



**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES Y EDUCACIÓN**

**ESCUELA PROFESIONAL DE TURISMO, HOTELERÍA Y  
GASTRONOMÍA**

**“IDENTIDAD CULTURAL Y SU RELACIÓN CON EL TURISMO  
SOSTENIBLE EN EL CAÑÓN DEL COLCA AREQUIPA, 2020”**

**PRESENTADA POR:**

**BACH: RODRÍGUEZ PORTILLA, JADI ALEJANDRA**

**PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE  
LICENCIADATURISMOS, HOTELERÍA Y GASTRONOMIA**

**ASESOR:**

**Mg. QUEZADA CASTRO GUILLERMO ALEXANDER**

**AREQUIPA - PERU**

**2021**

## **DEDICATORIA**

En primer lugar, a Dios quien me ilumina y me guía, a mi madre y hermana menor quienes me dieron su apoyo en todo momento. Son ellas mi fuerza y mi motivo para seguir adelante.

## **AGRADECIMIENTO**

Eres la persona que me hace llenar de orgullo, te amo y no va haber manera de devolvete tanto que me has dado. Esta tesis es un logro en mi vida y que en gran parte es gracias a ti por siempre estar conmigo. Muchas gracias, mamá.

## **RECONOCIMIENTO**

A la universidad Alas Peruanas por haberme formado como una profesional con valores, competente y responsable.

## ÍNDICE

DEDICATORIA.....	ii
AGRADECIMIENTO.....	iii
RECONOCIMIENTO.....	iv
ÍNDICE.....	v
Índice de Tablas.....	viii
Índice de Anexos.....	xviii
RESUMEN.....	xix
ABSTRACT.....	xx
INTRODUCCIÓN.....	xxi
CAPÍTULO I PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	23
1.1. Descripción de la realidad problemática.....	23
1.2. Delimitación de la Investigación.....	24
1.2.1. Delimitación Espacial.....	24
1.2.2. Delimitación Social.....	24
1.2.3. Delimitación Temporal.....	24
1.2.4. Delimitación Conceptual.....	25
1.3. Problema de investigación.....	25
1.3.1. Problema Principal.....	25
1.3.2. Problemas Específicos.....	25
1.4. Objetivos de la Investigación.....	25
1.4.1. Objetivo General.....	25

1.4.2. Objetivos Específicos .....	25
1.5. Justificación e Importancia de la Investigación.....	26
1.5.1. Justificación .....	26
1.5.2. Importancia.....	27
1.6. Factibilidad de la investigación .....	28
1.7. Limitaciones del estudio .....	28
<b>CAPÍTULO II MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL.....</b>	<b>29</b>
2.1. Antecedentes del problema .....	29
Antecedentes internacionales .....	29
Antecedentes Nacionales.....	34
Antecedentes locales .....	38
2.2. Bases Teóricas.....	42
2.2.1. Identidad cultural .....	42
2.2.2. Turismo sostenible .....	52
2.3. Definición de Términos básicos.....	61
<b>CAPITULO III HIPÓTESIS Y VARIABLES .....</b>	<b>65</b>
3.1. Hipótesis general.....	65
3.2. Hipótesis específicas .....	65
3.3. Definición Conceptual y operacional de las variables.....	65
3.4. Cuadro de Operacionalización de variables .....	66
<b>CAPITULO IV METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN .....</b>	<b>67</b>
4.1. Enfoque, tipo y nivel de investigación.....	67
4.2. Método y Diseño de la investigación .....	67

4.3. Población y Muestra de la Investigación .....	68
4.4. Técnicas e instrumentos para la Recolección de Datos. ....	69
CAPITULO V RESULTADOS.....	71
5.1. Análisis de tablas y figuras .....	71
CAPITULO VI DISCUSIÓN DE RESULTADOS .....	125
Conclusiones.....	127
Recomendaciones.....	129
Fuentes de Información.....	130
Webgrafía.....	134
ANEXOS .....	136

## Índice de Tablas

Tabla 1 Operacionalización de Variables .....	66
Tabla 2 Correlación de variables.....	71
Tabla 3 Alfa de Cronbach elementos .....	72
Tabla 4 Valores de Correlación .....	76
Tabla 5 Usted cree que la historia del cañón del Colca lo ha motivado a visitarlo. ..	76
Tabla 6 Participa Usted de las fiestas tradicionales o patronales de los pueblos.....	77
Tabla 7 Conocer la historia del Cañón del Colca permite conservar sus valores históricos y culturales. ....	78
Tabla 8 Cree usted que aún se conserva la herencia cultural a través de su idioma, vestimenta, costumbres ancestrales y festividades.....	80
Tabla 9 Cree que el cañón del Colca es heredera de una deslumbrante belleza paisajista. ....	81
Tabla 10 Usted cree que la herencia cultural de sus pueblos es guardada y representada por sus habitantes. ....	82
Tabla 11 Consideras que el dialogo es la base de nuestra relación con las comunidades y pueblos nativos .....	83
Tabla 12 Cree usted que el dialogo fluido ayuda a generar un clima de confianza entre los pueblos nativos.....	84
Tabla 13 Considera usted que el dialogo fortalece la igualdad entre culturas.....	85
Tabla 14 Cree que el intercambio de ideas refuerza las relaciones de reciprocidad y cooperación.....	86



Tabla 15 Cree Usted que el intercambio de ideas fomenta el conocimiento y valoración de los rasgos culturales.....	87
Tabla 16 Usted cree que el intercambio de ideas promueve el acercamiento y respeto a otras culturas y trabaja la cultura de paz. ....	88
Tabla 17 Usted cree que las experiencias ayudan a identificar y compartir buenas prácticas con el fin de fomentar los derechos de los pueblos .....	89
Tabla 18 Las experiencias pueden garantizar la transmisión, protección, conservación y fortalecimiento de los conocimientos tradicionales. ....	90
Tabla 19 Considera que los conocimientos tradicionales desarrollados a partir de la experiencia se han transmitido de forma oral de generación en generación.....	91
Tabla 20 Cree usted que la estructura psíquica busca la transformación social de sus propias comunidades .....	92
Tabla 21 Considera que la estructura psíquica contribuye significativamente para dar respuesta a los problemas que atraviesan los pobladores.....	93
Tabla 22 Cree usted que la estructura psíquica busca la transformación social y el reconocimiento de saberes populares de los pueblos.....	94
Tabla 23 Cree usted que el aprendizaje social está vinculado con el rendimiento y la productividad de los miembros del pueblo .....	95
Tabla 24 Considera que el aprendizaje social supone la constante preparación y disposición, vistas como necesarias para resolver las situaciones vitales de la población.....	96
Tabla 25 Cree usted que el aprendizaje social es un proceso que debe potenciarse para fortalecer la identidad cultural del pueblo .....	97

Tabla 26	Considera que los nuevos entornos tienen la oportunidad de crear una cultura que de soporte a los valores y creencias del pueblo .....	98
Tabla 27	Cree usted que la cultura es un componente fundamental para el entorno histórico del pueblo .....	99
Tabla 28	Cree usted que el entorno histórico genera en cada uno un sentimiento de pertenencia e identidad cultural.....	100
Tabla 29	Cree usted que uno de los mayores desafíos es ofrecer productos que se ajusten a las necesidades de los turistas .....	101
Tabla 30	Considera que los prestadores de servicio deben estar al tanto de las nuevas tendencias para seguir el ritmo dinámico del turismo en el Colca.....	102
Tabla 31	Cree usted que los turistas más exigentes prefieren vivir experiencias auténticas y locales .....	103
Tabla 32	Cree usted que el turismo como actividad singular desde la perspectiva de la demanda está relacionada con el consumo fuera del entorno habitual .....	104
Tabla 33	Cree Usted que el turismo como actividad singular tiene carácter transversal respecto a la economía del destino .....	105
Tabla 34	Cree usted que la singularidad del destino es la clave para prosperar en el turismo.....	106
Tabla 35	Cree usted que el Colca como producto diferenciado tiene como objetivo satisfacer un deseo o necesidad de los consumidores .....	107
Tabla 36	Cree usted que el destino es una combinación de recursos y servicios turísticos que están pensados en los diferentes públicos.....	108
Tabla 37	Cree usted que la principal diferencia del destino turístico es la imagen que proyecta.....	109

Tabla 38 Cree Usted que el Cañón del Colca está en permanente proceso de innovación.....	110
Tabla 39 Las nuevas temáticas y buenas prácticas desarrolladas por las entidades responsables favorecen al turismo sostenible.....	111
Tabla 40 Cree Usted que la temática del destino está vinculada con la infraestructura y el equipamiento .....	112
Tabla 41 Cree usted que los proyectos manejados por las comunidades locales toman en cuenta el entorno natural y cultural del destino .....	113
Tabla 42 Considera Usted que toda actividad recreativa en contacto directo con la naturaleza tiene como fin la participación y conservación de sus recursos .....	114
Tabla 43 Cree usted que los visitantes buscan solamente una vivencia intensa con la naturaleza.....	115
Tabla 44 Cree usted que los nuevos destinos garanticen la reactivación de los negocios turísticos tras la emergencia .....	116
Tabla 45 Considera que se debe trabajar en nuevos paradigmas de desarrollo turístico que apuesten por la confianza del destino .....	117
Tabla 46 Cree usted que los nuevos destinos son una alternativa desmasificada y original.....	118
Tabla 47 Cree que los precios son una herramienta estratégica para los gobiernos y empresas que buscan impulsar el desarrollo del destino .....	119
Tabla 48 Cree usted que los precios, la inversión y promoción de nuevos destinos mejoraran la competitividad y crecimiento económico .....	120
Tabla 49 Considera que la competitividad en los precios contribuye en la mejora de la imagen del destino a escala nacional e internacional .....	121

Tabla 50	Considera que el turismo local debe atender y dar respuesta a demandas y expectativas de los turistas .....	122
Tabla 51	Generar la renovación de productos turísticos mejora la competitividad y la calidad del servicio .....	123
Tabla 52	Cree usted que se deben plantear estrategias de renovación de espacios receptores de turismo para impulsar nuevas ofertas.....	124
Tabla 53	Alfa de Cronbach.....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>

## Índice de Figuras

Figura 1	Usted cree que la historia del cañón del Colca lo ha motivado a visitarlo. .	77
Figura 2	Participa Usted de las fiestas tradicionales o patronales de los pueblos ...	78
Figura 3	Conocer la historia del Cañón del Colca permite conservar sus valores históricos y culturales. ....	79
Figura 4	Cree usted que aún se conserva la herencia cultural a través de su idioma, vestimenta, costumbres ancestrales y festividades.....	80
Figura 5	Cree que el cañón del Colca es heredera de una deslumbrante belleza paisajista. ....	81
Figura 6	Usted cree que la herencia cultural de sus pueblos es guardada y representada por sus habitantes .....	82
Figura 7	Consideras que el dialogo es la base de nuestra relación con las comunidades y pueblos nativos .....	83
Figura 8	Cree usted que el dialogo fluido ayuda a generar un clima de confianza entre los pueblos nativos.....	84
Figura 9	Considera usted que el dialogo fortalece la igualdad entre culturas .....	85
Figura 10	Cree que el intercambio de ideas refuerza las relaciones de reciprocidad y cooperación.....	86
Figura 11	Cree Usted que el intercambio de ideas fomenta el conocimiento y valoración de los rasgos culturales .....	87
Figura 12	Usted cree que el intercambio de ideas promueve el acercamiento y respeto a otras culturas y trabaja la cultura de paz .....	88

