



UNIVERSIDAD PRIVADA TELESUP
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y
CONTABLES
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE
NEGOCIOS TURÍSTICOS Y HOTELEROS

TESIS

“TURISMO CULTURAL Y SU NIVEL DE RELACION CON
EL DESARROLLO TURÍSTICO SOSTENIBLE EN LA
COMUNIDAD DE CHONGOS BAJO, CHUPACA- 2020”

PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS TURÍSTICOS
Y HOTELEROS

AUTOR:

Bach. UNSIHUAY QUINTANILLA, JULIO

LIMA-PERÚ

2020

ASESOR DE TESIS

Mg. MICHEL JAIME MÉNDEZ ESCOBAR

JURADO EXAMINADOR

Dr. FERNANDO LUIS TAM WONG
Presidente

Mg. ERNESTO ARCE GUEVARA
Secretario

Mg. FRANCISCO EDUARDO DIAZ ZARATE
Vocal

DEDICATORIA

“Para mis cuatro angelitos que nunca llegaron a conocer la vida, a Emma Sofía, por llenarnos de esperanza y alegría a nuestras vidas, a mi esposa, por creer en mí y a mis queridos padres Trinidad y Godofredo, que siempre me decían que el estudio y el esfuerzo, eran el único camino para tener una vida mejor”

AGRADECIMIENTO

Con una enorme gratitud quiero agradecer en primer lugar a Dios todo Poderoso, por darme salud, fortaleza y sabiduría.

A mi amada esposa, Paola, por apoyarme en todo momento con ahínco para llegar hasta el final de esta etapa de mi vida profesional.

A mis maestros, quienes verdaderamente dieron todo de sí mismos y ampliaron mis conocimientos y así contribuir con el desarrollo de mi patria.

RESUMEN

El presente trabajo de investigación denominado “Turismo cultural y su nivel de relación con el desarrollo turístico sostenible en la comunidad de Chongos Bajo, Chupaca-2020”, se realizó en el distrito más antiguo e histórico del valle del Mantaro, cuya importancia fue valorar el turismo cultural para ser utilizado como una herramienta de desarrollo para la comunidad.

El objetivo general del presente estudio fue determinar el nivel de relación que existe entre el turismo cultural y el desarrollo turístico sostenible en la comunidad de Chongos Bajo, Chupaca-2020. La población estuvo conformada por 166 pobladores, y se trabajó con una muestra de 117 pobladores de la comunidad de Chongos Bajo, los cuales fueron considerados de manera probabilística aleatoria. El método que se ha utilizado fue el hipotético deductivo con un enfoque cuantitativo, asimismo, se utilizó para la investigación el diseño no experimental de corte transversal y de nivel descriptivo-correlacional. Para la recopilación de datos se utilizaron dos cuestionarios, el primero sobre el turismo cultural con 18 ítems en la escala de Likert, y el segundo, sobre el desarrollo turístico sostenible con 16 ítems en la escala de Likert. Los resultados encontrados muestran que existe una correlación significativa entre el turismo cultural y el desarrollo turístico sostenible en la comunidad de Chongos Bajo, Chupaca-2020, con un coeficiente de correlación rho de Spearman = 0.288 y un sig. Bilateral de 0.002 que es menor que 0.05, comprobándose que existe una correlación significativa entre ambas variables.

Finalmente, después de haber realizado el análisis estadístico de los datos de manera rigurosa, se arriba a la siguiente conclusión: queda aceptada la hipótesis alterna y se rechaza la hipótesis nula de la investigación.

Palabras clave: turismo cultural, desarrollo turístico sostenible, chongos bajo.

ABSTRACT

This research work called "Cultural Tourism and its relationship to sustainable tourism development in the community of Chongos Bajo, Chupaca-2020", was carried out in the oldest and most historic district of the Mantaro Valley, whose importance is to value cultural tourism to be used as a development tool for the community.

The overall objective of this study was to determine the relationship between cultural tourism and sustainable tourism development in the community of Chongos Bajo, Chupaca-2020. The population consisted of 166 inhabitants, and work was worked with a sample of 117 inhabitants of the community of Chongos Bajo, which were considered probabilistically random. The method used was the hypothetical deductive with a quantitative approach, and the non-experimental cross-sectional and descriptive-correlational level design was also used for research. Two questionnaires were used for data collection, the first on cultural tourism with 18 items on the Likert scale and the second on sustainable tourism development with 16 items on the Likert scale. The results found show that there is a significant correlation between cultural tourism and sustainable tourism development in the community of Chongos Bajo, Chupaca-2020, with a correlation coefficient Rho of Spearman 0.288 and a significance level of 0.002 which is less than 0.05, compromising that there is a significant correlation between the two variables.

Finally, after rigorous statistical analysis of the data, the following conclusion is reached: the alternative hypothesis is accepted and the null hypothesis of the investigation is rejected.

Keywords: Cultural tourism, sustainable tourism development, Chongos Bajo

ÍNDICE DE CONTENIDOS

CARÁTULA	i
ASESOR DE TESIS	ii
JURADO EXAMINADOR	iii
AGRADECIMIENTO	v
RESUMEN	vi
ABSTRACT	vii
ÍNDICE DE CONTENIDOS	viii
INTRODUCCIÓN	xiii
I. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	16
1.1. Planteamiento del problema.....	16
1.2. Formulación del problema	18
1.2.1. Problema general.....	18
1.2.2. Problema específico	19
1.3. Justificación del estudio.....	19
1.3.1. Justificación teórica.....	19
1.3.2. Justificación práctica.....	20
1.3.3 Justificación metodológica	20
1.3.4. Justificación social	20
1.4. Objetivos de la investigación	21
1.4.1. Objetivo general.....	21
1.4.2. Objetivos específicos.....	21
II. MARCO TEORICO	22
2.1. Antecedentes de la investigación	22
2.1.1. Antecedentes nacionales.....	22
2.1.2. Antecedentes internacionales	25
2.2. Bases teóricas de las variables	28
2.2.1. Turismo cultural	28
2.2.2. Desarrollo turístico sostenible	44
Definición de términos básicos	59

III. MÉTODOS Y MATERIALES	61
3.1. Hipótesis de la investigación	61
3.1.1. Hipótesis general.	61
3.1.2. Hipótesis específicas	61
3.2. Variables de estudio	61
3.2.1. Variable independiente: turismo cultural	61
3.2.2. Variable dependiente: desarrollo turístico sostenible	61
3.2.3. Definición conceptual.....	61
3.2.4. Definición operacional.....	62
3.3. Tipo y nivel de la investigación	63
3.3.1. Tipo de investigación	63
3.3.2. Nivel de investigación	63
3.3.3. Enfoque de investigación.....	64
3.4. Diseño de investigación.....	65
3.4.1. Método hipotético – deductivo	66
3.5. Población y muestra de estudio.....	66
3.5.1. Población	66
3.5.2. Muestra	67
3.5.3. Muestreo	67
3.6. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	68
3.6.1. Técnicas de recolección de datos.....	68
3.6.2. Instrumentos de recolección de datos	68
3.6.3. Escala de Likert	69
3.6.4. Validez del instrumento.....	69
3.6.5. Confiabilidad del instrumento.....	70
3.6.6. Alfa de Cronbach	70
3.7. Métodos de análisis de datos	71
3.8. Aspectos éticos	71
IV. RESULTADOS	72
4.1. Análisis, interpretación y discusión de resultados.....	72
4.2. Prueba de confiabilidad.....	77
4.3. Prueba de hipótesis.....	78
4.3.1. Prueba de hipótesis general	78

4.3.2. Prueba de hipótesis específicas	79
V. DISCUSIÓN.....	82
5.1. Análisis de discusión de resultados.....	82
VI. CONCLUSIONES.....	85
VII. RECOMENDACIONES.....	86
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	87
ANEXOS.....	92
Anexo 1: Matriz de consistencia	93
Anexo 2: Matriz de operacionalización	94
Anexo 3: Instrumento.....	96
Anexo 4: Validación de instrumentos.....	100
Anexo 5: Matriz de datos	108
Anexo 6: Propuesta de valor.....	116

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1.	Impactos socio culturales del turismo.....	47
Tabla 2.	Impactos ambientales del turismo	48
Tabla 3.	Interpretación de valor rho de Spearman	64
Tabla 4.	Validación de juicio de expertos	70
Tabla 5.	Escala de interpretación de confiabilidad del instrumento.....	70
Tabla 6.	Niveles de variable turismo cultural	72
Tabla 7.	Niveles de desarrollo turístico sostenible	73
Tabla 8.	Niveles de la dimensión demanda del turismo	74
Tabla 9.	Niveles de la dimensión uso del patrimonio cultural	75
Tabla 10.	Niveles de la dimensión actores del turismo	76
Tabla 11.	Niveles de confiabilidad de la variable turismo cultural	77
Tabla 12.	Nivel de confiabilidad para la variable desarrollo turístico sostenible. .	77
Tabla 13.	Nivel de correlación y significación del turismo cultural y el desarrollo turístico sostenible.....	78
Tabla 14.	Nivel de correlación y significación de la demanda del turismo y el desarrollo turístico sostenible.	79
Tabla 15.	Nivel de correlación y significación del uso del patrimonio cultural y desarrollo turístico sostenible.	80
Tabla 16.	Nivel de correlación y significación de actores del turismo y el desarrollo turístico sostenible.....	81

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Niveles de turismo cultural	72
Figura 2. Niveles de desarrollo turístico sostenible	73
Figura 3. Niveles de la demanda del turismo	74
Figura 4. Niveles de uso del patrimonio cultural.....	75
Figura 5. Niveles de actores del turismo	76

INTRODUCCIÓN

A nivel mundial, el turismo cultural representa casi el 50% de los viajes internacionales y, es el segmento con el gasto promedio más elevado en la industria turística, duplicando al que generan los visitantes de destinos de sol y playa. Los viajes culturales implican visitar sitios de patrimonio histórico o natural, localidades con tradición y expresiones de arte propias que representen el pasado y el presente de su gente. Esto sin duda representa una oportunidad para las empresas turísticas y los residentes locales, para que incluyan elementos culturales genuinos en las vivencias ofrecidas. Por lo tanto, el aumento de la tendencia del turismo cultural y la riqueza que representa el patrimonio cultural a nivel mundial debe ser aprovechado de manera responsable, incluyente y sobre todo buscando mejorar la calidad de vida de las comunidades locales.

La historia y la herencia cultural en las tres regiones que nos dejaron nuestras civilizaciones ancestrales, lo convierten a Perú en un destino ideal y único para el turismo cultural, muestra de ello es el arribo de más de 1.2 millones de turistas internacionales que visitaron el país por motivos culturales en los últimos años, cuyas actividades más demandadas fueron visitar sitios arqueológicos (88%), acudir a museos (72%), conocer inmuebles históricos (64%) y visitar comunidades nativas o campesinas (38%).

A nivel local, la región Junín es uno de los cinco destinos más visitados por los turistas nacionales con una participación del 7% en promedio, además el 99% de los turistas que visita Junín son nacionales, y el 1 % son extranjeros, teniendo a la ciudad principal de Huancayo con más llegadas de vacacionistas, debido a los variados atractivos turísticos que posee, y ser la conexión para ir a otros destinos turísticos como la selva central, a la ciudad de Ayacucho, Huancavelica, Huánuco y Pasco. Las actividades más destacadas que realizan los vacacionistas son: visitar iglesias, catedrales y conventos (39%), participar en festividades locales (24%), visitar sitios arqueológicos (24%) y visitar comunidades campesinas y nativas (8%)

En ese sentido, el presente trabajo de investigación se realizó con el objetivo principal de determinar la relación que existe entre el turismo cultural y el desarrollo turístico sostenible en la comunidad de Chongos Bajo, Chupaca – 2020, en uno de los distritos más antiguos del valle del Mantaro, y a tan solo a 15 minutos de la ciudad Incontrastable de Huancayo capital del departamento de Junín como es Chongos Bajo. Asimismo, los motivos para realizar esta investigación fue, a partir de la necesidad de aprovechar de manera adecuada el potencial turístico que tiene el distrito de Chongos Bajo, puesto que el turismo cultural es una nueva tendencia que está en crecimiento en nuestro país. Por ende, esto se traduce en una oportunidad para mejorar los ingresos económicos, elevar la calidad de vida de los pobladores, generar puestos de trabajos y sobre todo, priorizar la sostenibilidad de los recursos naturales y culturales de la comunidad. Por ello, el presente trabajo de estudio se estructuró en 4 capítulos.

En el primer capítulo, se abordó el problema de investigación, donde se plantea la problemática de la investigación, así como la justificación para realizar el presente estudio.

En el segundo capítulo, se aborda el marco teórico, donde se describen la revisión previa de los antecedentes nacionales como también antecedentes internacionales que tengan similitud o estén relacionados con las variables de estudio, seguido de un marco teórico donde se argumentan las definiciones y conceptos tanto de las variables como de las dimensiones e indicadores del presente trabajo de investigación.

En el tercer capítulo, se definen los métodos y materiales de la investigación, donde se establece la población de estudio y una muestra que fue representativa, además se muestra la metodología de la investigación que contiene los métodos y técnicas de recolección de datos para llevar a cabo, la investigación de manera rigurosa, asimismo, se aplicó un programa para el análisis de datos.

En el cuarto capítulo, se abordaron los resultados de la investigación, donde se muestran los análisis y las interpretaciones de los instrumentos utilizados, así como también, los resultados de la investigación, junto con las conclusiones y recomendaciones, para que sean tomados en cuenta por las autoridades locales y

la población de la comunidad de Chongos bajo, con el fin de mejorar el desarrollo turístico de la comunidad.

I. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1. Planteamiento del problema

Desde el siglo XXI a nivel internacional, el turismo ha estado aumentando cada vez más, pero no mejor. La problemática que atraviesa el sector considerado como la segunda economía de mayor crecimiento a nivel mundial, se ha convertido en una verdadera preocupación para muchos gobiernos, instituciones sociales y culturales y profesionales del sector, debido a los graves daños ocasionados al medio ambiente por la alta demanda turística. Así, actividades como la tala de árboles producidos para la construcción de establecimientos turísticos, ponen en peligro de extinción a especies animales y vegetales, además, de ser causantes de los botaderos de basura y desechos residuales que afectan al ecosistema. De igual modo, existen problemas sociales como: la drogadicción, alcoholismo y la prostitución, producidos por el turismo masivo que afectan la vida cotidiana de la población local.

Según el programa de las naciones unidas para el medio ambiente (2011), indican que:

Si bien el crecimiento del turismo ha ido acompañado por dificultades importantes, como la emisión de gases de efecto invernadero, consumo de agua, vertidos de agua no tratada, generación de residuos, daños a la biodiversidad terrestre y marina o amenaza para la supervivencia de la cultura y las tradiciones locales. El turismo bien planificado, puede mejorar la economía local y reducir la pobreza (p.12).

Asimismo, en un estudio realizado por la universidad de Sídney (2018), manifiesta que:

El turismo mundial se ha consolidado como una de las industrias más contaminantes, representa el 8% de las emisiones globales de gases de efecto invernadero, de las que el 12% corresponden a los viajes aéreos. El impacto del turismo crecerá hasta el 40 % en 2025, si no se cambian las políticas y los hábitos. (Anónimo, 2018, p. 1)

En los últimos 10 años, a nivel nacional se ha experimentado notablemente un pobre desarrollo turístico sostenible en muchas comunidades locales, quizá porque no cumplen con los criterios de mejorar las condiciones de vida de las comunidades receptoras ni con el cuidado del medio ambiente natural como del patrimonio cultural, es así, que las actividades turísticas practicadas en los importantes nevados del país, han causado daños irreversibles a la capa de nieve acumulada, del mismo modo se puede apreciar desechos en todo el paisaje, así como las condiciones de los servicios higiénicos que son deplorables y causan un impacto visual negativo.

Asimismo, teniendo el Perú un patrimonio cultural y natural de importancia mundial, no ha avanzado en cuanto al desarrollo turístico sostenible en comparación con otros países que no tienen el potencial turístico como lo tiene el país, todo esto debido una serie de problemas, partiendo desde un tráfico caótico, transporte de pésima calidad, contaminación ambiental, inseguridad, protestas violentas, inadecuada gestión y planificación, falta de inversiones en infraestructura, carencia de políticas y de recursos para recuperar el patrimonio histórico y una cultura turística, que permita entender su importancia como ingreso nacional, regional y local.

Teniendo en cuenta a Carpio (2015), sostiene que:

Los problemas como la inseguridad; infraestructura de baja calidad; contaminación ambiental; servicio de transporte de pésima calidad; carencia de políticas y de recursos para recuperar el patrimonio histórico; pésimos hábitos de limpieza e higiene; maltrato al turista, entre otros problemas afectan la industria turística en el Perú. (p. 5)

En la actualidad, el distrito de Chongos Bajo es mudo testigo del abandono, deterioro y pérdida de su patrimonio cultural, así como la indiferencia de los pobladores por no conservar y proteger el legado de su historia que son fuentes de riqueza para mejorar las condiciones de vida de la población. A ello, se suman la informalidad de los prestadores de servicios turísticos, falta de una oferta turística variada, calidad del servicio, escaso presupuesto para la conservación, protección y puesta en valor del patrimonio cultural, así como la carencia de un plan de

desarrollo turístico por parte de la autoridad local y provincial, que son causantes del pobre aprovechamiento de su patrimonio cultural por parte de población, a pesar del potencial turístico que tiene el pueblo de Chongos Bajo.

Citando a Martorell (2017), menciona que “es necesario que se reconozcan que el patrimonio cultural en el Perú está en una profunda crisis que amenaza su continuidad misma, y en consecuencia todo sus potenciales beneficios incluido el del turismo cultural” (p.14).

La realidad problemática del turismo ha estado incrementándose a través del tiempo, debido a varios factores como la globalización, el incremento de la clase media y el tiempo libre, para el ocio y la recreación así como el avance de la tecnología de la información, y el tiempo corto de viajar de un destino otro, elementos que han contribuido al acercamiento de muchas culturas a un mismo territorio, sin imaginar, no solo en las consecuencias positivas, sino también en el impacto negativo que puede ser para muchas comunidades locales; sobre todo, por el irreparable daño que puede ocasionar al ecosistema, por ello, es fundamental que todo los actores de la sociedad civil tomen conciencia sobre el impacto del turismo al medio ambiente, trabajando articuladamente en buscar soluciones conjuntas mediante la planificación y gestión de los recursos naturales y culturales para conseguir un verdadero desarrollo turístico sostenible. Chongos Bajo tiene una alta potencialidad turística, pero también sobre el un pobre aprovechamiento de la misma, es decir, no basta con la creación de organismos, la legislación y los planes de desarrollo turístico, sino que requiere recursos y gestión, tanto pública como privada.

1.2. Formulación del problema

1.2.1. Problema general

PG ¿Cuál es el nivel de relación que existe entre el turismo cultural y el desarrollo turístico sostenible en la comunidad de Chongos Bajo, Chupaca - 2020?

1.2.2. Problema específico

- PE 1 ¿Cuál es el nivel de relación que existe entre la demanda del turismo y el desarrollo turístico sostenible en la comunidad de Chongos Bajo, Chupaca - 2020?
- PE 2 ¿Cuál es el nivel de relación que existe entre el uso del patrimonio cultural y el desarrollo turístico sostenible en la comunidad de Chongos Bajo, Chupaca - 2020?
- PE 3 ¿Cuál es el nivel de relación que existe entre los actores del turismo y el desarrollo turístico sostenible en la comunidad de Chongos Bajo, Chupaca - 2020?

1.3. Justificación del estudio

1.3.1. Justificación teórica

En la actualidad, hay muchos estudios basados en el desarrollo del turismo cultural, aportes valiosos para el desarrollo del turismo cultural por ser un segmento en crecimiento e importante en la industria turística. El presente trabajo de investigación ha tenido un aporte teórico ya que ayudó a recabar información única de la comunidad de Chongos Bajo que servirán para incrementar el conocimiento sobre el turismo cultural y el desarrollo turístico, lo cual puede servir como base para futuras investigaciones similares en el campo turístico. Además, el estudio es fundamental porque nos permite conocer la importancia que tiene la recuperación y la pronta puesta en valor de los patrimonios culturales y naturales, legado que nos dejaron nuestros antepasados y que es el símbolo de nuestra identidad, así como aprovechar las oportunidades, que brindan estos recursos turísticos para el beneficio de la comunidad.

Por lo tanto este trabajo de investigación se justifica porque ha determinado las causas que limitan el desarrollo del turismo cultural, y a partir de ello, se pueda fomentar e incentivar otras investigaciones que realicen estudios con mayor profundidad de los elementos encontrados en el presente estudio.

1.3.2. Justificación práctica

Durante muchos años, el patrimonio cultural y natural que tiene el distrito de Chongos Bajo, han sido abandonados, desvalorizados y en algunos casos se han perdido en el tiempo. Este presente trabajo de investigación, ha tenido un aporte práctico, ya que por medio del estudio se pretendió encontrar la problemática y determinar la importancia que tienen estos recursos actualmente, para mejorar la calidad de vida de la comunidad; en ese sentido, a partir de los resultados analizados y validados de la investigación, el estudio puede servir como modelo para otras investigaciones en comunidades que estén dentro de la región Junín y que tengan las características similares.

1.3.3 Justificación metodológica

La metodología utilizada en la presente investigación se ha basado en el método descriptivo-correlacional, de diseño no experimental, con enfoque cuantitativo, que nos permitió responder el problema de investigación y al mismo tiempo alcanzar los objetivos trazados mediante la aplicación de los instrumentos que aportaron los datos e informaciones para luego ser procesada. Una vez demostrada su validez podrán ser utilizados como referencia en otros trabajos de investigación similares.

1.3.4. Justificación social

Con la puesta en práctica de esta investigación, se espera que las familias de la comunidad mejoren su calidad de vida, a través del incremento de la actividad turística que genera un ingreso económico directo e indirecto. Además, se espera un desarrollo sostenible integral de las comunidades, partiendo de la responsabilidad de proteger sus bienes culturales y naturales, así como la formalización de pequeños artesanos y comerciantes, para que aprovechen sus propios recursos y no pierdan su identidad cultural. En ese sentido, se ha buscado transmitir los conocimientos de la importancia de estos recursos turísticos para el propio bienestar de la comunidad del distrito de Chongos Bajo.

1.4. Objetivos de la investigación

1.4.1. Objetivo general

OG Determinar el nivel de relación que existe entre el turismo cultural y el desarrollo turístico sostenible en la comunidad de Chongos Bajo, Chupaca -2020.

1.4.2. Objetivos específicos

OE 1 Determinar el nivel de la relación que existe entre la demanda del turismo y el desarrollo turístico sostenible en la comunidad de Chongos Bajo, Chupaca- 2020.

OE 2 Determinar el nivel de relación que existe entre el uso del patrimonio cultural y el desarrollo turístico sostenible en la comunidad de Chongos Bajo, Chupaca- 2020.

OE 3 Determinar el nivel de relación que existe entre los actores del turismo y el desarrollo turístico sostenible en la comunidad de Chongos Bajo, Chupaca- 2020.

II. MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes de la investigación

2.1.1. Antecedentes nacionales

En la investigación realizada por Garcés, Y. (2019), con su tesis denominado: “*Propuesta de ruta de turismo de salud para la tercera edad y su relación con el desarrollo turístico sostenible en los baños termales de Churín, 2018: caso la Meseta*” tesis de postgrado. Universidad San Martín de Porras, Lima. El tesista planteó como objetivo determinar la relación entre la propuesta de una ruta turística para la tercera edad y el desarrollo turístico sostenible del complejo termomedicinal “La Meseta”. La metodología presentada por el tesista tuvo un enfoque mixto, de tipo descriptivo- correlacional y diseño no experimental-transversal. La población lo conformo los visitantes de la tercera edad que llegan a los baños termales “La Meseta”, en Churín, ya que no existen datos exactos de las visitas, se utilizó la fórmula para poblaciones infinitas. El tamaño de la muestra fue de 384 visitantes. Los resultados obtenidos demuestran que la variable ruta de turismo de salud se relaciona significativamente con el variable desarrollo turístico sostenible del complejo termomedicinal “la meseta”, con un sig. bilateral de 0,0001 que es menor a 0,05, y un coeficiente correlación rho de Spearman de 0,963.

Finalmente, el tesista concluyó que la propuesta de una ruta de turismo para la tercera edad puede ser aprovechada para el desarrollo turístico sostenible, ya que existe una relación significativa entre ambas variables. Por lo tanto, se acepta la hipótesis alterna y se rechaza la hipótesis nula.

Quispe, V. (2017), en su tesis titulado “Factores sociales y culturales del distrito de Namora, Cajamarca año 2017 para el desarrollo del turismo cultural” tesis de pregrado. Universidad César Vallejo, Trujillo. El objetivo del estudio fue determinar los factores sociales y culturales del distrito de Namora, Cajamarca año 2017 para el desarrollo del turismo cultural. La metodología para este estudio fue de enfoque cualitativa, de tipo descriptiva y diseño no experimental, el método de investigación según su finalidad fue aplicada y según su alcance fue temporal ya que se realizó durante el mes de abril a julio del 2017. Para definir la población se

consultó a los datos del ENEI 2015, donde Namora tiene un total de 10,637 habitantes y para la muestra se trabajó con 371 personas según la fórmula de población finita. Los resultados del estudio muestran que el 93% de los encuestados indicaron que no se ha generado ningún conflicto social con respecto al turismo, un 81% de la población realizó actividad turística y el 9% de 35 encuestados tiene negocio relacionado al turismo.

