 3% en desacuerdo. Por lo tanto, el mayor puntaje alcanzado en la escala de medición de acuerdo.

**Tabla 14**

*El diseño arquitectónico del jirón José Olaya es un componente histórico que fortalece la identidad cultural.*

Escala	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Totalmente de acuerdo	41	61,2	61,2
De acuerdo	26	38,8	100,0
Total	67	100,0	

*Fuente: Resultado obtenido de la aplicación del instrumento.*

En la tabla 14 se observa que 61.2% de los pobladores se encuentran totalmente de acuerdo que el diseño arquitectónico del jirón José Olaya es un componente histórico que fortalece la identidad cultural y el 38.8% de acuerdo. Por lo tanto, el mayor puntaje alcanzado es en totalmente de acuerdo en la escala de Likert.

**Tabla 15**

*El diseño arquitectónico del Jirón José Olaya es el elemento icono de la identidad cultural.*

Escala	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Totalmente de acuerdo	37	55,2	55,2
De acuerdo	29	43,3	98,5
En desacuerdo	1	1,5	100,0
Total	67	100,0	

*Fuente: Resultado obtenido de la aplicación del instrumento.*

En la tabla 15 se observa que 55.2% de los pobladores se encuentran totalmente de acuerdo que el diseño arquitectónico del Jirón José Olaya es el elemento icono de la identidad cultural, 43.3% de acuerdo y solo el 1.5% en desacuerdo. Por lo tanto, el mayor puntaje alcanzado es en totalmente de acuerdo en la escala de Likert.

**Tabla 16**

*Los potajes típicos que se ofrece en el jirón José Olaya es parte de sus tradiciones y costumbres.*

Escala	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Totalmente de acuerdo	29	43,3	43,3
De acuerdo	21	31,3	74,6
Totalmente en desacuerdo	6	9,0	83,6
En desacuerdo	6	9,0	92,5
Ni desacuerdo, ni en acuerdo	5	7,5	100,0
Total	67	100,0	

*Fuente: Resultado obtenido de la aplicación del instrumento.*

En la tabla 16 se observa que 43.3% de los pobladores del jirón José Olaya se encuentran totalmente de acuerdo que los platos típicos que se ofrece es parte de sus tradiciones y costumbres, 31.3% de acuerdo, 9% totalmente desacuerdo, 9% en desacuerdo y solo el 7.5% ni desacuerdo ni en acuerdo. Por lo tanto, el mayor puntaje obtenido es en totalmente acuerdo en la escala de Likert.

**Tabla 17**

*Los potajes típicos son elaborados con técnicas tradicionales que reflejan la identidad cultural del jirón José Olaya.*

Escala	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Totalmente de acuerdo	41	61,2	61,2
De acuerdo	24	35,8	97,0
Totalmente en desacuerdo	1	1,5	98,5
En desacuerdo	1	1,5	100,0
Total	67	100,0	

*Fuente: Resultado obtenido de la aplicación del instrumento.*

En la tabla 17 se observa que 61.2% de los pobladores se encuentran totalmente de acuerdo que los potajes típicos son elaborados con técnicas tradicionales que reflejan la identidad cultural del jirón José Olaya, 35.8% de acuerdo, 1.5% totalmente desacuerdo y 1.5% en desacuerdo. Por lo tanto, el mayor puntaje alcanzado es en totalmente de acuerdo en la escala de Likert.

**Tabla 18**

*La mazamorra de calabaza es característico en sus potajes típicos del jirón José Olaya.*

Escala	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Totalmente de acuerdo	45	67,2	67,2
De acuerdo	21	31,3	98,5
En desacuerdo	1	1,5	100,0
Total	67	100,0	

*Fuente: Resultado obtenido de la aplicación del instrumento.*

En la tabla 18 se observa que 67.2% de los pobladores del jirón José Olaya se encuentran totalmente de acuerdo que la mazamorra de calabaza es característico en sus potajes típicos del jirón José Olaya, 31.3% de acuerdo y solo el 1.5% en desacuerdo. Por lo tanto, el mayor puntaje alcanzado es en totalmente de acuerdo en la escala de Likert.

**Tabla 19**

*Los pobladores del jirón José Olaya conocen la importancia del valor cultural de sus creencias, costumbres y tradiciones.*

Escala	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
De acuerdo	27	40,3	40,3
Totalmente de acuerdo	19	28,4	68,7
Ni desacuerdo, ni en acuerdo	18	26,9	95,5
En desacuerdo	3	4,5	100,0
Total	67	100,0	

*Fuente: Resultado obtenido de la aplicación del instrumento.*

En la tabla 19 se observa que 40.3% de los pobladores se encuentran de acuerdo que conocen la importancia del valor cultural de sus creencias, costumbres y tradiciones del Jirón José Olaya, 28.4% totalmente de acuerdo, 26.9% ni desacuerdo ni en acuerdo y solo el 4.5% en desacuerdo. Por lo tanto, el mayor puntaje alcanzado es en de acuerdo en la escala de Likert.

**Tabla 20***El jirón José Olaya es un atractivo turístico para los visitantes*

Escala	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Totalmente de acuerdo	45	67,2	67,2
De acuerdo	21	31,3	98,5
Ni desacuerdo, ni en acuerdo	1	1,5	100,0
Total	67	100,0	

*Fuente: Resultado obtenido de la aplicación del instrumento.*

En la tabla 20 se observa que 67.2% de los pobladores del jirón José Olaya se encuentran totalmente de acuerdo que jirón José Olaya es un atractivo turístico para los visitantes, 31.3% de acuerdo y solo el 1.5% ni desacuerdo ni en acuerdo. Por lo tanto, el mayor puntaje alcanzado es en totalmente de acuerdo en la escala de Likert.

**Tabla 21***El jirón José Olaya debe impulsarse como un destino de visita principal del circuito turístico del City Tours.*

Escala	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Totalmente de acuerdo	51	76,1	76,1
De acuerdo	15	22,4	98,5
En desacuerdo	1	1,5	100,0
Total	67	100,0	

*Fuente: Resultado obtenido de la aplicación del instrumento.*

En la tabla 21 se observa que 76.1% de los pobladores se encuentran totalmente de acuerdo que el jirón José Olaya debe impulsarse como un destino de visita principal del circuito turístico del City Tours, 22.4% de acuerdo y solo el 1.5% en desacuerdo. Por lo tanto, el mayor puntaje alcanzado es en totalmente de acuerdo en la escala de Likert.

**Tabla 22**

*Los pobladores del jirón José Olaya se identifican con sus costumbres festivas.*

Escala	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Totalmente de acuerdo	41	61,2	61,2
De acuerdo	25	37,3	98,5
En desacuerdo	1	1,5	100,0
Total	67	100,0	

*Fuente: Resultado obtenido de la aplicación del instrumento.*

En la tabla 22 se observa que 61.2% de los pobladores del jirón José Olaya se encuentran totalmente de acuerdo que se identifican con sus costumbres festivas del Jirón, 37.3% de acuerdo y solo el 1.5% en desacuerdo. Por lo tanto, el mayor puntaje alcanzado es en totalmente de acuerdo en la escala de medición de Likert.