Figura 13	Usted cree que las experiencias ayudan a identificar y compartir buenas prácticas con el fin de fomentar los derechos de los pueblos .....	89
Figura 14	Las experiencias pueden garantizar la transmisión, protección, conservación y fortalecimiento de los conocimientos tradicionales.....	90
Figura 15	Considera que los conocimientos tradicionales desarrollados a partir de la experiencia se han transmitido de forma oral de generación en generación.....	91
Figura 16	Cree usted que la estructura psíquica busca la transformación social de sus propias comunidades .....	92
Figura 17	Considera que la estructura psíquica contribuye significativamente para dar respuesta a los problemas que atraviesan los pobladores.....	93
Figura 18	Cree usted que la estructura psíquica busca la transformación social y el reconocimiento de saberes populares de los pueblos.....	94
Figura 19	Cree usted que el aprendizaje social está vinculado con el rendimiento y la productividad de los miembros del pueblo .....	95
Figura 20	Considera que el aprendizaje social supone la constante preparación y disposición, vistas como necesarias para resolver las situaciones vitales de la población.....	96
Figura 21	Cree usted que el aprendizaje social es un proceso que debe potenciarse para fortalecer la identidad cultural del pueblo .....	97
Figura 22	Considera que los nuevos entornos tienen la oportunidad de crear una cultura que de soporte a los valores y creencias del pueblo .....	98
Figura 23	Cree usted que la cultura es un componente fundamental para el entorno histórico del pueblo .....	99

Figura 24 Cree usted que el entorno histórico genera en cada uno un sentimiento de pertenencia e identidad cultural.....	100
Figura 25 Cree usted que uno de los mayores desafíos es ofrecer productos que se ajusten a las necesidades de los turistas .....	101
Figura 26 Considera que los prestadores de servicio deben estar al tanto de las nuevas tendencias para seguir el ritmo dinámico del turismo en el Colca.....	102
Figura 27 Cree usted que los turistas más exigentes prefieren vivir experiencias auténticas y locales .....	103
Figura 28 Cree usted que el turismo como actividad singular desde la perspectiva de la demanda está relacionada con el consumo fuera del entorno habitual .....	104
Figura 29 Cree Usted que el turismo como actividad singular tiene carácter transversal respecto a la economía del destino .....	105
Figura 30 Cree usted que la singularidad del destino es la clave para prosperar en el turismo.....	106
Figura 31 Cree usted que el Colca como producto diferenciado tiene como objetivo satisfacer un deseo o necesidad de los consumidores .....	107
Figura 32 Cree usted que el destino es una combinación de recursos y servicios turísticos que están pensados en los diferentes públicos.....	108
Figura 33 Cree usted que la principal diferencia del destino turístico es la imagen que proyecta.....	109
Figura 34 Cree Usted que el Cañón del Colca está en permanente proceso de innovación .....	110
Figura 35 Las nuevas temáticas y buenas prácticas desarrolladas por las entidades responsables favorecen al turismo sostenible.....	111

Figura 36 Cree Usted que la temática del destino está vinculada con la infraestructura y el equipamiento .....	112
Figura 37 Cree usted que los proyectos manejados por las comunidades locales toman en cuenta el entorno natural y cultural del destino .....	113
Figura 38 Considera Usted que toda actividad recreativa en contacto directo con la naturaleza tiene como fin la participación y conservación de sus recursos .....	114
Figura 39 Cree usted que los visitantes buscan solamente una vivencia intensa con la naturaleza.....	115
Figura 40 Cree usted que los nuevos destinos garanticen la reactivación de los negocios turísticos tras la emergencia .....	116
Figura 41 Considera que se debe trabajar en nuevos paradigmas de desarrollo turístico que apuesten por la confianza del destino.....	117
Figura 42 Cree usted que los nuevos destinos son una alternativa desmasificada y original.....	118
Figura 43 Cree que los precios son una herramienta estratégica para los gobiernos y empresas que buscan impulsar el desarrollo del destino .....	119
Figura 44 Cree usted que los precios, la inversión y promoción de nuevos destinos mejoraran la competitividad y crecimiento económico .....	120
Figura 45 Considera que la competitividad en los precios contribuye en la mejora de la imagen del destino a escala nacional e internacional.....	121
Figura 46 Considera que el turismo local debe atender y dar respuesta a demandas y expectativas de los turistas .....	122
Figura 47 Generar la renovación de productos turísticos mejora la competitividad y la calidad del servicio .....	123



Figura 48 Cree usted que se deben plantear estrategias de renovación de espacios receptores de turismo para impulsar nuevas ofertas..... 124

## Índice de Anexos

Anexo 1 Matriz de Consistencia.....	137
Anexo 2 Matriz de Instrumento.....	138
Anexo 3 Instrumento de recolección de datos.....	142
Anexo 4 Validación de Instrumento.....	145

## RESUMEN

La presente tesis titulada “Identidad Cultural y su relación con el Turismo Sostenible en el Cañón del Colca Arequipa, 2020”. Considerado uno de los lugares más ostentosos del Perú, localizado en el extremo nororiental de la Región de Arequipa, provincia de Caylloma, a 165 kilómetros de Arequipa y 40 km de Chivay pueblo principal y capital de la provincia de Caylloma.

El objetivo del trabajo de investigación es analizar la Identidad Cultural y su relación con el Turismo Sostenible en el Cañón del Colca Arequipa, 2020. Teniendo como hipótesis general que podría existir una relación entre la Identidad Cultural y el Turismo Sostenible en el Cañón del Colca Arequipa, 2020.

El proyecto de investigación corresponde a un tipo de investigación básico y su nivel es descriptivo, con un diseño correlacional no experimental que busca establecer una relación, sin manipular ninguna de las dos variables; para la investigación se trabajó con una muestra aleatoria de 380 turistas. Después de realizar la investigación se llegó a la siguiente conclusión de que efectivamente existe una correlación positiva perfecta la cual se muestra en la tabla de correlación con un 0.957 la cual indica que las dos variables son necesarias para un desarrollo turístico sostenible.

### *Palabras claves:*

Identidad Cultural, Turismo Sostenible, Historia, Lenguaje, Psicología, Demanda Turística, Oferta Turística y Destinos emergentes.

## **ABSTRACT**

The present thesis entitled “Cultural Identity and its relationship with Sustainable Tourism in the Colca Canyon Arequipa, 2020”. Considered one of the most ostentatious places in Perú, located in the extreme northeast of the Arequipa Region, Caylloma province, 165 kilometers from Arequipa and 40 km from Chivay, the main town and capital of Caylloma province.

The objective of the research work is to analyze the Cultural Identify and its relationship with Sustainable Tourism in the Colca Canyon Arequipa, 2020. Taking as a general hypothesis that there could be a relationship between Cultural Identity and Sustainable Tourism in the Colca Canyon Arequipa, 2020.

The research project corresponds to a basic type of research and its level is descriptive, with a non-experimental correlational design that seeks to establish a relationship, without manipulating any of the two variables; for the investigation we worked with a random sample of 380 tourists. After conducting the investigation, the following conclusion was reached that there is indeed a perfect positive correlation, which is shown in the correlation table with indicates that the two variables are necessary for sustainable tourism development.

*Keywords:*

Cultural Identity, Sustainable Tourism, History, Language, Psychology, Tourist Demand, Tourist Offer and Emerging Destinations.

## INTRODUCCIÓN

La presente investigación titulada “Identidad Cultural y su relación con el Turismo Sostenible en el Cañón del Colca Arequipa, 2020”; tiene como finalidad de estudio mostrar la importancia que tiene la Identidad Cultural en el Turismo Sostenible ya que ambas variables son relevantes y de gran atracción que con el debido impulso y apoyo se podría promover la concientización del sector turístico para que sigan generando actividades sostenibles logrando que en el Cañón del Colca, se convierta en uno de los mejores lugares para visitar. El enfoque corresponde a un tipo de investigación básico y su nivel es descriptivo - correlacional no experimental; para la investigación se trabajó con una muestra aleatoria de 380 turistas.

La presenta investigación esta trabajada en tres capítulos que se encuentran desarrollados de la siguiente manera:

### Capítulo I

En el primer capítulo se desarrolla la descripción de la realidad problemática, las delimitaciones de la investigación, los problemas de investigación, los objetivos de la investigación, la justificación e importancia de la investigación, la factibilidad y las limitaciones del estudio tomando en consideración la relación de la Identidad Cultural con el Turismo Sostenible en el Cañón del Colca Arequipa, 2020.

### Capítulo II

En el segundo capítulo se presenta los antecedentes del problema, las bases teóricas y la definición de términos básicos que nos ayudaran a dar sustento a la investigación.

### Capítulo III

En el tercer capítulo se describe la hipótesis general, las hipótesis específicas, la definición conceptual y operacional de las variables y el cuadro de operacionalización de variables.

### Capítulo IV

En el cuarto capítulo se presenta el enfoque, el tipo y nivel de investigación, los métodos y diseño de investigación, la población y muestra de la investigación, además de las técnicas e instrumentos de recolección de datos así como su validez - confiabilidad y la ética en la investigación.

#### Capítulo V

En el quinto capítulo se muestran los análisis de gráficas y figuras.

#### Capítulo VI

Finalmente, en el sexto capítulo se mostrarán las conclusiones, las recomendaciones y las fuentes de información.

## **CAPÍTULO I**

### **PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

#### **1.1. Descripción de la realidad problemática**

La presente investigación es para despertar el interés y promover el deseo por aprender. El turismo al día de hoy se ha convertido en una gran oportunidad para salir de la pobreza, puesto que para realizar actividades turísticas es necesario que se demanden ciertos servicios como; el transporte, la venta de productos de primera necesidad, servicios de alojamiento, servicios de alimentos y bebidas entre otros. Esto genera puestos de trabajo para aquellas personas que viven en ciertas localidades donde se realizan estas actividades de turismo, puesto que no para todos es conveniente el realizar turismo, ya que para muchos de los residentes en áreas rurales o donde se realiza esta actividad también genera un impacto negativo al entorno cultural, social y sobre todo con el medio ambiente.

El realizar una actividad turística no implica solo tomar los recursos necesarios para satisfacer una necesidad y convertirlos en un servicio turístico, sino que va más allá del concepto de identidad cultural, es decir el realizar una actividad se debe tener en cuenta que los recursos empleados para la creación de este servicio deberá de ser sostenible a través de los años.

El turismo sostenible es un concepto que implica el mantener nuestros recursos naturales y sociales para que así esta actividad no comprometa a la población y al entorno, el cual conlleva al deterioro de recursos naturales y a la contaminación del entorno como lo son el ruido, la contaminación visual, el consumo excesivo de los recursos naturales, el agua entre otros.