El estudio concluye que la comunidad receptora se dedica en su mayoría a la actividad agrícola y brindan servicio de hospedaje y alimentación a los turistas, ya que Namora tiene recursos turísticos en buen estado y accesibles para el ingreso de visitantes.

Correa, A. (2018), con su tesis denominado “Concisa turística y su contribución al desarrollo turístico sostenible en el distrito de Paita, región Piura, 2017”. Tesis de pre grado. Universidad César Vallejo, Piura. El estudio tuvo como objetivo determinar como la conciencia turística contribuye al desarrollo turístico sostenible en el distrito de Paita, región Piura 2017. En cuanto a la metodología de la investigación fue de enfoque cualitativa, el tipo de investigación corresponde a un estudio descriptivo-proyectivo y de diseño no experimental transversal. En cuanto a la población, estuvo constituida por personas mayores de 18 a 50 años que son 40,138 pobladores locales y la muestra se dio en 299 pobladores. El resultado obtenido del estudio reveló que el 39,6% de los encuestados creen que los factores más influyentes para la visita de turistas al lugar son: 25,35 % por sus recursos naturales, 18,4% por el trato amable de los pobladores, 9,9% por su comida y 6,8% por su cultura. Asimismo, con relación a la actitud y comportamiento de los pobladores ante la llegada de turistas es de 39.2% y un 48.5% opina que la actividad turística es importante para la comunidad ya que es generadora de puestos de trabajo.

Finalmente, el autor concluyó que, el comportamiento de la población local del distrito de Paita es la más representativa, además, de tener una actitud positiva ante la hospitalidad del turista así como por la recuperación y conservación de los valores culturales.

En la investigación realizada por Vargas, E. (2017), con su tesis denominado “Análisis de turismo religioso y su relación con el desarrollo turístico del distrito de Coracora a través de la fiesta patronal de la Virgen de las Nieves en la actualidad”. Tesis de pregrado, Universidad de San Martín de Porres, Lima. El objetivo del estudio fue de analizar el turismo religioso y su relación con el desarrollo turístico de Coracora a través de la fiesta patronal de la Virgen de las Nieves, ya que el pueblo de Coracora resalta de manera particular por la fiesta que se realiza en honor a la santa patrona. La metodología tuvo un enfoque mixto, de tipo descriptivo-correlacional, y de diseño no experimental. La población para este estudio estuvo constituida por 234 turistas nacionales y de acuerdo con el método probabilístico aleatorio simple se tomó la muestra en 146 turistas. Los resultados revelaron que la relación entre las variables turismo religioso y desarrollo turístico es alta, con un coeficiente de correlación rho Spearman de 0,021 y una sig. bilateral de 0,800, por lo que se aprueba la hipótesis general y queda rechazada la hipótesis nula.

Finalmente, el investigador llegó a la conclusión que la actividad turística en el distrito de Coracora, carece de una planta turística y sobre todo del apoyo de las autoridades públicas para fomentar el turismo ya que la localidad cuenta con varios recursos turísticos que pueden ser aprovechados.

En la investigación hecha por Marapara, M. & Ramos, A. (2018), en su estudio titulado “Patrimonio cultural y su relación con el desarrollo turístico en el centro poblado comunidad nativa quechua Wayku, provincia Lamas, 2018”. Tesis de pre grado. Universidad César Vallejo, Tarapoto. El objetivo del estudio fue determinar la relación del patrimonio cultural con el desarrollo turístico en el centro poblado comunidad nativa quechua Wayku, distrito de Lamas, período 2018, Tarapoto, Perú. La metodología utilizada para este estudio fue de enfoque cuantitativa, de tipo descriptivo-correlacional, de diseño no experimental. En cuanto a la población lo conformaron los 3,000 pobladores de la comunidad según su registro de la comunidad provincial de Lamas, y para la muestra se trabajó con 341 pobladores. Los resultados de la investigación arrojaron un coeficiente de correlación rho Spearman de 0,228, lo que indica una relación positiva y el nivel de significancia fue de 0,000 que es menor a 0,05, por lo que se acepta la hipótesis alterna y se rechaza la hipótesis nula.

Finalmente, el investigador llegó a la conclusión, que el patrimonio cultural de la comunidad no está en buen estado de conservación y muchas de las costumbres se han dejado de practicar, por lo que hay un pobre aprovechamiento de estos recursos.

2.1.2. Antecedentes internacionales

Muchas de las investigaciones realizadas a nivel global sobre el turismo cultural muestran un especial reconocimiento a esta actividad como el motor fundamental para el desarrollo de las comunidades locales. Asimismo, resalta que hay una larga y ardua tarea en la conservación, preservación, y puesta en valor del patrimonio cultural y natural que es la esencia e identidad de un pueblo.

En la investigación hecha por Borbor, M. (2016), en su tesis llamado "*Gestión turística del patrimonio cultural y su influencia en el desarrollo del turismo cultural de la cabecera parroquial rural de Colonche, Provincia de Santa Elena, Año 2016*". Tesis de pre grado. Universidad de Santa Elena, La Libertad, Ecuador. El objetivo del estudio fue determinar cómo influye la gestión turística del patrimonio cultural de la cabecera parroquial de Colonche en el desarrollo del turismo cultural, 2017. La metodología de la investigación fue de enfoque cuantitativo, de tipo descriptivo-correlacional, y para contrastar la hipótesis del estudio se realizó el método hipotético deductivo, por su alcance se utilizó el método general así como por su forma de cognición se utilizó el método teórico. La población estuvo conformada por los pobladores de la cabecera parroquial rural de Colonche mayores de 18 años que son 690 pobladores y para la muestra se tomaron a 247 pobladores. El resultado del estudio muestra que la gestión turística del patrimonio cultural contribuirá al desarrollo del turismo cultural local, tal como fue comprobado mediante la estadística de la chi cuadrada de Pearson = 28.98 y un nivel de significancia asintótica de 0,000 que indica que es menor a 0,05, por lo tanto queda rechazada la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna.

Finalmente, el autor concluye que los principales problemas para la activación de los recursos patrimoniales es que existe una falta de voluntad política para desarrollar algún tipo de turismo y una deficiente gestión del patrimonio cultural, lo cual afecta el desarrollo del turismo cultural en la zona.

En la investigación realizada por Tamayo, H. (2018), en su tesis llamado *“Evaluación del patrimonio cultural tangible e intangible del Cantón Yaguachi para potenciar el desarrollo del turismo cultural, 2018”*. Tesis de pre grado. Universidad de Guayaquil, Guayaquil, Ecuador. La investigación tuvo como objetivo evaluar el patrimonio cultural tangible e intangible del Cantón Yaguachi para potenciar el turismo cultural en el patrimonio del Guayas, Ecuador, 2018. La metodología usada en esta investigación fue de enfoque mixto, de tipo descriptivo, además se utilizaron métodos de investigación como el lógico-deductivo que permitió realizar un razonamiento lógico a través de la exploración de los hechos, un método de análisis-sintético que permitió recopilar información tanto cuantitativa como cualitativa acerca del Cantón de Yaguachi, y por último, el método deductivo que permitió realizar un estudio generalizado de toda la situación. Ya que no se conoce el número exacto de visitantes al Cantón de Yaguachi se trabajó con una población infinita, y para la muestra se trabajó con 384 turistas. Los resultados muestran que el 30 % de satisfacción es el valor simbólico, seguido del valor existencial con un 22%, un 15% el de valor de opción o elección, 10% como valor de legado, 13% como valor de educación, 6% como valor estético y 4% como un valor espiritual.

Finalmente, el investigador concluye que se identificó los atractivos turísticos patrimoniales más representativos, luego se calificaron los atractivos, y finalmente, se elaboraron estrategias, para mejorar la situación actual de los atractivos, así como innovar las técnicas de promoción para aumentar la afluencia de turistas.

En la investigación realizada por Panchana, D. (2017), con su tesis titulado *“El turismo cultural como porte al desarrollo turístico en la parroquia José Luis Tamayo”* Tesis de pre grado. Universidad de Santa Elena, La Libertad, Ecuador. El objetivo del estudio fue determinar el aporte del turismo cultural en el desarrollo turístico de la parroquia José Luis Tamayo. La metodología para este estudio fue de enfoque cualitativo y cuantitativo, de tipo descriptivo, y de método inductivo - deductivo y analítico para el análisis de los datos obtenidos. La población para este estudio se tomó según el departamento de turismo donde se registró la visita de 1200 turistas de la parroquia José Luis Tamayo en el feriado largo del mes de noviembre del 2016, y se trabajó con una muestra de 194 turistas. Los resultados

del estudio mostraron que un 32% de los encuestados sí están identificados con su localidad y que desean participar en proyectos turísticos.

Finalmente, el investigador concluye que el turismo es una oportunidad de desarrollo para esta población teniendo en cuenta que posee atractivos turísticos que generan afluencia de visitantes. Sin embargo, si existiera una mayor promoción y aprovechamiento de estos atractivos se obtendrían más beneficios en función de la actividad turística y de la parroquia.

Oleas, E. & Gonzales, J. (2018), con su tesis denominado "*Análisis del sistema turístico de la parroquia de San José del Tambo para la propuesta de un plan de desarrollo turístico*". Tesis de pre grado. Universidad de Guayaquil, Guayaquil, Ecuador. El objetivo de la investigación fue diagnosticar el sistema turístico de la parroquia de San José del Tambo para diseñar un plan de desarrollo turístico para el incremento del turismo. La metodología utilizada para este estudio fue de enfoque mixto, de tipo descriptiva ya que presenta de forma transparente las propiedades de cada uno de los elementos del sistema turístico y de diseño no experimental-transversal ya que se realiza en una etapa de tiempo corto. La población para el presente estudio fue infinita ya que no se conoce registro del total de turistas que ingresaron al lugar por ninguna entidad pública y para la muestra se utilizaron a 385 turistas entre las edades de 18 a 80 años de edad. Los resultados del estudio muestran mediante la aplicación de los instrumentos que la situación del sistema turístico es deficiente en cuanto a las vías de acceso, la señalización, gestión de la calidad entre otros, así como un 32% de los visitantes manifestaron visitar el lugar con frecuencia, y un 24% lo hace de manera ocasional.

Finalmente, se llega a la conclusión del estudio que la situación actual del sistema turístico muestra una deficiencia, por lo que se propone un plan de desarrollo turístico que ayude al desarrollo económico de los habitantes de la parroquia.

En la investigación realizado por Yépez, E. (2016), con su tesis denominado "*Diagnostico de la oferta y demanda de las pinturas y esculturas; parroquia San Antonio de Ibarra para promover el turismo cultural*". Tesis de pre grado. Universidad Técnica del Norte, Imbabura, Ecuador. EL estudio tuvo como objetivo

visualizar la oferta de pinturas y esculturas de la parroquia San Antonio de Ibarra, provincia de Imbabura. La metodología para el presente estudio fue de enfoque mixto, de tipo descriptivo, de diseño no experimental-transversal porque se rige al análisis de variables y no se procede a realizar la medición de las variables, además se utilizaron los métodos deductivo, inductivo y analítico para realizar la investigación. El resultado de la investigación demostró que la oferta turística en la parroquia San Antonio de Ibarra, en lo que se refiere a pinturas y esculturas, son variadas y diversificadas, de tal manera, que los visitantes pueden escoger entre una variedad de artesanías, es así que, el 73% de las tiendas se caracterizan por vender artesanías religiosas.

El investigador concluye, que para lograr un óptimo desarrollo del turismo en la parroquia de San Antonio, fue necesario la elaboración del diseño de un centro interpretativo artesanal, que muestre las técnicas y métodos de elaboración de las artesanías, para diversificar la oferta y promover el turismo cultural.

2.2. Bases teóricas de las variables

2.2.1. Turismo cultural

Según Pulido, De la Calle & Velasco (2013), hacen referencia al tema:

Como el conjunto de fenómenos y relaciones que se dan entre los actores turísticos y agentes sociales, con el objetivo de impulsar las diferentes actividades que permitan a los turistas tener contacto, con una sociedad distinta a la de su entorno habituales (p. 23).

Por otro lado la Secretaría de Turismo de México (2015), lo define “como aquel viaje turístico motivado por conocer, comprender y disfrutar el conjunto de rasgos y elementos distintivos, espirituales y materiales, intelectuales y afectivos que caracterizan a una sociedad o grupo social de un destino específico” (p. 7).

Una de las definiciones más resaltantes que hace al respecto es La Organización Mundial del Turismo (1995), que define “El turismo cultural como todos los movimientos de las personas para satisfacer la necesidad humana de diversidad, orientados a elevar el nivel cultural del individuo, facilitando nuevos conocimientos, experiencias y encuentros” (Morere & Perello, 2013, p. 21).

Del mismo modo Vergara & Tabilo (2014), señalan que:

El turismo cultural es aquella forma del turismo, motivada por conocer, experimentar, y comprender distintas culturas, formas de vida, costumbres, tradiciones, monumentos, sitios históricos, arte, arquitectura y festividades que caracteriza una sociedad y su gente, y refleja la identidad de un destino. (p. 23)

Para Ávila (2014), el turismo cultural es considerado como:

El conjunto de todas aquellas actividades turísticas que se realizan en contacto directo con el patrimonio tangible e intangible de una nación, basado en la sustentabilidad, que se consolida como un elemento importante que coadyuva al desarrollo y progreso, tanto de los actores como de las comunidades. (p. 20)

En otra línea, Csapo (2012), destaca el borrador de Carta de Turismo Cultural de 1997, donde se planteaba incluir que:

El turismo cultural puede ser definido como aquella actividad, que permite a la gente experimentar los diferentes tipos de vida de otra gente, logrando una comprensión de primera mano de sus costumbres, tradiciones, medio físico, ideas intelectuales y aquellos lugares de significación arquitectónica, histórica, y arqueológica que se conserva de tiempos antiguos. (Martorell, 2017, p. 71).

En contraste con las citas vertidas por los autores, señalo que el turismo cultural es un acercamiento al pasado de un pueblo de aquellos amantes de la cultura cuyo único afán, es saber la forma de vida de los antepasados

2.2.1.1. Turismo

Según pulido et al (2013), consideran que:

El turismo es un fenómeno intrínsecamente transversal, que se aborda por múltiples disciplinas científicas. Cada uno de los autores que trabaja sobre el turismo, lo hace desde las teorías y conceptos que dominan su ámbito de conocimiento y esto termina por trasladarse a las definiciones propuestas.

Los economistas destacan su capacidad para generar divisas y lo abordan como un sector económico con especificidades. Para los sociólogos, es un fenómeno caracterizador de las sociedades actuales en un doble sentido, por un lado impacta en las sociedades de acogida y, por otro, en las pautas de comportamientos de las personas que lo practican, los turistas. Estos comportamientos y su relación con la cultura también son de interés para el antropólogo. Los geógrafos observan cómo el uso del territorio para fines turísticos, modifica las características de aquel y genera dinámicas de profundo interés. Para la ciencia política, es de interés el papel que asumen los gobiernos y los decisores públicos y el diseño e implantación de planes y programas. (p. 17)

En contraparte a lo que señala el autor, señalo que el turismo es la transportación del sentir de una persona por conocer otros lugares distintos al de su entorno, para el cual requiere una serie de elementos que haga posible su viaje

2.2.1.2. Cultura

Teniendo en cuenta a Pulido et al (2013), indican que:

El término cultura ha sido objeto de debate desde antiguo. El término se utilizó inicialmente en el latín con el significado de “cultivo de la tierra” y con el paso del tiempo, y por extensión, se aplicó al cultivo de los hombres. Las definiciones del concepto se realizan desde tres enfoques: cognitivo, expresivo e interpretativo.

- Para el enfoque cognitivo, la cultura es el conocimiento acumulado o el conjunto de conocimientos y recursos intelectuales que se acumulan mediante un proceso determinado de aprendizaje.
- Para el enfoque expresivo la cultura es la suma de las prácticas o expresiones que el ser humano ha desarrollado en su proceso de adaptación y creación de su medio vital: el lenguaje, el arte, el derecho, la historia, la política, etc.
- Por último, para el enfoque interpretativo, la cultura es la capacidad que tienen las diferentes sociedades de dotar de significado o valor a las

prácticas o expresiones anteriores. La cultura sería el conocimiento acumulado, más todas las prácticas y expresiones sociales de una comunidad concreta, así como los significados y valores que se dan en dichas prácticas. (p. 20)

2.2.1.3. Diferencia entre sector turístico y sector cultural

Tal como Pulido et al (2013), definen que:

El turismo y la cultura pertenecen a sectores sociales diferentes, cada uno de los cuales tiene sus propios valores, principios y pautas de comportamiento. El sector turístico está conformado básicamente por agentes privados. Sólo una proporción pequeña de los agentes que promueven la actividad turística corresponde al sector público. Por tanto, los actores turísticos mayoritarios son empresas cuyo fin natural es la obtención de beneficios económicos. Las empresas turísticas especializadas en turismo cultural, construyen sus productos incorporando la comercialización de manifestaciones o prácticas culturales, pero también las empresas turísticas no especializadas están interesadas en que exista una oferta interesante en el destino. Los bienes culturales se convierten, en todo caso, en un reclamo promocional, en un producto. Y, como producto, el sector turístico está especialmente interesado en la comodidad en su consumo, la sencillez, la distancia y el tiempo que conlleva su consumo que, por lo general, prefieren corto. (pp. 27-28)

2.2.1.4. Convergencia entre turismo y cultura.

Desde el punto de vista de Pulido et al (2013), plantean que:

Si bien es cierto que el sector turístico y el sector cultural, parten de posiciones diferentes, también existen factores en la actualidad que favorecen un acercamiento entre ambos sectores.

- En primer lugar, la extensión de nuevos valores que exigen a todos los actores, ya sean públicos o privados, el cambio en algunos de sus comportamientos, el más claro, es la idea de la sostenibilidad.

- En segundo término, aparecen los actores del tercer sector, actores privados que al contrario que las empresas, no tienen un fin lucrativo, sino que persiguen fines sociales.
- En tercer lugar, los turistas en general, y los turistas culturales en particular, tienen más experiencia y exigen más. La motivación está relacionada con la idea de ocio cultural y de disfrutar aprendiendo.
- En cuarto lugar, una demanda cada vez más segmentada genera públicos muy diferentes. Por eso, los productos no pueden contarse en un solo perfil.
- En quinto lugar, ambos sectores saben que el aprendizaje se convierte en una fórmula clave. En ese sentido son básicas las figuras de los guías turísticos o las otras posibilidades tecnológicas. (p. 31)

2.2.1.5. Identidad cultural

Según Molano (2007), destaca que:

La identidad cultural no es fija o estática, sino que se recrea individual y colectivamente, y se alimenta de forma continua de la influencia exterior. Las identidades culturales son relacionales. Es decir, surgen por diferenciación y como reafirmación frente al otro. Por otro lado, si bien el concepto de identidad cultural puede trascender las fronteras geográficas como en el caso de los migrantes, desde su origen ha estado vinculado a un territorio. La identidad cultural se expresa a través de diversas manifestaciones: el lenguaje, las relaciones sociales, los ritos y ceremonias propias, los símbolos y los sistemas de valores y creencias que se comparten con un grupo, entre otros muchos aspectos que conforman el patrimonio material e inmaterial de un grupo. En efecto, patrimonio, historia e identidad cultural están profundamente vinculados, puesto que esta última se manifiesta a partir del patrimonio cultural y la historia. Así, la identidad cultural no puede existir sin la memoria, sin la capacidad de reconocer el pasado, sin elementos simbólicos o referentes que le son propios y que ayudan a construir el futuro. (Vergara & Tabilo, 2014, p. 16)

En concordancia con el autor, podemos decir que identidad cultural es la esencia y alma de un pueblo que identifica su pertenencia a la misma y que lo diferencia de otro pueblo respetando su ser.

2.2.1.6. Diversidad cultural

Desde la posesión de la Unesco (2005), enfatiza que:

La diversidad cultural puede comprenderse como la multiplicidad de formas en que se expresan las culturas de los grupos y sociedades. Estas expresiones se transmiten dentro y entre los grupos y las sociedades. Asociados a la noción de diversidad cultural, están los conceptos de multiculturalidad e interculturalidad. El concepto de multiculturalidad se refiere a la coexistencia de diversidad cultural (étnica, nacional, lingüística, religiosa, etc.) en una determinada entidad territorial, pero no implica necesariamente que estas culturas diversas se relacionen entre sí. Por su parte, la interculturalidad se refiere a las relaciones, al intercambio, al diálogo entre grupos culturales dentro de un mismo territorio, por lo que supone, la existencia de la multiculturalidad. La interculturalidad, un concepto dinámico, ha sido definida como la presencia e interacción equitativa de diversas culturas y la posibilidad de generar expresiones culturales compartidas, adquiridas por medio del diálogo y de una actitud de respeto mutuo. (Vergara & Tabilo, 2014, p. 17)

2.2.1.7. Marco conceptual del estudio

Según Morere & Perelló (2013), argumentan que:

El turismo cultural se configura como un concepto en permanente proceso de construcción. En él se integran, por un lado, la oferta de recursos y productos basados en el patrimonio monumental y material que se irá ampliando al significado global del patrimonio cultural. Por otro, incorpora la demanda y sus motivaciones generando un turismo cultural cada vez más amplio e integrador, donde todos sus componentes se entremezclan y articulan entre sí. Sin embargo, las distintas formas de acceder al patrimonio y a la cultura admiten distintas formas de turismo. Distintos agentes, distintos

productos, motivaciones diferentes y comportamientos se entremezclan en la caracterización de cada forma. Pero, en su aplicación práctica la configuración de este fenómeno, en los últimos 30 años, ha dotado a la economía, a la sociedad y al territorio de un instrumento de desarrollo, de dinamización, capaz de generar multitud de dinámicas, y en constante evolución y transformación que explican la consolidación paulatina y total vigencia de esta categoría de turismo, imbricada en la cultura, pero absorbida por el viajero y a través del desplazamiento. (p. 22)

2.2.1.8. Tendencias del turismo cultural

Tal como Morere & Perelló (2013), dicen:

Existen dos tipos de turista: turistas culturales cuando la cultura es su motivación básica y los turistas que ocasionalmente pueden consumir cultura. Estos dos tipos de turistas, con diferencias cualitativas, además de cuantitativas, pueden ser la base de diferentes estrategias turísticas en los destinos. Los datos de turismo cultural son reinterpretados por un organismo del sector, desde la perspectiva sociodemográfica de los viajeros, y datos secundarios referidos al número de viajes y al gasto asociado, estos datos deducen la complejidad del turismo cultural en su cuantificación como consecuencia de su delimitación, especialmente en la motivación de los visitantes, hecho que se ha resuelto con la creación de dos categorías, la motivación cultural y la práctica de actividades. Así el viajero que viaja individualmente, es un gran atractivo para los destinos por la importancia del gasto diario, pese a la duración más corta de las estancias. En cambio, el turista que practica actividades culturales, es más austero en términos de gasto, permanece más tiempo y es mucho más numeroso. (pp. 42-43)

2.2.1.9. Desarrollo del turismo en la actualidad

Empleando las palabras de Ávila (2014), define que:

El turismo se ha consolidado como una de las grandes expresiones de la globalización. Las tendencias en la actividad turística están cambiando. Así, el turismo caracterizado por la ampliación masiva del consumo se ha

convertido en un escenario dinámico en el que los destinos compiten en un mercado global, con una demanda muy segmentada, exigente y cambiante, y una oferta especializada fuertemente competitiva. Por otro lado, los cambios producidos en países desarrollados a partir de los años ochenta, permiten una mayor disponibilidad para las actividades de tiempo libre y los viajes. Las mejores condiciones de los medios de transporte y la movilidad, como las nuevas tecnologías de la comunicación, son tendencias positivas, en la medida que ayuden a facilitar los desplazamientos. El turismo cultural es una actividad que está posicionándose en el mercado. No obstante para hablar de turismo cultural es necesario que las ofertas turísticas incluyan tres condiciones: un deseo de conocer y comprender los objetos y las obras, el consumo de un producto que contenga un significado cultura y la intervención de un mediador, que ayude a destacar el valor del producto cultural que ofrece. (pp. 11-12)

2.2.1.10. Patrimonio y diversidad cultural

Dicho con palabras de Ávila (2014) manifiesta que:

La protección y difusión del amplio, rico y complejo patrimonio inmaterial requiere, en particular, nuevas y avanzadas estrategias de las instituciones en los tres órdenes de gobierno, así como una amplia participación de la sociedad civil. Dentro del sector cultural ha ganado terreno la valoración de la diversidad cultural como recurso para el desarrollo y como base de la identidad nacional, sin embargo, la mayoría de la zonas patrimoniales carecen de planes de manejo, que son una herramienta clave para su gestión sustentable que brinda a los gestores el marco óptimo para establecer condiciones de convivencia con el entorno social ,natural y urbano, al mismo tiempo establecen de manera explícita, políticas e indicadores, los criterios técnicos de mantenimiento y control de flujo de visitantes. En esa línea, es necesario, articular las políticas públicas entre sectores del gobierno relacionados con la cultura, el desarrollo y el turismo que den origen a estrategias y programas de trabajo, para el beneficio de las comunidades con base en el turismo cultural y la apreciación de la cultura. (pp. 23-25)