**Tabla 23**

*Los pobladores del jirón José Olaya participan en sus costumbres (danzas, fiestas, gastronomía, etc.)*

Escala	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Totalmente de acuerdo	52	77,6	77,6
De acuerdo	12	17,9	95,5
Ni desacuerdo, ni en acuerdo	3	4,5	100,0
Total	67	100,0	

*Fuente: Resultado obtenido de la aplicación del instrumento.*

En la tabla 23 se observa que 77.6% de los pobladores del jirón José Olaya se encuentran totalmente de acuerdo que participan en sus costumbres, tales como: danzas, fiestas, gastronomía, etc., 17.9% de acuerdo y solo el 4.5% ni desacuerdo ni en acuerdo. Por lo tanto, el mayor puntaje alcanzado es en totalmente de acuerdo en la escala de Likert.

**Tabla 24***Los pobladores del jirón José Olaya manifiestan su hospitalidad a los visitantes.*

Escala	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Totalmente de acuerdo	51	76,1	76,1
De acuerdo	14	20,9	97,0
En desacuerdo	2	3,0	100,0
Total	67	100,0	

*Fuente: Resultado obtenido de la aplicación del instrumento.*

En la tabla 24 se observa que 76.1% de los pobladores del jirón José Olaya se encuentran totalmente de acuerdo que manifiestan su hospitalidad a los visitantes, 20.9% de acuerdo y solo el 3% en desacuerdo. Por lo tanto, el mayor puntaje alcanzado es en totalmente de acuerdo en la escala de Likert.

**Tabla 25***Los pobladores del jirón José Olaya muestran gratitud hacia los visitantes.*

Escala	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Totalmente de acuerdo	42	62,7	62,7
De acuerdo	22	32,8	95,5
Totalmente en desacuerdo	1	1,5	97,0
En desacuerdo	1	1,5	98,5
Ni desacuerdo, ni en acuerdo	1	1,5	100,0
Total	67	100,0	

*Fuente: Resultado obtenido de la aplicación del instrumento.*

En la tabla 25 se observa que 62.7% de los pobladores del jirón José Olaya se encuentran totalmente de acuerdo que muestran gratitud hacia los visitantes, 32.8% de acuerdo, 1.5% totalmente desacuerdo, 1.5% en desacuerdo y 1.5% ni desacuerdo ni en acuerdo. Por lo tanto, el mayor puntaje alcanzado es en totalmente de acuerdo en la escala de Likert.

**Tabla 26**

*Los habitantes del jirón José Olaya brindan buen trato a los visitantes.*

Escala	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Totalmente de acuerdo	50	74,6	74,6
De acuerdo	16	23,9	98,5
En desacuerdo	1	1,5	100,0
Total	67	100,0	

*Fuente: Resultado obtenido de la aplicación del instrumento.*

En la tabla 26 se observa que 74.6% de los pobladores del jirón José Olaya se encuentran totalmente de acuerdo que brindan buen trato a los visitantes, 23.9% de acuerdo y solo el 1.5% en desacuerdo. Por lo tanto, el mayor puntaje alcanzado es en totalmente de acuerdo en la escala de Likert.

**Tabla 27**

*Considera usted que demuestra actitud positiva ante los visitantes.*

Escala	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Totalmente de acuerdo	45	67,2	67,2
De acuerdo	20	29,9	97,0
En desacuerdo	1	1,5	98,5
Ni desacuerdo, ni en acuerdo	1	1,5	100,0
Total	67	100,0	

*Fuente: Resultado obtenido de la aplicación del instrumento.*

En la tabla 27 se observa que 67.2% de los pobladores del jirón José Olaya se encuentran totalmente de acuerdo que demuestran actitud positiva ante los visitantes, 29.9% de acuerdo, 1.5% en desacuerdo y 1.5% ni desacuerdo ni en acuerdo. Por lo tanto, el mayor puntaje alcanzado es en totalmente de acuerdo en la escala de Likert.

**Tabla 28**

*Los pobladores del jirón José Olaya tienen la responsabilidad de conservarlo como patrimonio cultural de la ciudad de Huaraz.*

Escala	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Totalmente de acuerdo	48	71,6	71,6
De acuerdo	11	16,4	88,1
En desacuerdo	7	10,4	98,5
Totalmente en desacuerdo	1	1,5	100,0
Total	67	100,0	

*Fuente: Resultado obtenido de la aplicación del instrumento.*

En la tabla 28 se observa que 71.6% de los pobladores se encuentran totalmente de acuerdo que tienen la responsabilidad de conservarlo como patrimonio cultural de la ciudad de Huaraz del Jirón José Olaya, 16.4% de acuerdo, 10.4% en desacuerdo y solo el 1.5% totalmente en desacuerdo. Por lo tanto, el mayor puntaje alcanzado es en totalmente de acuerdo en la escala de Likert.

**Tabla 29**

*Considera usted que debe ser responsable de promover la conservación del Jirón José Olaya como patrimonio cultural en los visitantes.*

Escala	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Totalmente de acuerdo	41	61,2	61,2
De acuerdo	23	34,3	95,5
Totalmente en desacuerdo	1	1,5	97,0
En desacuerdo	1	1,5	98,5
Ni desacuerdo, ni en acuerdo	1	1,5	100,0
Total	67	100,0	

*Fuente: Resultado obtenido de la aplicación del instrumento.*

En la tabla 29 se observa que 61.2% de los pobladores se encuentran totalmente de acuerdo que deben ser responsable de promover la conservación del Jirón José Olaya como patrimonio cultural en los visitantes, 34.3% de acuerdo, 1.5% totalmente desacuerdo, 1.5% en desacuerdo y 1.5% ni desacuerdo ni en acuerdo. Por lo tanto, el mayor puntaje alcanzado es en totalmente de acuerdo en la escala de Likert.

### 5.3. Análisis inferencial

#### 5.3.1. Hipótesis general

##### a. Planteamiento de hipótesis

$H_1$  = Existe una relación significativa entre la identidad cultural y la conciencia turística en la población del jirón José Olaya de la Provincia de Huaraz 2021.

$H_0$  = No existe una relación significativa entre la identidad cultural y la conciencia turística en la población del jirón José Olaya de la Provincia de Huaraz 2021

##### b. Nivel de significancia

Alfa= 5% de significancia

##### c. Cálculo del P- valor

Pruebas de chi-cuadrado			
	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	33,694 <sup>a</sup>	4	,000
Razón de verosimilitudes	9,320	4	,054
Asociación lineal por lineal	1,942	1	,163
N de casos válidos	67		

a. 5 casillas (55,6%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es ,03.