En nuestro país las actividades turísticas han sido impulsadas en diferentes áreas rurales por parte de las entidades públicas encargadas de difundir la importancia del turismo sostenible y como este puede favorecer a las familias que residen en estos lugares, por lo que el implantar la idea de realizar actividades turísticas se puede bajar la tasa de pobreza en comunidades, poblaciones, y/o ciudades, pero sin permitir que afecten su identidad cultural como podría ser la pérdida de costumbres, el deterioro de su habitad y entorno social, recursos, entre otros.

## 1.2. Delimitación de la Investigación

### 1.2.1. Delimitación Espacial

El presente trabajo de Investigación se llevó a cabo en el departamento de Arequipa, provincia de Arequipa; en el Terminal Terrestre s/n Arequipa – Jacobo Hunter, Arequipa.

### 1.2.2. Delimitación Social

Esta investigación se efectuó con 380 muestras probabilísticas, con el uso de la fórmula del muestreo general.

### 1.2.3. Delimitación Temporal

La presente investigación será desde octubre del 2020 a enero del 2021.



#### 1.2.4. Delimitación Conceptual

Esta investigación abarco dos conceptos fundamentales la Identidad Cultural y el turismo sostenible.

#### 1.3. Problema de investigación

##### 1.3.1. Problema Principal

¿Cómo la Identidad Cultural se relaciona con el turismo sostenible en el Cañón del Colca, Arequipa 2020?

##### 1.3.2. Problemas Específicos

¿Qué relación existe entre la historia y el turismo sostenible en el Cañón del Colca, Arequipa 2020?

¿Cómo el lenguaje se relaciona con el turismo sostenible en el Cañón del Colca, Arequipa 2020?

¿Cuándo la psicología se relaciona con el turismo sostenible en el Cañón del Colca, Arequipa 2020?

#### 1.4. Objetivos de la Investigación

##### 1.4.1. Objetivo General

Analizar la Identidad Cultural y su relación con el turismo sostenible en el Cañón del Colca, Arequipa 2020.

##### 1.4.2. Objetivos Específicos

Definir la relación entre la historia y el turismo sostenible en el cañón del Colca, Arequipa 2020.

Determinar el lenguaje que se relaciona con el turismo sostenible en el Cañón del Colca, Arequipa 2020.

Identificar como la psicología se relaciona con el turismo sostenible en el Cañón del Colca, Arequipa 2020.

## 1.5. Justificación e Importancia de la Investigación

### 1.5.1. Justificación

Esta investigación se justifica en el hecho de que la identidad cultural y el turismo sostenible se relacionan, para poder ejecutar un desarrollo sostenible que permita el manejo adecuado de nuestros recursos que forman parte de nuestra identidad cultural y la relación con el turismo sostenible nos da como resultado una actividad turística con excelentes productos y servicios sin gastar de más los recursos para la creación de las mismas, una buena identidad cultural se realiza para obtener como resultado un turismo sostenible comprometido con la conservación, el cuidado de los recursos y lugares donde se realizara la actividad turística.

Esta investigación ayudara a los futuros profesionales en Turismo, Hotelería y Gastronomía, asimismo será de ayuda social que se evidenciara como resultado de la presente investigación como apoyo a la Provincia de Caylloma y para que pueda ser aplicarlo en futuros trabajos de investigación.

Se propuso con el trabajo de investigación que los turistas nacionales y extranjeros comprendan que es identidad cultural y turismo sostenible, y así comprendan como esta actividad tomara mayor importancia con el paso de los años y sin que se vean comprometidos sus recursos ambientales, sociales y económicos.

El presente proyecto utilizo diferentes métodos para recabar la información necesaria para el desarrollo de la investigación como la encuesta que ayudo a medir el desarrollo turístico de la zona del Cañón del Colca además se pudo observar cómo los turistas identifican la cultura del país.

#### 1.5.2. Importancia

La importancia de preservar y colaborar con la identidad cultural es vital para continuar sosteniéndonos no sólo como personas sino para conservar nuestra identidad, ya que está nos diferencia y nos hace únicos. Preservar y seguir trabajando para el desarrollo de nuestra cultura es primordial para nuestro crecimiento como individuos que forman parte de una sociedad.

Por otro lado, no hay que olvidarnos mencionar al turismo sostenible y la importancia que tiene como proceso que responde a las necesidades de turistas y comunidades. Perú, es un país, donde está actividad se ha convertido en uno sus principales fuentes de ingreso de divisas para el desarrollo económico, pues contamos con una gran variedad de paisajes que atraen a un gran número de turistas de diferentes regiones, así como de otras partes del mundo.

Pará finalizar es evidente que tanto la Identidad Cultural y la relación con el turismo Sostenible son temas relevantes y de gran atracción que con el debido impulso y apoyo se podría promover la concientización del sector turístico y así siga generando actividades sostenibles logrando que Perú, se convierta en uno de los mejores lugares para visitar.

#### 1.6. Factibilidad de la investigación

El proyecto de investigación fue factible ya que el investigador se hizo cargo de los gastos y de los recursos para llevar a cabo el estudio.

#### 1.7. Limitaciones del estudio

Una de las limitaciones para la elaboración de esta investigación fue la accesibilidad a la información, cabe resaltar que para esta investigación la carencia de libros actualizados y antecedentes recientes en el área de Turismo, Hotelería fue un problema para el desarrollo del proyecto.

## **CAPÍTULO II**

### **MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL**

#### 2.1. Antecedentes del problema

##### Antecedentes internacionales

(Fontana V, 2019) realizo la tesis doctoral titulada “Consolidación de zonas húmedas litorales de la Comunidad Valenciana como lugares de Educación Ambiental y de interés turístico sostenible” donde menciono que se han realizado numerosos llamados para comprender como hacer frente al deterioro ambiental; pero aún no se ha logrado una respuesta por parte de la sociedad, por lo que se propone una serie de medidas que ayudaran a contribuir a la realización de un trabajo docente eficaz, es así como surge la primera interrogante la cual está enfocada a las zonas de humedad litoral y si estas lograrían ser lugares propicios para la realización de actividades de ocio las cuales serán parte de la educación ambiental; además de la realización de un análisis de modificación de posturas y conductas del sujeto experimentando una sensación de desencanto, lo que podría ocasionar un cambio de valores duraderos. El trabajo está enfocado a la realización de 3 partes de estudios: la educación del medio ambiente, el ocio o turismo en el medio natural y el estudio de zonas de humedad litoral. Teniendo como principal objetivo de estudio “fomentar el estudio y puesta en práctica de actividades formativas, para alumnos de secundaria en lugares de alta sensibilidad ecológica, así como actividades de ocio respetuoso y sostenibles con su frágil

entorno". El trabajo realizó un estudio empírica que tuvo 2 fases: "La primera a través de un estudio cualitativo, mediante encuestas a expertos, aborda la potencialidad de la zona de estudio y contribuye a enmarcar la fase posterior". Se utilizaron métodos mixtos, donde se analizó en cambio de percepción, actitudes y comportamientos ambientales de los alumnos de secundaria. Los resultados obtenidos afirman "la importancia de las salidas de campo, como instrumento para incrementar la percepción de la problemática medioambiental actual de los alumnos en edad escolar", "demostrando que las actividades de turismo sostenible son un recurso para incrementar la conciencia socio ambiental y promover una mayor interdisciplinariedad de la Educación Ambiental en las aulas".

(Proaño P, Ramírez P, & Pérez H, 2019) presentaron el artículo científico titulado "Evaluación del turismo sostenible a partir de criterio de expertos en las costas de Manabí, Ecuador" donde menciona que la influencia de actores sociales ha contribuido al desgaste de los bienes naturales, teniendo como valor principal la actividad turística, y el bienestar de las comunidades receptoras. Por lo que el formular nuevos enfoques y modelos ayudaran a encontrar perspectivas de sustentabilidad acordes con el desarrollo del turismo, así mismo el poder mejorar la presión socio-ambiental ejercida por esquemas tradicionales. El presente artículo tiene como objetivo "buscar convergencia de opiniones y procesar información que Manabí, Ecuador". El artículo tiene como método de selección "la técnica de investigación cualitativa, concretamente, el modelo Delphi, favorecerá la investigación en el campo del turismo, pues una de las fortalezas es que no requiere de la presencia de expertos y el manejo de información se gestiona vía internet". Asimismo, realizaron "análisis y síntesis de bibliografías sobre el tema objeto de estudio y análisis comparativo de metodologías empleadas en investigaciones presentes sobre el campo del turismo". Los resultados obtenidos "permitieron validar parcialmente mediante un modelo para la gestión del turismo sostenible en cantones costeros de Manabí", "para así contribuyan al proceso de toma de decisiones de los Gobiernos Autónomos Descentralizados, en el

aprovechamiento de los recursos y la articulación de actores locales vinculados al sector”.

(Tene B, 2019) presento el proyecto de investigación titulado “Identidad cultural y patrimonio turístico de la comunidad cacha Machángara, cantón Riobamba” donde menciono la problemática por la que atraviesa la comunidad por el hecho de conservar su identidad, herencia y actividades turísticas del lugar; ya que se ha visto amenazada por factores que lo único que ocasionaron fue la desvalorización de la cultura entre sus habitantes; viéndose afectados y amenazados a lo largo de los años por problemas sociales como son la migración y la discriminación, los cuales se han convertido en los principales causantes de la enajenación de su identidad, provocando el descuido de principales patrimonios con los que cuenta; como el rechazo por las manifestaciones por parte de la comunidad no es participe de las actividades, lo que lleva en al desconocimiento de la historia local; todo esto lleva a la carencia de un registro del patrimonio cultural de los diferentes productos turísticos limitados y al deterioro de los bienes patrimoniales de la comunidad por la falta de utilización y no tener una adecuada gestión para su sostenimiento. El trabajo presentado tiene como objetivo principal “identificar cómo influye la identidad cultural en el patrimonio turístico de la comunidad Cacha Machángara, cantón Riobamba”, asimismo “identificar la influencia que tiene la historia, los comportamientos colectivos y las creencias en el patrimonio turístico de la Comunidad Cacha Machángara, cantón Riobamba”. Llegando a afirmar con la presente hipótesis que “la identidad cultural, la historia, los comportamientos colectivos y las creencias influyen en el patrimonio turístico de la comunidad Cacha Machángara, cantón Riobamba”. La metodología utilizada para su elaboración fue la descriptiva “para puntualizar y detallar el problema que atraviesa la cultura de la comunidad”; además de la investigación de campo “para recurrir al uso de herramientas como la encuesta para la recolección de información que determino el nivel de conocimiento de los habitantes de la comunidad sobre su cultura”; la investigación documental “permitió recopilar información necesaria y relevante acerca de los rasgos culturales trascendentes

como la historia, costumbres, tradiciones, etc.” El método utilizado fue el analítico ya que lo uso como un medio de diagnóstico para identificar las causa del problema, su naturaleza y situación actual, además de los efectos que pueda tener en el sector turístico de la ciudad y así poder dar una solución que ayude al fortalecimiento del turismo y el mantenimiento del patrimonio; y finalmente utilizo la investigación transversal “dado que la recolección de datos consistió en la aplicación de una sola encuesta para cada variable, permitiendo determinar la situación del objeto de estudio”. Los resultados obtenidos a lo largo de la investigación “se concluye que, al ser aceptadas las 3 hipótesis específicas de la investigación con un nivel de significancia menor a 0,05, se acepta la hipótesis general debido a que existe una relación entre la variable independiente y la variable dependiente”; esto quiere decir que tanto la historia, el comportamiento colectivo y las creencias, pero sobre todo la cultura tiene una influencia directa en el patrimonio de la comunidad.