2.2.1.12. Clasificación del turismo cultural

Según Donaire (2012), da a conocer que las categorías son:

- Turismo culto: se trata de los turistas con mayor motivación y preparación, pues se acercara a todo espacio como el interés de captar su sentido más profundo.
- Turismo de la cultura o monumental: en este caso el objetivo es la visita de bienes o manifestaciones culturales, que no actúan tanto por la motivación interna, sino que responden a los llamados íconos culturales a los se les ha atribuido tanta importancia que todos sentimos que debemos conocerlos.
- Turismo de patrimonio: se centra en bienes del patrimonio. Se considera la herencia cultural de cada sociedad y, por ende, tienen una alta capacidad de transmisión de mensajes para su conocimiento.
- Turismo de las culturas: se orienta hacia las culturas vivas. Se vincula en todo caso al patrimonio inmaterial. El turismo tiene interés en comprender otras culturas viva, acercarse a sociedades y personas que viven de manera distinta a la propia. (Martorell,217,pp.78-79)

2.2.1.13. Orígenes del turismo cultural

En la opinión de Colleta (2015), nos plantea que:

El “Grand Tour” es el gran antecedente del turismo cultural como lo entendemos hoy, y las motivaciones que subyacían tras ese viaje de los nobles europeos eran educativas, sociales y culturales. Antes de hablar del “Grand Tour” cabe hacer mención a una pregunta ¿es que siendo el turismo una actividad humana, que genera encuentros entre seres humanos distintos y por lo tanto, cada uno con su propia carga cultural, podemos afirmar que el turismo en sí mismo, todo él y todo lo que se relaciona, no es en sí un fenómeno cultural? Ese cuestionamiento, se refiere a una actividad de movimiento de personas vinculadas ellas a una clase privilegiada en la Inglaterra del siglo XVIII. Probablemente, afirmar esto sea hacer eco de la idea popular que tan magnífico viaje, por denominarlo de alguna manera, podía generar en el imaginario de quienes no podían darse el lujo de hacerlo,

y lo que nosotros hemos recibido de ese imaginario. El “Grand Tour” es en sí mismo, una construcción bastante vaga. La forma rígida con la que lo asociamos al siglo XVIII, era en realidad la forma popular de entender un fenómeno de viaje en el que los británicos iban al continente para viajar y estudiar y preparar así sus carreras como diplomáticos y funcionarios públicos. (Martorell, 2017, pp. 64-65)

2.2.1.14. Demanda del turismo

Según Pulido et al (2013), plantea que:

El creciente interés del turista por lo cultural, muy ligado en los últimos años a la atracción por lo urbano, está llevando a una asociación errónea de conceptos. Esto ha convertido al turismo cultural, en una de las tipologías que mayor crecimiento de flujos turísticos parece haber experimentado en los últimos años. Parece existir una gran coincidencia, tanto en la mayoría de la literatura científica, como en los estudios realizados por diferentes organismos e instituciones, en que la cultura se ha convertido en un elemento de creciente motivación para el turista. Sin embargo, a pesar de ello, la información disponible sobre la evolución de la demanda de turismo cultural a nivel mundial es escasísima, como también lo es el conocimiento acerca de sus motivaciones, comportamientos, expectativas o niveles de satisfacción. Y, por otra parte, los estudios realizados hasta ahora tienen un mercado de carácter local, o se plantean con objetivos científicos muy concretos, utilizándose, además, metodologías muy dispares, lo que imposibilita la comparación de resultados, y, menos aún, la agregación de los datos obtenidos en diferentes estudios, en períodos o destinos distintos. (p. 47)

2.2.1.14.1. Perfil del turista cultural

Según Pulido et al (2013), describe que:

En los últimos años la bibliografía sobre turismo cultural, ha aumentado considerablemente, especialmente en el ámbito de las revistas científicas especializadas, si bien, un repaso a las aportaciones más recientes no permite vislumbrar un panorama muy diferente, en el sentido de que la mayor parte de los estudios focalizan su interés en el análisis de la demanda en destinos concretos, quizás, precisamente, por la inexistencia de un perfil único del turista cultural. Es evidente que la conceptualización de turismo cultural, y con ello, la de turista cultural, está cargada de dificultades, pues, ambos tienen significados distintos para personas diferentes. Para muchos turistas, el turismo cultural es una experiencia vinculada al encuentro con culturas diferentes, que les permiten disfrutar de los símbolos, sonidos, sabores y olores de una cultura desconocida. Sin embargo, los académicos y profesionales del marketing entienden el turismo cultural como una categoría de producto que se diferencia de otros productos, actividades y lugares de interés turístico por el tipo de consumo realizado, vinculado con el patrimonio cultural material e inmaterial del destino. (p. 49)

2.2.1.14.2. Segmentación de mercado

En la opinión de Pulido et al (2014), destacan que:

La segmentación de mercados permite una mejor identificación y comprensión de las necesidades, y deseos de los consumidores y de sus respuestas ante determinadas ofertas, reales o potenciales. Cuanta más información dispongan tanto el sector público como el privado acerca del mercado y de los subgrupos o segmentos que lo forman, más fácil será diseñar productos o servicios que satisfagan mejor a sus clientes, convirtiéndose, por tanto, la segmentación de mercados en una ventaja competitiva. En turismo, la segmentación de mercados se ha desarrollado hasta convertirse en una herramienta muy común en marketing estratégico. Puede ser aplicado tanto por cualquier operativo en la industria del turismo

(hoteles, agencias de viajes, atracciones turísticas, restaurantes, etc.) como por un destino turístico. (p. 66)

2.2.1.14.2. Tendencias

Según Pulido et al (2013), señalan que:

El turismo es una actividad tremendamente cambiante. Pocos se hubieran atrevido hace una década a prever lo que está ocurriendo en la actualidad. El turismo cultural es una tipología aún emergente, que parece tener todavía un amplio margen de desarrollo, aunque su evolución, en cualquier caso, va a depender de dos aspectos clave: el contexto general de cambio en el que se desarrolla la actividad turística, y la rapidez con que se está modificando el cuadro motivacional y el comportamiento del consumidor, y de la demanda turística en particular. Desde el punto de vista económico, los dos aspectos que mayor influencia tendrán en un futuro inmediato en el desarrollo del turismo serán la globalización y la liberalización de los mercados. Por otra parte, el sector privado es cada vez más dinámico, y su rápida expansión en los mercados emergentes está generando serias presiones sobre la competencia para mejorar la eficiencia en el uso de los recursos. (pp. 68-69)

2.2.1.15. Uso del patrimonio cultural

Teniendo en cuenta a Pulido et al (2014) señala que:

Los principales tipos de recursos culturales vinculados con el patrimonio histórico, se distinguen entre dos grandes bloques: los bienes inmuebles y el patrimonio inmaterial. Además de los contenidos teóricos, se presentan diferentes instrumentos para el conocimiento y gestión del patrimonio cultural en clave turística. Así, se aborda la metodología para la confección de un inventario de recursos, componente central en el análisis de los destinos turístico-culturales y punto de arranque de buena parte de los sistemas de planificación. A otro nivel, se aborda los mecanismos de fijación de aforo y reserva previa de algunos de los grandes recursos turísticos-culturales, mecanismos de gestión de la visita que surgen para regular el flujo de

entrada pública y controlar por tanto la presión turística que sufren algunos de los espacios más relevantes. (p. 117)

Agregando a lo expuesto por el autor, el patrimonio cultural es un capital que ha heredado un pueblo de su antepasado, y si se aplican estrategias adecuadas para su cuidado, podemos disfrutar de ellas en el presente y transmitirlo a generaciones futuras para su pleno goce. Por lo tanto, la obligación de su conservación y protección no solo es del Estado sino de todos los ciudadanos responsables; ya que este recurso es frágil y si es que se pierde, ya nunca podrán ser recuperados.

2.2.1.15.1. Bienes culturales

Tal como Pulido et al (2014), proponen que:

Buena parte de las prácticas de turismo cultural se concretan en visitas a bienes inmuebles de diferente tipo, desde yacimientos arqueológicos hasta centros históricos de grandes ciudades. Estos bienes presentan un amplia gama de valores: artísticos, históricos, arqueológicos, etnográficos, científicos, técnicos, etc. Que sustentan su consideración como patrimonio cultural. Su cronología es tan dilatada como la especie humana, desde nuestros orígenes hasta manifestaciones de arquitectura y urbanismo de factura contemporánea. En este sentido, comprende un patrimonio heredado, que remite a la memoria histórica de una colectividad, junto con un patrimonio en construcción, fruto de procesos de creación mucho más recientes. Y de su naturaleza como bienes inmuebles deriva su condición como soporte de buena parte del resto de los recursos culturales: monumentos acondicionados como museos que guardan y exhiben colecciones de objetos muebles; calles y plazas de raigambre histórica que sirven de escenario a fiestas y mercados y paisajes rurales asociados a ciertas tradiciones productivas. (p. 118)

2.2.1.15.2. Zonas arqueológicas

Tal como Pulido et al (2014), dan a conocer:

Las zonas arqueológicas son aquellos lugares donde existen bienes muebles o inmuebles susceptibles de ser estudiados con metodología arqueológica, hayan sido o no extraídos, tanto si se encuentran en superficie, en el subsuelo o bajo las aguas territoriales, los yacimientos y sitios catalogados cubren una amplia tipología que responde tanto a criterios cronológicos como de disposición en el espacio. Una parte de estas manifestaciones del patrimonio constituyen importantes reclamos para la visita turística. Existe ya un segmento de demanda de incierta cuantificación, que se desplaza en su tiempo de ocio vacacional, con una motivación directamente relacionada con la visita de yacimientos y sitios arqueológicos. (p. 122)

2.2.1.15.3. Artesanía

Según palabras de Pulido et al (2014), nos expresa que:

La delimitación del concepto de artesanía es una tarea compleja, sólo abordable desde un enfoque multidimensional, desde un punto de vista tecnológico, el producto artesano se define a través de un proceso de producción fundamentalmente manual; desde una perspectiva antropológica, es un modo de producción tradicional por ser la tradición la que proporciona las técnicas, los útiles y los diseños y configura una actividad que no ha sido afectada por los principios de especialización, división y mecanización del trabajo; desde una óptica cultural, se funde con el concepto de “arte popular”, arte anónimo transmitido en muchas ocasiones de forma oral de generación en generación. (p. 136)

2.2.1.16. Actores del turismo

De acuerdo con las palabras de Pulido et al (2013), sostienen que:

El conocimiento sobre los agentes que intervienen en el desarrollo turístico del territorio y de sus relaciones, es un elemento básico para la gestión activa

de cualquier destino, pues éstos tienen una importancia trascendental en las estrategias y las acciones que deben emprenderse para adaptarse a las cambiantes condiciones del entorno. Por otra parte, la mayor o menor voluntad de los agentes turísticos para trabajar de forma conjunta y coordinada también condiciona las características de la oferta turística y, muy especialmente, su forma de gestión, de ahí la necesidad de identificar a los actores que intervienen durante el proceso y evaluar las relaciones que se establecen entre ellos.

Por lo tanto, la cooperación y la colaboración se convierten en dos aspectos clave para la toma de decisiones relativas a la planificación y gestión de los destinos turísticos culturales, especialmente de aquellos en los que existe una creciente presión sobre los recursos más emblemáticos para el turismo, que puede acabar no sólo con la saturación del destino, sino, incluso, con la desaparición del atractivo que generan para los turistas. (p. 142)

2.2.1.16.1. Comunidad receptora

Según Pulido et al (2013), afirman que:

Los residentes aparecen entre los principales beneficiarios en todos los estudios, sobre los efectos del desarrollo del turismo en un territorio, pues comparten su espacio de residencia con otros que quieren conocerlo, y están dispuestos a pagar por ello. Sin embargo, la falta de consideración de sus intereses puede dar lugar a situaciones poco apetecidas por los residentes que generan en estas actitudes negativas que pueden perjudicar el destino. Son muchos autores que destacan la influencia de la comunidad receptora en el desarrollo del destino turístico, y consideran que, para que la economía de un territorio se base en el turismo, los residentes deben ser “socios” dispuestos en el proceso, por lo que su actitud hacia la actividad turística y su percepción acerca de los impactos que esta provoca debe evaluarse de forma continua. En el caso contrario, la capacidad del destino para satisfacer a la demanda turística puede verse comprometida. (p. 159)

2.2.1.16.2. Visitantes

Tal como Pulido et al (2013), argumentan:

El turista es uno de los actores principales del ecosistema turístico. Así, el turismo, además de una actividad económica, está conformado por un conjunto de experiencias humanas que muchos disfrutan, esperan con ilusión o recuerdan como algunos de los momentos más importantes de su vida. Al referirse a la demanda turística, conviene distinguir entre los turistas, es decir, aquellos que visitan y pernoctan en el destino, que es lo que se denomina demanda real, y la denominada demanda potencial, es decir, aquellos que, respondiendo al perfil de demanda cuyas expectativas y necesidades el destino puede satisfacer, aún no lo han visitado. Igualmente, conviene tener en cuenta la figura del excursionista, es decir, el visitante de día, aquel que disfruta del destino sin pernoctar en él, pero sí que hace uso de muchos de los bienes y servicios de los que en el destino están a disposición del visitante. (pp. 160-161)

2.2.1.16.3. Medios de comunicación

Dicho en palabras de Pulido et al (2013), indican que:

Los medios de comunicación tienen un papel clave en la imagen percibida de cualquier destino turístico. La imagen percibida por el turista es uno de los principales elementos que condiciona la elección del destino por parte de aquel, de ahí la necesidad de contar con la implicación de los medios de comunicación, que cada vez tienen una mayor capacidad de prescripción. Existe, además, un creciente número de medios de comunicación especializados en turismo, lo que favorece la cultura del viaje, aumentando y mejorando la información de la que disponen los potenciales clientes sobre el destino y reduciendo, con ello, el riesgo de elección. (pp. 164-165)

2.2.2. Desarrollo turístico sostenible

De acuerdo con Herмосilla, Nancher, Martínez, Fansa & Iranzo (2017), se dice que:

La actividad turística se desarrolla y se entiende en un escenario territorial concreto, tanto en el litoral como en el interior, tanto en el medio urbano como en el rural. Se trata de una actividad económica y social que precisa de instrumentos capaces de ordenarla. (p. 11).

Desde el punto de vista del turismo, Orosco, Núñez & Virgen (2008), sostienen que “el desarrollo turístico tiene que fundamentarse sobre criterios de sostenibilidad, es decir, ha de ser soportable ecológicamente a largo plazo, viable económicamente y equitativo desde una perspectiva ética y social para las comunidades” (p. 23).

Asimismo, Virgen (2014), describe al desarrollo sostenible como “el desarrollo que satisface las necesidades del presente, sin comprometer la capacidad para que las futuras generaciones puedan satisfacer sus propias necesidades” (p. 126).

Dicho de otra manera, Lescano, Valdés, Lescano, Reyes & Belaúnde (2015), consideran que “el desarrollo sostenible considera la equidad, tanto dentro de una misma generación como entre distintas generación y posibilita así, que toda las generaciones, presentes y futuras aprovechen de la mejor manera su capacidad”(p. 41).

Por otro lado, Jiménez (2013), define que:

El desarrollo sostenible, no solo significa crecimiento económico, sino algo más amplio, una noción de bienestar económico, que reconoce componentes no financieros, como son la calidad del medio ambiente, el estado de salud de la gente, su nivel de educación, la calidad del trabajo, la existencia de comunidades fuertemente unidas con identidad cultural, entre otros. (p. 29)

2.2.2.1. Planificación territorial

Desde el punto de vista de Hermosilla et al (2017), señalan que:

El turismo es la actividad que realizan las personas que viajan a un territorio, donde no residen ni trabajan permanentemente y pernoctan al menos una vez. Se viaja por algún motivo. Causa el viaje la existencia de uno o varios atractivos en el territorio visitado. Y atraen a las personas, hacia los destinos turísticos la presencia de otras personas, actividades y recursos que no existen en su lugar habitual de residencia y ocupación. Sin atractivos no hay viaje. Pero viajar y pasar al menos una noche exige el uso de medios de transporte y servicios de alojamiento y manutención. Hay operadores y profesionales de los atractivos, del transporte, del alojamiento y la manutención tanto en las empresas y la sociedad civil como en las administraciones y organizaciones públicas. Para que exista el turismo, el turista ha de poder ensamblar en espacio y en tiempo una sucesión de actividades que le llevarán de su casa al destino y del destino a su casa. (p. 15)

Si bien el turismo requiere que un destino turístico tenga todos los elementos necesarios, para hacer posible el disfrute de los visitantes y con ello lograr el propio desarrollo de la comunidad receptora, es necesario formular, implementar y evaluar una serie de acciones que deben ser realizados a través de un trabajo coordinado entre los niveles de gobierno e involucrando al sector privado que permita lograr los objetivos en un corto, medio y largo plazo.

2.2.2.2. El turismo una articulación espacio-temporal de actividades

Tal como Hermosilla et al (2017), mencionan que:

El turista visita un territorio y pernocta para realizar actividades entre las que ha de tener lugar la articulación espacio-temporal. Sin embargo, el efecto e impacto turístico sobre el territorio visitado tiene naturaleza difusa. Por este motivo, un territorio que aspire a recibir visitas y hacerlas compatibles con la vida cotidiana y los usos de la población local garantizando el desarrollo sostenible necesita planificarse. Y, para ello, los actores locales necesitan

ser conscientes de ese carácter sistémico del hecho turístico. El turismo, por otro lado, es signo de los tiempos. Se trata de una actividad en constante crecimiento y, cuyas previsiones son también muy impresionantes, sin embargo, no todos los territorios están en condiciones de convertir el turismo en su nuevo hilo conductor de desarrollo. Ciertamente, hay territorios sin tradición en los que puede implantarse una nueva cultura turística, pero, para ello, se requiere la presencia previa de, al menos, recursos naturales y culturales que puedan atraer a la demanda, redes sociales favorables y ciertos procesos de innovación. (p. 16)

2.2.2.3. Instrumentos de creación de productos turísticos

Según Hermosilla et al (2017), afirman que:

La planificación estratégica aplicada al territorio para su posicionamiento turístico representa un modelo bien asentado de intervención política, quiere decirse que las administraciones públicas están en condiciones de fijar un escenario ideal con objetivos de futuro, para su territorio como destino turístico y son capaces de establecer una secuencia de acciones y programas para tratar de lograrlo. El instrumento operativo para ello admite numerosas denominaciones, aunque es frecuente referirse al mismo como Plan Director Territorial Turístico (PDTT). Con estos planes directores se trata de elaborar productos turísticos a partir de los recursos del territorio y, su potencial atractivo y contribuir así al desarrollo sostenible del mismo. (p.17)

2.2.2.4. Sistema territorial del turismo

Tal como Hermosilla et al (2017), definen:

La actividad turística se concibe como un sistema territorial que pone en relación la actividad turística, el subsistema de actores y el conjunto de productos turísticos de un destino, en un contexto territorial determinado. La gestión de un destino turístico precisa que los actores, públicos y privados, relacionados con la actividad turística; puedan desenvolverse de manera coordinada para la elaboración de los diversos productos turísticos. Así

mismo, los factores que condicionan el desarrollo territorial de un destino son: los recursos propios, los procesos de innovación económico-empresarial y social, y las actividades económicas, elementos claves para la industria turística y su triunfo. Es decir, el equipamiento relacionado con el alojamiento y la restauración, los canales de intermediación, las infraestructuras de transporte, así como el conjunto de actividades complementarias como la seguridad; es el resultado del motivo de los desplazamientos de los visitantes desde los territorios de residencia a los destinos turísticos. (pp. 18-19)

2.2.2.4. Impactos socioculturales y medioambientales del turismo

Teniendo en cuenta a Orosco et al (2008) mencionan que:

Los impactos socioculturales del turismo son consecuencia de las relaciones sociales, que se establecen en un destino turístico. La magnitud de los impactos dependerá en gran medida de las diferencias socioculturales entre turistas y residentes y pueden afectar a multitud de variables, entre ellas: formas de vida, sistemas de valores, comportamiento individual, niveles de seguridad, conducta moral y política, cultura tradicional, etc. Por otra parte, los impactos socioculturales del turismo hay que analizarlos a partir de los beneficios y costes que genera la actividad turística en el área de destino. En su aspecto positivo, el turismo puede contribuir a mejorar la calidad de vida de la población receptora. (pp. 11-13)

Tabla 1.
Impactos socio culturales del turismo

Beneficios	Costes
Elevación de la calidad de vida de la comunidad local	Resentimiento hacia el turismo por parte de la población local cuando se establecen ghettos de lujo en lugares dominados por la pobreza
Estimulo del interés de la comunidad local por la cultura propia, tradiciones, costumbres, etc.	Tensión social debido a la creación de empleos en la actividad turística con salarios superiores a la media
Revitalización de costumbres locales (artesanía, folclor, etc.)	Establecimiento de una nueva forma de explotación basada en la prostitución y las drogas

Fuente: desarrollo turístico y sostenibilidad social, Orosco, Núñez & Virgen (2008)

2.2.2.5. Impactos medioambientales

De acuerdo con Orosco et al (2008), declaran que:

El entorno natural se ha convertido en la base y la atracción de muchos destinos turísticos. En la actualidad, una buena parte del turismo suele desarrollarse sobre ambientes frágiles, y por lo tanto, muy vulnerables a la presión humana. La necesidad de mantener un entorno ambiental no deteriorado ha surgido como respuesta al desarrollo turístico espontáneo, desordenado y sin ninguna consideración hacia el ambiente natural, en términos de conservación y mejora. (p. 15)

Tabla 2.
Impactos ambientales del turismo

Beneficios	Costes
Estímulo para la conservación y mejora del entorno en los destinos turísticos	Erosión y degradación del entorno, problemas de aguas residuales, agotamiento de recursos acuíferos, problemas de recojo de basura y vertederos incontrolados
Creación de parques naturales, protección de áreas salvajes, restauración y preservación y edificios y lugares históricos	Desarrollo urbano no integrado en el paisaje
Introducción de medidas de planificación y gestión	Eliminación de flora y fauna

Fuente: desarrollo turístico y sostenibilidad social, Orosco, Núñez & Virgen (2008)

2.2.2.6. Turismo sostenible como estrategia de desarrollo

Desde el punto de vista de Orozco et al (2008), señalan que:

La preocupación generalizada y la llamada de alerta por los efectos negativos de un desarrollo, que no ponga límites al consumo de recursos y a la degradación ambiental se inician básicamente en la década de los setenta, cuando salen a la luz pública numerosos estudios, que revelan la insostenibilidad en el largo plazo de un modelo sustentado en la desigual redistribución de los frutos del crecimiento económico junto a otros acontecimientos relacionados con el agotamiento de los recursos naturales, la crisis energética, la contaminación ambiental, el aumento progresivo de la población mundial fundamentalmente en los países más pobres. Todos

estos hechos van a poner en evidencia la necesidad de buscar nuevas alternativas de desarrollo donde estén presentes la relación dinámica y dialéctica que se establece permanentemente entre el medio ambiente físico, tanto el natural como el artificial construido por el hombre; y el medio ambiente sociocultural, representado por la estructura, funcionamiento y organización de los individuos en sociedad. (p. 18)

2.2.2.7. Antecedentes del desarrollo sustentable

Citando a Sabino (1999), nos manifiesta que:

Uno de los antecedentes más importantes para llegar al planteamiento del desarrollo sustentable, fue la Declaración Universal de los Derechos Humanos emitida por las Naciones Unidas en 1948, en la que se señala, entre otros aspectos, que todas las personas tienen derecho a la seguridad social, la satisfacción de los derechos económicos, sociales y culturales indispensables a su dignidad y al libre desarrollo de su personalidad, a un nivel de vida adecuado que le asegure a él y su familia la salud y el bienestar y, en especial, la alimentación, el vestido, la vivienda, la asistencia médica y los servicios sociales necesarios, así como la educación que tenga como objeto el pleno desarrollo de la personalidad humana, además de tomar parte libremente de la vida cultural de la comunidad, y a gozar de las artes y a participar en el progreso científico y en los beneficios que de él resulten. (Virgen, 2014, p. 101)

2.2.2.8. Equidad y justicia

Según Virgen (2014), plantea que:

El verdadero desarrollo sostenible es antes que nada, equitativo y democrático y debe preocuparse de satisfacer las necesidades de los pobres y de los sectores marginados de la población. Los conceptos de equidad y justicia son muy importantes en las definiciones de desarrollo sostenible. El desarrollo sostenible reconoce que, si ignoramos nuestra influencia en los demás dentro de un mundo interdependiente, lo hacemos por nuestra cuenta y riesgo. Uno de los desafíos más grandes en el proceso de la toma de

decisiones es como proteger los derechos de los que carecen de voz. Las generaciones futuras de seres humanos no pueden dar a conocer sus opiniones o proteger sus intereses en el proceso de la toma de decisiones. Si el desarrollo va a ser sostenible, debe tener en cuenta los intereses de estas personas. (pp. 152-153)

2.2.2.9. Indicadores de desarrollo sostenible

De acuerdo con Lescano et al (2015), señalan:

Como resultado de la Conferencia de Río, se han adoptado diversas iniciativas para promover el desarrollo sostenible, en el capítulo 40 del programa 21 se señala la necesidad de que los países, las organizaciones internacionales y las organizaciones no gubernamentales elaboren indicadores del desarrollo sostenible, que son instrumentos importantes para indicar la dirección más adecuada para alcanzar los objetivos del programa 21. En 1995, la comisión sobre el desarrollo sostenible aprobó un programa de trabajo sobre los indicadores con el objetivo de elaborar indicadores del desarrollo sostenible a los que tengan acceso los encargados de la adopción de decisiones a nivel nacional para el año 2000. El programa de trabajo comprendía un conjunto inicial de 134 indicadores, con las correspondientes hojas de metodología, concebidas para proporcionar una definición de cada indicador, junto con información sobre su significado y aplicabilidad. (p. 173)

2.2.2.10. Objetivos del desarrollo sostenible

Tal como Lescano et al (2015), mencionan:

Los objetivos de desarrollo sostenible obedecen al propósito de promover este desarrollo e integrar más sus tres dimensiones: economía, social y ambiental.