P = 0.000

##### d. Toma de decisión estadística

Como el valor de significancia es menor que 0.05 ( $0.000 < 0.05$ ), rechazamos la hipótesis nula y aceptamos la hipótesis alterna. Luego, podemos concluir que existe relación significativa entre la identidad cultural y la conciencia turística en la población del jirón José Olaya de la Provincia de Huaraz 2021.

#### 5.3.2. Hipótesis específicas

##### Hipótesis específica N°01

##### a. Planteamiento de hipótesis

$H_1$  = Existe una relación significativa entre el entorno geográfico de la identidad cultural y la conciencia turística en la población del jirón José Olaya de la Provincia de Huaraz 2021.

$H_0$  = No existe una relación significativa entre el entorno geográfico de la identidad cultural y la conciencia turística en la población del jirón José Olaya de la Provincia de Huaraz 2021.

**b. Nivel de significancia**

Alfa= 5% de significancia

**c. Cálculo del P- valor**

Pruebas de chi-cuadrado			
	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	35,205 <sup>a</sup>	6	,000
Razón de verosimilitudes	10,854	6	,093
Asociación lineal por lineal	,639	1	,424
N de casos válidos	67		

a. 7 casillas (58,3%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es ,03.

P = 0.000

**d. Toma de decisión estadística**

Como el valor de significancia es menor que 0.05 ( $0.000 < 0.05$ ), rechazamos la hipótesis nula y aceptamos la hipótesis alterna. Luego, podemos concluir que existe relación significativa entre el entorno geográfico de la identidad cultural y la conciencia turística en la población del jirón José Olaya de la Provincia de Huaraz 2021.

**Hipótesis específica N°02**

**a. Planteamiento de hipótesis**

$H_1$  = Existe una relación significativa entre el elemento histórico de la identidad cultural y la conciencia turística en la población del jirón José Olaya de la Provincia de Huaraz 2021

$H_0$  = No existe una relación significativa entre el elemento histórico de la identidad cultural y la conciencia turística en la población del jirón José Olaya de la Provincia de Huaraz 2021

**b. Nivel de significancia**

Alfa= 5% de significancia

### c. Cálculo del P- valor

#### Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	33,714 <sup>a</sup>	4	,000
Razón de verosimilitudes	9,158	4	,057
Asociación lineal por lineal	1,349	1	,245
N de casos válidos	67		

a. 5 casillas (55,6%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es ,03.

P = 0.000

### d. Toma de decisión estadística

Como el valor de significancia es menor que 0.05 ( $0.000 < 0.05$ ), rechazamos la hipótesis nula y aceptamos la hipótesis alterna. Luego, podemos concluir que existe relación significativa entre el elemento histórico de la identidad cultural y la conciencia turística en la población del jirón José Olaya de la Provincia de Huaraz 2021.

### Hipótesis específica N°03

#### a. Planteamiento de hipótesis

$H_1$  = Existe una relación significativa entre el elemento tangible de la identidad cultural y la conciencia turística en la población del jirón José Olaya de la Provincia de Huaraz 2021.

$H_0$  = No existe una relación significativa entre el elemento tangible de la identidad cultural y la conciencia turística en la población del jirón José Olaya de la Provincia de Huaraz 2021.

#### b. Nivel de significancia

Alfa= 5% de significancia

### c. Cálculo del P- valor

Pruebas de chi-cuadrado			
	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	34,426 <sup>a</sup>	6	,000
Razón de verosimilitudes	9,877	6	,130
Asociación lineal por lineal	3,108	1	,078
N de casos válidos	67		

a. 8 casillas (66,7%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es ,03.

P = 0.000

### d. Toma de decisión estadística

Como el valor de significancia es menor que 0.05 ( $0.000 < 0.05$ ), rechazamos la hipótesis nula y aceptamos la hipótesis alterna. Luego, podemos concluir que existe relación significativa entre el elemento tangible de la identidad cultural y la conciencia turística en la población del jirón José Olaya de la Provincia de Huaraz 2021.

## 6. DISCUSIÓN

Dada la importancia que significa mejorar la conciencia turística, el estudio se orientó a identificar la relación que existe entre la identidad cultural y la conciencia turística en los pobladores del jirón José Olaya de la Provincia de Huaraz, 2021, para lograr el objetivo, se presentan a continuación estas reflexiones que contrastan la realidad obtenida con estudios anteriores:

Se pudo apreciar según la tabla 1. Se observa que el 53,7% de los pobladores del jirón José Olaya son de género masculino y 46,3% femenino y que el entorno geográfico contribuye en la conciencia turística, de forma significativa situación que coincide con el estudio de Gutiérrez (2015) quienes refieren que existen aspectos de la cultura del aprendizaje; estas evidencias se vinculan al aspecto del entorno geográfico donde se genera la actividad de la interacción con propósitos también económicos, mientras que Fatule (2014) refiere que es la base fundamental para el desarrollo sostenible gracias a las evidencias a favor del cuidado ambiental. En ese mismo orden, Fatule (2014) sostienen que se construyen oportunidades económicas, con la aparición de nuevas empresas turísticas, lo que significa que el turismo crece; situación que conlleva a la mejora de la calidad del servicio y el compromiso a favor de los turistas; tal como se muestra en la tabla 5 donde se observa que el 55.2% de los pobladores del jirón José Olaya se encuentran totalmente de acuerdo que el emprendimiento ofrece al cliente productos típicos de su entorno cultural, 34.3% de acuerdo, 6% ni desacuerdo ni acuerdo. Esta conclusión se relaciona con el análisis de Galán (2010) al afirmar que concierne al territorio y su geografía, factores que influyen en las actividades económicas, la vestimenta y construcciones de cada comunidad; tampoco se relaciona con lo dicho por Olofsson y Öhman (2006) cuando afirman que las personas son conscientes de los problemas medioambientales gracias al apoyo de esfuerzos dirigidos a mejorar el entorno geográfico y contribuir en la sociedad. Es así que en la

tabla 6 sus negocios o emprendimientos posee rasgos del entorno cultural del Jirón José Olaya con un 56.7% se encuentran totalmente de acuerdo.