(Fortín L, Molina G, & Ruiz V, 2019) presentaron el trabajo de investigación titulado “Buenas prácticas ambientales como estrategia de desarrollo turístico sostenible en el Hotel La Campiña, comunidad El Dorado municipio de Estelí, periodo 2018 – 2019” menciona que la problemática del presente estudio son “las prácticas ambientales como estrategia de desarrollo turístico las cuales al no ser utilizadas como valor agregado para la promoción turística del hotel y así poder lograr atraer futuros clientes para lograr un turismo sostenible responsable”; teniendo como finalidad “orientar las buenas prácticas ambientales enfocado en la ejecución de acciones por medio de un manual con el que puedan trabajar, manteniendo el buen funcionamiento y la optimización de los recursos tanto naturales como económicos”. El trabajo tiene como objetivo general “analizar la implementación de las buenas prácticas ambientales como estrategia de desarrollo turístico para la sostenibilidad del Hotel La Campiña comunidad El Dorado municipio de Estelí, periodo 2018 – 2019”. En la realización de la investigación “se utilizó la metodología cualitativa descriptiva ya que se centró en la exploración de las actividades a fines que se utilizan para el ahorro de recursos



existentes en el lugar”, “en la recolección de datos se emplearon entrevistas y ficha de observación facilitando la recaudación de información requerida para llevar a cabo la investigación”. El presente estudio tiene como resultado “demostrar que la implementación de estas buenas practicas, han logrado una reducción directa de los costos, como energía, agua, así como en el tratamiento de aguas residuales y eliminación de los desechos, pero tiene un nivel parcialmente bajo”.

(Molina M, 2019) presento el artículo de la revista titulado “Certificación turística sostenible y los impactos socioeconómicos percibidos por hoteles en Costa Rica” donde menciono que debido al “impacto negativo producido por el aumento del turismo en Costa Rica, el Gobierno creo el Certificado de Sostenibilidad Turística (CTS)”; donde se examinó si los hoteles certificados perciben mayores beneficios para sus comunidades además de la importancia que estos tienen por optar por la certificación, ya que contribuyen al desarrollo comunitario, especialmente en áreas rurales, ya que esto permitiría financiar y activar el mercado favoreciendo a las zonas donde se encuentran gran parte de las áreas protegidas. El artículo tiene como objetivos “Certificar el mayor impacto positivo sobre sus comunidades adyacentes que los hoteles no certificados”, y “Demostrar que los hoteles buscan certificarse principalmente para alinearse a prácticas y normas prevalecientes en el sistema en busca de legitimización”. Esta investigación utilizo como metodología “un diseño transeccional para evaluar la percepción de hoteles costarricenses de su desempeño socioeconómico sobre su comunidad circundante”; lo primero que realizó fue “una revisión de la literatura para determinar los principales indicadores socio ambientales a evaluar”, consideró “parámetros para evaluar la sostenibilidad turística como trabajadores, capacitación, interacción con la comunidad, beneficios económicos indirectos de la comunidad y desarrollo social y cultural”. Con estos indicadores se realizó 6 entrevistas a dueños o administradores de hoteles certificados en el área protegida privada “Reserva Bosque Nuboso Monteverde”, con los datos obtenidos “se elaboró un cuestionario estructurado, probándose en 35 hoteles; luego de unos ajustes se diseñó una encuesta por internet utilizando la plataforma

SurveyMonkey.com”, obteniendo “la muestra total a través de los hoteles afiliados a la Cámara Nacional de Turismo (356), y los 130 hoteles certificados CST del Instituto Costarricense de Turismo”. “Del total de 486 hoteles se recibieron 121 respuestas (24,9% tasa de respuesta), para un error de muestreo del 7,73 a un 95% de confianza”. “El análisis de los datos se llevó a cabo usando el programa estadístico JMP Pro 10, utilizando análisis factorial y de medias no paramétricas debido al uso de escalas ordinales”. Los resultados de la investigación se obtuvieron a través de “una muestra balanceada que el 51,2% de los hoteles poseen el certificado CST”. “El 64,6% de los hoteles son de capital nacional, el 23,9% extranjero y el restante de capital mixto y la media de operación fue de 59 años”.

#### Antecedentes Nacionales

(Flores M. , 2017) realizó la investigación titulada “Turismo Sostenible y Pobreza en la Ciudad de Huancavelica, Perú 2016” donde comenta que “el turismo sostenible es uno de los principales fenómenos económicos que resalta a inicios del siglo XXI; donde su crecimiento ha sido continuo desde los años cincuenta hasta la actualidad” y con mayor presencia en los países con altos niveles de pobreza. La presente investigación tiene como objetivo general “describir cómo el turismo sostenible contribuye en la superación de la pobreza en la ciudad de Huancavelica, Perú 2016”. “El proyecto ejecutado tiene como metodología de investigación aplicada; es decir, se buscó encontrar una solución a un problema práctico dentro del contexto social”; “el nivel de la investigación es descriptivo - correlativo, el diseño empleado fue el no experimental de corte transeccional; asimismo, se empleó el método científico como método general y los específicos como el analítico, descriptivo y el inductivo”. “Según las estadísticas e indicadores que provienen de los últimos censos y encuestas especializadas, ejecutadas por el INEI encuentra que la pobreza y pobreza extrema en el país ha tenido un comportamiento decreciente entre los años 2007 y 2014”. “Por su lado la incidencia de pobreza total, para ese periodo a disminuida de 42.4%, en el 2007, a 22.7%” “para el 2014; siendo la reducción mayor en el área rural de 74% a 46% y en el

área urbano de 30% a 15.3%, para el mismo periodo”. Mientras que “la incidencia de pobreza extrema se ha reducido de 11.2% a 4.3%”, siendo la reducción de la pobreza extrema en el área rural de 32.7% a 14.6 y en el área urbano la pobreza extrema se ha reducido de 2.9% a 1%, entre el 2007 y 2014”. “La interpretación de los resultados se realizó mediante la distribución de frecuencias y porcentajes, aplicando un tratamiento estadístico a nivel descriptivo y nivel inferencial, empleando la  $r$  de Pearson, el cual permite medir la relación de las variables en estudio”. Los resultados obtenidos “muestran que la relación hallada del 75% es significativamente diferente de cero ( $p=0,0$ ) a un nivel de confianza del 95%, además se muestra que la relación es positiva o directamente proporcional”.

(Beltrán S, 2019) presento la tesis titulada “Identidad cultural como propuesta para el desarrollo de una actividad turística sostenible en el distrito de Laraos – Yauyos, Lima 2019”, donde indico que el “turismo sostenible en el distrito de Laraos debe considerar a la Identidad cultural como una solución”, ya que considera que el conocimiento de su cultura, con la aceptación y divulgación de la misma se podrá desarrollar un turismo sostenible, comprometiéndose para el desarrollo en aspectos como el social, económico y medioambiental. La investigación tiene como objetivo el “proponer estrategias que ayuden al desarrollo de una actividad turística sostenible en el distrito de Laraos”. El trabajo ejecutado tiene una metodología de investigación proyectiva, es decir “tiene como fin la creación y diseño de una propuesta que ayude a dar soluciones a los problemas”; el nivel de la investigación es comprensivo ya que ayudo al investigador a identificar las características claras de la investigación con el fin de poder crear un nuevo concepto el cual sea explicado; asimismo empleo el “método inductivo como una acción de observación y experimentación” y el método deductivo con el fin de que este pueda respaldar la hipótesis. La recopilación de datos tuvo una población de 546 habitantes, siendo la muestra de 30 familias seleccionadas; así mismo utilizo la entrevista como técnica de recaudación de información. Los resultados obtenidos fueron los siguientes “la población de Laraos cuenta con herramientas que ayudan al desarrollo de un turismo sostenible, pero que estas son un poco

rudimentarias”, por lo que “se ha recomendado seguir las propuestas planteadas y las actividades que las complementan para así enriquecer su identidad cultural y tener un mejor dominio del desarrollo de una actividad turística sostenible”.

(Arboleda C, 2018) presento el proyecto urbano titulado “Equipamiento Urbano con Identidad Cultural en Artes Escénicas: Centro Cultural Metropolitano” donde menciona que “Chimbote se enfrenta al desconocimiento y a la falta de identidad” convirtiéndose en un problema grave, ya que la carencia de la identidad se debe a las carencias socioeconómicas y culturales, los cuales nos llevan al desconocimiento de lugares significativos, costumbres, leyendas para la cultura de Chimbote; así como no tener “conciencia o sensibilización turística de la riqueza de sus recursos y atractivos potenciales de la localidad, como la belleza de la bahía, monumentos históricos, sus industrias, lo cual produciría seguridad en su identidad”. Los objetivos fueron “identificar las características urbanas arquitectónicas que debe tener un equipamiento cultural de artes escénicas”; y “conocer las actividades que ayuden a determinar la identidad cultural de los usuarios en un equipamiento cultural de artes escénicas en el distrito de nuevo Chimbote”. Este trabajo de investigación es cualitativo con diseño descriptivo. “La población estudiada estuvo conformada por 3 casos de centros culturales internacionales.” “Los datos fueron analizados estadísticamente y comparados para poder obtener una programación adecuada y el terreno en donde se llevará a cabo el proyecto”. La conclusión obtenida de la investigación fue “para que un equipamiento cultural pueda cumplir con su función óptima es indispensable que cuente con la vitalidad la cual se obtiene mediante criterios: la permeabilidad, variedad y la imagen apropiada que permitan volverlo vital al espacio público o privado”

(Frias C, 2018) presento la tesis titulada “Identidad cultural de los residentes del distrito turístico de Barranco, 2018”, menciona que la identidad cultural se ha transformado en uno de los temas de mayor relevancia en todo el mundo, debido a los recursos esenciales que posee para así poder respaldar su legado cultural de un pueblo; asimismo está relacionada directamente con la historia y su

herencia. La identidad cultural para el autor “es la expresión máxima de la cultura de los pueblos y la condición cultural que nos permite identificarnos, caracterizarnos y diferenciarnos de otras culturas”, con mención “el distrito de Barranco, es uno de los destinos turísticos y culturales más significativos de la ciudad capital, cuenta con un alto patrimonio histórico, ya que casi el 65% de la totalidad de su territorio es considerado como zona monumental”, pese a todo lo mencionado se “afirma que el distrito ha perdido su identidad cultural y con ello la oportunidad de generar el desarrollo sostenible de sus actividades, entre ellas la turística”. El objetivo es “conocer la identidad cultural de los residentes del distrito turístico de Barranco”. El autor “desarrolló una investigación de tipo aplicada y de enfoque cualitativo, bajo los diseños fenomenológico y etnográfico”, “la muestra estuvo caracterizada por doce residentes con los que se llegó a la saturación de la información”, “el tipo de muestreo fue no probabilístico y bola de nieve”. Los instrumentos usados fueron “la ficha de observación y la guía de entrevista, siendo la información analizada a través del método de codificación”. La conclusión general a la que llegó el autor fue que “la identidad cultural de los residentes del distrito de Barranco es amplia, variada y compleja, está basada principalmente en sus expresiones culturales materiales, sin dejar de lado lo intangible”, “también es tradicionalista, ya que ven la cultura como algo innato, estático y perenne, vinculándola a praxis estables, dándole una identidad establecida, pero a su vez funciona como un dispositivo que utilizan para distinguirse de otros distritos”.