En el documento final de la Conferencia de Río, se encuentran indicaciones de los fines a los que podrían apuntar los objetivos de desarrollo sostenible. De ellos, el primordial es erradicar la pobreza, para lo cual es indispensable un crecimiento económico sostenido, inclusivo y equitativo de los países en desarrollo. Además, reducir las desigualdades, promover la igualdad entre

los géneros y dar igual acceso a una educación de calidad constituyen ejemplos de otros resultados a los que podrían contribuir los objetivos de desarrollo sostenible. Se indica también, que el proceso de formulación de los objetivos de desarrollo sostenible debía ser coordinado y coherente con los procesos relacionados con el programa de desarrollo. (pp. 203-204)

2.2.2.11. Condiciones para el desarrollo sostenible

Teniendo en cuenta a Jiménez (2013), señala que:

Partiendo del principio de que los recursos naturales renovables y no renovables tienen sus límites, se proponen cuatro condiciones básicas en relación con los ritmos de desarrollo sostenible:

- Ningún recurso renovable, deberá utilizarse a un ritmo superior a la su degradación.
- Ningún contaminante deberá producirse a un ritmo superior al que pueda ser reciclado, neutralizado y absorbido por el medio ambiente.
- Ningún recurso no renovable, deberá aprovecharse a mayor velocidad de la necesaria para sustituirlo por un recurso renovable utilizado de manera sostenible.
- Como alternativa a la explotación de los recursos renovables y no renovables, surge la imperante necesidad del uso de los recursos continuos como el viento, las olas del mar, la energía solar, entre otras, ya que estos recursos no se agotan, al menos en la escala humana. (p. 30)

2.2.2.12. Indicadores del desarrollo humano sostenible

Tal como Jiménez (2015), plantea que:

Los indicadores de desarrollo sostenible son aquellos indicadores sociales que miden el nivel de daño al medio ambiente y a los recursos naturales. Para medir el nivel en que han sido afectados o disturbados medio ambiente y recursos naturales, se deben tener en cuenta cuatro ítems: organización social, población, medio ambiente y tecnología. Con base en el programa de las Naciones Unidas para el desarrollo, en la Declaración del Milenio,

algunas naciones en el ámbito hispano han desarrollado indicadores de sostenibilidad. Y aunque, de manera tentativa los modelos de construcción de los sistemas de índices para medir la magnitud del impacto han sido desarrollados por anglosajones, No obstante, en la actualidad se han tomado dos estudios de otros países como son el de un condado de Nueva Inglaterra y el trabajo de Juan Diez Nicolás sobre el “dilema de la supervivencia”. En cuanto al condado, se establecen 15 indicadores seleccionados con sus índices de medición para la resolución del conflicto entre una vida humana sostenible y la integridad de la naturaleza, para lo cual se establecen tres tipologías: medio ambientales, sociales y económicas. (pp. 30-31)

2.2.2.13. Sensibilización

Desde el punto de vista de Hermsilla et al (2017), declaran que:

Un impulso inicial, entre el tejido empresarial y/o el gobierno local, para que el turismo pueda suponerle al territorio una oportunidad de desarrollo que mejore la calidad de vida. Primero, debe existir una voluntad clara de recibir visitantes entre la sociedad local. Por tanto, el impulso dinamizador de un posible producto turístico y su posterior planificación estratégica puede proceder de la sociedad civil y el tejido empresarial, en todo caso, la administración local tiene que ser muy consciente del potencial atractivo para articular cualquier producto turístico y posicionarlo en el mercado con éxito. A falta de una aparente movilización entre la sociedad civil y el tejido empresarial, un equipo de gobierno municipal puede legítimamente explorar las posibilidades de sensibilización a la población al respecto. Desde la administración local, se puede impulsar la sensibilización a través de un proceso de convocatorias que permita, en primer lugar, explicar al público por qué el turismo puede crear valor para el territorio. Y, en segundo lugar, las convocatorias han de servir para conocer la existencia de personas y entidades con y sin ánimo de lucro que valoran los recursos locales y pueden estar en condiciones de ofertar atención y servicios a un posible flujo de visitante. (p. 41)

2.2.2.13.1. Grupo de trabajo

Según Herмосilla et al (2017), argumentan que:

Para crear un grupo de trabajo la administración ha de contar con todas las áreas técnicas que puedan haberse organizado el gobierno local. La creación de un Comité de Coordinación Turística Municipal es el punto de partida. Las empresas turísticas han de formar parte necesariamente del grupo, así como la hostelería y restauración, el comercio y, por supuesto, el ocio y la cultura, sectores en los que se sitúan las empresas que ofrecen atractivos. Deben ser convocadas todas las entidades locales cuya actitud, y comportamiento hospitalario resulte fundamental para poder ofertar al visitante un producto turístico. Hay que ser exhaustivos. Han de ser invitadas a incorporarse todas las asociaciones empresariales y profesionales, los sindicatos o secciones sindicales locales, las asociaciones de vecinos y de consumidores, las asociaciones de amas de casa, juveniles y de la tercera edad, las asociaciones festivas, las asociaciones culturales, las asociaciones deportivas y de tiempo libre, las asociaciones religiosas y cívicas. El sistema educativo local público y privado es sumamente importante por su condición clave, a la hora de concienciar a las familias acerca del potencial valor del turismo para la calidad de vida y la dignidad del territorio. (p. 42)

2.2.2.13.2. Coordinación

Dicho en palabras de Herмосilla et al (2017), dicen que:

Según el tamaño relativo del territorio que promueve la creación del producto turístico será también necesaria la coordinación con otros niveles de la administración pública a nivel local, regional y nacional. Por otro lado, es evidente que, si el proceso a generar con la puesta en marcha de un plan de desarrollo turístico ha de conllevar a todos los grupos de interés y actores sociales del territorio en cuestión, han de opinar y ser tenidos en cuenta acerca de todos los impactos posibles en el hábitat, la cultura y la economía local. (pp. 42-43)

2.2.2.13.3. Estrategia

Citando a Hermosilla et al (2017), nos manifiesta que:

La metodología de sensibilización a emplear ha de resultar efectiva y conseguir el objetivo de articular un grupo de trabajo del que habrían de surgir posteriormente los productos y sus estrategias correspondientes. Para ello, existen múltiples canales de comunicación. Captar la atención de la población es cada vez más difícil y no se pueden escatimar recursos. La participación del ciudadano en la acción colectiva supone un elevado coste de oportunidad en tiempo, por tanto, experimentada como una actividad cara. Los beneficios privados de sumarse al proceso de creación del producto turístico, incorporándose al grupo de trabajo han de ser percibidos con claridad. Es clave contar con especialistas en comunicación política y/o en animación socio-cultural. El ciudadano confía racionalmente en la participación de los demás para que carguen con el coste de activar y diseñar ese bien común a través del proceso democrático del que podrá beneficiarse una vez exista. Por lo tanto, si existe una mínima articulación de producto y se atraen visitantes, todos los productores locales se pueden ver beneficiados del flujo de clientes, hayan participado o no del grupo de trabajo. (p. 43)

2.2.2.14. Productos turísticos

De acuerdo con Hermosilla et al (2017), declaran que:

Si un territorio aspira a convertirse en destino turístico, ha de contar en principio, con la potencial existencia de una serie de servicios en la forma de una oferta de mercado o/y pública que, gracias a su combinación, pueda finalmente satisfacer las motivaciones y expectativas de un posible visitante a través de una articulación en la forma de producto y experiencia. Llamamos oferta turística de un determinado territorio, al conjunto de servicios y productos con valor turístico que es puesto a disposición del público en un mercado competitivo. En la oferta hemos de distinguir bienes atractivos, recursos, productos, y, en todo caso, infraestructuras. Todo elemento y actividad natural o humano, que activa y motiva el desplazamiento es un

atractivo turístico. Se trata de elementos y actividades de ocio, profesionales y relacionadas con la vida personal -religión, salud- y afectiva cuya realización comporta para la persona un viaje con al menos una pernoctación y son la condición necesaria del turismo. (p. 69)

2.2.2.14.1. Inventario

Citando a Hermosilla et al (2017), expresan que:

Un conocimiento objetivo y sintético de los recursos del territorio es, sin duda, la clave principal en la configuración de cualquier producto turístico para su posterior puesta en el mercado. Hablamos aquí de una noción primaria de recurso turístico, a partir de la que hemos de detectar los posibles atractivos. Es de vital interés identificar y evaluar los atractivos, categorizando y jerarquizando como recursos territoriales. En la fase previa de análisis integral del territorio ya habrán aparecido los recursos con posible valor turístico. En esta etapa específica, se trata de realizar del modo más exhaustivo un inventario de recursos y su clasificación y jerarquización por capacidad de atracción, grado actual y viabilidad de explotación turística. Expresado de modo sencillo en una tabla, los recursos que actualmente están en condiciones de generar flujos turísticos entre territorios y actuar como atractivos son el patrimonio natural en su condición de hábitat -ecosistema, paisaje y escenario-, el patrimonio cultural material e inmaterial y las actividades e instalaciones relativas al ejercicio profesional y la vida personal -salud, religión, ideología. (p. 70)

2.2.2.14.2. Entidades

De acuerdo con Hermosilla et al (2017), Afirman que:

La oferta turística se compone de tres elementos fundamentales. En primer lugar, se encuentran los atractivos turísticos, principal motivación y condición necesaria para la existencia de un plan de desarrollo turístico, y los recursos turísticos sin los que no puede haber conexión y estancia de los visitantes. En segundo lugar, la oferta requiere de unas infraestructuras, los componentes físicos necesarios para el viaje y la estancia, de naturaleza

pública mayoritariamente y ordenadas según cierta normativa: carreteras, puertos, aeropuertos, suministros de agua, saneamiento, recogida de basuras, hospitales. Como tercer elemento, se encuentran las empresas turísticas que, aunque ofrezcan atractivos o recursos, prestan directamente servicios al visitante y tienen en la presencia de turistas uno de sus objetivos. (p.70)

2.2.2.14.3. Atractivos turísticos

Tal como Hermosilla et al (2017), señalan:

El medio natural tiene obviamente valor patrimonial, en su condición material y vital de ecosistema que actúa como hábitat e integra en su ciclo a la población residente, a la que proporciona el soporte de supervivencia. Además, es el escenario y paisaje de la vida simbólica y de las actividades extra-económicas suscitando bienestar, emociones y salud, en la actualidad se trata de potenciales atractivos para satisfacer la creciente necesidad de contacto con la vida natural. Conocer y listar los organismos o entidades con derechos sobre el uso y el acceso de este patrimonio, es tan imprescindible como el propio catálogo de recursos. Estas entidades pueden ser personas particulares, empresas, asociaciones y las propias administraciones públicas. (p. 72)

2.2.2.3 Plan de desarrollo turístico

En cuanto a Hermosilla et al (2017), mencionan que:

Una vez definida la estrategia a seguir en el destino turístico, es preciso desarrollar dicha estrategia en una serie de programas. Así mismo, definir líneas estratégicas para poner en marcha las actuaciones relacionadas con la creación de productos turísticos (producto-mercado), con la definición de marca, su comunicación y promoción, así como las definitorias del modelo de gestión. En función del tamaño del destino, se podrían añadir líneas enfocadas a la competitividad, innovación o desarrollo empresarial. Esta línea se dirige a temas de formación y colaboración con instituciones formativas, gestión de calidad, impulso al emprendimiento y cooperación

interempresarial. Además de identificar las actuaciones, es preciso asignar responsables, así como periodificar el tiempo necesario para que cada una de ellas se lleve a cabo. (p. 123)

2.2.2.3.1. Producto turístico

Según Hermosilla et al (2017), indican que:

Un destino turístico entendido como el lugar cuya visita motiva la decisión de realizar un viaje precisa, para su configuración, de la creación de productos turísticos que obedezcan a estrategias de diseño, promoción y comercialización. Por tanto, debemos elaborar una serie de actuaciones que generen destinos turísticos innovadores resultado de la transformación de los recursos naturales y culturales de un territorio en productos turísticos, sin perder, en ningún momento las ideas básicas de desarrollo territorial, la sostenibilidad, la influencia de los agentes involucrados o las políticas públicas existentes. Para definir las actuaciones encaminadas a la creación de estos nuevos productos turísticos, será necesaria la aplicación de un criterio general, como es ofrecer productos únicos que permitan que el destino se posicione temáticamente con una imagen, fácilmente comprensible y de difícil sustitución. Además, disponer de una oferta de productos claramente estructurada. Estos nuevos productos deben reunir los siguientes requisitos: la oferta de experiencias en torno a motivaciones diversas, la tematización del destino y la puesta en valor de la identidad geográfico-cultural. (p. 125)

2.2.2.3.2. Promoción

Empleando las palabras de Hermosilla et al (2017), nos señalan que:

La conversión de un territorio en un destino turístico consiste en un proceso complicado y requiere, en primer lugar, de la existencia de fondos para la promoción turística y para la gestión del destino, la imagen de marca es el conjunto de valores, sensaciones y experiencias transmitidas al turista. Tener una marca no implica solo definir un logo, un estilismo, un slogan o crear una página web. Exige a los destinos mantener su visibilidad

continuamente y en todos los formatos: campañas de marketing, visualización en todos los canales de comunicación, pero también, que el destino en su totalidad trabaje conjuntamente para transmitir los valores de la marca a través del tiempo, es decir, que las expectativas creadas a los potenciales clientes del destino a través de la marca sean superadas en satisfacción tras la experiencia turística. Así mismo, La promoción turística hace referencia a comunicar a los posibles turistas la existencia de una oferta turística y para el cual debemos usar canales de promoción como: los tradicionales y los canales digitales. Es muy importante trabajar con ellos, y presentarles el destino para que, pueda ser comunicado o forme parte de sus ofertas. (pp. 127-128)

2.2.2.3.3. Innovación

Según Herмосilla et al (2017), mencionan que la innovación:

Se trata del desarrollo del producto turístico de calidad que cubra las expectativas de los visitantes. La satisfacción con un destino no solo depende de la importancia del recurso, sino de todos aquellos servicios con los que el visitante debe interactuar durante su estancia. La existencia de una oferta turística que pueda cubrir las necesidades de los visitantes es fundamental, al igual que lo será el nivel de calidad con que dichos servicios se ofrezcan. Por tanto, es necesario responder a las expectativas de calidad y servicio que nuestros visitantes esperan. Para ello, será importante que las empresas turísticas tengan conocimiento y acceso a los sistemas de gestión de calidad existentes adaptados al sector, algunos de los cuales permiten obtener reconocimientos y/o certificaciones, y demostrar, de esta forma, su activa orientación al cliente. Algunos de estos sistemas permiten trabajar también en el ámbito de la calidad medioambiental o sostenibilidad, lo que generaría un plus para el destino. (p. 130)

2.3. Definición de términos básicos

Atractivo turístico. Son elementos naturales y culturales, donde además de estos, existen una adecuada infraestructura y una serie de servicios que posibilitan la atracción de los turistas.

Área protegida. Es un refugio geográfico delimitado para la conservación y protección de especies vegetales y animales por el Estado.

Bienes culturales. Son tesoros tangibles e intangibles de gran importancia para un pueblo, por tener relación con su pasado, su presente y el legado que deben heredar a las futuras generaciones.

Cultura. Se considera como un conjunto de creencias, costumbres, conocimientos, arte, gastronomía y diferentes modos de vida, que identifica la esencia de un pueblo.

Destino turístico. Es un paraíso geográfico con características únicas, donde existe un conjunto de elementos que hace posible el desarrollo de la actividad turística.

Desarrollo. Es el ámbito donde se realiza una actividad económica, social, cultural y ambiental, en la cual toda la población y sus autoridades, buscan mejorar la calidad de vida de sus habitantes.

Demanda turística. Se define como el conjunto de turistas que tienen el deseo de conocer un determinado atractivo turístico, con el fin, de consumir una serie de productos y servicios que satisfagan sus necesidades.

Ecosistema. Es una comunidad natural compuesta por organismos interdependientes que comparten un mismo hábitat.

Empresas turísticas. Es un conglomerado que se dedica a la producción de bienes de consumo o de servicios, con el único propósito de satisfacer las necesidades del visitante.

Identidad cultural. Es un conjunto de características o rasgos peculiares, propios de un pueblo, que permiten a sus habitantes identificarse como miembros de ese grupo y a la vez diferenciarse de otros colectivos.

Infraestructura. Es un conjunto de medios, servicios e instalaciones indispensables que facilitan su accesibilidad para el desarrollo de la actividad turística.

Oferta turística. Es un variado conjunto de bienes, productos y servicios, asociados a un espacio turístico, cuya finalidad es de satisfacer las necesidades y expectativas del visitante.

Patrimonio. Es una herencia de recursos que nos han dejado nuestros antepasados, y que deben ser transmitidos de generación en generación para su pleno goce. Para ello, debemos implementar una serie de estrategias y políticas que protejan y respeten su singularidad.

Perfil. Es una serie de características físicas y emocionales que describen al visitante que llega a un determinado destino turístico.

Producto turístico. Es un conjunto de servicios, actividades y atractivos, que pueden ser naturales y culturales, donde incluyen la infraestructura, estructura y la súper estructura que ayudan a facilitar la actividad turística.

Recurso. Es un medio que utiliza una población para lograr conseguir un fin o satisfacer una necesidad, pero que aún no cuentan con las condiciones necesarias para atender una demanda.

Sostenibilidad. Es utilizar los recursos que nos rodean de forma eficiente, para lograr cubrir nuestras demandas y así mantener un equilibrio entre el presente y el mañana.

Sistema turístico. Está formado por unas series de elementos ordenados según sus funciones, es decir un conjunto de elementos interrelacionados entre si y que permiten la existencia y correcto desarrollo del fenómeno llamado turismo.

Visitante. Es toda persona que viaja de un destino principal distinto al de su lugar de origen, por un período menor a un año sin ejercer una actividad remunerativa en el lugar visitado.

Turismo. Es el movimiento de las personas desde su lugar de origen a un destino diferente a la de su residencia, con el único propósito de buscar la recreación y disfrute del paisaje natural y cultural del lugar visitado, por un periodo determinado y sin fines de realizar ninguna actividad económica.

III. MÉTODOS Y MATERIALES

3.1. Hipótesis de la investigación

3.1.1. Hipótesis general.

HG Existe relación entre el turismo cultural y el desarrollo turístico sostenible en la comunidad de Chongos Bajo, Chupaca - 2020.

3.1.2. Hipótesis específicas

HE 1 Existe relación entre la demanda del turismo y el desarrollo turístico sostenible en la comunidad de Chongos Bajo, Chupaca - 2020.

HE 2 Existe relación entre el uso del patrimonio cultural y el desarrollo turístico sostenible en la comunidad de Chongos Bajo, Chupaca -2020.

HE 3 Existe relación entre los actores del turismo y el desarrollo turístico sostenible en la de Chongos Bajo, Chupaca -2020.

3.2. Variables de estudio

3.2.1. Variable independiente: turismo cultural

Tiene el objetivo de ver de qué manera impacta a las demás variables; de igual modo como indica su nombre, esta no depende de alguna para su presencia allí.

3.2.2. Variable dependiente: desarrollo turístico sostenible

Es la variable que ha experimentado cambios por causa del uso que se le haga a la variable independiente, dado que tiene dependencia de la misma.

3.2.3. Definición conceptual

3.2.3.1. Turismo cultural

De acuerdo con la Organización Mundial del Turismo & la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, Ciencia y Cultura (2018), señalan al “turismo cultural como un motor para salvaguardar el patrimonio material e

inmaterial vivo, catalizar la creatividad en las ciudades y extender los beneficios socioeconómicos del turismo a la comunidad local”. En otra línea, el turismo cultural es la aproximación de vivir una experiencia única con el pasado de un pueblo y así comprender mejor a la humanidad.

3.2.3.2. Desarrollo turístico sostenible

Teniendo en cuenta a Carvalho & Viederman (1993), “el desarrollo sostenible es un proceso de transformación en el cual la explotación de los recursos naturales y culturales, la dirección de las inversiones, la orientación del desarrollo tecnológico y el cambio institucional se armonizan y refuerzan el potencial presente y futuro, con el propósito de atender a las necesidades y aspiraciones humanas” (Linares & Morales, 2014). El desarrollo turístico sostenible es lograr el progreso de un territorio en bien de sus habitantes, sin comprometer el futuro de sus generaciones.

3.2.4. Definición operacional

Según Arias (2006), señala que “es el proceso mediante el cual se transforma la variable de conceptos abstractos a términos concretos, observables y medibles, es decir, establecer las dimensiones e indicadores”. La definición operacional especifica las actividades u operaciones que se llevan a cabo con el fin de medir un fenómeno de estudio, para luego interpretar los datos obtenidos.

3.2.4.1. Turismo cultural

Es la demanda del turismo cuya principal motivación de viaje, es el uso del patrimonio cultural, y por lo cual, diversos actores del turismo intervienen en su desarrollo.

3.2.4.2. Desarrollo turístico sostenible

Es la sensibilización a la población local y al tejido empresarial, acerca de impulsar un producto turístico, bajo un plan de desarrollo turístico.

3.3. Tipo y nivel de la investigación

3.3.1. Tipo de investigación

De acuerdo con Ñaupas, Mejía, Novoa, & Villagómez (2014), señalan que “la investigación básica no está interesada por un objetivo monetario, su satisfacción es por descubrir nuevos conocimientos. Este tipo de investigación, sirve de base para realizar una investigación aplicada”. La investigación básica abre un camino hacia el descubrimiento de conocimientos completamente nuevos, apoyado dentro de un contexto teórico.

En ese sentido, la presente investigación fue de tipo básica porque se alcanzaron nuevos aportes teóricos a la investigación.

3.3.2. Nivel de investigación

Según Hernández, Fernández, & Baptista, (2010), plantean que los estudios descriptivos buscan especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis de estudio. Es decir, únicamente pretenden medir o recoger información de manera independiente o conjunta sobre los conceptos o las variables a las que se refieren.

El nivel de estudio descriptivo es un conjunto de procedimientos lógicos y prácticos, que permiten identificar las características y los conceptos de las variables de estudio, en un lugar y tiempo determinado, mediante la recolección de información.

Tal como Hernández, et al (2010), describe que la investigación correlacional tiene la finalidad de conocer la relación o grado de asociación, que existe entre dos o más variables o conceptos en un momento dado. Los estudios correlacionales determina el grado de relación o asociación no causal existentes entre dos o más variables. En estos estudios, primero se miden las variables y luego, se cuantifican y analizan la vinculación mediante pruebas de hipótesis.

El estudio correlacional tiene la finalidad de medir el grado de relación que existe entre la variable dependiente y la variable independiente, donde primero se

miden las variables, luego, mediante pruebas de hipótesis y la aplicación de técnicas estadísticas, se estima la correlación.

Teniendo en cuenta los motivos descritos anteriormente, la presente investigación fue de tipo descriptivo – correlacional, porque lo que se buscó fue medir el nivel de relación que existe entre las dos variables.

Tabla 3.
Interpretación de valor rho de Spearman

Valoración	Rango de valor
Correlación muy baja	$\pm 0,000$ a $\pm 0,199$
Correlación baja	$\pm 0,200$ a $\pm 0,399$
Correlación mediana	$\pm 0,400$ a $\pm 0,599$
Correlación alta	$\pm 0,600$ a $\pm 0,799$
Correlación muy alta	$\pm 0,800$ a $\pm 0,999$
Correlación perfecta	$\pm 1,00$

Fuente: Adaptado de Pagano 2009

3.3.3. Enfoque de investigación

Hernández, Fernández & Baptista (2014), argumentan que el enfoque cuantitativo es un conjunto de procesos secuencial y probatorio que sigue un orden riguroso, para luego, redefinir una idea delimitada. Se derivan objetivos y preguntas de investigación, se revisa datos, y de las preguntas se establecen hipótesis y se determinan variables con el fin de ser probadas, para luego dar paso a la medición de las variables en un determinado contexto mediante un proceso estadístico con el objetivo de obtener conclusiones que permitan responder a las hipótesis planteadas.

La investigación cuantitativa es un estudio que se apoya en el análisis de datos, busca probar hipótesis previamente establecidas, con base en la mediación numérica y el análisis estadístico, su fin es medir la magnitud de los fenómenos o problemas de investigación, para ello, utiliza instrumentos que recolectaran datos que serán analizados a través de métodos estadísticos.