Por su parte, en el análisis del elemento histórico, éste se relaciona con el fortalecimiento de la conciencia turística, aspecto que concuerda con Balbuena (2004) autor que define que el aspecto histórico es el elemento en que la sociedad converge gracias a la conexión con la conciencia turística de la población de destino, como se muestra en la tabla 7 donde se observa que el 67.2% de los pobladores del Jirón José Olaya se encuentran totalmente de acuerdo que el legado histórico es importante para la identidad cultural y 32.8% de acuerdo; pero además en el visitante y quienes son calificados como servidores del turismo; este autor defiende la premisa que la historia nace justamente de una formación educativa; esta conclusión guarda relación con Guerrero (2015) quien refiere que la identidad cultural que emerge del enfoque nacionalista, llamada también tradicional, junto al enfoque modernizadora - urbana que crean condiciones para el desarrollo turístico cuando existe un interés genuino de la población por tomar en cuenta el pasado cultural que en las naciones se representa por su patrimonio histórico y pasado indigenista; éstos, a su vez, tienen un rol político, económico y social; como se muestra en la tabla 8 donde los pobladores del Jirón José Olaya se encuentran de acuerdo con un 74.6% que el legado histórico fortalece la identidad cultural, como también en la tabla 9 se observa que el 53.7% se encuentran totalmente de acuerdo que difunden el legado histórico del jirón José Olaya en los visitantes y un 1.5% totalmente en desacuerdo. En ese mismo orden, la conclusión de esta hipótesis guarda relación con Varisco (2013) quien sí sostiene que hay una importancia implícita de la historia porque se construye a partir de la academia universitaria generadora de una concientización turística y ambiental, factores que se orientan a consolidar el camino para la creación de la conciencia turística; tal como se observa en la tabla 10 que el 55.2% de los pobladores se encuentran totalmente de acuerdo que el jirón José Olaya es parte del legado histórico de la ciudad de Huaraz. Como también en la tabla 12 se observa que el 58.2% de los pobladores se encuentran totalmente de acuerdo que las fiestas

patronales que se realiza en el jirón José Olaya tienen importancia histórica; ya que se complementa con la tabla 13 en donde el 52.2% de los pobladores se encuentran de acuerdo que la participación en las fiestas patronales es parte de su historia e identidad cultural. El estudio guarda relación con Galán (2010) al afirmar que los acontecimientos de la historia dan origen al pueblo y sus patrones culturales, útiles para la prolongación de la historia; afirmación que, según Molano (2007), tiene una importancia fundamental en la conciencia turística gracias al interés colectivo se puede lograr actividades empresariales. En la tabla 14 el 61.2% de los pobladores se encuentran totalmente de acuerdo que el diseño arquitectónico del jirón José Olaya es un componente histórico que fortalece la identidad cultural; como también se refuerza en la tabla 15 donde el 55.2% de los pobladores se encuentran totalmente de acuerdo que el diseño arquitectónico es el elemento icono de la identidad cultural.

La investigación concluyó que el factor denominado *elemento tangible* incide significativamente en la conciencia turística, conclusión que coincide con el trabajo perteneciente a Ticona (2016) autor que define que la identidad personal se identifica con su entorno tangible, es decir, el lugar en donde se desarrolla la vida; como se observa en la tabla 16 que el 43.3% de los pobladores se encuentran totalmente de acuerdo que los platos típicos que se ofrece es parte de sus tradiciones y costumbres; y que en la tabla 17 manifiestan que el 61.2% se encuentran totalmente de acuerdo que los potajes típicos son elaborados con técnicas tradicionales que reflejan la identidad cultural del jirón José Olaya; sin embargo, no esta conclusión coincide con Llanovarcid (2016) quien registra que no existe una relación con miembros del grupo; la valoración de los elementos tangibles que se connotan en la funcionalidad del grupo; como se observa en la tabla 19 que el 40.3% de los pobladores se encuentran de acuerdo que conocen la importancia del valor cultural de sus creencias, costumbres y tradiciones del jirón José Olaya. La conclusión concuerda con Galán (2010) al afirmar que existen elementos culturales creados de las necesidades humanas a través de la historia y expresadas en la gastronomía; afirmación que se sostiene en Molano (2007) que define la

existencia de un estímulo en base a elementos tangibles para que una población inicie actividades económicas con lo que pueden mejorar la calidad de vida; ya que en la tabla 21 se observa que el 76.1% de los pobladores se encuentran totalmente de acuerdo que el jirón José Olaya debe impulsarse como un destino de visita principal del circuito turístico de City Tours.

El estudio tuvo limitaciones de acceso a una bibliografía más evidente y clara referente a las dimensiones que pudieron haberse hallado en los antecedentes a nivel nacional sumamente escasos debido a la poca cantidad de estudios previos que tomen en cuenta los factores de estudio; como se puede observar en la tabla 24 que el 56.1% se encuentran totalmente de acuerdo que manifiestan su hospitalidad a los visitantes.

Por lo anterior, se sugiere que haya estudios tomando en cuenta parámetros sociológicos, antropológicos y de comportamiento del consumidor para una apropiada investigación que logre mejores conclusiones.

## 7. CONCLUSIONES

- Existe una relación significativa entre la identidad cultural y la conciencia turística en la población del jirón José Olaya de la Provincia de Huaraz 2021; puesto que, el nivel de significancia obtenido en los resultados mediante el SPSS, es menor al 0.05% la cual nos conlleva afirmar la hipótesis de investigación.
- Existe una relación significativa entre el entorno geográfico de la identidad cultural y la conciencia turística en la población del jirón José Olaya de la Provincia de Huaraz 2021. Como se ha registrado en las ecuaciones estadísticas, existe un nivel de significancia, para evidenciar esta conclusión.
- El estudio evidencia la existencia de una relación significativa entre el elemento histórico de la identidad cultural y la conciencia turística en la población del jirón José Olaya de la Provincia de Huaraz 2021. Como se ha registrado en las ecuaciones estadísticas, existe un nivel de significancia, para evidenciar esta conclusión.
- Gracias a la estadística se comprueba que existe una relación significativa entre el elemento tangible de la identidad cultural y la conciencia turística en la población del jirón José Olaya de la Provincia de Huaraz 2021. Como se ha registrado en las ecuaciones estadísticas, existe un nivel de significancia, para evidenciar esta conclusión.