(Ishikawa G, 2018) presentó la tesis titulada “Identidad cultural y su relación con el turismo vivencial del Distrito de Moche, 2018” donde detallo que la identidad cultural al ser un conjunto de acciones de los individuos de forma parte de una sociedad, deben marcar la diferencia existente en los diferentes grupos que aún existen y están conectados bajo condiciones que ayudan a precisar el término pueblo; asimismo indico que el “turismo vivencial es una experiencia completa por el contacto directo entre las culturas vivas, existiendo un vínculo entre pobladores y turistas, donde comparten diversas actividades costumbristas que fortalecen la actividad turística como intercambio cultural”; es así como nos muestra la relación

entre ambas variables relacionadas directamente con el Distrito de Moche. El objetivo principal es “determinar la relación Identidad Cultural y turismo vivencial del Distrito de Moche, 2018”. En cuanto a la metodología utilizada en el trabajo de investigación nos mencionó que “participaron 150 poblaciones entre los 18 y 64 años del Distrito de Moche”, como “instrumento de recolección de datos, se utilizó la encuesta, el análisis documental, y la ficha resumen”; “el diseño de investigación fue el correlacional transversal y para la contratación de la hipótesis se aplicó la prueba no paramétrica de correlación coeficiente Rho Spearman”; “para una muestra que comparara la función acumulada observada de las variables: Identidad cultural y turismo vivencial se utilizó la prueba de normalidad del Kolmogorov- Smirnov con un nivel de significancia al 5%”. Los resultados obtenidos de la investigación “permitieron demostrar que la identidad cultural se relaciona muy significativamente con el turismo vivencial del distrito de Moche, 2018”. “Siendo el coeficiente de correlación Rho Spearman = 0.763 (existe una alta relación directa) con el nivel de significancia  $p = 0.000$  siendo este menor al 1% ( $p < 0.01$ )”; “en cuanto a la correlación de las dimensiones de las variables el estudio muestra que Rho Spearman = 0.608 (existiendo una moderada relación directa) con nivel de significancia  $p = 0.000$  siendo este menor al 1% ( $p < 0.01$ )”; “la cual quiere decir que las dimensiones de las variables Identidad cultural se relacionan muy significativamente con el turismo vivencial en el Distrito de Moche, 2018”.

#### Antecedentes locales

(Maruri V, 2018) presento la investigación “Globalización y Otredad en la Identidad cultural de la pintura cuzqueña contemporánea” en donde menciona que tanto la “globalización y la otredad han sido parte de nuestra historia, en la cual han ido surgiendo cambios, conflictos, integración, homogenización, etc., entre las diferentes culturas, pueblos, civilizaciones, así como la construcción, desaparición y valoración de identidades” los cuales están reflejados en las diferentes

expresiones artísticas. La investigación tiene como objetivo general “explicar de qué manera la Globalización a través de la Otredad genera una resistencia y la revalorización de la identidad cultural andina en la pintura cusqueña contemporánea”. El trabajo de investigación “es de tipo explicativo ya que analizo la variable otredad y globalización y su influencia en la variable identidad cultural de los pintores cusqueños, su nivel de investigación es de tipo descriptivo”; ya que describe la tendencia de los últimos años del pintor cuzqueño, “quien, motivado por una idea de proteger y revalorar la cultura ante la inevitable homogenización de la globalización, empieza a pintar elementos y símbolos de la cultura andina”, para la recolección de datos realizó una encuesta de 25 preguntas cerradas. La conclusión a la que llego es que “la Globalización a través de la Otredad en los últimos años influye considerablemente en la producción artística de muchos pintores cusqueños generando una resistencia y revaloración de la identidad cultural andina como forma de protección ante la homogenización cultural”.

(Cubas B, 2018) presento la tesis titulada “Identidad Cultural y Desarrollo del Turismo en Moquegua – 2016”, donde menciona que Moquegua es uno de los departamentos de menor tamaño, “es poseedor de muchas y variadas riquezas en cuanto a recursos naturales, culturas ancestrales, recursos culturales y gastronómicos que han contribuido a configurar la identidad cultural de Moquegua”; además de presentar “en los últimos años gran apogeo en el desarrollo a nivel de indicadores de la población como es la educación, empleo, vivienda, analfabetismo, otros”. El trabajo tiene como objetivo general “determinar la identidad cultural y el desarrollo del turismo en Moquegua” y como hipótesis “dado que la identidad cultural está ligada a la historia y al patrimonio cultural a partir del cual, la población se identifica en su medio geográfico presente y lo valora como legado para generaciones futuras”, “es probable que el nivel de identidad de la población sea bueno y que los recursos turísticos, instalaciones turísticas, inventario de recursos y la demanda de servicios turísticos se encuentre en desarrollo”. En el presente trabajo utilizó “la investigación descriptiva, porque se describió el problema desde el punto de vista teórico – práctico”. “El diseño

empleado en la investigación, corresponde a los No Experimentales, ya que se describen y analizan los indicadores de la identidad cultural y del desarrollo del turismo sin realizar ninguna manipulación de las variables de estudio” y utilizó como “técnica a la encuesta y la observación documental, los instrumentos aplicados fueron el cuestionario acerca de la Identidad cultural y la guía de observación”, en cuanto a “la muestra fue de 384 personas a quienes se le aplicó el cuestionario acerca de la Identidad cultural”. El estudio concluyó en que “el grado de identidad de la población de la ciudad de Moquegua es bueno”. “Los recursos turísticos con que cuenta Moquegua, son mayormente conformados por manifestaciones culturales (36%), sitios naturales (31%), acontecimientos programados (8%), folclor (7%) y realizaciones técnicas, científicas y artísticas (1%)”. “De los 25 recursos turísticos que han sido considerados en el estudio y que forman parte del Inventario de Recursos Turísticos, sólo doce ya han sido jerarquizados”.

(Ortiz M, 2018) presento el trabajo de investigación titulado “Situación socio económica e Identidad cultural de los migrantes de Azángaro en el distrito de Tiabaya” en la que menciona el interés por “analizar la situación social, económica e identidad cultural de los migrantes azangarinos situados en el distrito de Tiabaya, en el pueblo joven de San José, población donde se encuentra la problemática rural – urbana, en la provincia de Arequipa”; donde este “poblado de inmigrantes pobres del pueblo de Azángaro se han ido incorporando a una diversidad de organizaciones sociales y actividades, esto debido por el incremento desocupacional y subempleo en las que viven dichos habitantes”. El trabajo tiene como principal objeto el “estudiar la situación socioeconómico e identidad de los inmigrantes dentro del ámbito urbano”, asimismo el “analizar la incorporación, actividades ocupacionales urbanas y a las diferentes manifestaciones culturales e identidad étnica de los migrantes de Azángaro en el distrito de Tiabaya”. Para el desarrollo de la presente investigación se ha aplicado los métodos y técnicas utilizadas en el campo de la antropología, como son el método cualitativo y el cuantitativo, “porque los migrantes de Azángaro constituyen un grupo social que



se desenvuelven en el contexto urbano rural de la ciudad de Arequipa. En el método cualitativo uso la técnica de observación participante, la recolección de datos, y la entrevista personal; asimismo en el método cuantitativo se usó la encuesta. El resultado obtenido al final de la presente investigación fue que “los migrantes azangarinos, su situación de traslado del campo a la ciudad ha sido porque han sufrido maltratos como atropellos en sus medios de producción, y la única alternativa era migrar hacia diferentes centros urbanos inter e intraregional”.

(Escalante R, 2018) presento la tesis titulada “El Huayno como expresión de la Identidad Cultural de los pobladores de Huamanga – Ayacucho, 2017” en donde pretende indagar sobre el “papel que tiene la música ayacuchana andina, en la construcción de la Identidad cultural de la población”, por lo que realizo “un proceso de descripción específica del huayno respecto al papel formativo – informativo en la construcción y preservación de la identidad en los pobladores Huamanguinos”. En el que incluye, “la función que desempeña la danza y el canto en el proceso de socialización y transmisión de valores culturales a través del huayno y finalmente, el valor cultural del huayno en la formación de la identidad”. El presente trabajo de investigación tiene como objetivo general el “analizar el papel que desempeña el huayno ayacuchano en la formación de la identidad de los pobladores Huamanguinos”. La metodología es de tipo básica, cualitativa y descriptiva, entre las técnicas utilizadas fueron la entrevista, la encuesta, la observación participante y el focus Group; “los instrumentos utilizados fueron las fichas de entrevista estructura, cuestionarios, libreta de campo, grabadores de voz u cámara fotográfica”. Los resultados obtenidos al final del trabajo de investigación fue que “el 80% de encuestados se siente identificados con el huayno, y que además es parte de sus raíces de las cuales se sienten orgullosos”. “Solo un 6% manifestaron no identificarse con el huayno, ello debido a que hay nuevos géneros musicales que vienen siendo escuchados en los diferentes medios de comunicación de masa”.

(Cruz V & Huamani P, 2017) realizo la tesis titulada “Fortalecimiento de la Identidad cultural a través del museo como estrategia metodológica en el área

de personal social con estudiantes del quinto grado de la I.E. Ángel de la Guarda, Camaná – Arequipa 2016” donde menciono que la finalidad de su investigación es la de cuidar y preservar nuestro patrimonio cultural; lo realizo a través de un análisis, le permitió determinar los problemas más recurrentes y debilidades como “inadecuada selección de estrategias en el área de personal social, para el procesamiento de la información donde se visualizó la dificultad en organizar y elaborar organizadores gráficos”, asimismo “la inadecuada elaboración de instrumentos de evaluación donde los ítems no conducen a evaluar la capacidad” y finalmente “el manejo de las teorías que sustentan la práctica pedagógica, presentaron dificultad en su manejo y desconocimiento de algunas teorías pedagógicas”. Luego del análisis profundo pudo determinar su problema para la investigación el cual se centró en “la selección de estrategias de enseñanza – aprendizaje en la programación del currículo a través de la diversificación”, teniendo como propósito “el motivar a los alumnos a investigar y conocer el pasado histórico de nuestra provincia, región y país a través de la participación activa en el proceso de descubrimiento”. El presente trabajo tuvo como principal objetivo “fortalecer la identidad cultural a través del Museo como estrategia metodológica en el área de Personal Social en los niños y niñas del 5° grado de la I.E. Ángel de la Guarda”. La metodología utilizada es de “tipo cualitativo, el diseño de la investigación es de acción y el modelo es una investigación de acción educativa, que comprende 3 fases: la deconstrucción, la reconstrucción y la evaluación”. El resultado obtenido “se refleja en la mejora de nuestra practica pedagógica y el fortalecimiento de la identidad, el cual se evidencio con la participación directa en las diversas actividades como: Semana Patriótica, Día del Logro, sociodramas, etc.”