La presente investigación de acuerdo con el objetivo, fue de enfoque cuantitativo porque se buscó medir el objeto de estudio de manera objetiva.

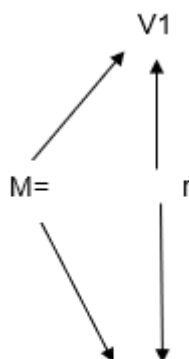
3.4. Diseño de investigación

Desde el punto de vista de Hernández, Fernández, & Baptista, (2014), “los diseños de investigación transversal, recolectan datos en un solo momento, en un tiempo único. Su propósito es describir variable y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado”.

De acuerdo con Hernández, Fernández, & Baptista, (2006), “la investigación no experimental, son aquellos que se realizan sin la manipulación deliberada de variables y en los que solo se observan los fenómenos en su ambiente natural para después analizarlos”. Un diseño no experimental, es una investigación donde no se manipula ninguna de las variables a estudiar, solo se observan en su condición natural.

El diseño propuesto para esta investigación, ha sido el diseño no experimental- transversal, ya que no existió la manipulación de ninguna de las variables de estudio.

Diseño correlacional, donde:



M: Es la muestra del estudio

V1: Indica la medición de la variable turismo cultural

V2: Indica la medición de la variable Desarrollo turístico sostenible

r: Correlación

El esquema es la representación entre la variable 01 y la variable 02

3.4.1. Método hipotético – deductivo

Según Ñaupas et al (2014), define que el método hipotético deductivo consiste en ir de la hipótesis a la deducción para determinar si se cumplen o no los hechos, procesos o conocimientos mediante el principio de falsación.

El método hipotético deductivo es un procedimiento o camino que el investigador realiza, en base a la observación y la formulación de hipótesis de un problema en estudio, para luego conocer las consecuencias a partir de las hipótesis formuladas.

En la presente investigación, se aplicó el método hipotético- deductivo ya que a partir de la hipótesis planteada se ha deducido una respuesta, si la deducción se cumple entonces la hipótesis está comprobada, y si la deducción no se cumple, la hipótesis habrá sido rechazada.

3.5. Población y muestra de estudio

3.5.1. Población

Según Ñaupas et al (2014), mencionan que la población en las investigaciones naturales, es el conjunto de objetos, hechos, eventos que se van a estudiar con las variadas técnicas. En las ciencias sociales la población es el conjunto de individuos o personas o instituciones que son motivo de investigación.

Entonces la población es el conjunto de todas las unidades de estudio que concuerdan en una serie de características que son observables y de las cuales podemos tener información para el interés del estudio.

En ese sentido, según los datos obtenidos del Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI), 2017, la población del distrito de Chongos Bajo es de 4,409 habitantes, y para el presente estudio debido a la pandemia del Covid-19 que enfrenta el mundo entero, la población se delimitó solo a la zona céntrica del barrio centro del distrito de Chongos Bajo, que lo conforman 166 pobladores.

3.5.2. Muestra

De acuerdo con Ñaupas et al (2014), “La muestra es el subconjunto, o parte del universo o población, seleccionado por métodos diversos, pero siempre teniendo en cuenta la representatividad del universo. Es decir, una muestra es representativa si reúne las características de los individuos del universo”. La muestra es una pequeña parte de la población de estudio, con el que el investigador trabajará para obtener un resultado y que posteriormente se generalizará a toda la población.

3.5.3. Muestreo

Tal como Hernández et al (2014), describen que el muestreo es la acción de seleccionar un subconjunto de un conjunto mayor, universo o población de interés para recabar información o datos con el propósito de responder a un planteamiento de un problema de investigación. Asimismo, cuando se determina la muestra en un estudio se toman en cuenta dos cosas fundamentales: la manera cómo van a seleccionarse los caso (participantes, eventos, organizaciones, etc.) y el número de casos a incluir (tamaño de la muestra).

La muestra para el presente estudio fue de tipo no probabilística a conveniencia, que se ha obtenido aplicando la fórmula estadística de poblaciones finitas. El tamaño de la muestra estuvo constituida por 117 personas que son concedores del sector turístico de la comunidad de Chongos Bajo.

Formula:
$$n = \frac{z^2 * N * p * Q}{e^2 * (N - 1) + z^2 * P * Q} = 117$$

Calculo:

Aplicada con los siguientes parámetros:

Z: Nivel de confianza (1.96)

P: Probabilidad de éxito (0.5)

Q: Probabilidad de fracaso (0.5)

N: Tamaño del universo (166)

E: Error muestral (0.05)

Calculo:

$$n = \frac{3.92 \times 166 \times 0.5 \times 0.5}{(0.0025) (165) + (3.92 \times 0.5 \times 0.5)}$$

$$n = 117$$

3.6. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

3.6.1. Técnicas de recolección de datos

Teniendo en cuenta a Ñaupás, et al (2014), plantean que “Las técnicas e instrumentos de investigación se refieren a los procedimientos y herramientas mediante los cuales vamos a recoger los datos e informaciones necesarias para probar o contrastar una hipótesis de investigación”. Las técnicas de recolección de datos, sirven para saber con exactitud la información que necesitamos obtener, para llegar a soluciones concretas y que la investigación esté bien encaminada.

En ese sentido, la técnica que se utilizó para la recolección de datos fue la encuesta, pues es el primer acercamiento al tema de estudio. Para ello se plantearon una serie de preguntas cerradas, basado en las variables de estudio, para posteriormente ser aplicados en los pobladores de la comunidad de Chongos Bajo.

3.6.2. Instrumentos de recolección de datos

Según Ñaupás et al (2014), plantean que el cuestionario es una modalidad que consiste en formular un conjunto sistemático de preguntas escritas, en una cédula, que están relacionadas a hipótesis de trabajo, y por ende, a las variables e indicadores de investigación. Su finalidad es recopilar información para verificar las hipótesis de trabajo.

Los instrumentos de recolección de datos, son recursos que utiliza el investigador para introducir información o datos, que van cambiando de acuerdo con las técnicas que se van utilizando en el estudio.

Para obtener la información en la presente investigación, se utilizó como instrumento el cuestionario, que consta de 36 ítems y dividido en dos partes, uno para la variable independiente, y otra para la variable dependiente.

3.6.3. Escala de Likert

Según Fernández et al (2014), mencionan que la escala de Likert, consiste en un conjunto de ítems presentados en forma de afirmaciones o juicios, ante los cuales se pide las respuestas colectivas a los participantes. Es decir, se presenta cada afirmación y se solicita al sujeto que exprese su reacción eligiendo uno de los cinco puntos o más de la escala. A cada punto se le asigna un valor numérico. Así, el participante obtiene una puntuación respecto de la afirmación.

La escala de Likert es una herramienta práctica y sencilla que mide la actitud u opinión positiva, negativa y neutra del encuestado sobre un objeto de estudio. En la presente investigación se ha aplicado un cuestionario con respuestas de opción múltiple (politómicas), cuyo nivel de respuestas fueron: (1) totalmente en desacuerdo, (2) en desacuerdo, (3) ni de acuerdo ni en desacuerdo, (4) de acuerdo, (5) totalmente de acuerdo. Estas respuestas tienen un valor numérico.

3.6.4. Validez del instrumento

De acuerdo con Hurtado, (2012), define que “un instrumento tiene aceptación y confiabilidad siempre y cuando, se adapte a las necesidades de la investigación únicamente”. Entonces, el instrumento debe ajustarse a lo que se está investigando, que este debe servir para medir en forma segura y precisa las características o eventos para el cual fue diseñado únicamente, y puede ser utilizado en otras investigaciones similares.

La validez del instrumento se estableció en base al juicio de dos expertos, contando con la firma de un profesional temático y un profesional metodólogo que se encargaron de analizar el instrumento a fin de establecer su validez, confiabilidad y objetividad para ser aplicada a la muestra de estudio.

Tabla 4.
Validación de juicio de expertos

Experto	Validador	Nivel de aceptación
Mg. Giannino Corvetto Castro	Temático	Aplicable
Mg. Michel Méndez Escobar	Metodólogo	Aplicable

Fuente: adaptado de validación de juicio de expertos

3.6.5. Confiabilidad del instrumento

Desde el punto de vista de Hernández et al (2010), señalan que "la calidad inquebrantable es el grado en el que un instrumento produce resultados predecibles y sólidos". La confiabilidad de un instrumento arroja resultados libres de errores, es decir deben ser exactos, deben dar el mismo resultado en diferentes aplicaciones. La confiabilidad para el presente estudio, se obtuvo a través del alfa de Cronbach.

3.6.6. Alfa de Cronbach

De acuerdo con Ñaupás et al (2014), el alfa de Cronbach, "consiste en determinar mediante procedimientos matemáticos, los coeficientes que varían de 0 a 1 de esta manera se conocerá la consistencia y la confiabilidad de un instrumento". El alfa de Cronbach es el coeficiente que utiliza el investigador, donde el valor varía entre 0 y 1. El valor más alto prueba la consistencia o fiabilidad del cuestionario, si el cuestionario supera el 0,7 entonces diremos que hay confiabilidad en el instrumento, de lo contrario el instrumento es inconsistente.

Tabla 5.
Escala de interpretación de confiabilidad del instrumento

Rangos alfa de Cronbach	Valoración de fiabilidad de Ítems
0,01 a 0,20	Muy baja
0,21 a 0,40	Baja
0,41 a 0,60	Moderada
0,61 a 0,80	Alta
0,81 a 1,00	Muy alta

Fuente: adaptado de Ruiz Bolívar (2002)

3.7. Métodos de análisis de datos

Según Fernández, Hernández & Baptista (2014), argumentan que “El método de análisis de datos se efectúa sobre la matriz de datos, utilizando un programa computacional estadístico, que sirve para medir, interpretar y caracterizar una secuencia de datos, para su posterior interpretación de los resultados”. El método de análisis de datos es una fase muy importante en la investigación, donde debemos seleccionar las pruebas estadísticas correctas para analizar los datos, sean estos cuantitativos, cualitativos o mixto.

En ese sentido, los datos que fueron obtenidos a través de la técnicas e instrumento utilizados, fueron procesados mediante el método estadístico, para ello, se ha utilizado el programa SPSS versión 24, que nos permitió crear un archivo de datos en forma estructurada y analizar e interpretar los resultados sin la necesidad de depender de otros programas. En ese sentido se pudieron responder a las hipótesis planteadas y concluir con la investigación.

3.8. Aspectos éticos

La presente investigación se elaboró bajo los principios éticos de la investigación, así como todo el proceso de la investigación fue de forma responsable y manteniendo la privacidad. Para el estudio se recurrió, a diversos libros, tesis, revistas de investigación y libros electrónicos de autores nacionales e internacionales, que han sido correctamente citados en la referencia bibliográfica como corresponde. Asimismo, tanto la recolección de datos, como el procesamiento de la información y los resultados de la misma, se realizaron de forma transparente, sin alteración alguna, en respeto al investigador propio y a la institución.

IV. RESULTADOS

4.1. Análisis, interpretación y discusión de resultados

Tabla 6.
Niveles de variable turismo cultural

		Turismo cultural	
		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Bajo	24	20,0
	Medio	63	54,8
	Alto	30	25,2
Total		117	100,0

Fuente: Cuestionario propio

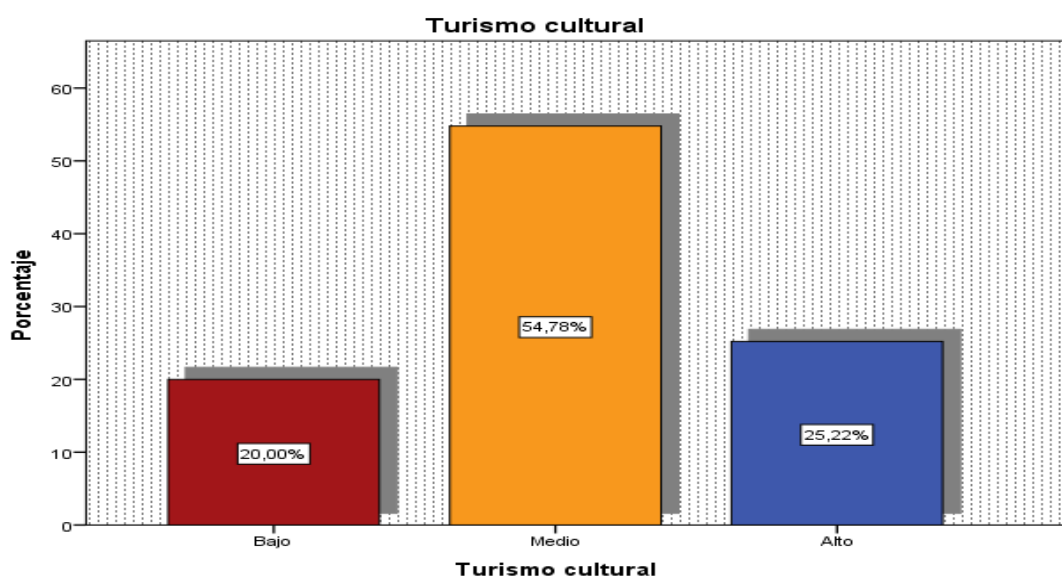


Figura 1. Niveles de turismo cultural

En la tabla 06 y figura 1 se puede observar, que, de los 117 pobladores encuestados, 24 pobladores mencionan que los niveles de turismo cultural son bajos con un 20%; en contraste 63 de los mencionados manifiestan percibir un nivel regular en un 54,78% con respecto al turismo cultural en la comunidad de Chongos Bajo, provincia de Chupaca en el departamento de Junín el año 2020.

Tabla 7.
Niveles de desarrollo turístico sostenible

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Bajo	59	50,9
	Medio	53	45,7
	Alto	5	3,4
Total		117	100,0

Fuente: Cuestionario propio

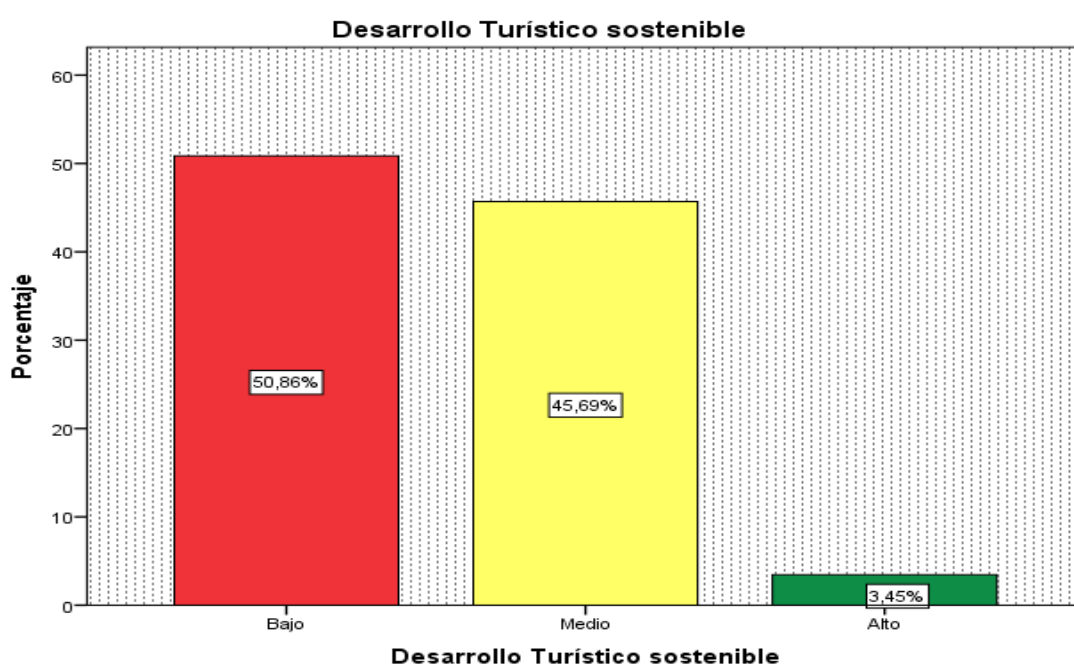


Figura 2. Niveles de desarrollo turístico sostenible

En la tabla 07 y figura 2 se observa, que de los 117 pobladores, 5 pobladores manifiestan percibir niveles altos (3,45%) con respecto al desarrollo turístico sostenible, en contraste, 59 de ellos (50,86%) manifiestan percibir un nivel bajo con respecto al desarrollo turístico sostenible en la comunidad de Chongos Bajo de la provincia de Chupaca en el departamento de Junín en el año 2020.

Tabla 8.
Niveles de la dimensión demanda del turismo

		Demanda del turismo	
		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Bajo	39	32,8
	Medio	63	54,3
	Alto	15	12,9
Total		117	100,0

Fuente: Cuestionario propio

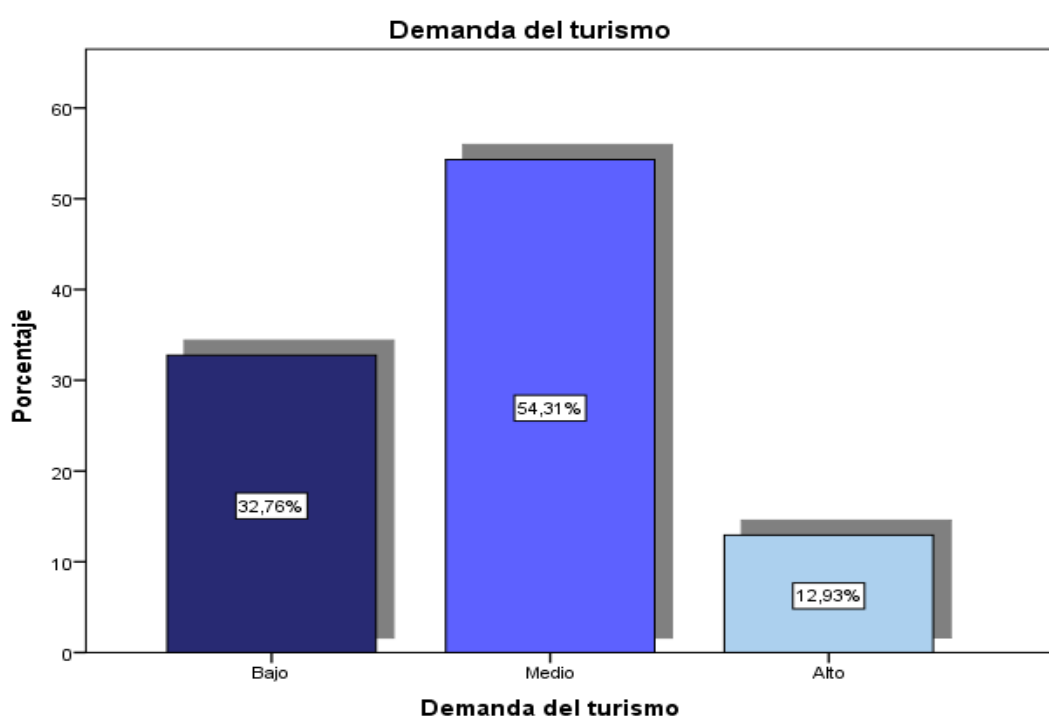


Figura 3. Niveles de la demanda del turismo

En la tabla 08 y figura 3 se observa, que, de los 117 pobladores, 39 pobladores manifiestan percibir niveles bajos (32,8%) referente a la demanda del turismo, en contraste 63 de ellos (54,31%) manifiestan percibir un nivel medio alto de la demanda de turismo en la comunidad de Chongos Bajo, provincia de Chupaca, región Junín – 2020.

Tabla 9.

Niveles de la dimensión uso del patrimonio cultural

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Bajo	36	30,8
	Medio	69	59,0
	Alto	12	10,3
	Total	117	100,0

Fuente: cuestionario propio

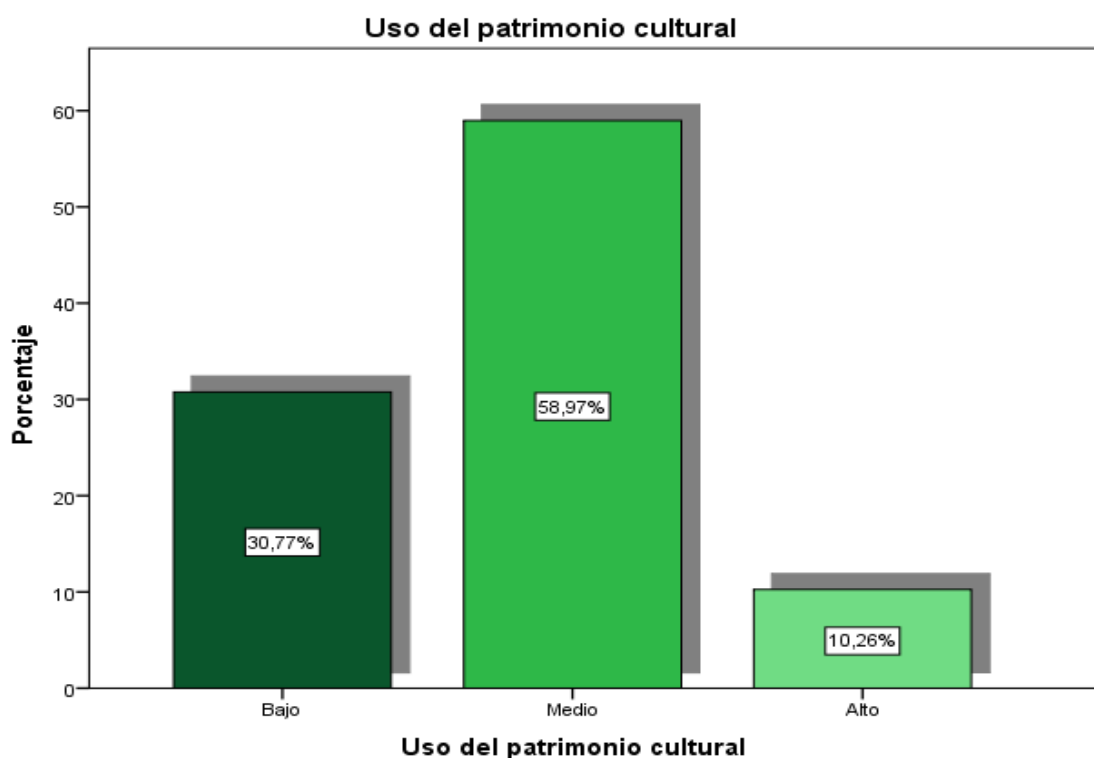


Figura 4. Niveles de uso del patrimonio cultural

En la tabla 09 y figura 4 se observa, que, de los 117 pobladores, 12 pobladores manifiestan percibir altos niveles, 10,26% referente al uso del patrimonio cultural, en contraste, 69 de ellos, el 58,97% manifiesta percibir niveles medio alto respecto al uso del patrimonio cultural en la comunidad de Chongos Bajo de la provincia de Chupaca en el año 2020.

Tabla 10.
Niveles de la dimensión actores del turismo

		Actores del turismo	
		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Bajo	58	49,1
	Medio	45	38,8
	Alto	15	12,1
	Total	117	100,0

Fuente: Cuestionario propio

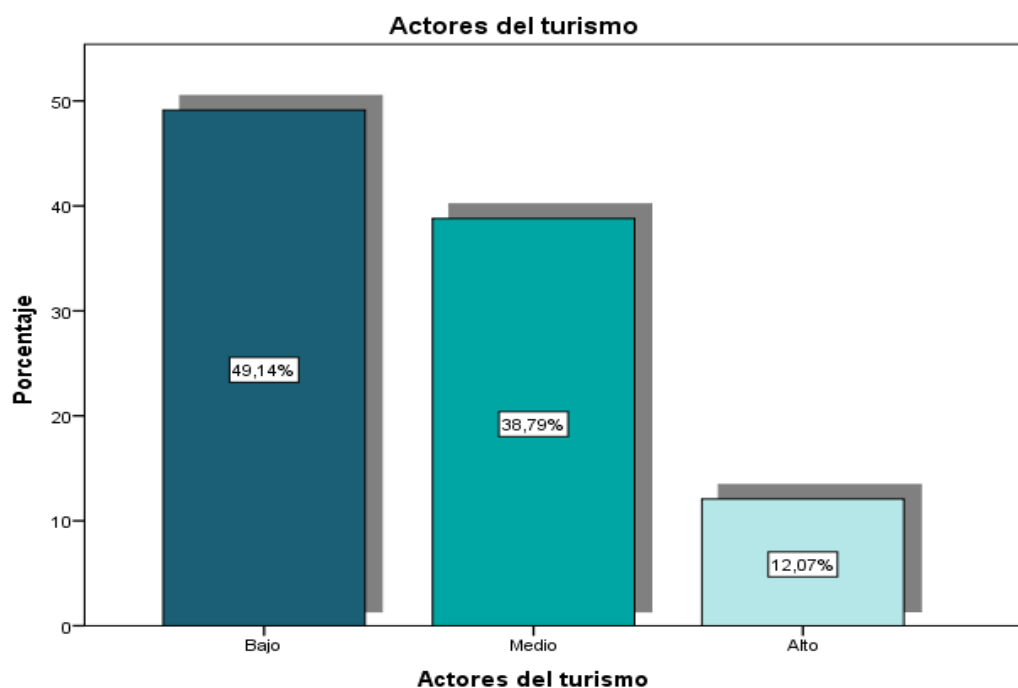


Figura 5. Niveles de actores del turismo

En la tabla 10 y figura 5 se observa, que, de los 117 pobladores, 58 pobladores manifiestan percibir bajos niveles (49,14%) con respecto a los actores del turismo, en contraste 15 de ellos manifiestan percibir altos niveles (12,07%) con respecto a los actores del turismo en la comunidad de Chongos Bajo de la provincia de Chupaca en el año 2020.