## 8. RECOMENDACIONES

- A la Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo de Áncash (DIRCETUR), debe promover acciones sobre la conciencia turística en coordinación con las instituciones educativas y culturales; puesto que se encuentra establecida en el inciso “j” del artículo 63. Funciones en materia de turismo de la Ley N°27867. Ley Orgánica de Gobierno Regionales; así mismo, promover la identidad cultural en los pobladores de la región.
- A la municipalidad provincial de Huaraz, promover programas de sensibilización en cuanto a la identidad cultural y conciencia turística, mediante programas de fortalecimiento, a fin de conservar y recuperar el patrimonio cultural del lugar.
- A los pobladores del jirón de José Olaya de la ciudad de Huaraz, promover la conservación de diseños arquitectónicos, fiestas patronales y gastronomía típica.
- A los dirigentes del jirón de José Olaya de la ciudad de Huaraz, crear una marca turística, a fin de afianzar la identidad cultural y conciencia turística en todos los pobladores.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Álvarez, C. (2018) "Identidad cultural y conciencia turística en los pobladores de la ciudad e Canta, 2018"
- Ayala, L. & Portilla, R. (2010), en la tesis: "Conciencia Turística y Conservación del área Natural Protegida – Sector Llanganuco del Parque Nacional Huascarán, 2010
- Bembibre, C. (2010) Definición de costumbres. Recuperado el 18 de mayo de 2018 de <https://www.definicionabc.com/social/costumbres.php>
- Bermejo, J. (2011) Hospitalidad. Recuperado el 18 de mayo de 2018 de <http://www.josecarlosbermejo.es/articulos/hospitalidad/>
- Balbuena, P. M. (2002). La Conciencia turística, una formación educativa por alternancia. México.
- Bermeo, M. (2015) Plan de concientización turística dirigido a los prestadores de servicios turísticos de la ciudad de Catamayo, provincia de Loja. Tesis de Título de ingeniería en turismo y medio ambiente de la Universidad Internacional del Ecuador-Loja.
- Boullón, R. C. (2006). Planificación del Espacio Turístico. (4a ed.). México: Trillas.
- CAAAPA (2002). Identidad Cultural y Cambio. p.8.
- Castillo, N. (1990) Turismo, fundamento y desarrollo. Lima, Perú: Art. Lautrec
- Castillo, N. (2017) El patrimonio e identidad de Santo Domingo y la gestión del producto turístico cultural de Lima. Tesis de doctor en turismo de la Universidad San Martín de Porres.
- Campos, R. M. (2002). El Turismo en Castilla - La Mancha. Análisis y prospectiva. España: Universidad de Castilla.
- Camilleri, C. (1989). La gestation de l'identité en situation d'heterogeneité culturelle. En J. Retschitzky et al. (Dir.): La recherche interculturelle. París, L'Harmattan, pp.13-26.
- Cantalops, A. S. (2002). Marketing Turístico. Piramide.
- Carta del Turismo Sostenible. (Abril de 1995). Lanzarote, España.
- Castells, M. (1998). La era de la información. Economía, sociedad y cultura. Vol. 2: El poder de la identidad". Madrid, Alianza.
- Castaño, L. (2007). Revista Rumbos. El Turismo y su impacto en la sociedad" p. 3.
- Congreso de la República (2007) Ley General del Patrimonio Cultural de la Nación (Ley N° 28296). Perú: Diario El Peruano.
- Congreso de la Republica. (s.f.). Ley N° 29408. Ley General de Turismo. Lima, Perú.

- Cooper, C. J. (1998). *Tourism: principles and practice*. Great British: Pitman Publishing.
- Colon, C. (1993). *El turismo y Educacion* . España.
- Chuliá , E. (1995). *La conciencia medioambiental de los españoles en los noventa*.  
Analistas socio-políticos, 12(a), 1995.
- Cruz Ledesma, S. S (2006). *Turismo alternativa de desarrollo de los pueblos y regiones del Perú*”. En la Universidad Nacional Mayor de San Marcos Facultad de Ciencias Administrativas E. A. P. De administración en turismo
- De la Torre Padilla, O (1996). De su libro *Introducción al estudio del turismo*, Edit. Continental, pag.33
- Díaz, M. (2016) *Conciencia Turística e Identidad Local de los pobladores del Distrito de Ancón*. Tesis de licenciatura en administración en turismo y hotelería de la Universidad César Vallejo.
- El Código Ético Mundial para el Turismo (1999) Aprobado por unanimidad en la reunión de asamblea general de la OMT 1999. En su artículo 2, inciso 1.
- Flores y Ishuiza, F. R. (2007). *Conciencia Turística y su contribución al desarrollo del turismo en la Provincia de San Martin*. San Martin, Perú: Universidad Nacional de San Martin
- Fatule (2014), en la investigación: “Paisaje cultural, identidades locales y turismo en el Valle Sagrado de los Incas: El caso de la Ciudad de Pisac Fernández, H. (2014) *En busca de la identidad cultural como atractivo turístico*. Tesis de licenciatura en turismo de la Universidad Abierta Interamericana.
- Gonzáles Lara, J.Y (2011). *Revista cultural electrónica Año7. N°6/7. Noviembre 2011*. Lima-Perú. [www.interculturalidad.org](http://www.interculturalidad.org). Identidad, interculturalidad y globalización Ser peruano en un mundo globalizado La peruanidad en la diáspora.
- Gurria Di-Bella, M. (1997). *Introducción al Turismo*. México: Trillas.
- Guerra, Y. (2017) *Conciencia turística de los comerciantes del mercado central de San Pedro, Cusco – 2017*. Tesis de licenciatura en turismo de la Universidad Andina del Cusco.
- Guerrero Rodríguez R. (2015), en el artículo: “La construcción de una identidad cultural y el desarrollo del turismo en México”
- Gutierrez Ramirez A. (2015) En su tesis: “La identidad cultural como contenido transversal en el diseño de los proyectos de aprendizaje de instituciones educativas de la UGEL 06 de lima”
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2014). *Metodología de la Investigación* (Vol. Sexta Edición). México: Mc Graw Hill.
- Helfand, J. (2005). *Fundamentos del Diseño Gráfico*.

- Hernández Sampieri, R. Y otros.(1991). Metodología de la investigación, México: Mc Graw Hill. cap. 9.
- Isajiw, W. (1990). Ethnic-identity retention. En R. Breton, W. Isajiw, W. Kalbach y G. Jeffrey (Eds.): Ethnic-identity and equality. Toronto, University of Toronto, pp.34-91.
- Kymlicka, W. (1996): "Ciudadanía multicultural". Barcelona, Paidós.
- Kuper, (2001). Hacia 1766 civilización aparecía como "un vocablo de tecnicismo legal que hacía referencia a la conversión de un proceso criminal en una causa civil".p.43.
- INEI (2017) Compendio Estadístico Lima Provincias 2016. Lima, Perú: Talleres gráficos de la oficina técnica de administración del INEI.
- Marsano, J. (2003) Economía del Turismo. Lima, Perú: Universidad de San Martín de Porres
- MEF y MINCETUR (2011) Guía Metodológica para la Identificación, Formulación y Evaluación Social de Proyectos de Inversión Pública del Sector Turismo, a Nivel Perfil. Lima, Perú: Editorial Arkabas.
- Merino Mata, D. (2004). El respeto de la identidad como fundamento de la educación intercultural. Rev. Teoría de la Educación, Vol.16, Ediciones Universidad, Salamanca, pp.49-64.
- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. (2005). La Importancia del Turismo Para el Perú. Recuperado de [http://www.mincetur.gob.pe/turismo/OTROS/Importancia\\_del\\_turismo.pdf](http://www.mincetur.gob.pe/turismo/OTROS/Importancia_del_turismo.pdf)
- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. (2008). Plan Estratégico Nacional de Turismo 2008-2018. Recuperado de [http://www.mincetur.gob.pe/newweb/portals/0/PENTUR\\_FINAL\\_octubre.pdf](http://www.mincetur.gob.pe/newweb/portals/0/PENTUR_FINAL_octubre.pdf)
- Mieres, A. (2002). "Definición de la conciencia turística". México.
- Molano, O.L. (2006), en su investigación titulada: Identidad cultural, uno de los detonantes del desarrollo territorial. Perú. RIMISP.p. 20
- Noguera, C. (2005). El turismo como industria. México. Campos, R. M. (2002). El Turismo en Castilla - La Mancha. Análisis y prospectiva. España: Universidad de Castilla.
- Núñez, H. (2017), en la Tesis: "Conciencia Turística y desarrollo sostenible en la playa centinela del distrito de Huaura, periodo 2017"