## 2.2. Bases Teóricas

### 2.2.1. Identidad cultural

(Terry J, 2011a) define la Identidad Cultural como “el conjunto de significaciones y representaciones relativamente permanentes a través del

tiempo que permiten a los miembros de un grupo social, que comparten una historia y un territorio común”.

Otros componentes culturales de la sociedad son “el lenguaje, la religión, costumbres, e instituciones sociales, reconocerse como relacionarnos los unos con los otros”. La identidad cultural es “valorada como un factor de referencia estratégica para la planificación de un modelo de desarrollo comunitario rural integrado” (Terry J, 2011a, pág. 13).

Según otros autores la identidad cultural es comprendida a partir de las definiciones de cultura y de su evolución en el tiempo como:

(Molano, 2007a) afirma que el concepto de Identidad Cultural “encierra un sentido de pertenencia de un grupo social que comparten rasgos culturales, como costumbres, valores y creencias; no es un concepto fijo, sino que se recrea individual y colectivamente y se alimenta de forma continua de la influencia exterior”.

Como lo menciona (Molano, 2007a) “los estudios antropológicos y sociológicos, la identidad surge por diferenciación y como reafirmación frente al otro. Por lo que el concepto de identidad trascienda las fronteras, el origen de este se encuentra con frecuencia vinculado a un territorio” (pág. 5).

Asimismo (Molano, 2007a) señala que “la identidad cultural de un pueblo viene definida históricamente a través de múltiples aspectos en donde se plasma su cultura, como la lengua, instrumento de comunicación, relaciones sociales, ritos y ceremonias propias, los sistemas de valores y creencias”.

Finalmente (Molano, 2007a) menciona que “la identidad cultural solo es posible y puede manifestarse a partir del patrimonio cultural, que existe de antemano y su existencia es independiente de su reconocimiento o valoración”; ya que “la sociedad como agente activo, lo configura, estableciendo e identificando aquellos elementos que desea valorar y que asume como propios y

los que, de manera natural, se van convirtiendo en el referente de la identidad”. Esto involucra a “las personas o grupos de personas se reconozcan históricamente en su propio entorno físico y social y es ese constante reconocimiento el que le da carácter activo a la identidad cultural”.

Mencionando a otros autores que definieron la Identidad Cultural:

(Campos W, 2018) quien la define como “un fenómeno de fundamental comprensión para las ciencias humanas; además es como una sustancia que es propia de un grupo humano y que no cambia a través del tiempo y el espacio”. Asimismo menciona que como “fenómeno en la comunidad científica ha estado presente desde los inicios de las primeras disciplinas, evidenciando su relevancia como base de estudio centrado en el entendimiento de la cultura”.

Según (Rojas, 2011a) menciona que “la Identidad cultural es una categoría omniabarcadora y compleja, que como identidad en la diferencia contiene, en correlación, la mismidad y la alteridad, el yo y el otro, de aquí su carácter inclusivo”

(Rojas, 2011b) mencione que “una identidad colectiva con horizonte de sentido, con capacidad de autorreconocimiento y distinción, la cual caracteriza la manera común de vivir en el tiempo y el espacio del ser humano”; denotando que “el quehacer del hombre en el proceso de creación y re-creación comunicativa”; como “síntesis de múltiples determinaciones o dimensiones, comporta un universal concreto – situado, es decir, un aquí y ahora, respondiendo a las preguntas qué he sido, qué soy y qué papel habré de desempeñar en el presente y futuro” (Rojas, 2011a, pág. 58).

(Tuñón H, 2008a) nos dice que “la Identidad Cultural es un constructo metafísico y que la condición de inmigrante debe ser considerada como transeúnte, no definitiva”. También se reconoce “el enorme poder hipnótico que los conceptos ejercen sobre quienes la usamos; de ahí es donde debemos comenzar por entender cómo se forja eso a lo que llamamos identidad cultural”.

La identidad cultural se ajusta a un sistema, porque es el resultado de conjuntar ciertos rasgos de naturaleza objetual con otros de naturaleza subjetual o social, de modo que, si se trata de una sustancia es ciertamente una sustancia bien compleja sincrónicamente. En cuanto al aspecto social, “el punto base para la construcción de la identidad personal como de las construcciones de los significados culturales”; en otras palabras lo que nos quiere explicar es que la construcción ya no solo es la identidad sino la realidad misma es siempre social, es decir, se da en el marco de una sociedad (Tuñón H, 2008a, págs. 4-6).

Para (Terry J, 2011a) el modo de medir la Identidad Cultural es a través tres dimensiones las cuales se desarrollaran a continuación:

- *EL HISTÓRICO*: es la base de la conformación de la conciencia o memoria histórica que se refuerza en que cada generación asume la tradición heredada, la conserva, la renueva y la transmite a la siguiente, permitiendo conservar la identidad cultural de la comunidad. En otras palabras, “la identidad cultural de un pueblo que va estar condicionada por un pasado compartido, es decir una historia común que le brindara al grupo un cierto grado de cohesión y de identidad frente a eventuales intentos de desestabilización”.
- *EL LINGÜÍSTICO*: la cultura es diálogo, intercambio de ideas y experiencias, apreciación de otros valores, tradiciones y creencias, la lengua es “el factor que garantiza la socialización de esos conocimientos a través de un intercambio cultural entre los miembros de la comunidad”, en cuanto “la lengua es el denominador común para establecer un sistema de relaciones afincadas en una historia, en un espacio y grupo social común”.
- *EL PSICOLÓGICO*: supone ciertas permanencias de las estructuras síquicas de los miembros de la comunidad que son el resultado de un proceso de aprendizaje social en el cual desempeña un papel esencial el entorno histórico/cultural” (Terry J, 2011a, pág. 13).

Para los autores de respaldo la identidad cultural se mide de la siguiente manera:

Para (Molano, 2007a) la identidad cultural “está ligada a la historia y al patrimonio cultural. La identidad cultural no existe sin la memoria, sin la capacidad de reconocer el pasado, sin elementos simbólicos o referentes que son propios y que ayudan a construir el futuro”. A continuación mencionaremos los elementos integradores de la Identidad Cultural, los cuales se detalló en su trabajo realizado:

- *Del Patrimonio Histórico Monumental a lo Inmaterial como Patrimonio:* “como parte de la identidad de un grupo social está dada por su patrimonio, que es la expresión de su origen, estilo de vida, desarrollo, transformación e incluso decadencia, en otras palabras, de su cultura, su memoria histórica”. En cuanto al “patrimonio no es sinónimo de monumentos y objetos sin vida, arquitectónicos, artísticos o expuestos en un museo”; es “la identidad cultural de una comunidad y es uno de los ingredientes que puede generar desarrollo en un territorio permitiendo equilibrio y cohesión social”.
- *Patrimonio Material:* puede ser de interés local, nacional o mundial. Para cada uno de los temas considerados patrimonio cultural (centros históricos, paisajes, complejos arqueológicos, etc.) en el que existe un recorrido institucional y normativo que se tiene que seguir para sea incluido en la lista del patrimonio. En cuanto a sus obligaciones no se lleguen a cumplir, “el patrimonio inicia un proceso de deterioro, corre el riesgo de ser declarado dentro de la lista negra de Unesco, lo cual implica no sólo un desprestigio nacional por falta de gestión y voluntad política”. Se consideran “patrimonio cultural a “los monumentos, los conjuntos (grupos de construcciones aisladas o reunidas - arquitectura) y lugares (obras del hombre u obras conjuntas del hombre y la naturaleza)”; los cuales “tienen un valor universal excepcional desde el punto de vista histórico, estético, etnológico y/o antropológico”. Se consideran bienes culturales muebles a “todos los bienes móviles que son la expresión o el

testimonio de la creación humana o de la evolución de la naturaleza ya que tienen un valor arqueológico, histórico, artístico, científico o técnico”.

- *Patrimonio oral e Inmaterial*: “es uno de los mayores avances realizados por la UNESCO y otras instancias dedicadas al tema de identidad cultural, a fin de generar un reconocimiento internacional del patrimonio que no es monumental”, ya que “forman parte de los pueblos, de su creatividad e identidad cultural: el oral e intangible”. “El patrimonio cultural inmaterial se manifiesta en los ámbitos: tradicionales y expresiones orales, incluido el idioma; las artes del espectáculo; usos sociales, rituales y actos festivos; conocimientos y usos relacionados con la naturaleza y el universo; técnicas artesanales tradicionales”. “Lo inmaterial se convierte en material cuando se protege, se conserva, se preserva y archiva”; ya que se “establecen políticas de preservación de la identidad cultural a través de imágenes fotográficas, filmaciones en video o grabaciones sonoras, los resultados se perciben en las producciones de materiales concretos y físicamente corpóreos” (Molano, 2007a, págs. 7-12).

Para (Campos W, 2018) la identidad cultural se clasifica en tres versiones; la perspectiva esencialista, la historicista y la discursiva que mencionaremos a continuación:

- *Esencialista*: define “la identidad cultural como una sustancia que es propia de grupo humano y que no cambia del tiempo y del espacio”.
- *Historicista*: sostiene que “la identidad cultural es algo abierto y en proceso de cambio por obra de la acción humana”. El que ejecuto está referencia en América fue Jorge Larraín, quien, se basó en Stuart Hall, elaborando una noción de identidad cultural referida a "categorías sociales con las cuales los individuos se identifican, y así conforman un nosotros, al construir sus identidades personales, donde comparten afiliaciones, características lealtades grupales culturalmente determinadas, que contribuyen en el sujeto y su sentido de identidad”.

Implícita en esta afirmación está la idea de “identidades colectivas tales como género, clase, etnia, religión, sexualidad, nacionalidad, etc., que las han llamado Identidades Culturales. Son formas colectivas de identidad porque se refieren a algunas características culturalmente definidas que son compartidas por muchos individuos”.

- *Discursiva*: define la identidad cultural como “una construcción discursiva esencialmente narrativa o un conjunto de posiciones de sujeto, en las que nos movemos continuamente, desafiando las categorías rígidas con que intentamos dar cuenta de límites culturales que son continuamente traspasados”.

Tanto las versiones Históricas y Discursivas, basadas en desarrollar una definición de lo que es Identidad cultural como proceso distintivo carácter intersubjetivo, nunca finalizado, siempre cambiante, interactiva y comunicativa; que permite el autorreconocimiento y la autonomía”. El cual, está en “la base de conflictos y formas de dominación entre Estados, naciones y grupos sociales, así como también, en otros casos, es un principio de resistencia frente a dicha dominación”. La cual se va edificando desde “la tradición (desde sus interpretaciones) y, con frecuencia, en una relación crítica con ella. Las identidades culturales no se refieren únicamente al pasado, sino también al presente y futuro” (Campos W, 2018, pág. 8).