4.2. Prueba de confiabilidad

Tabla 11.

Niveles de confiabilidad de la variable turismo cultural

Estadísticas de fiabilidad de turismo cultural

Alfa de Cronbach	N de elementos
,720	18

Fuente: alfa de Cronbach

La herramienta que se utilizó para determinar la confiabilidad de las preguntas del cuestionario en la escala de Likert, para la variable turismo cultural, fue alfa de Cronbach, realizado a 117 pobladores, evidenciando que la validez del instrumento aplicado arroja niveles aceptables de confiabilidad del 72%.

Tabla 12.

Nivel de confiabilidad para la variable desarrollo turístico sostenible.

Estadísticas de fiabilidad de desarrollo turístico sostenible

Alfa de Cronbach	N de elementos
,712	16

Fuente: Alfa de Cronbach

La herramienta que se utilizó para determinar la confiabilidad de las preguntas del cuestionario en la escala de Likert, para la variable desarrollo turístico sostenible fue alfa de Cronbach. Con una prueba realizada a 117 pobladores, evidenciando que la validez del instrumento aplicado, arroja un nivel aceptable de confiabilidad del 71.2%.

4.3. Prueba de hipótesis

4.3.1. Prueba de hipótesis general

H0: No existe relación entre el turismo cultural y el desarrollo turístico sostenible en la comunidad de Chongos Bajo, Chupaca-2020.

H1: Existe relación entre el turismo cultural y el desarrollo turístico sostenible en la comunidad de Chongos Bajo, Chupaca- 2020.

Tabla 13.

Nivel de correlación y significación del turismo cultural y el desarrollo turístico sostenible.

Correlaciones				
			Turismo cultural	Desarrollo Turístico sostenible
Rho de Spearman	Turismo cultural	Coeficiente de correlación	1,000	,288**
		Sig. (bilateral)	.	,002
		N	115	114
Desarrollo Turístico sostenible	Turismo cultural	Coeficiente de correlación	,288**	1,000
		Sig. (bilateral)	,002	.
		N	114	116

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

En la tabla 13, se puede observar que la variable turismo cultural tiene un nivel de correlación baja con la variable desarrollo turístico sostenible, determinada por un coeficiente de correlación rho de Spearman = 0.288, y un sig. Bilateral = 0.002 el cual es menor a 0.05, por lo que se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna. Este resultado nos indica que existe relación significativa entre el turismo cultural y el desarrollo turístico sostenible en la comunidad de Chongos Bajo, Chupaca – 2020.

4.3.2. Prueba de hipótesis específicas

Hipótesis específica 01:

H0: No existe relación entre la demanda del turismo y el desarrollo turístico sostenible en la comunidad de Chongos Bajo, Chupaca-2020.

H1: Existe relación entre la demanda del turismo y el desarrollo turístico sostenible en la comunidad de Chongos Bajo, Chupaca-2020.

Tabla 14.

Nivel de correlación y significación de la demanda del turismo y el desarrollo turístico sostenible.

Correlaciones				
			Demanda del Turismo	Desarrollo Turístico sostenible
Rho de Spearman	Demanda_del_turismo	Coeficiente de correlación	1,000	,065
		Sig. (bilateral)	.	,492
		N	116	115
	Desarrollo_Turístico_so stenible	Coeficiente de correlación	,065	1,000
		Sig. (bilateral)	,492	.
		N	,115	116

En la tabla 14, se puede observar que la variable demanda del turismo tiene un nivel de correlación muy baja con la variable desarrollo turístico sostenible, determinada por un coeficiente de correlación rho de Spearman = 0,065, y un sig. Bilateral = 0,492 el cual es mayor a 0,05, por lo que se rechaza la hipótesis alterna y se acepta la hipótesis nula.

Hipótesis específica 02:

H0: No existe relación entre el uso del patrimonio cultural y el desarrollo turístico sostenible en la comunidad de Chongos Bajo, Chupaca-2020.

H1: Existe relación entre el uso del patrimonio cultural y el desarrollo turístico sostenible en la comunidad de Chongos Bajo, Chupaca-2020.

Tabla 15.

Nivel de correlación y significación del uso del patrimonio cultural y desarrollo turístico sostenible.

		Correlaciones		
			Uso del patrimonio Cultural	Desarrollo Turístico sostenible
Rho de Spearman	Uso_del_patrimonio_cultural	Coeficiente de correlación	1,000	,518**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	117	116
	Desarrollo_Turístico_sostenible	Coeficiente de correlación	,518**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	116	116

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

En la tabla 15, se puede observar que la variable uso del patrimonio cultural tiene un nivel de correlación moderada con la variable desarrollo turístico sostenible, determinada por un coeficiente de correlación rho de Spearman = 0.518, y un sig. Bilateral de = 0.000 que es menor a 0.05, por lo tanto se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna.

Hipótesis específica 03:

- H0:** No existe relación entre actores del turismo y el desarrollo turístico sostenible en la comunidad de Chongos Bajo, Chupaca-2020.
- H1:** Existe relación entre actores del turismo y el desarrollo turístico sostenible en la comunidad de Chongos Bajo, Chupaca-2020.

Tabla 16.

Nivel de correlación y significación de actores del turismo y el desarrollo turístico sostenible.

Correlaciones				
			Actores Del Turismo	Desarrollo Turístico sostenible
Rho de Spearman	Actores_del_turismo	Coeficiente de correlación	1,000	,173
		Sig. (bilateral)	.	,064
		N	116	115
	Desarrollo_Turístico_s ostenible	Coeficiente de correlación	,173	1,000
		Sig. (bilateral)	,064	.
		N	115	116

En la tabla 16, se puede observar que la variable actores del turismo tiene un nivel de correlación muy baja con la variable desarrollo turístico sostenible, determinado por un coeficiente de correlación rho de Spearman = 0.173, un sig. Bilateral = 0.064 que es mayor a 0.05, por lo tanto, se rechaza la hipótesis alterna y se acepta la hipótesis nula.

V. DISCUSIÓN

5.1. Análisis de discusión de resultados

A partir de los resultados encontrados mediante la prueba estadística alfa de Cronbach, para medir el nivel de confiabilidad del cuestionario de 34 preguntas que se realizó a 117 pobladores el cual arrojó un 72% de validez.

Con la base de datos se realizó un cuadro de resumen general, a nivel de frecuencias y porcentajes de las respuestas halladas que rechazan las hipótesis nulas y se aceptan la hipótesis alterna de la presente investigación.

Lo que permite hacer un aporte al estudio de la variable turismo cultural y sus tres dimensiones, el primero, llamado demanda del turismo; la dimensión 2, llamado uso del patrimonio cultural y la dimensión 3, llamado actores del turismo. La segunda variable desarrollo turístico sostenible con su dimensión 1, sensibilización; su dimensión 2, producto turístico; y su dimensión 3, plan de desarrollo turístico, los cuales fueron objeto de estudio en 117 pobladores de la comunidad de Chongos Bajo, y estos fueron seleccionados de una manera aleatoria con un corte único en el tiempo de su población total de 166 pobladores. Esto nos ha permitido hallar resultados de correlación baja entre las variables turismo cultural y la variable desarrollo turístico sostenible con un coeficiente de correlación rho de Spearman = 0.228 y un sig. Bilateral de 0.002 que es menor a 0,05, lo cual permite aceptar la hipótesis alterna planteada en el trabajo de investigación realizado y rechazar la hipótesis nula. Así mismo, todas las relaciones entre la variable desarrollo turístico sostenible con las dimensiones de la variable turismo cultural, también tienen una relación significativa positiva que acepta las hipótesis alternas de dichas relaciones.

Estos resultados guardan relación con lo que sostiene Oleas, E. & Gonzales, J. (2018), donde mencionan que La parroquia San José Del Tambo perteneciente al cantón Chillanes, presenta un bajo desarrollo turístico ya que las autoridades competentes no han tenido la decisión política ni el liderazgo para efectuar propuestas concretas de mejora de la actividad turística, así mismo, la escasa capacitación técnica a los actores sociales involucrados en prestar los servicios

turísticos, de alojamiento, restauración y esparcimiento, tienen como consecuencia una falta de calidad en los servicios brindados; del mismo modo, los atractivos naturales no reciben el trato como tal, tanto de las autoridades como de la población que hace uso de ellos, encontrándose basura y desperdicios en algunos de ellos, por lo que es importante la concientización y empoderamiento de los lugareños para conservar los atractivos y que puedan ser sostenibles en el tiempo. Pero en lo que no estamos de acuerdo, es con el estudio realizado por Vargas, E. (2017), donde señala que existe una correlación alta entre la variable turismo religioso y desarrollo turístico en el distrito de Coracora, quedando aceptada la hipótesis alterna y rechazada la hipótesis nula. Cuando se puede apreciar claramente que el sig. Bilateral es mayor a 0.05 con la cual quedaría rechazada la hipótesis alterna y aceptada la hipótesis nula, indicando que en esa investigación no existe relación entre las variables.

En lo que respecta, a la relación entre la demanda del turismo y el desarrollo turístico sostenible, este estudio encontró que existe relación entre ellas, así como lo sostiene Panchana, D. (2017), donde menciona que el turismo es una oportunidad de desarrollo para una población, teniendo en cuenta sus atractivos turísticos que generan afluencia de visitantes. Sin embargo, señala que, si existiera una mayor promoción y aprovechamiento de estos atractivos turísticos, se obtendrían más beneficios sociales y económicos favorables para mejorar los ingresos de divisas hacia la localidad.

En lo que respecta a la relación entre el uso del patrimonio cultural y el desarrollo turístico sostenible, los resultados hallados en esta investigación guardan relación con lo que manifiesta Borbor, M. (2017), donde argumenta que en lo que respecta al conocimiento de los bienes culturales, que se pueden aprovechar en turismo es indudable que el desconocimiento por parte de las autoridades locales en lo que respecta a la activación patrimonial, provoque que estos se encuentren en estado pasivo y no se lo aproveche como es debido, a razón que no existe planificación, ni proyectos a largo plazo que estén debidamente elaborados donde se proponga darle el valor que le corresponde al patrimonio cultural. En consecuencia, la falta de conocimiento de las autoridades locales repercute en el desarrollo del turismo cultural, lo cual conlleva a que no todo el

patrimonio cultural existente en la parroquia se le dé el respectivo valor de uso, ya que es poco difundido y conocido en el mercado turístico de la zona.

Según Morere & Perello (2013), argumenta que:

El turismo cultural se configura como un concepto en permanente proceso de construcción. En él se integran, por un lado, la oferta de recursos y productos basados en el patrimonio monumental y material que se irá ampliando al significado global del patrimonio cultural. Por otro, incorpora la demanda y sus motivaciones generando un turismo cultural cada vez más amplio e integrador, donde todos sus componentes se entremezclan y articulan entre sí. Sin embargo, las distintas formas de acceder al patrimonio y a la cultura admiten distintas formas de turismo. Distintos agentes, distintos productos, motivaciones diferentes y comportamientos se entremezclan en la caracterización de cada forma. Pero, en su aplicación práctica la configuración de este fenómeno, en los últimos 30 años, ha dotado a la economía, a la sociedad y al territorio de un instrumento de desarrollo, de dinamización, capaz de generar multitud de dinámicas, y en constante evolución y transformación que explican la consolidación paulatina y total vigencia de esta categoría de turismo, imbricada en la Cultura, pero absorbida por el viajero y a través del desplazamiento. (p. 22).

Concordamos con lo que argumenta el autor de la variable 1. El turismo cultural es un elemento básico y esencial, para captar otros mercados del turismo y así establecer un equilibrio entre la conservación y la explotación eficaz del mismo, esto nos permitirá desarrollar nuevos productos para el aprovechamiento de una demanda que cada vez es más exigente, y quienes desean salir de lo convencional.

VI. CONCLUSIONES

- Primera.** Respecto al objetivo general y en respuesta a la hipótesis general, se concluye que existe un nivel de correlación significativa baja ($r = 0.228$) siendo una correlación positiva entre turismo cultural y desarrollo turística sostenible en la comunidad de Chongos Bajo, Chupaca-2020, con un sig. bilateral de $0.002 < 0.05$.
- Segunda.** Respecto al objetivo específico 1 y en respuesta a la hipótesis específica 1, se concluye que existe un nivel de correlación muy baja ($r = 0.065$) siendo una correlación positiva entre la demanda del turismo y desarrollo turístico sostenible en la comunidad de Chongos Bajo, Chupaca-2020, con un sig. Bilateral de $0.492 > 0.05$.
- Tercera.** Respecto al objetivo específico 2 y en respuesta a la hipótesis específica 2, se concluye que existe un nivel de correlación significativa moderada ($r = 0.518$) siendo una correlación positiva entre el uso del patrimonio cultural y el desarrollo turístico sostenible en la comunidad de Chongos Bajo, Chupaca-2020, con un sig bilateral de $0.000 < 0.05$.
- Cuarta.** Respecto al objetivo específico 3 y en respuesta a la hipótesis específica 3, se concluye que existe un nivel de correlación muy baja ($r = 0.173$) siendo una correlación positiva entre actores del turismo y el desarrollo turístico sostenible en la comunidad de Chongos Bajo, Chupaca - 2020, con un sig. bilateral de $0.064 > 0.05$.

VII. RECOMENDACIONES

- Primera.** A las autoridades de la municipalidad distrital de Chongos Bajo; según el análisis, se recomienda desarrollar e implementar un plan de desarrollo turístico de corto, mediano y largo plazo, que promueva la colaboración del sector público y privado, y establezca una coordinación de trabajo a nivel local y regional, donde se priorice temas como la promoción y comercialización de productos turísticos.
- Segunda.** Respecto a la demanda del turismo cultural, se sugiere a las empresas turísticas y autoridades crear proyectos culturales y ecológicos, para ofrecer una variada oferta turística, aprovechando los recursos propios y las tendencias que facilitan la actividad turística.
- Tercera.** Con relación al uso del patrimonio cultural, se recomienda a las autoridades incrementar las acciones y recursos, que permitan darle valor a los sitios arqueológicos, históricos y otras expresiones culturales, considerando su uso, difusión y comercialización con el fin de contribuir a generar más recursos para la conservación del patrimonio cultural.
- Cuarta.** Por último, un aspecto muy importante a recomendar a las autoridades y pobladores, es recibir charlas sobre cultura turística, con el fin de crear conciencia y reconocer al turismo, como un instrumento esencial para lograr un verdadero desarrollo sostenible en la comunidad de Chongos Bajo.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Anónimo (2018). El turismo ya es una de las industrias más contaminantes. Recuperado de https://tendencias21.levante-emv.com/el-turismo-ya-es-una-de-las-industrias-mas-contaminantes_a44533.html.
- Arias, F. G. (2012). *El proyecto de la investigación, introducción a la investigación científica*. Caracas: Episteme
- Ávila, R. M. (2014). Turismo cultural en México alcances y perspectivas (3ª Ed.). México: **Trillas**.
- Borbor, M. (2017). Gestión turística del patrimonio cultural y su influencia en el desarrollo del turismo cultural de la Cabecera parroquial rural de Colonche, provincia de santa Elena. Universidad Estatal Península de Santa Elena, La Libertad, Ecuador. Recuperado de <http://repositorio.upse.edu.ec/handle/46000/3878>
- Carpio, O. (2015,10). El desafío del turismo en el Perú, Huachos.com media. Recuperado de <https://www.huachos.com/detalle/el-desafio-del-turismo-en-el-peru-primera-parte-noticia-1636>.
- Corral, Y. (2008). Validez y confiabilidad de los instrumentos de investigación para la recolección de datos. Recuperado de <http://servicio.bc.uc.edu.ve/educacion/revista/n33/art12.pdf>
- Correa, A. (2018). Conciencia turística y su contribución al desarrollo turístico sostenible en el distrito de Paita, región Piura. Universidad Cesar Vallejo, Piura. Recuperado de <https://hdl.handle.net/20.500.12692/42446>
- Cusirramos, C. (2019). Turismo cultural en el Perú, turismo 360 news. Recuperado de <https://www.turismo360.news/turismo/turismo-cultural-peru/#:~:text=En%20el%202017%2C%20se%20registraron,de%20turistas%20internacionales%20al%20Per%C3%BA.&text=Para%20el%2086%25%20de%20los,P er%C3%BA%20como%20destino%20de%20viaje>.

- Dircetur Junín (2020). Plan estratégico regional de turismo 2020-2025. Recuperado de <https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/1348892/PERTUR%20Jun%C3%ADn%20.pdf>
- Garces, Y. (2019). *Propuesta de ruta de turismo de salud para la tercera edad y su relación con el desarrollo turístico sostenible en los baños termales de Churín, 2018: caso la Meseta. Universidad san Martín de Porres, Lima. Recuperado de <https://hdl.handle.net/20.500.12727/4583>*
- Hermosilla, J., Nancher, J. M., Martínez, C., Fansa, G. & Iranzo, E. (2017). Guía para la elaboración de planes de desarrollo territorial turístico. España: Guada Impressors, SL
- Hernández, R., Fernández, C. & Baptista, P. (2014). Metodología de la Investigación (6ª ed.). Recuperado de <file:///C:/Users/Usuario/Documents/metodologia-sexta-2014.pdf>
- Hernández, R., Fernández, C., Baptista, P. (2006). Metodología de la investigación. Recuperado de <https://seminariodemetodologiadelainvestigacion.files.wordpress.com/2012/03/metodologc3ada-de-la-investigacic3b3n-roberto-hernc3a1ndez-sampieri.pdf>
- Hernández, R., Fernández, C., Baptista, P. (2010). *Metodología de la investigación*. México: McGraw Hill. Recuperado de https://www.esup.edu.pe/descargas/dep_investigacion/Metodologia%20de%20la%20investigaci%C3%B3n%205ta%20Edici%C3%B3n.pdf
- Hurtado, J (2000). Metodología de la investigación holística. Caracas: Sygal
- Instituto nacional de estadística e informática (2017). Junín compendio estadístico. Recuperado de https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1497/libro.pdf
- Jiménez, L. H. (2013). *Ecoturismo oferta y desarrollo sistémico regional (2da Ed.)*. Bogotá: Ecoe.
- Lescano, J., Valdez, L. E., Lescano, L. E., Reyes, C. A. & Belaunde, M. F. (2015). *Manual del desarrollo sostenible el futuro que queremos*. Lima: Macro.

- Linares, H. L., Morales, G. (2014). Del desarrollo turístico sostenible al desarrollo local. Su comportamiento complejo, 12(2), 453-466. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=88130205003>.
- Marapara, M., Ramos, A (2018). Patrimonio Cultural y su relación el centro poblado comunidad nativa quechua Wayku, provincia Lamas. Universidad Cesar Vallejo, Tarapoto. Recuperado de: <http://hdl.handle.net/20.500.12692/40714>.
- Martorell, A. (2017). Turismo cultural reflexiones para un encuentro sostenible entre turismo y cultura. Lima: Fondo.
- Morere, N. & Perello, S. (2013). Turismo cultural, patrimonio, museos y empleabilidad. Recuperado de <http://www.eoi.es/savia/documento/eoi-80090/turismo-cultural-patrimonio-museos-y-empleabilidad>.
- Ñaupas, H., Mejía, E., Novoa, E. & Villagómez, A. (2014). Metodología de la investigación (4ª ed.). Lima: Ediciones de la U.
- Oleas, E., Gonzales, J. (2018). *Análisis del sistema turístico en la parroquia de san José del Tambo para la propuesta de un plan de desarrollo turístico*. Universidad de Guayaquil, Guayaquil, Ecuador. Recuperado de:
- Organización mundial del turismo, Organización de las naciones unidas para la educación, la ciencia y la cultura (2018). El turismo cultural mantiene las comunidades y el patrimonio vivo. España. Recuperado de <https://www.unwto.org/es/press-release/2018-12-05/conferencia-omtunesco-el-turismo-cultural-mantiene-las-comunidades-y-el-pat>
- Orosco, J., Núñez, P. & Virgen, C. R. (coords.). (2008). Desarrollo turístico y sustentabilidad social. México: Universidad de Guadalajara.
- Panchana, D. (2017). *El turismo cultural como aporte al desarrollo turístico en la parroquia José Luis Tamayo*. Universidad Estatal península de Santa Elena, La Libertad, Ecuador. Recuperado de: <http://repositorio.upse.edu.ec/handle/46000/4127>.

- Programa de las naciones unidas para el medio ambiente (2011). Guía para el desarrollo sostenible y la erradicación de la pobreza. Recuperado de https://www.paho.org/mex/index.php?option=com_docman&view=download&category_slug=promocion-de-la-salud-y-reduccion-de-riesgos&alias=376-hacia-una-economia-verde-guia-para-el-desarrollo-sostenible-y-la-erradicacion-de-la-pobreza&Itemid=493
- Pulido, J. I., De la Calle, M & Velasco, M (coord.) (2013). *Turismo cultural*. Madrid: síntesis.
- Quispe, V. (2017). Factores sociales y culturales del distrito de Namora, Cajamarca, año 2017 para el desarrollo del turismo cultural. Universidad Cesar Vallejo, Trujillo, Perú. Recuperado de <https://hdl.handle.net/20.500.12692/11695>.
- Ruiz, C. G. (2017). Percepción de la problemática asociada al turismo y el interés para participar de la población: caso puerto Vallarta. México, El periplo sustentable, 33, 1870- 9036. Recuperado de <http://www.scielo.org.mx/pdf/eps/n33/1870-9036-eps-33-251.pdf>
- Secretaria de turismo de México (2015). Turismo cultural. Recuperado de <http://www.sectur.gob.mx/hashtag/2015/05/14/turismo-cultural/>
- Tamayo, H. (2018). Evaluación del patrimonio cultural tangible e intangible del Canto de Yaguachi para potenciar el turismo cultural en la provincia del Guayas, Ecuador. Universidad de Guayaquil, Guayaquil, Ecuador. Recuperado de <http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/27605>.
- Vargas, E. (2017). Análisis del Turismo religioso y su relación con el Desarrollo turístico del Distrito de Coracora a través de la fiesta Patronal de la virgen de las nieves en la actualidad. Universidad San Martín de Porres, Lima. Recuperado de: <http://repositorio.usmp.edu.pe/handle/usmp/3464>
- Vergara, C. & Tabilo, K. (2014). Turismo cultural una oportunidad para el desarrollo local. Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/881/88130205003.pdf>
- Virgen, C. R. (2014). Turismo y desarrollo sustentable un acercamiento al estudio del turismo. Recuperado de http://amestur.org/wp-content/uploads/2015/03/Turismo-y-desarrollo-sustentable_digital.pdf

Yépez, E. (2016). Diagnóstico de la oferta y demanda de las pinturas y esculturas de la parroquia San Antonio de Ibarra, para promover el turismo cultural. Universidad técnica del Norte, Ibarra, Ecuador. Recuperado de <http://repositorio.utn.edu.ec/handle/123456789/6270>

ANEXOS

Anexo 1: Matriz de consistencia

PROBLEMA GENERAL	OBJETIVO GENERAL	HIPÓTESIS GENERAL	VARIABLE	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMS	METODOLOGÍA.					
¿Cuál es el nivel de la relación que existe entre el turismo cultural y el desarrollo turístico sostenible en la comunidad de Chongos Bajo, Chupaca- 2020?	Determinar el nivel de relación que existe entre el turismo cultural y el desarrollo turístico sostenible en la comunidad de Chongos Bajo, Chupaca- 2020.	Existe nivel de relación entre el turismo cultural y el desarrollo turístico sostenible en la comunidad de Chongos Bajo, Chupaca- 2020.	Turismo Cultural	demanda del turismo	Perfil	P1- P2	Enfoque Cuantitativo Diseño no experimental Descriptivo correlacional Tipo de Investigación Básica Población 166 Pobladores de Chongos Bajo Técnica encuesta Instrumento Cuestionario validado por juicio de expertos Análisis de datos Programa SPSS v.24					
					segmentación	P3 -P4						
					tendencias	P5-P6						
				Uso del patrimonio cultural	Bienes	P7-P8						
					Zonas arqueológicas	P9- P10						
					Artesanía	P11- 12						
				Actores del turismo	Comunidad	P13- 14						
					Visitantes	P15- 16						
					Medios de comunicación	P17- 18						
				Problemas Específicos	Objetivos Específicos	Hipótesis Específicos		Desarrollo Turístico sostenible	Sensibilización	Grupo de trabajo	P19- 20	
				¿Cuál es el nivel de relación que existe entre la demanda del turismo y el desarrollo turístico sostenible en la comunidad de Chongos Bajo, Chupaca- 2020?	Determinar el nivel de relación que existe entre la demanda del turismo y el desarrollo turístico sostenible en la comunidad de Chongos Bajo, Chupaca - 2020.	Existe nivel de relación entre la demanda del turismo y el desarrollo turístico sostenible en la comunidad de Chongos Bajo, Chupaca – 2020				Coordinación	Coordinación	P21- 22
											Estrategias	Estrategias
productos turísticos	Entidades	P25- 26										
	Inventario	P27										
	Atractivos turísticos	P28- 29										
Plan de desarrollo turístico	Producto turístico	P30- 31										
	Promoción	P32- 33										
	Innovación	P34										
¿Cuál es el nivel de relación que existe entre el uso del patrimonio cultural y el desarrollo turístico sostenible en la comunidad de Chongos Bajo, 2020?	Determinar el nivel de relación que existe entre el uso del patrimonio cultural y el desarrollo turístico sostenible en la comunidad de Chongos Bajo, Chupaca -2020.	Existe nivel de relación entre el uso del patrimonio cultural y el desarrollo turístico sostenible en la comunidad de Chongos Bajo, 2020	Desarrollo Turístico sostenible				Sensibilización		Entidades	P25- 26		
¿Cuál es el nivel de relación que existe entre los actores del turismo y el desarrollo turístico sostenible en la comunidad de Chongos Bajo, Chupaca - 2020?	Determinar el nivel de relación que existe entre los actores del turismo y el desarrollo turístico sostenible en la comunidad de Chongos Bajo, Chupaca -2020.	Existe nivel de relación entre los actores del turismo y el desarrollo turístico sostenible en la comunidad de Chongos Bajo, Chupaca – 2020							Coordinación	Coordinación	P21- 22	
										Estrategias	Estrategias	P23- 24
							productos turísticos	Entidades			P25- 26	
				Inventario	P27							
				Atractivos turísticos	P28- 29							
				Plan de desarrollo turístico	Producto turístico	P30- 31						
					Promoción	P32- 33						
					Innovación	P34						