- OMT (2008) Entender el turismo: Glosario Básico. Recuperado el 18 de mayo de 2018 de <http://media.unwto.org/es/content/entender-el-turismo-glosario-basico>.
- Organización Mundial del Turismo (1998). Comisión de Estadísticas de las Naciones Unidas.
- Organización Mundial de Turismo (2006). Barómetro Junio
- Olofsson, A. y Öhman, S. (2006) "General beliefs and environmental concern. Transatlantic comparisons", Environment and behavior. págs. 768-790.
- Organización de las Naciones Unidas (1948). Declaración Universal de los Derechos Humanos, Asamblea General de Estados. 10 de diciembre.
- Organización Mundial del Turismo (1980). Declaración de Manila sobre Turismo Mundial. Conferencia Mundial del turismo Setiembre.
- OMT-Comunicación de prensa n° 18003 (2018) Resultados del turismo internacional en 2017: los más altos en siete años. Recuperado el 09 de mayo de 2018 en <http://media.unwto.org/es/press-release/2018-01-15/resultados-del-turismo-internacional-en-2017-los-mas-altos-en-siete-años>.
- Llanovarced Torres, J. (2016). En su tesis: "Identidad cultural y conciencia turística en los ciudadanos de la localidad de Huancavelica, 2016",
- Pérez, R. A. (13 de 11 de 2009). Conocimientos, Cultura y conciencia en los directivos turísticos cubanos de la península de zapata. Cuba.
- Quiroga F, (2001) la dimensión afectiva de la vida
- Raffino M. (2020) identidad, última edición 26 de mayo  
<https://concepto.de/identidad>
- Ranniko, P., (1996). Local environmental conflicts and the change in environmental consciousness. Acta sociologica, 39(1). págs. 57- 72.
- Rodríguez (2013), Análisis de la dimensión cognitiva en el proceso informacional de toma de decisiones organizacionales pag. 2
- Rodríguez y Malaver (2009) Evolución del turismo. Recuperado el 09 de mayo de 2018 de <https://ehdt.wordpress.com/2009/06/07/evolucion-del-turismo/>
- Ruiz, J.(2006). Mentalidades medioambientales: los discursos sobre el medio ambiente de los andaluces residentes en zonas urbanas", Papers, 81. págs. 63-88.
- Salgado, C. (1999) ¿Quiénes somos los peruanos? Una perspectiva Psicológica de la Identidad Nacional. Perú: Universidad San Martín de Porres.

Significado (2018) recuperado el 16 de febrero de 2021 de

<https://www.significados.com/conciencia/>

Sosa de la Cruz (2004) Identidad cultural y Conciencia turística pilares de desarrollo.  
Perú: San Marcos.

Ticona Ticona, E. (2016) En su tesis: “Identidad cultural y personal en los estudiantes bilingües aimaras del área rural de la institución educativa secundaria San Antonio de Checa del distrito de Ilave -2015”.

Torrejón, A (2008). Boletín 100 años de turismo en Argentina. Por una mayor conciencia turística. En el camino al bicentenario.

Troyano, J.F. (2001). A propósito de la inmigración. Málaga, Ediciones Aljibe.

Varisco C. (2013). En su tesis: “Concientización Turística y ambiental, de la teoría a la acción territorial, Mar del Plata – Argentina.

#### **Fuentes electrónicas**

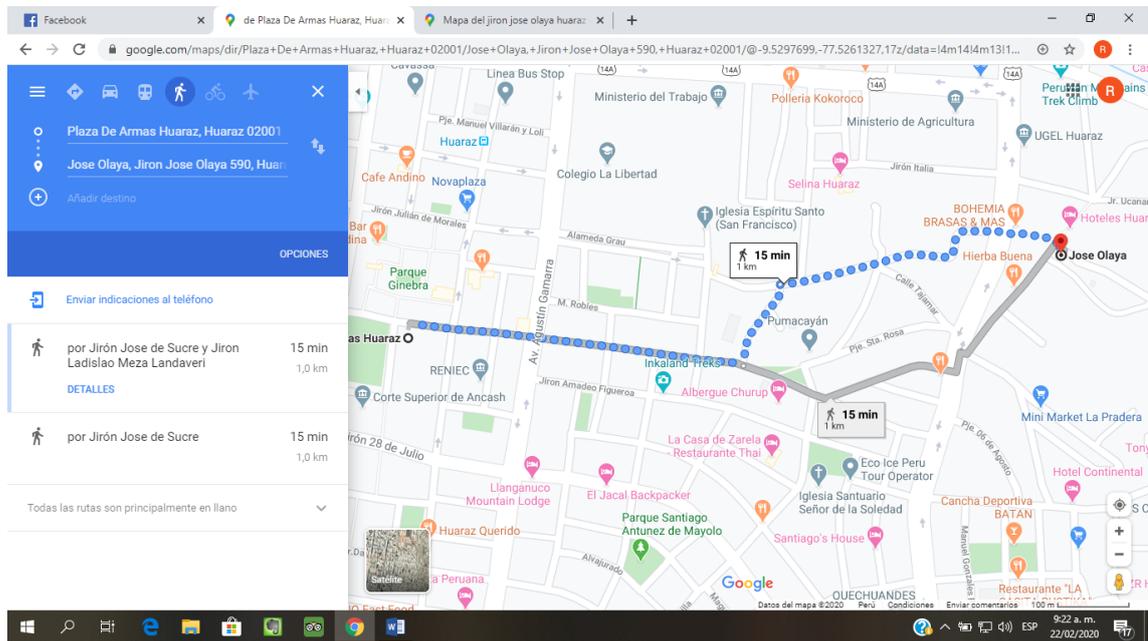
Cooperación Suiza – SECO en convenio con Mincetur . (2014). Conceptos Basicos para la Gestión de Destinos Turísticos. Editorial Arkabas. Obtenido de [http://www.swisscontact.org/fileadmin/user\\_upload/COUNTRIES/Peru/Documents/Publications/Conceptos\\_basicos\\_para\\_la\\_gestion\\_de\\_destinos\\_turisticos.pdf](http://www.swisscontact.org/fileadmin/user_upload/COUNTRIES/Peru/Documents/Publications/Conceptos_basicos_para_la_gestion_de_destinos_turisticos.pdf)

Zaballa, J. I. (s.f.). Zona Económica. Obtenido de <http://www.zonaeconomica.com>

## ANEXOS



## Anexo N° 1: Ubicación del jirón José Olaya



## Anexo N°02. Cuestionario para los Pobladores del Jirón José Olaya

El Bachiller de la Escuela Profesional de Turismo de la Facultad de Administración y Turismo de la UNASAM viene ejecutando el proceso de investigación de la tesis: "Identidad Cultural y Conciencia Turística de los pobladores del jirón José Olaya, Provincia de Huaraz, 2021.". Que persigue como objetivo principal: Identificar la relación que existe entre la identidad cultural y la conciencia turística en los pobladores del jirón José Olaya.