En cuanto a (Rojas, 2011a) nos habla que la Identidad cultural se sostiene a través de principios matrices o fundamentos epistémicos los cuales mencionaremos a continuación:

- El término “identidad cultural es de índole *teórico-antropológico y cultural*, y no un concepto de carácter sociopsicológico como afirman otros estudios”, porque “el principio sociopsicológico de identificación – diferenciación en la relación con otros grupos, culturas y sociedades; inherente a la psicología social que es, a su vez, un contexto de la identidad cultural y no la identidad cultural misma”; aunque “el proceso



de producción de respuestas y valores en la comunicación y el dialogo es importante, como lo asimilado por otras culturas”; lo importante en “el proceso es la identificación de la creación y producción de la cultura en la sociedad, como totalidad compleja y concreta”.

- Uno de “los conceptos de máxima generalización, por eso es una categoría omniabarcadora o multívoca, que incluye determinaciones históricas y geográficas, individuales y colectivas, materiales y espirituales, científicas y técnicas, teóricas y prácticas, otros”. Por lo que “no se reduce tan solo a la cultura no material como refieren destacados investigadores de la misma”.
- En cuanto a “las determinaciones y contextos que la conforman tienen carácter concreto y relativo. Significa que una identidad cultural específica puede coincidir e interactuar con otras identidades culturales, en lo económico, lo político, lo científico-tecnológico, la lengua, la religión, etcétera”.
- “Toda verdadera identidad es identidad en la diferencia. La identidad para ser tal necesita de la diferencia, y la diferencia supone siempre la identidad, ya que no hubiese diferencia, no habría referentes para saber lo que es idéntico”.
- Tanto “la identidad cultural, y de diferencia, representa una *diferencia específica* al permitir comprender la diferencia entre una y otra cultura; principio de *multiculturalismo*, sin llegar al extremo del particularismo o relativismo cultural normativo”.
- Representa “la *identidad abierta inclusiva*, por lo que en si esencia debe contener el dialogo intercultural con el otro, en condiciones de igualdad, en la mismidad excluyente”.
- Reconoce que en “la *dignidad del otro* y de la *autonomía cultural* de las minorías en el marco de la identidad nacional o continental, expresión de la identidad en la diferencia”.
- Constituye una “*identidad colectiva* y humana formada por un sistema de relaciones socioculturales. Esta tiene lugar en las comunidades étnicas,

la comarca, la región, las nacionalidades, la nación, el Estado supranacional y las diferentes uniones postnacionales”.

- En cuanto a “su portador no es el hombre abstracto, sino el hombre concreto; por hombre universal y por concreto específico”.
- Conjuga “lo autóctono y lo universal, a modo de dialéctica de lo general y lo específico a través de la mediación”.
- Comporta “un *universal concreto-situado*. La síntesis que conforma la universalidad presupone siempre un aquí y el ahora”.
- Se manifiesta “en espacios específicos y tiempos definidos; donde el espacio o territorio no tienen carácter absoluto, pues han existido y existen expresiones de identidad cultural que han perdurado”; que se han “desarrollado fuera del territorio nacional, regional o continental, pero han reflejado sociedades específicas; donde su característica es que toda identidad se despliega en un espacio *geo-socio-cultural* concreto”.
- Pueden “manifestarse inconscientemente en individuos y grupos, mas es un proceso consciente, el cual es necesario asumir para contribuir a la reafirmación y desarrollo de la misma”.
- Representa “una ruptura en la continuidad y una continuidad en la apertura”.
- Tiene “carácter histórico-concreto; varía con las circunstancias, con el espacio y el tiempo. Sufrir procesos de crisis y lisis, ajustes y reajuste, desintegraciones parciales y nuevas integraciones”.
- Se forma en “la interacción de la tradición y la aculturación, dando como resultante la transculturación; donde la tradición, del latín *traditio*, equivale a entregar, *tradere*, pasando de una época, generación o cultura a otra”. En tanto “la aculturación, corresponde a la asimilación y adaptación a otra cultura por la pérdida de la propia, en lo fundamental”. “Culturalmente estas antítesis generan la transculturación, cuya preposición – *trans*- indica lo que pasa, en este caso, de una cultura a otra, produciéndose la génesis de la identidad cultural y la nueva síntesis”.

- Presupone “la libertad como totalidad, y en cada determinación y contextos culturales”.
- Por “su direccionalidad puede manifestarse históricamente como *identidad vertical-hegemónica* o *identidad legitimadora*, formada desde arriba, e *identidad horizontal*, creada por expansión de la cultura en el pueblo”.
- Constituye “una síntesis de múltiples determinaciones y contextos. Es decir, la creación o construcción de un todo por integración de las partes complementándose unas a otras”.
- La *integración* “representa el *factor consciente y práctico* de la identidad cultural, así está operando hoy en contextos como el de la economía, la política, la ciencia y la técnica con las distintas uniones continentales o regionales” (Rojas, 2011a, págs. 57-60).

Para (Tuñón H, 2008a) la construcción social de la identidad cultural, se desarrolla en el proceso de socialización a través de 3 momentos que mencionaremos a continuación:

- *Proceso de Socialización*: es aquel que “genera una simetría entre las realidades subjetiva y objetiva a través de 3 momentos que los sociólogos del conocimiento denominan como: 1) “Externalización”; 2) “Objetivación”; y 3) “Internalización”. Donde estos tres momentos no ocurren sucesivamente, sino sincrónicamente; donde la *dialéctica* de la “construcción social de la realidad se pierde o se olvida cuando se ignora alguno de los momentos, bien porque se focaliza la atención en un solo momento o porque queda enganchada en el circuito que se produce entre dos momentos”.
- Momento de la *externalización* se refiere a lo que el psicólogos norteamericanos George Mead llama *génesis social del yo*. Esta “contra la idea de un yo absoluto, dado a priori como una sustancia espiritual, se trata de reconocer que el individuo adopta hacia sí mismo, la actitud de los otros”, o lo que es lo mismo, “comienza a relacionarse consigo mismo

de la misma manera que los otros han empezado a relacionarse con él”.  
“Yo soy lo que los otros”

- Momento de *objetivación* conlleva a un “equilibrio entre las identidades objetivas y subjetivas”, el momento en que se le asigna un nombre se produce una identidad objetiva que implica una asignación de tareas que objeta y construye el propio mundo social en el que el sujeto se localiza. Cada papel trabajado implica un mundo en el que el yo se localiza como un objeto.
- Momento de la *internalización* culmina cuando uno “sabe quién es”, “se conoce a sí mismo”, hasta que se adapta a la sociedad, estar en estos tres momentos sincronizados, la socialización tendrá éxito. Sin olvidar que “el otro lado de la socialización que es justamente la edificación de la relación dialéctica entre la sociedad y el mundo. En realidad “todo mundo construido socialmente posee todo un repertorio de identidades y un sistema psicológico correspondiente”. Donde “la definición social de la identidad cultural tiene lugar como parte de una definición comprensiva de la realidad”. Asimismo “lo interno del mundo se impone sobre la conciencia de una estructura que es cognitiva tanto como psicológica, la cual no ha sido, esclarecida desde la perspectiva científica (Tuñon H, 2008a, págs. 6-7).

### 2.2.2. Turismo sostenible

(Virgen A, 2014a) define al “turismo sostenible como un proceso continuo y requiere un seguimiento constante de los impactos, para introducir medidas preventivas o correctivas que resultan necesarias”.

Es por ello que el turismo sostenible debe reportar un alto grado de satisfacción a los turistas y representar para ellos una experiencia significativa, que los haga más conscientes de los problemas de sostenibilidad y fomente en ellos unas prácticas turísticas sostenibles (Virgen A, 2014a).

Según otros autores que definen al turismo sostenible hemos consultado a los siguientes:

(Cardoso J, 2006a) llegó a la conclusión de que “el turismo sostenible es un modelo económico basado en los recursos naturales y culturales, y que con base en estos se debe planificar toda la actividad turística bajo la óptica de los habitantes, administración pública, empresarios y turistas”.

Para (INEI, 2006) citado por (Cardoso J, 2006a) define que “el turismo sostenible es aquel que satisface las necesidades actuales de los turistas, comunidades anfitrionas y prestadores de servicios, protegiendo y fortaleciendo oportunidades para el futuro”, “se dirige hacia el manejo integral y planificación de los elementos económicos, sociales y culturales de la región, y los procesos ecológicos esenciales para la conservación del medio ambiente y su biodiversidad”.

La idea de “turismo sostenible” abarca los problemas sociales como la pobreza de los pueblos receptores de turismo, ya que este es un modelo de desarrollo económico, el cual es adaptado a una realidad concreta como problema social marcado a nivel general. Donde se ve al turismo como un instrumento de alternativas económicas para lugares con vocación turística y siendo poblados de gente carente de necesidades básicas, como pueblos indígenas y mestizos, pero que se caracterizan por ser visitados por un gran número de turistas en busca de conocer otras culturas (Cardoso J, 2006a, pág. 12).

Según (Barrera & Bahamondes, 2012a) menciona que el turismo sostenible “está enfocado en la gestión de recursos que satisfagan las necesidades económicas, sociales y ambientales, sin dejar de lado la integridad cultural, los procesos ecológicos, biodiversidad, prosperidad y el respeto universal, la obediencia de los derechos humanos y libertades fundamentales”.

Asimismo menciona que “el turismo es la actividad que ha crecido más en los últimos años, esto porque la sociedad moderna le da más importancia que en años anteriores al ocio y la recreación”; y la existencia de “varios tipos de turismo de nicho, como el de aventura, ecológico, etnoturismo, científico, histórico-cultural, agroturismo, de negocios, entre otros; cada uno de ellos impacta tanto de forma negativa como positiva”; entre los impactos negativos del turismo se encuentran “la pérdida de biodiversidad, la generación de residuos, el consumo de agua y energía; entre los impactos positivos, valoración de los recursos naturales y culturales, aumento en la conciencia sobre la calidad ambiental, creación de empleos y desarrollo local”. Los tipos de turismo mencionados son los más empleados, sin embargo, existe otro tipo de turismo que no es un segmento de mercado, sino una meta con efectos futuros estamos hablando del “turismo sostenible” (Barrera & Bahamondes, 2012a, pág. 52).

Para (Bertoni, 2008a) define el turismo sostenible como “un proceso de cambio, con la cual se alinea y es más próximo al concepto de desarrollo sostenible”

El idea de “turismo sostenible”, trabaja de acuerdo a sus “dimensiones y aplicaciones”, de tal manera que puedan analizar los diferentes tipos de pensamientos en relación con las formas de interpretación, enfoques y procesos de asentar y desarrollar el turismo. Referente a otras interpretaciones asignadas al “turismo sostenible”, se reconocen “cuatro interpretaciones diferentes del turismo sostenible: la sostenibilidad económica del turismo, el turismo ecológicamente sustentable, el desarrollo del turismo sustentable a largo plazo de la actividad y el turismo como parte de una estrategia de desarrollo sustentable” (Bertoni, 2008a, pág. 158).