Anexo 2: Matriz de operacionalización

Operacionalización de variable 01 Turismo cultural

Variable	Definición conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala Ordinal
Turismo cultural	Según la organización mundial del turismo & la organización de las naciones unidas para la educación, ciencia y cultura (2018), señalan al “turismo cultural como un motor para salvaguardar el patrimonio material e inmaterial vivo, catalizar la creatividad en las ciudades y extender los beneficios socioeconómicos del turismo a la comunidad local” (p. 26).	Turismo cultural es la demanda del turismo cuya principal motivación de viaje, es el uso del patrimonio cultural, y por lo cual diversos actores del turismo intervienen en su desarrollo.	Demanda del turismo	<ul style="list-style-type: none"> • Perfil • Segmentación • Tendencias 	<p>Totalmente en desacuerdo (1)</p> <p>En desacuerdo (2)</p> <p>Ni acuerdo ni en desacuerdo (3)</p> <p>De acuerdo (4)</p> <p>Totalmente de acuerdo (5)</p>
			Uso del patrimonio cultural	<ul style="list-style-type: none"> • Bienes • Zonas arqueológicas • Artesanía 	
			Actores del turismo	<ul style="list-style-type: none"> • Comunidad • Visitantes • Medios 	

Operacionalización de variable 02 Desarrollo turístico sostenible

Variable	Definición conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala Ordinal
Desarrollo turístico sostenible	Según Carvalho & Viederman (1993), citado por Linares, H., & Morales, G. (2014) señalan que: El desarrollo turístico sostenible es un proceso de transformación en el cual la explotación de los recursos naturales y culturales, la dirección de las inversiones, la orientación del desarrollo tecnológico y el cambio institucional se armonizan y refuerzan el potencial presente y futuro, con el propósito de atender a las necesidades y aspiraciones humanas. (p.65)	Desarrollo turístico sostenible Es la sensibilización a la población local y al tejido empresarial, acerca de impulsar un producto turístico, bajo un plan de desarrollo turístico.	Sensibilización.	<ul style="list-style-type: none"> • Grupo de trabajo • Coordinación • Estrategia 	Totalmente en desacuerdo (1)
			Productos turísticos	<ul style="list-style-type: none"> • Entidades • Inventario • Atractivos 	En desacuerdo (2)
			Plan de desarrollo turístico	<ul style="list-style-type: none"> • Producto turístico • Promoción • Innovación 	Ni de acuerdo ni en desacuerdo (3)
					De acuerdo (4)
					Totalmente de acuerdo (5)

Anexo 3: Instrumento

ENCUESTA

INSTRUCCIÓN:

La Presente encuesta, busca recoger información para la variable Turismo Cultural en la comunidad de Chongos Bajo, 2020, para lo cual se solicita su colaboración marcando con una (x) una de las alternativas que Uds. Elijan. Esta encuesta es anónima, agradezco su gentil participación

Valora de acuerdo a la siguiente escala:

(1) Totalmente en desacuerdo (2) En desacuerdo (3) Ni de acuerdo ni en desacuerdo

(4) De acuerdo (5) Totalmente de acuerdo

	V01: Turismo cultural	1	2	3	4	5
	I1. Perfil					
1	¿Cree usted que los turistas que visitan Chongos Bajo van únicamente por la fe al Cani Cruz?					
2	¿Cree usted que todos los turistas que visitan Chongos Bajo, solo lo hacen por las fiestas costumbristas?					
	I2. Segmentación					
3	¿Considera usted que solo los turistas del sector económico alto, deberían tener diferentes productos turísticos que los sectores restantes?					
4	¿Cree usted que el pueblo debería enfocarse solamente en atraer a turistas de clase económica alta?					
solo	I3. Tendencias					
5	¿Considera usted que la promoción turística por internet tiene más impacto en un pueblo que promocionarlo por radio y televisión?					
6	¿Considera usted que solo los precios bajos en las aerolíneas determina el motivo para hacer turismo?					

14. Bienes					
7	¿Se debería invertir más recursos solo en la iglesia del pueblo para convertirlo en el principal atractivo turístico de la comunidad?				
8	¿Piensa usted que las autoridades han invertido mucho dinero para mantener las fiestas costumbristas y tradiciones como atracción turística?				
15. Zonas arqueológicas					
9	¿Piensa usted que las anteriores autoridades destinaron suficientes recursos económicos solo para el mantenimiento de las zonas arqueológicas?				
10	¿Piensa usted que los daños ocasionados a los sitios arqueológicos son únicamente hechos por los turistas?				
16. Artesanía					
11	¿Considera usted que las familias que se dedican a la artesanía cambiaron de actividad únicamente por falta de apoyo de las autoridades?				
12	¿Piensa usted que el municipio ha implementado algún proyecto, programa o actividad que ayude realmente a promocionar la artesanía local?				
17. Comunidad					
13	¿Considera usted que la comunidad cuenta con todos los servicios básicos en óptimas condiciones para recibir a más turistas?				
14	¿Cree usted que todos los pobladores sin excepción reciben a los turistas con un trato amable y cálido?				
18. Visitantes					
15	¿Cree usted que los visitantes son los únicos que contribuyen a generar más puestos de trabajos?				
16	¿Cree usted que la mayoría de los visitantes buscan otros lugares turísticos que visitar, solo porque recibieron un mal servicio?				
19. Medios de comunicación					
17	¿Considera usted que los atractivos turísticos poco visitados, únicamente se debe, a la falta de medios de comunicación que facilite la actividad turística?				
18	¿Cree usted que los medios de comunicación tienen un verdadero interés en difundir el turismo en la comunidad?				

V02 DESARROLLO TURISTICO SOSTENIBLE		1	2	3	4	5
I1. Grupo de trabajo						
1	¿Cree usted que antes, el municipio, la comunidad y los comerciantes, trabajan de manera conjunta para mejorar los servicios hacia los visitantes?					
2	¿Considera usted que los pobladores y sus autoridades realizan actividades en conjunto solo para mantener una buena imagen del pueblo ante los visitantes?					
I2. Coordinación						
3	¿Cree usted que el sector público y privado ha trabajado siempre en coordinación, para implementar estrategias que mejoren la actividad turística?					
4	¿Cree usted que el gobierno local, regional y nacional trabaja de manera coordinada solo para resolver los problemas que aquejan al turismo?					
I3. Estrategias						
5	¿Cree usted que el Municipio viene aplicando estrategias apropiadas, para que los pobladores brinden en sus viviendas servicio de hospedaje y alimentación a los turistas?					
6	¿Considera usted que las autoridades realizan actividades culturales únicamente para promocionar los productos de los pobladores?					
I4. Inventario						
7	¿Considera usted que las autoridades tienen interés en identificar y evaluar los atractivos turísticos para ser puestos en valor?					
I5. Entidades						

8	¿Piensa usted que la cámara de comercio y turismo de Chupaca brinda asesoramiento profesional a todas las empresas que venden productos y servicios turísticos?					
9	¿Considera usted que la policía de turismo brinda protección e información de manera adecuada y oportuna al turista cuando lo necesita?					
16. Atractivos						
10	¿Piensa usted que los atractivos turísticos sirven únicamente como fuente de ingresos económicos exclusivamente para la comunidad?					
11	¿Cree usted que los atractivos turísticos únicamente dependen de mayores recursos económicos para su conservación?					
17. Producto turístico						
12	¿Considera usted que Chongos Bajo necesita de una infraestructura moderna para ser considerado uno de los principales lugares turísticos del valle del Mantaro?					
13	¿Cree usted para que, el turista se sienta completamente satisfecho del lugar visitado, necesita una serie de servicios que funcionen eficazmente?					
18. Promoción						
14	¿Cree usted que únicamente hace falta la promoción de los lugares turísticos para incrementar la llegada de más turistas a la comunidad?					
15	¿Considera usted que la publicidad debe ser únicamente enfocado en despertar el interés del turista en visitar un lugar turístico?					
19. Innovación						
16	¿Cree usted que un lugar turístico solo puede ser de interés para el turista, si tiene una acreditación y certificación de calidad que haga que se diferencie de otros?					

Fuente: Elaboración propia del autor

Anexo 4: Validación de instrumentos

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE V1 TURISMO CULTURAL

Nº	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
	VARIABLE 1: Turismo cultural							
	DIMENSIÓN 1: Demanda del turismo							
1	¿Cree usted que los turistas que visitan Chongos Bajo van únicamente por la fe al Cani Cruz?	✓		✓		✓		
2	¿Cree usted que todos los turistas que visitan Chongos Bajo, solo lo hacen por las fiestas costumbristas?	✓		✓		✓		
3	¿Considera usted que solo los turistas del sector económico alto, deberían tener diferentes productos turísticos más que los sectores restantes?	✓		✓		✓		
4	¿Cree usted que el pueblo debería enfocarse solamente en atraer a turistas de clase económica alta?	✓		✓		✓		
5	¿Considera usted que la promoción turística por internet tiene más impacto en un pueblo que promocionarlo por radio y televisión?	✓		✓		✓		
6	¿Considera usted que solo los precios bajos en las aerolíneas determina el motivo para hacer turismo?	✓		✓		✓		
	DIMENSIÓN 2: Uso del patrimonio cultural							
7	¿Se debería invertir más recursos solo en la iglesia del pueblo para convertirlo en el principal atractivo turístico de la comunidad?	✓		✓		✓		
8	¿Piensa usted que las autoridades han invertido mucho dinero para mantener las fiestas costumbristas y tradiciones como atracción turística?	✓		✓		✓		
9	¿Piensa usted que las anteriores autoridades destinaron suficientes recursos económicos solo para el mantenimiento de las zonas arqueológicas?	✓		✓		✓		
10	¿Piensa usted que los daños ocasionados a los sitios arqueológicos son únicamente hechos por los turistas?	✓		✓		✓		
11	¿Considera usted que las familias que se dedican a la artesanía cambiaron de actividad únicamente por falta de apoyo de las autoridades?	✓		✓		✓		
12	¿Piensa usted que el municipio ha implementado algún proyecto, programa o actividad que ayude realmente a promocionar la artesanía local?	✓		✓		✓		
	DIMENSION 3: Actores del turismo							
13	¿Considera usted que la comunidad cuenta con todo los servicios básicos en óptimas condiciones para recibir a más turistas?	✓		✓		✓		

14	¿Cree usted que todos los pobladores sin excepción, reciben a los turistas con un trato amable y cálido?	✓		✓		✓	
15	¿Cree usted que los visitantes son los únicos que contribuyen a generar más puestos de trabajos?	✓		✓		✓	
16	¿Crees usted que la mayoría de los visitantes buscan otros lugares turísticos que visitar, solo porque recibieron un mal servicio?	✓		✓		✓	
17	¿Considera usted que los atractivos turísticos poco visitados, se debe a la falta de medios de comunicación que facilite la actividad turística?	✓		✓		✓	
18	¿Cree usted que los medios de comunicación tienen un verdadero interés en difundir el turismo en la comunidad?	✓		✓		✓	

Observaciones (precisar si hay suficiencia): Si existe suficiencia

Opinión de aplicabilidad: Aplicable (x) Aplicable después de corregir ()
No aplicable ()

Apellidos y nombres del juez validador. Dr/ Mg. Michel Jaime Mendez Escobar
MBA - Administración

DNI: 10797162

Especialidad del validador:

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado. Metodología

²Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

³Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión.

07 de Noviembre del 2020


Firma del Experto Informante.

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE V2 DESARROLLO TURISTICO SOSTENIBLE

Nº	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
	VARIABLE 2: Desarrollo turístico sostenible							
	DIMENSIÓN 1: sensibilización							
1	¿Cree usted que antes, el municipio, la comunidad y los comerciantes, trabajan de manera conjunta para mejorar el servicio hacia los visitantes?	✓		✓		✓		
2	¿Considera usted que los pobladores y sus autoridades realizan actividades en conjunto solo para mantener una buena imagen ante los visitantes?	✓		✓		✓		
3	¿Cree usted que el sector público y privado ha trabajado siempre en coordinación, para implementar estrategias que mejoren la actividad turística?	✓		✓		✓		
4	¿Cree usted que el gobierno local, regional y nacional, trabajan de manera coordinada solo para resolver los problemas que aquejan al turismo?	✓		✓		✓		
5	¿Cree usted que el municipio viene aplicando estrategias apropiadas, para que los pobladores brinden en sus viviendas servicio de hospedaje y alimentación a los turistas?	✓		✓		✓		
6	¿Considera usted que las autoridades realizan actividades culturales únicamente para promocionar los productos de los pobladores?	✓		✓		✓		
	DIMENSIÓN 2: Productos turísticos							
7	¿Considera usted que las autoridades tienen interés en identificar y evaluar los atractivos turísticos para ser puestos en valor?	✓		✓		✓		
8	¿Piensa usted que la Cámara de comercio y Turismo de Chupaca brinda asesoramiento profesional a todas las empresas que venden productos y servicios turísticos?	✓		✓		✓		
9	¿Considera usted que la policía de turismo brinda protección e información de manera adecuada y oportuna al turista cuando lo necesita?	✓		✓		✓		
10	¿Piensa usted que los atractivos turísticos sirven únicamente como fuente de ingresos económicos exclusivamente para la comunidad?	✓		✓		✓		

11	¿Cree usted que los atractivos turísticos únicamente dependen de mayores recursos económicos para su conservación?	✓		✓		✓	
DIMENSIÓN 3: Plan de desarrollo turístico		Si	No	Si	No	Si	No
12	¿Considera usted que Chongos Bajo solo necesita de una infraestructura moderna para ser considerado uno de los principales lugares turísticos del Valle del Mantaro?	✓		✓		✓	
13	¿Creó usted para que el turista se sienta completamente satisfecho del lugar visitado, necesita una serie de servicios que funcionen eficazmente?	✓		✓		✓	
14	¿Cree usted que únicamente hace falta la promoción de los lugares turísticos para incrementar la llegada de más turistas a la comunidad?	✓		✓		✓	
15	¿Considera usted que la publicidad debe ser únicamente enfocado en despertar el interés del turista en visitar un lugar turístico?	✓		✓		✓	
16	¿Cree usted que un lugar turístico solo puede ser de interés para el turista, si tiene una acreditación y certificación de calidad que haga que se diferencie de otros?	✓		✓		✓	

Observaciones (precisar si hay suficiencia): Si existe suficiencia

Opinión de aplicabilidad: Aplicable (x) Aplicable después de corregir ()
 No aplicable ()

Apellidos y nombres del juez validador. Drl
 (Mg): Mg. Michel Jaime Mendez Escobar
MBA - Administración

DNI: 10797162

Especialidad del validador:

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado. Metodología

²Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

³Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión.

07 de Noviembre del 2020

Firma del Experto Informante.

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE V1 TURISMO CULTURAL

Nº	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
VARIABLE 1: Turismo cultural								
DIMENSIÓN 1: Demanda del turismo		Si	No	Si	No	Si	No	
1	¿Cree usted que los turistas que visitan Chongos Bajo van únicamente por la feria del Cani Cruz?	X						
2	¿Cree usted que todos los turistas que visitan Chongos Bajo, solo lo hacen por las fiestas costumbristas?	X						
3	¿Considera usted que solo los turistas del sector económico alto, deberían tener diferentes productos turísticos más que los sectores restantes?	X						
4	¿Cree usted que el pueblo debería enfocarse solamente en atraer a turistas de clase económica alta?	X						
5	¿Considera usted que la promoción turística por internet tiene más impacto en un pueblo que promocionarlo por radio y televisión?	X						
6	¿Considera usted que solo los precios bajos en las aerolíneas determina el motivo para hacer turismo?	X						
DIMENSIÓN 2: Uso del patrimonio cultural		Si	No	Si	No	Si	No	
7	¿Se debería invertir más recursos solo en la iglesia del pueblo para convertirlo en el principal atractivo turístico de la comunidad?	X						
8	¿Piensa usted que las autoridades han invertido mucho dinero para mantener las fiestas costumbristas y tradiciones como atracción turística?	X						
9	¿Piensa usted que las anteriores autoridades destinaron suficientes recursos económicos solo para el mantenimiento de las zonas arqueológicas?	X						
10	¿Piensa usted que los daños ocasionados a los sitios arqueológicos son únicamente hechos por los turistas?	X						
11	¿Considera usted que las familias que se dedican a la artesanía cambiaron de actividad únicamente por falta de apoyo de las autoridades?	X						
12	¿Piensa usted que el municipio ha implementado algún proyecto, programa o actividad que ayude realmente a promocionar la artesanía local?	X						
DIMENSION 3: Actores del turismo		Si	No	si	no	si		
13	¿Considera usted que la comunidad cuenta con todo los servicios básicos en óptimas condiciones para recibir a más turistas?	X						

14	¿Cree usted que todos los pobladores sin excepción, reciben a los turistas con un trato amable y cálido?	X						
15	¿Cree usted que los visitantes son los únicos que contribuyen a generar más puestos de trabajos?	X						
16	¿Cree usted que la mayoría de los visitantes buscan otros lugares turísticos que visitar, solo porque recibieron un mal servicio?	X						
17	¿Considera usted que los atractivos turísticos poco visitados, se debe a la falta de medios de comunicación que facilite la actividad turística?	X						
18	¿Cree usted que los medios de comunicación tienen un verdadero interés en difundir el turismo en la comunidad?	X						

Observaciones (precisar si hay suficiencia): SE CONSIDERA FAVORABLE y Aplicable

Opinión de aplicabilidad: Aplicable Aplicable después de corregir () No aplicable ()

Apellidos y nombres del juez validador. Dr/Mg: GIANNINO GONZALO CORVETTO CASTRO

DNI: 09898255

Especialidad del validador: TURISMO

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado. ES PERTINENTE

²Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

³Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión.

28 de 09 del 2020


Firma del Experto Informante.

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE V2 DESARROLLO TURISTICO SOSTENIBLE

Nº	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
	VARIABLE 2: Desarrollo turístico sostenible							
	DIMENSIÓN 1: sensibilización							
1	¿Cree usted que antes, el municipio, la comunidad y los comerciantes, trabajan de manera conjunta para mejorar el servicio hacia los visitantes?	X						
2	¿Considera usted que los pobladores y sus autoridades realizan actividades en conjunto solo para mantener una buena imagen ante los visitantes?	X						
3	¿Cree usted que el sector público y privado ha trabajado siempre en coordinación, para implementar estrategias que mejoren la actividad turística?	X						
4	¿Cree usted que el gobierno local, regional y nacional, trabajan de manera coordinada solo para resolver los problemas que aquejan al turismo?	X						
5	¿Cree usted que el municipio viene aplicando estrategias apropiadas, para que los pobladores brinden en sus viviendas servicio de hospedaje y alimentación a los turistas?	X						
6	¿Considera usted que las autoridades realizan actividades culturales únicamente para promocionar los productos de los pobladores?	X						
	DIMENSIÓN 2: Productos turísticos							
7	¿Considera usted que las autoridades tienen interés en identificar y evaluar los atractivos turísticos para ser puestos en valor?	X						
8	¿Piensa usted que la Cámara de comercio y Turismo de Chupaca brinda asesoramiento profesional a todo las empresas que venden productos y servicios turísticos?	X						
9	¿Considera usted que la policía de turismo brinda protección e información de manera adecuada y oportuna al turista cuando lo necesita?	X						
10	¿Piensa usted que los atractivos turísticos sirven únicamente como fuente de ingresos económicos exclusivamente para la comunidad?	X						

11	¿Cree usted que los atractivos turísticos únicamente dependen de mayores recursos económicos para su conservación?	X					
DIMENSIÓN 3: Plan de desarrollo turístico		Si	No	Si	No	Si	No
12	¿Considera usted que Chongos Bajo solo necesita de una infraestructura moderna para ser considerado uno de los principales lugares turísticos del Valle del Mantaro?	X					
13	¿Creó usted para que el turista se sienta completamente satisfecho del lugar visitado, necesita una serie de servicios que funcionen eficazmente?	X					
14	¿Cree usted que únicamente hace falta la promoción de los lugares turísticos para incrementar la llegada de más turistas a la comunidad?	X					
15	¿Considera usted que la publicidad debe ser únicamente enfocado en despertar el interés del turista en visitar un lugar turístico?	X					
16	¿Cree usted que un lugar turístico solo puede ser de interés para el turista, si tiene una acreditación y certificación de calidad que haga que se diferencie de otros?	X					

Observaciones (precisar si hay suficiencia):

SE CONSIDERA FAVORABLE Y APLICABLE

Opinión de aplicabilidad: Aplicable Aplicable después de corregir () No aplicable ()

Apellidos y nombres del juez validador. Dr/ Mg: GIANNINO GONZALO
CORVEJO CASTRO

DNI: 09890255

Especialidad del validador:

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.....ES PERTINENTE.....

²Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

³Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión.

28 de 09 del 2020


Firma del Experto Informante.