**INSTRUCCIONES:** Lea atentamente las preguntas y responda con mucha honestidad y responsabilidad, tal y conforme como se presentan los hechos reales; ya que de ello dependerá el éxito y el logro de los objetivos trazados de la presente investigación.

### I. Datos de identificación

1. **Género:**

Femenino Masculino

2. **Grado de Instrucción:**

Sin Estudios Primaria Secundaria Técnica Universitario

3. Edad: .....

### II. Datos de Estudio: Identidad Cultural

Nº	Pregunta					
01	¿Considera que los ambientes de su negocio o emprendimiento ha sido implementado de acuerdo a su entorno cultural?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
		Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni desacuerdo, ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
02	¿Su negocio o emprendimiento ofrece al cliente productos típicos de su entorno cultural?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
		Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni desacuerdo, ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
03	¿Considera que su negocio o emprendimiento posee rasgos del entorno cultural del Jirón José Olaya?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
		Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni desacuerdo, ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
04	¿Considera que el legado histórico es importante para fortalecer la Identidad Cultural?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
		Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni desacuerdo, ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
05	¿Considera que el legado histórico fortalece la identidad en los pobladores del jirón José Olaya?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
		Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni desacuerdo, ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo

06	¿Difundes el legado histórico del jirón José Olaya en los visitantes?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
		Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni desacuerdo, ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
07	¿Considera que el Jr. José Olaya es parte del legado Histórico de la Ciudad de Huaraz?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
		Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni desacuerdo, ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
08	¿El Jirón José Olaya es un legado histórico para su identidad cultural?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
		Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni desacuerdo, ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
09	¿Considera que las fiestas patronales que se realiza en el jirón José Olaya tienen importancia histórica?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
		Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni desacuerdo, ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
10	¿Considera que participar en las fiestas patronales del jirón José Olaya es parte de su historia e identidad cultural?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
		Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni desacuerdo, ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
11	¿El diseño arquitectónico del jirón José Olaya es un componente histórico que fortalece la identidad cultural?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
		Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni desacuerdo, ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
12	¿Considera que el diseño arquitectónico del Jirón José Olaya es el elemento icono de la identidad cultural?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
		Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni desacuerdo, ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
13	¿Considera que los potajes típicos que se ofrece en el jirón José Olaya es parte de sus tradiciones y costumbres?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
		Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni desacuerdo, ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
14	¿Considera que los potajes típicos son elaborados con técnicas tradicionales que reflejan la identidad cultural del jirón José Olaya?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
		Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni desacuerdo, ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
15	¿Considera que la mazamorra de calabaza es característico en sus potajes típicos del jirón José Olaya?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
		Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni desacuerdo, ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo

Datos de Estudio: Conciencia Turística

N.º	Pregunta					
01	¿Considera que los pobladores del jirón José Olaya conocen la importancia del valor cultural de sus creencias, costumbres y tradiciones?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
		Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni desacuerdo, ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
02	¿Considera que el jirón José Olaya es un atractivo turístico para los visitantes?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
		Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni desacuerdo, ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
03	¿Considera que el jirón José Olaya debe impulsarse como un destino de visita principal del circuito turístico del City Tours?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
		Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni desacuerdo, ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
04	¿Considera que los pobladores del jirón José Olaya se identifican con sus costumbres festivas?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
		Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni desacuerdo, ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
05	¿Considera que los pobladores del jirón José Olaya participan en sus costumbres (danzas, fiestas, gastronomía, etc.)?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
		Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni desacuerdo, ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
06	¿Considera que los pobladores del jirón José Olaya manifiestan su hospitalidad a los visitantes?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
		Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni desacuerdo, ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
07	¿Considera que los pobladores del jirón José Olaya muestran gratitud hacia los visitantes?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
		Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni desacuerdo, ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
08	¿Considera que los habitantes del jirón José Olaya brindan buen trato a los visitantes?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
		Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni desacuerdo, ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
09	¿Considera usted que demuestra actitud positiva ante los visitantes?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
		Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni desacuerdo, ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
10	¿Considera que los pobladores del jirón José Olaya tienen la responsabilidad de conservarlo como patrimonio cultural de la ciudad de Huaraz?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
		Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni desacuerdo, ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo

11	¿Considera usted que debe ser responsable de promover la conservación del Jirón José Olaya como patrimonio cultural en los visitantes?	<input type="radio"/> Totalmente en desacuerdo	<input type="radio"/> En desacuerdo	<input type="radio"/> Ni desacuerdo, ni en desacuerdo	<input type="radio"/> De acuerdo	<input type="radio"/> Totalmente de acuerdo
----	--	---	--	--	-------------------------------------	--

**Gracias por su colaboración**

Anexo N°03. Data

N°	DATOS GENERALES			IDENTIDAD CULTURAL															CONCIENCIA TURÍSTICA											
	Género	Grado de instrucción	Edad	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18	P19	P20	P21	P22	P23	P24	P25	P26	
1	2	4	68	4	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	4	5	5	4	5	5	4	5	3	2	1	2	3	1	1	
2	2	5	28	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	5	4	1	4	5	2	4	4	5	5	5	5	5	4	5	4	
3	2	3	60	4	4	5	4	4	3	4	4	5	4	4	4	2	5	4	2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	
4	2	5	23	4	5	4	5	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	
5	2	3	75	4	5	4	5	4	5	5	4	5	4	5	4	3	4	4	3	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	
6	2	3	53	4	4	5	5	4	4	5	4	5	4	4	4	4	5	5	3	5	4	5	5	5	5	5	4	5	4	
7	2	3	65	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	3	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	
8	2	5	67	4	5	4	5	4	4	4	5	5	4	4	5	4	4	4	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	
9	1	2	73	4	5	5	5	5	5	4	4	5	4	5	4	5	5	5	3	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
10	2	5	68	4	5	4	4	4	4	5	5	5	4	5	5	4	5	4	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
11	2	4	59	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	
12	2	5	70	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	4	5	5	4	4	4	2	5	
13	2	2	85	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	1	5	5	3	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	
14	1	2	68	4	3	3	5	4	4	5	5	5	4	5	5	1	5	5	3	5	5	5	5	5	4	5	4	5	4	
15	2	3	65	5	4	5	5	4	5	5	4	4	4	5	5	4	5	5	3	4	5	4	5	4	5	5	5	5	4	
16	1	2	78	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	2	5
17	2	3	60	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	2	5	5	3	5	5	4	5	5	4	4	4	2	5	
18	2	2	77	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	
19	2	2	78	4	5	5	4	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	3	5	5	4	5	5	4	4	4	2	5	
20	1	2	38	4	5	4	5	4	5	5	4	5	4	4	5	3	4	4	3	5	5	4	5	5	5	5	5	5	3	
21	1	3	58	3	3	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	2	5	5	3	5	5	4	5	5	4	4	4	2	5	
22	2	3	69	4	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	1	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
23	1	2	69	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	