Anexo 5: Matriz de datos

x1	x2	x3	x4	x5	x6	x7	x8	x9	x10	x11	X12	x13	x14	x15	x16	x17	x18
4	2	2	2	4	4	4	2	2	4	4	2	2	2	4	4	4	2
4	4	1	1	4	4	1	1	1	1	4	1	4	4	4	4	4	4
1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	1	1	1	1	4	4	1
4	4	2	2	4	2	2	2	2	2	4	2	2	4	4	4	4	4
2	2	2	2	4	4	2	2	2	2	2	2	2	2	4	4	4	2
2	2	2	2	4	4	2	2	2	2	4	2	2	2	4	4	4	2
4	2	4	1	4	3	2	5	1	2	4	4	2	2	1	4	4	4
2	1	4	2	4	4	2	2	2	2	3	2	2	2	4	4	2	4
4	2	2	2	5	2	4	2	2	2	2	2	4	2	4	4	2	4
5	2	2	1	2	2	2	3	3	3	2	3	4	5	2	2	4	4
4	4	2	2	4	4	2	4	2	2	4	2	2	2	4	4	4	2
2	2	2	2	4	4	2	2	2	2	4	2	2	2	2	4	4	2
2	2	2	2	4	4	2	2	2	2	4	2	2	3	2	2	4	2
2	2	2	2	4	4	2	2	2	2	4	2	2	2	4	4	2	2
4	4	2	2	5	2	4	2	2	2	4	2	4	4	4	2	4	2
2	2	2	2	4	2	2	2	2	2	4	2	4	3	2	4	4	4
4	4	4	2	4	4	2	4	3	2	4	2	4	4	2	4	4	4
4	4	3	2	4	2	2	2	2	2	2	4	2	2	2	4	4	2
4	4	2	3	4	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	4	2	2
4	3	5	5	4	4	4	2	2	4	4	3	2	4	2	4	4	2
4	2	4	1	5	3	1	4	1	1	5	1	2	5	3	4	5	2
2	4	2	2	4	2	4	4	2	2	4	2	2	4	2	4	4	4
4	4	4	4	4	4	2	4	4	2	4	2	4	2	2	4	4	2
1	2	1	1	3	4	2	3	2	2	4	3	2	1	1	3	2	3
4	4	2	2	4	4	2	4	3	2	3	3	4	4	2	4	4	4
5	5	1	1	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2
2	1	2	2	2	1	1	1	2	2	2	2	2	4	2	2	4	2
2	2	2	2	2	2	4	2	2	4	4	4	2	4	4	2	4	2
5	2	2	2	5	4	4	3	3	5	3	5	5	5	3	3	3	2
2	2	2	2	3	4	2	4	2	3	2	3	3	5	2	4	3	2
4	5	2	1	3	3	2	2	3	2	4	3	3	3	1	2	3	2
4	4	2	1	4	4	2	2	2	2	2	2	4	4	2	2	2	2
4	4	5	2	4	2	2	4	5	5	4	2	2	2	2	5	2	5
4	4	2	3	4	4	2	4	2	2	4	2	1	1	2	2	4	2
4	2	1	1	2	4	2	4	2	2	4	3	2	2	2	4	4	4
2	1	1	2	5	4	2	5	2	2	3	2	1	3	2	4	5	3
1	2	4	2	1	4	4	3	1	3	4	2	2	3	2	4	1	2

3	4	2	2	4	3	3	3	3	2	3	4	3	2	2	3	3	4
2	2	2	2	4	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
4	4	1	1	1	1	1	4	3	1	1	1	1	1	1	4	4	1
5	5	1	1	5	5	1	1	1	1	5	1	1	5	5	4	4	1
1	1	1	1	5	1	1	1	1	1	1	1	1	5	1	5	5	1
1	1	1	1	5	5	1	1	1	1	3	1	1	5	1	1	4	1
5	5	1	1	5	5	5	1	1	1	1	1	1	5	4	4	4	1
1	1	1	1	1	1	1	1	3	1	3	1	1	5	1	4	4	1
5	5	1	1	1	5	1	1	1	1	4	1	1	5	1	4	4	1
5	5	1	1	5	5	1	1	1	1	5	1	1	5	5	5	5	1
5	5	1	1	1	1	1	1	1	1	4	1	1	5	4	1	4	1
1	1	1	1	1	5	5	1	1	1	4	1	4	4	4	4	4	1
1	1	1	1	1	5	5	1	1	1	1	1	1	5	5	1	5	1
3	1	1	3	5	3	1	1	3	3	3	3	4	5	3	4	3	4
4	4	3	5	4	3	2	3	2	2	4	3	4	3	4	2	4	4
5	5	4	4	2	2	5	1	1	1	4	3	3	4	4	1	4	1
4	2	1	1	5	1	1	5	5	1	5	5	1	5	1	5	5	4
5	5	1	1	5	5	1	1	1	1	5	1	5	5	5	5	1	1
5	1	4	5	1	1	1	4	1	1	5	1	1	5	5	5	5	5
5	5	1	1	5	5	1	5	1	5	5	1	1	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	3	1	1	3	3	5	1	1	5	2
1	1	1	1	5	5	1	1	1	1	4	1	1	5	5	5	1	1
2	1	1	1	1	5	1	3	3	1	4	3	3	5	4	4	4	1
1	1	1	1	1	4	1	1	1	1	5	1	1	5	1	5	5	1
1	5	1	1	1	1	1	1	1	1	5	1	1	1	4	1	5	4
1	1	1	1	5	5	1	1	1	1	1	1	5	5	5	1	5	1
4	4	4	1	4	4	4	1	4	4	1	1	1	4	4	4	4	4
2	4	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	3	4	1	2	4	
2	4	4	1	4	4	4	1	4	4	1	1	1	4	4	4	4	4
4	4	2	1	4	2	4	4	4	1	4	1	1	2	4	4	4	2
4	1	1	1	4	4	4	2	4	2	4	3	3	4	1	1	4	3
2	3	1	1	2	3	2	4	3	3	4	2	2	4	2	4	4	2
1	1	1	1	1	1	4	1	2	2	2	2	2	4	2	2	3	3
2	2	2	2	3	3	2	1	1	1	3	3	3	1	1	1	4	2
5	5	2	2	4	2	2	5	2	2	4	3	4	5	4	2	4	4
1	1	1	1	2	1	2	3	3	1	1	1	3	4	3	1	1	3
3	4	1	1	3	3	2	2	4	1	1	1	4	4	3	1	4	5
4	4	2	1	4	4	3	2	3	2	1	1	2	4	4	4	3	4
4	4	4	1	4	4	1	4	3	2	1	2	2	4	4	4	4	4
3	1	1	1	1	1	4	1	1	4	1	2	4	4	1	2	4	4
2	2	3	3	3	3	4	4	2	2	3	3	3	4	3	3	4	2

3	2	2	2	3	3	2	2	2	2	2	2	3	4	3	4	2	2
3	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	3	4	3	4	2	2
2	1	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	3	4	2	4	2	2
2	2	4	4	4	4	4	2	1	2	2	2	3	4	4	2	4	4
2	2	4	4	4	4	4	2	1	2	4	2	4	4	4	2	4	4
2	3	2	1	2	2	2	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4
2	1	2	1	4		4	2	2	2	2	4	4	4	2	2	4	4
4	2	1	1	4	2	1	4	4	2	2	4	4	4	4	2	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	5	2	2	4	4	4	5	4	4	4
1	1	1	2	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	2	4	4
5	5	5	5	5	5	1	1	1	1	5	1	5	5	5	5	5	1
1	1	1	1	4	4	4	2	2	2	2	2	2	2	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	1	1	1	5	5	1	1	2	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	1	1	1	5	5	1	1	5	5	5	5	1
5	5	1	1	5	5	5	1	1	5	5	1	5	5	5	5	5	5
5	5	1	1	5	5	1	1	1	5	5	1	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	4	1	1	5	5	1	5	5	5	4	5	1
5	5	3	1	5	5	3	1	1	1	4	1	5	5	5	5	5	1
2	3	2	3	4	3	2	3	2	2	4	3	2	3	3	2	4	3
1	1	1	1	5	5	1	1	1	5	5	1	5	5	5	5	5	1
5	5	5	5	5	5	2	3	1	1	5	1	5	3	5	5	4	1
5	5	5	1	5	5	4	5	1	1	1	3	4	4	5	5	5	5
5	5	1	1	5	5	5	1	1	1	5	1	5	5	5	5	5	1
3	2	3	2	4	3	2	3	3	1	4	3	3	3	3	3	2	4
1	5	5	2	5	5	5	2	4	2	2	4	4	2	4	4	4	4
5	5	3	2	5	5	5	5	1	1	5	1	5	5	1	5	5	1
5	3	5	5	2	2	2	1	1	2	5	1	5	4	5	4	5	4
5	5	1	2	5	5	1	1	1	1	4	4	5	5	5	5	5	5
2	2	2	2	4	3	4	4	2	2	2	2	2	2	4	4	4	2
2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3
4	4	3	2	4	3	4	3	2	3	3	3	4	3	3	3	4	3
2	3	2	2	3	2	2	2	2	1	3	2	2	3	3	2	3	2
5	5	1	1	5	5	5	1	1	5	5	1	1	1	5	5	5	1
5	5	1	1	5	5	1	1	1	1	5	1	5	2	3	5	5	1
4	2	3	3	5	3	3	3	4	3	4	2	2	4	3	3	5	2
5	4	2	2	4	2	2	2	2	1	4	4	1	4	2	2	5	2
2	2	4	2	4	3	2	2	2	2	3	4	2	2	2	2	2	2
2	2	2	2	2	4	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	3	2
4	2	4	4	4	4	1	5	5	1	5	5	5	3	4	5	5	5

y1	y2	y3	y4	y5	y6	y7	y8	y9	y10	y11	y12	y13	y14	y15	y16
4	2	2	2	2	2	4	2	2	4	4	4	4	4	4	4
1	4	2	2	1	1	1	4	1	4	4	4	4	4	1	4
1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	4	1	4	4	1	1
2	2	2	2	2	2	2	2	2	4	2	4	4	4	2	4
2	2	2	2	2	4	2	2	2	4	2	4	4	4	2	4
2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	4	4	4	4
2	3	2	2	1	4	2	1	2	2	4	1	2	4	5	4
4	4	2	2	4	2	4	4	4	4	4	2	2	2	2	3
4	4	4	2	2	2	2	2	2	4	4	2	2	2	2	2
3	2	3	2	3	3	3	2	3	2	2	2	4	5	2	4
2	2	4	4	4	4	4	2	2	2	2	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	2
2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	4	2	4	4	2	2
4	2	2	2	2	2	2	2	3	4	4	4	4	2	4	4
2	4	4	1	1	4	4	1	1	4	4	5	4	5	5	1
1	4	4	2	4	4	2	2	2	4	2	2	4	2	2	4
4	4	2	2	2	4		2	2	4	2	4	4	4	4	4
4	2	2	2	2	4	2	2	2	4	2	4	4	4	2	2
2	2	2	2	3	4	2	2	2	2	2	4	4	2	4	4
2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	4	2	4	4	4	4
2	4	2	3	1	3	2	3	1	3	1	2	3	4	3	1
4	2	4	2	2	2	4	2	2	2	4	4	4	4	4	4
2	2	2	2	2	4	2	3	2	2	3	4	4	4	3	3
3	2	2	2	3	3	2	3	3	2	2	3	4	3	2	3
3	4	4	2	3	4	4	3	4	4	4	4	2	4	4	4
3	3	3	3	2	3	1	1	5	3	2	5	4	2	2	4
4	4	2	3	2	2	2	2	2	2	2	4	4	4	4	2
4	4	2	2	3	4	4	2	1	4	4	4	4	4	4	4
2	2	2	2	1	3	5	4	3	5	5	4	5	3	5	5
3	5	3	2	4	4	4	2	2	2	3	2	4	3	2	2
2	2	3	2	4	2	3	3	3	2	2	4	4	4	2	2
1	2	2	2	2	4	4	2	2	2	2	2	4	2	2	1
2	2	5	5	5	2	2	5	5	2	2	5	2	4	4	4
2	2	2	2	2	2	4	2	2	4	4	4	4	4	4	2
4	2	2	2	2	4	3	2	1	2	2	3	3	4	3	2
3	3	2	2	1	4	4	2	1	4	4	5	4	4	1	3
4	3	2	5	2	4	2	2	1	4	3	5	4	5	4	3
3	4	3	3	2	3	2	2	2	2	2	2	4	4	3	3
2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	4	4	2	2	4
1	1	4	2	3	3	4	4	4	2	4	4	4	4	1	4

1	5	1	1	1	1	1	1	1	4	4	4	4	4	1	4
1	5	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	4	1	1	5
1	4	3	3	1	1	1	3	1	1	1	1	4	4	1	1
1	3	3	1	1	1	1	1	1	4	1	1	4	4	1	1
1	4	1	1	1	1	1	1	1	4	4	4	4	4	1	5
1	4	1	1	1	1	1	4	1	1	4	1	4	4	1	4
1	1	1	1	1	1	1	4	1	1	1	1	4	4	1	5
1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	4	4	4	4	1	1
3	1	3	3	1	1	1	3	1	4	4	4	4	4	1	1
1	5	1	4	1	1	1	4	1	1	4	4	1	1	1	5
4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5
3	4	4	1	3	3	3	3	1	4	4	4	4	4	1	4
3	3	1	1	3	3	3	2	2	4	4	4	4	4	1	4
5	5	1	1	3	5	4	1	1	5	4	4	5	5	1	3
1	5	1	5	1	1	5	4	1	5	5	5	5	5	1	5
1	1	1	5	1	1	1	5	1	5	5	1	5	5	1	1
5	5	1	5	1	1	5	1	1	5	5	5	5	5	1	5
3	5	1	1	3	1	5	3	1	1	1	1	5	5	1	5
1	5	1	1	1	1	1	5	1	5	1	1	5	5	1	5
5	5	4	3	4	5	4	4	1	4	4	4	4	4	1	1
1	1	1	4	1	1	4	4	1	1	4	4	4	1	1	5
1	4	1	4	1	1	1	4	1	4	4	4	4	4	1	1
1	5	1	1	1	1	1	4	1	5	1	1	5	5	1	5
4	2	2	1	4	2	4	1	1	4	4	4	4	4	4	4
2	1	1	3	3	4	1	2	3	2	4	2	4	4	4	4
4	2	2	1	4	2	4	1	1	4	4	4	4	4	4	4
2	4	4	4	2	4	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4
4	2	3	1	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	2	1
2	2	2	2	2	4	2	2	3	4	2	2	4	3	4	4
3	3	2	2	4	4	2	2	3	3	4	4	4	4	4	4
4	2	2	2	2	4	2	2	2	4	4	4	4	2	4	3
2	3	4	3	2	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4
3	3	1	3	3	2	4	1	3	1	2	1	4	4	4	4
2	2	2	1	2	4	2	1	3	2	4	2	4	4	4	4
2	1	4	3	2	4	2	1	1	4	1	3	4	4	5	2
4	2	4	1	2	4	2	2	2	4	4	4	4	4	4	2
1	1	2	3	3	4	1	1	3	2	4	4	3	4	3	4
4	4	4	1	3	4	4	3	4	3	3	2	3	2	4	4
3	3	2	4	3	3	4	3	3	3	4	3	4	4	4	3
3	4	2	4	2	3	3	3	2	4	4	4	4	4	4	3
3	4	2	4	2	3	5	3	3	2	4	4	4	4	4	3

4	4	2	2	2	2	4	2	4	4	4	2	4	4	4	4
4	4	4	2	2	2	4	2	4	4	4	2	4	4	4	4
4	4	4	2	4	4	2	4	4	4	2	2	4	4	4	1
2	4	2	3	2	2	2	2	4	1	4	4	4	4	4	4
4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1
2	4	4	2	4	4	4	4	3	4	4	2	4	4	2	4
4	4	4	2	4	4	1	4	4	4	4	2	4	4	4	2
1	1	1	1	1	1	1	1	1	5	5	5	5	5	5	5
2	2	2	2	2	3	4	2	2	4	4	4	4	4	4	5
1	1	1	1	1	1	1	1	1	5	5	5	5	5	5	5
1	1	1	1	1	1	1	1	1	5	5	5	5	5	5	1
1	1	1	1	1	1	1	1	1	5	5	5	5	5	1	1
1	1	1	1	1	1	1	1	1	5	5	5	5	5	1	5
1	1	1	1	1	1	5	1	1	5	5	3	5	5	5	5
4	4	3	3	2	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4
1	1	1	1	1	1	1	1	1	5	5	1	5	5	5	5
1	1	1	1	1	1	5	1	1	5	5	5	3	5	5	5
3	3	5	5	4	4	4	4	1	1	1	5	5	1	5	1
1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	5	5	5	5	1	5
3	1	3	2	2	2	4	2	1	2	3	4	4	4	3	4
4	4	3	4	2	2	2	3	4	4	2	4	4	4	2	2
2	2	2	2	5	5	5	1	1	2	3	5	2	5	5	2
4	4	4	5	5	5	2	5	2	2	5	5	5	5	5	5
1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	4	5	5	5	1	5
5	5	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4
3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	4	5	3	3	4
3	3	3	2	2	4	4	2	2	4	4	4	3	3	4	4
2	2	2	2	2	2	3	2	2	3	3	5	5	4	4	3
1	1	1	1	1	1	1	1	1	5	5	5	5	5	1	1
1	1	1	1	1	1	1	1	1	5	5	5	5	5	1	1
2	2	3	2	4	2	4	4	4	2	4	3	4	4	2	4
5	4	1	2	2	4	4	3	3	4	3	5	5	4	2	3
4	3	2	2	1	2	1	2	2	2	2	2	4	2	2	4
2	2	3	2	2	3	2	2	3	2	2	2	3	2	2	2
1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5



Visible: 44 de 44 variables

	x1	x2	x3	x4	x5	x6	x7	x8	x9	x10	x11
1	4	2	2	2	4	4	4	2	2	4	
2	4	4	1	1	4	4	1	1	1	1	
3	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
4	4	4	2	2	4	2	2	2	2	2	
5	2	2	2	2	4	4	2	2	2	2	
6	2	2	2	2	4	4	2	2	2	2	
7	4	2	4	1	4	3	2	5	1	2	
8	2	1	4	2	4	4	2	2	2	2	
9	4	2	2	2	5	2	4	2	2	2	
10	5	2	2	1	2	2	2	3	3	3	
11	4	4	2	2	4	4	2	4	2	2	
12	2	2	2	2	4	4	2	2	2	2	
13	2	2	2	2	4	4	2	2	2	2	
14	2	2	2	2	4	4	2	2	2	2	
15	4	4	2	2	5	2	4	2	2	2	
16	2	2	2	2	4	2	2	2	2	2	
17	4	4	4	2	4	4	2	4	3	2	
18	4	4	3	2	4	2	2	2	2	2	
19	4	4	2	3	4	2	2	2	2	2	
20	4	3	5	5	4	4	4	2	2	4	
21	4	2	4	1	5	3	1	4	1	1	
22	2	4	2	2	4	2	4	4	2	2	
23	4	4	4	4	4	4	2	4	4	2	

Vista de datos Vista de variables

procesamiento de datos j.sav [Conjunto_de_datos1] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

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

	Nombre	Tipo	Anchura	Decimales	Etiqueta	Valores	Perdidos	Columnas	Alineación	Medida	Rol
22	y4	Númerico	12	0		Ninguna	Ninguna	12	Derecha	Nominal	Entrada
23	y5	Númerico	12	0		Ninguna	Ninguna	12	Derecha	Nominal	Entrada
24	y6	Númerico	12	0		Ninguna	Ninguna	12	Derecha	Nominal	Entrada
25	y7	Númerico	12	0		Ninguna	Ninguna	12	Derecha	Nominal	Entrada
26	y8	Númerico	12	0		Ninguna	Ninguna	12	Derecha	Nominal	Entrada
27	y9	Númerico	12	0		Ninguna	Ninguna	12	Derecha	Nominal	Entrada
28	y10	Númerico	12	0		Ninguna	Ninguna	12	Derecha	Nominal	Entrada
29	y11	Númerico	12	0		Ninguna	Ninguna	12	Derecha	Nominal	Entrada
30	y12	Númerico	12	0		Ninguna	Ninguna	12	Derecha	Nominal	Entrada
31	y13	Númerico	12	0		Ninguna	Ninguna	12	Derecha	Nominal	Entrada
32	y14	Númerico	12	0		Ninguna	Ninguna	12	Derecha	Nominal	Entrada
33	y15	Númerico	12	0		Ninguna	Ninguna	12	Derecha	Nominal	Entrada
34	y16	Númerico	12	0		Ninguna	Ninguna	12	Derecha	Nominal	Entrada
35	Turismo_cultural	Númerico	8	2		Ninguna	Ninguna	18	Derecha	Escala	Entrada
36	Desarrollo_Turístico_sostenible	Númerico	8	2		Ninguna	Ninguna	34	Derecha	Escala	Entrada
37	Demanda_del_turismo	Númerico	8	2		Ninguna	Ninguna	21	Derecha	Escala	Entrada
38	Uso_del_patrimonio_cultural	Númerico	8	2		Ninguna	Ninguna	29	Derecha	Escala	Entrada
39	Actores_del_turismo	Númerico	8	2		Ninguna	Ninguna	21	Derecha	Escala	Entrada
40	Variable01	Númerico	5	0	Turismo cultural	{1, Bajo}...	Ninguna	12	Derecha	Ordinal	Entrada
41	Variable02	Númerico	5	0	Desarrollo Turístico sostenible	{1, Bajo}...	Ninguna	12	Derecha	Ordinal	Entrada
42	D1V1	Númerico	5	0	Demanda del turismo	{1, Bajo}...	Ninguna	10	Derecha	Ordinal	Entrada
43	D2V1	Númerico	5	0	Uso del patrimonio cultural	{1, Bajo}...	Ninguna	10	Derecha	Ordinal	Entrada
44	D3V1	Númerico	5	0	Actores del turismo	{1, Bajo}...	Ninguna	10	Derecha	Ordinal	Entrada
45											
46											

Vista de datos Vista de variables

IBM SPSS Statistics Processor está listo Unicode:ON

tablas y graficas de resultados.spv [Documento2] - IBM SPSS Statistics Visor

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

Exploración

Resumen de procesamiento de casos

	Casos					
	Válido		Perdidos		Total	
	N	Porcentaje	N	Porcentaje	N	Porcentaje
Turismo_cultural	114	97,4%	3	2,6%	117	100,0%
Desarrollo_Turístico_sostenible	114	97,4%	3	2,6%	117	100,0%

Descriptivos

		Estadístico	Error estándar	
Turismo_cultural	Media	51,2544	,91137	
	95% de intervalo de confianza para la media	Límite inferior	49,4488	
		Límite superior	53,0600	
	Media recortada al 5%	51,2534		
	Mediana	51,0000		
	Varianza	94,687		
	Desviación estándar	9,73072		
	Mínimo	27,00		
	Máximo	72,00		
	Rango	45,00		
	Rango intercuartil	12,25		
	Asimetría	-,012	,226	
Curtosis	-,447	,449		
Desarrollo_Turístico_sostenible	Media	46,0702	,80931	
	95% de intervalo de confianza para la media	Límite inferior	44,4668	
		Límite superior	47,6736	

IBM SPSS Statistics Processor está listo Unicode:ON

Anexo 6: Propuesta de valor

PROPUESTA DE UN PLAN DE CAPACITACIÓN “CRECER CON CALIDAD” TENIENDO COMO BASE EL TURISMO CULTURAL, DIRIGIDO A LOS POBLADORES Y AUTORIDADES DEL DISTRITO DE CHONGO BAJO

Introducción

El turismo es responsable del desplazamiento de más de mil millones de personas cada año, a través de las fronteras internacionales. Este avance ofrece enormes posibilidades de desarrollo socioeconómico en los destinos de todo el mundo, tanto desde el punto de vista de la oferta como a nivel de la demanda, el cual pone de manifiesto nuevas necesidades y al mismo tiempo exige a los gestores implicados en las actividades turísticas la adopción de nuevos retos, planteamientos y estrategias.

Sin duda alguna el denominado turismo cultural constituye un fenómeno de especial interés y una magnífica oportunidad de desarrollo, singularmente para el pueblo de la comunidad de Chongos Bajo que tiene una riqueza de recursos naturales y culturales tradicionalmente poco explotados como recurso turístico.

El presente plan busca elevar la calidad de los servicios y productos de los prestadores de servicios turísticos, mediante una capacitación técnica permanente, donde se integre la participación de los pobladores locales y el municipio del distrito, con la única finalidad de satisfacer las necesidades y expectativas de todo lo visitantes que llegan de diferentes partes del país, ya sea por motivos religiosos, costumbres o de vacaciones.

Justificación

Para lograr mantener vivo el patrimonio cultural del pueblo de Chongos Bajo se requiere de una serie de acciones que ayuden a la conservación y revaloración de la principal fuente riqueza del que se nutre el turismo cultural, estas acciones deben ser tomando la participación de la población local y sus autoridades del distrito de Chongos, mediante talleres de capacitación y un control de seguimiento para que se cumplan los estándares de calidad en los servicios y productos turísticos que son ofrecidos por los pobladores y de ser necesario premiarlos y distinguirlos en actos públicos por su labor en beneficio del turismo local.

Mediante esta acción ,el programa busca empoderar a las familias más humildes de la comunidad de Chongos bajo a brindar un servicio de calidad a los visitantes por motivos culturales y así contribuir con el mejoramiento de sus ingresos económicos para el sustento y educación de sus hijos; Segundo crear conciencia en la conservación y protección del patrimonio cultural material y inmaterial del cual depende el turismo cultural, en beneficio del desarrollo del pueblo de Chongos Bajo y finalmente formular una política de turismo cultural, con el único fin de incrementar las acciones que den valor a los sitios arqueológicos, a la cruz de cani cruz, a la iglesia matriz, manifestaciones de arte y tradiciones, así como otras expresiones culturales, considerando su uso, difusión y comercialización por parte de la cadena productiva del turismo, y de esta forma contribuir a generar recursos para la conservación del patrimonio cultural , que es de lo que más carece la comunidad de Chongos Bajo para mantener vivo sus atractivos en buen estado.

En consecuencia, esto significa un primer paso para lograr que Chongos Bajo se visto por los visitantes como uno de los lugares turísticos del valle del Mantaro bien organizados, planificado y con altos estándares de servicios de calidad, para lograr de esta manera un desarrollo sostenible en beneficio de toda la comunidad.

Descripción

Para la implementación de la capacitación, se propone realizar un plan de gestión en negocio turístico para brindar un servicio de calidad, así por ejemplo los visitantes puedan realizar un recorrido por las granjas de cuyes, gallinas, conejos y otros en el cual puedan dar de comer a los animales y así de esta manera lograr tener un contacto directo con las labores del campo, además podrán degustar una variedad de platos típicos a base de estos productos. Por otro lado, los agricultores que se dedican al cultivo de las flores y plantas propias de la zona podrán enseñar a los visitantes a cortar sus propias flores y además ir explicando sus bondades y todo lo que corresponda al proceso de cultivo. También tenemos a los apicultores que podrán mostrar al visitante la forma de crianza de las abejas, el proceso y etapas de cómo se fabrican la miel y sus derivados y además de degustar la miel podrán comprar sus propios productos y finalmente se pueden someter a una terapia a base de miel. Finalmente pueden participar de actividades milenarias como es la trilla de la cebada o el trigo. Se considera estas capacitaciones de vital importancia para los prestadores de servicios turísticos, ya que son ellos que saldrán a las calles a ofrecer sus productos y servicios con un estándar de calidad para que el visitante quede satisfecho de su visita a la comunidad de Chongos Bajo.

Fotografía 01: Encuestando al regidor de la municipalidad de Chongos Bajo



Fuente: Tomado por el propio autor

Fotografía 02: Encuestando a un poblador de Chongos Bajo



Fuente: Tomado por el propio autor

Fotografía 03: Encuestando a una comerciante en el mercado de Chongos Bajo



Fuente: Tomado por el propio autor

Fotografía 04: Cruz de Cani Cruz



Fuente: Tomado por el propio autor

Fotografía 05: Capilla el Copon



Fuente: Tomado por el propio autor

Fotografía 06: Muro de los lamentos



Fuente: Tomado por el propio autor