24	1	2	77	5	4	5	5	4	4	4	4	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	
25	1	2	59	4	4	4	5	4	5	4	5	5	5	5	5	1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
26	2	3	59	4	4	5	4	4	4	4	5	4	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	
27	2	2	82	4	5	4	5	4	5	5	5	4	4	4	4	1	4	4	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	
28	2	3	69	3	5	5	5	4	4	5	5	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	
29	1	4	60	4	4	4	5	4	5	4	4	5	4	4	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	3	5	5	5	4	
30	1	3	45	4	5	5	5	4	5	4	4	4	5	5	4	3	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	
31	1	2	68	1	5	5	5	4	5	5	4	4	4	5	5	2	5	5	4	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	
32	2	4	73	4	4	5	5	4	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	4	5	4	5	
33	1	2	75	5	5	5	4	4	5	4	4	4	5	5	5	2	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	
34	2	3	59	4	3	3	5	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	
35	2	3	69	4	5	4	5	5	5	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	
36	1	2	75	3	5	4	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	
37	2	4	66	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	4	5	4	5	5	5	5	
38	2	3	56	4	5	5	5	4	5	5	4	5	4	5	5	5	4	5	4	4	4	5	5	5	5	4	5	5	4	
39	1	2	68	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	
40	2	2	81	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	3	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
41	2	2	76	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	
42	1	2	81	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5
43	2	2	83	4	3	2	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	4	4	4	4	2	5
44	1	4	49	5	4	4	5	5	4	4	4	5	2	5	5	3	5	5	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4
45	2	5	49	5	5	5	5	4	5	4	4	4	4	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	
46	1	1	70	4	4	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5
47	1	2	68	5	4	5	4	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4
48	1	2	60	4	4	5	5	4	5	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5
49	2	4	65	4	5	5	5	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
50	1	2	71	3	4	2	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5



51	2	2	81	5	5	4	5	4	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	
52	1	2	78	5	4	5	4	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
53	2	2	81	4	5	5	5	3	4	5	4	4	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
54	1	2	73	5	5	5	4	4	4	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
55	1	2	70	4	5	4	5	5	4	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	
56	1	2	70	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4
57	1	2	59	4	5	5	5	5	4	5	4	4	4	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5
58	2	3	77	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	
59	1	4	39	4	1	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
60	1	3	31	4	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
61	1	3	53	5	4	4	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	
62	1	2	75	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5
63	1	2	43	3	5	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	5	1	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	4	5
64	2	4	47	5	2	1	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5
65	1	3	51	4	4	5	4	5	1	2	4	4	5	4	4	4	4	4	3	4	4	5	4	5	4	5	4	4	4
66	2	2	72	3	5	5	4	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	5
67	2	5	38	1	2	1	4	5	2	2	1	2	2	4	2	2	2	2	2	5	2	2	3	2	2	4	2	2	2



## Anexo N°04. Análisis de fiabilidad

### Estadísticos de los elementos

	Media	Desviación típica	N
¿Considera que los ambientes de su negocio o emprendimiento ha sido implementado de acuerdo a su entorno cultural?	4,15	,821	67
¿Su negocio o emprendimiento ofrece al cliente productos típicos de su entorno cultural?	4,39	,852	67
¿Considera que su negocio o emprendimiento posee rasgos del entorno cultural del Jirón José Olaya?	4,39	,920	67
¿Considera que el legado histórico es importante para fortalecer la Identidad Cultural?	4,67	,473	67
¿Considera que el legado histórico fortalece la identidad en los pobladores del jirón José Olaya?	4,22	,455	67
¿Difundes el legado histórico del jirón José Olaya en los visitantes?	4,45	,744	67
¿Considera que el Jr. José Olaya es parte del legado Histórico de la Ciudad de Huaraz?	4,49	,660	67
¿El Jirón José Olaya es un legado histórico para su identidad cultural?	4,49	,660	67
¿Considera que las fiestas patronales que se realiza en el jirón José Olaya tienen importancia histórica?	4,55	,585	67
¿Considera que participar en las fiestas patronales del jirón José Olaya es parte de su historia e identidad cultural?	4,39	,650	67
¿El diseño arquitectónico del jirón José Olaya es un componente histórico que fortalece la identidad cultural?	4,61	,491	67
¿Considera que el diseño arquitectónico del Jirón José Olaya es el elemento icono de la identidad cultural?	4,52	,587	67
¿Considera que los potajes típicos que se ofrece en el jirón José Olaya es parte de sus tradiciones y costumbres?	3,91	1,300	67
¿Considera que los potajes típicos son elaborados con técnicas tradicionales que reflejan la identidad cultural del jirón José Olaya?	4,54	,725	67
¿Considera que la mazamorra de calabaza es característico en sus potajes típicos del jirón José Olaya?	4,64	,569	67

¿Considera que los pobladores del jirón José Olaya conocen la importancia del valor cultural de sus creencias, costumbres y tradiciones?	3,93	,858	67
¿Considera que el jirón José Olaya es un atractivo turístico para los visitantes?	4,66	,509	67
¿Considera que el jirón José Olaya debe impulsarse como un destino de visita principal del circuito turístico del City Tours?	4,73	,539	67
¿Considera que los pobladores del jirón José Olaya se identifican con sus costumbres festivas?	4,58	,581	67
¿Considera que los pobladores del jirón José Olaya participan en sus costumbres (danzas, fiestas, gastronomía, etc.)?	4,73	,539	67
¿Considera que los pobladores del jirón José Olaya manifiestan su hospitalidad a los visitantes?	4,70	,628	67
¿Considera que los pobladores del jirón José Olaya muestran gratitud hacia los visitantes?	4,54	,745	67
¿Considera que los habitantes del jirón José Olaya brindan buen trato a los visitantes?	4,72	,545	67
¿Considera usted que demuestra actitud positiva ante los visitantes?	4,63	,599	67
¿Considera que los pobladores del jirón José Olaya tienen la responsabilidad de conservarlo como patrimonio cultural de la ciudad de Huaraz?	4,46	1,035	67
¿Considera usted que debe ser responsable de promover la conservación del Jirón José Olaya como patrimonio cultural en los visitantes?	4,52	,746	67