Para finalizar mencionaremos a (Tapia, 2012a) quien define al “turismo sostenible como una industria comprometida a hacer un bajo impacto sobre el medio ambiente y la cultura local, al tiempo que contribuye a generar ingresos y empleo para la población”.

El crecimiento del “turismo sostenible” responde a todas lo que requieren los visitantes y pobladores, con el fin de mejorar las oportunidades a futuro. Está dirigido hacia la forma de cómo gestionar los bienes y servicios de manera que cubran todos los aspectos económicos, sociales y estéticas, del mismo modo se respete “la integración entre culturas, los procesos ecológicos esenciales, la diversidad biológica y los sistemas de soporte de la vida” (Tapia, 2012a, pág. 1).

Para (Virgen A, 2014a) el turismo sostenible al ser un “proceso, ha influido en factores propios del sector turismo, tales como la demanda turística, oferta turística y destinos emergentes” que serán detallados a continuación:

- *DEMANDA TURÍSTICA*: “el comercio turístico es el cliente quien se desplaza al lugar de consumo, y por lo tanto la autoridad local tiene una percepción más clara de cuáles son las necesidades del cliente y los impactos que puede producir”.
- *OFERTA TURÍSTICA*: “la experiencia turística está conformada por una serie compleja de elementos, que incluye entre otros las expectativas de los turistas, los medios de transporte, los alojamientos, los atractivos del lugar, las actividades que se ofrecen a los visitantes”; asimismo “la infraestructura física, el medio ambiente natural, el patrimonio cultural, la seguridad, la propia población local, otros”. Muchos de estos “servicios o elementos de la oferta son provistos por, o responsabilidad de la autoridad pública local y no de las empresas”.
- *DESTINOS EMERGENTES*: “existe una creciente conciencia de que los turistas eligen destinos turísticos y no simplemente un medio de transporte o un tipo de alojamiento”.

Además de “la naturaleza desmembrada o atomizada de la industria turística, conformada en la gran mayoría de los países por numerosas empresas de pequeño y mediano tamaño, que necesitan ser coordinadas para poder ofrecer un producto global atractivo y sostenible”; y “la aceptación de que, en aras de la sostenibilidad, las autoridades públicas locales deben de estar involucradas

en regular el desarrollo turístico en los destinos, y no dejarlo simplemente a las leyes del mercado” (Virgen A, 2014a, págs. 207-208).

Para los autores de respaldo el turismo sostenible se mide de la siguiente manera:

Según (Cardoso J, 2006a) el turismo sostenible “ha pasado por una evolución en cuanto a su conceptualización, sin dejar de lado las tres esferas básicas de la sostenibilidad que lo han acompañado de alguna manera en sus diferentes interpretaciones” y las cuales serán mencionadas a continuación:

- *La Sostenibilidad Económica*, de un “destino con vocación turística se convierte en un producto, con características rentables y viables hacia el futuro, para que todos cuanto dependen de él sigan aprovechándose del mismo”; asimismo “del tiempo de preservación y cuidado para que sigan usándose para fines y así mantener una economía más consolidada, aportando un desarrollo económico duradero a la comunidad involucrada”.
- *La Sostenibilidad Ambiental*, este aspecto “fomenta la conservación y cuidado del entorno natural, para que el entorno natural no sufra daños irreversibles”, que lleven a “deteriorar el destino y productos turísticos expuestos para la actividad, trayendo como consecuencia el desequilibrio económico de una comunidad dedicada a esta actividad”.
- *La Sostenibilidad Social - Cultural*, ambas son importantes para “desarrollar el turismo puesto que los actores involucrados en turismo deberán aportar sus ideas más alentadoras para hacer de la actividad turística algo duradero”, y sobre todo, “rentable sin descuidar aspectos fundamentales como el ambiente y la cultura, favoreciendo el acercamiento entre los turistas y la cultura existente en el destino turístico, esto en el marco armonioso de intercambio cultural”, donde los residentes les enseñen acerca de su cultura a los visitantes, por lo que los visitantes “para no impactar de manera negativa solo se llevan la



experiencia de conocimiento y retribución económica, impulsando en las comunidades, culturalmente hablando sus valores, costumbres hacer y quehacer cotidiano: sus usos y costumbres”.

El “turismo sostenible” es conocido como “un modelo de desarrollo con énfasis en la economía, pero que al mismo tiempo está basado en la cultura local, recursos naturales y patrimonio cultural, siendo responsabilidad de la gente receptora de turismo y el turista”; quienes son las columnas fundamentales para el crecimiento del turismo tenemos en primer lugar a “los empresarios y la administración pública en sus tres niveles”, en segundo lugar a todos los que trabajan en la formulación de estrategias bajo un enfoque de desarrollo turístico sostenible, “priorizando la creación de códigos de ética o conducta, para cada actor involucrado, tomando en cuenta los intereses de cada uno, así como el segmento de mercado y condiciones del destino turístico al que se aplicara la sostenibilidad” (Cardoso J, 2006a, págs. 13-14).

Para (Barrera & Bahamondes, 2012a) menciona que “el turismo genera impacto en la economía, en la cultura social y en el medio ambiente”, dichas dimensiones se describen a continuación:

- *Economía*: “El turismo sostenible debe ser rentable. Ningún empresario apostará por la sostenibilidad, si dicho negocio no genera valores positivos. El turismo sostenible debe ser realizado bajo prácticas empresariales adecuadas”.
- *Social*: “El turismo sostenible debe ayudar a reforzar valores de relación, intercambio de experiencias, enriquecimiento cultural tanto de los visitantes como de los habitantes del destino turístico”. Se debe considerar “las posibles acciones y efectos del turismo en la zona geográfica, la idea es realizar la actividad sin dañar a la sociedad existente, por ello se debe respetar a la cultura local, preservarla y revitalizarla”.

- *Ambiental*: “El turismo sostenible tiene que colaborar en la protección y conservación del ambiente. Es necesario responder al uso del medio ambiente hoy, sin dañar el uso futuro de este, es decir, sin comprometer la posibilidad de generaciones futuras.

Por lo tanto, el turismo sostenible debe:

1. Dar un uso óptimo a los recursos ambientales que son un elemento fundamental del desarrollo turístico, manteniendo los procesos ecológicos esenciales y ayudando a conservar los recursos naturales y la diversidad biológica.
2. Respetar la autenticidad sociocultural de las comunidades anfitrionas, conservar sus activos culturales arquitectónicos y vivo y sus valores tradicionales, y contribuir al entendimiento y a la tolerancia intercultural.
3. Asegurar actividades económicas viables a largo plazo, que reporta en a todos los agentes unos beneficios socioeconómicos bien distribuidos, entre los que se cuenten oportunidades de empleo estable y de obtención de ingresos y servicios sociales; para que las comunidades del destino ayuden en disminuir la pobreza.

El desarrollo sostenible exige “la participación informada de todos los agentes relevantes, así como un liderazgo político firme para lograr una colaboración amplia y establecer un consenso”. Lograr un “turismo sostenible es un proceso continuo y requiere un seguimiento constante de los impactos, para introducir las medidas preventivas o correctivas que resulten necesarias”. El “turismo sostenible debe reportar también un alto grado de satisfacción a los turistas y representar para ellos una experiencia significativa, que los haga más conscientes de los problemas de la sostenibilidad y fomente en ellos unas prácticas turísticas sostenibles” (Barrera & Bahamondes, 2012a, págs. 52-53).

Para (Bertoni, 2008a) el turismo sostenible se refiere a los principios de sostenibilidad por lo que debería realizar:

- Utilizar racionalmente los recursos naturales como componentes principales de la actividad, manteniendo los procesos ecológicos esenciales y ayudando a conservar los recursos naturales y diversidad biológica.
- Respetar la autenticidad sociocultural de las comunidades locales.
- Asegurar la viabilidad económica de la actividad a largo plazo, pero teniendo en cuenta una equitativa distribución de los beneficios.

Es necesario establecer el estilo de desarrollo existente, ya que el modelo de desarrollo dominante genera un tipo de asignación de recursos que responde a las demandas de la población y que se manifiesta en un complejo de contraprestaciones necesarias entre la producción económica, el consumo, el crecimiento poblacional y la calidad ambiental.

Para un desarrollo factible del turismo sostenible, la cuestión es la identificación de las necesidades sociales. Es importante que no solo tengan en cuenta los impactos del turismo, la capacidad de carga turística y las modalidades de actividad turística, sino además las capacidades institucionales de la región y su estilo de desarrollo. Por ende, el desafío es el encuentro de modelos viables para la sociedad: tipo de desarrollo, tecnologías apropiadas (importadas, adaptadas o creadas), selección de un sistema educativo, elección de modelos de producción y organización y políticas basadas en la participación (Bertoni, 2008a, págs. 161-162).

Por último, mencionaremos a (Tapia, 2012a) quien nos menciona los principios que definen el turismo sostenible y son:

- Se conservan los recursos naturales y culturales para su uso continuado en el futuro, al tiempo que reportan beneficios;
- El desarrollo turístico se planifica y gestiona de forma que no cause serios problemas ambientales o socioculturales;
- Se procura mantener un elevado nivel de satisfacción de los visitantes y el destino retiene su prestigio y potencial comercial;

- Los beneficios del turismo se reparten ampliamente entre toda la sociedad.

Estas características hacen al turismo sostenible una de las herramientas de estrategia para el desarrollo económico local. Por un lado, “el turismo supone una gran oportunidad en algunas zonas en las que no existen, otras alternativas de actividad económica; por otro, como parte del sector servicios, ofrece más oportunidades para el surgimiento de empresas locales, países desarrollados y PYMES”. A pesar de “ser un sector que requiere de fuertes inversiones en infraestructura y equipamiento, también utiliza mano de obra de forma intensiva, por lo que ofrece numerosas oportunidades de trabajo y negocio para las mujeres y los jóvenes” (Tapia, 2012a, pág. 1).

Para (Tapia, 2012a) el proteger el turismo como una industria y con la idea de que sea sostenible se debe considerar además de lo ya mencionado lo siguiente:

- Informarse sobre la cultura, política y economía de las comunidades visitadas.
- Anticipación y el respeto de las culturas locales.
- Contribución a la comprensión intercultural y la tolerancia.
- Apoyo a la integridad de las culturas locales en favor de las empresas que conservan el patrimonio cultural y los valores tradicionales.
- Sostenimiento de las economías locales mediante la compra de productos locales y la participación con los pequeños, las empresas locales.
- Conservación de los recursos por la búsqueda de empresas que sean ambientalmente conscientes, y utilizando la menor cantidad posible de recursos no renovables. (Tapia, 2012a, pág. 2)

Por todo lo mencionado podemos llegar a la siguiente conclusión, “no hay un modelo de turismo sostenible aplicable universalmente ya que el impacto del turismo varía dependiendo de las características de la sociedad anfitriona y de su contexto”.

### 2.3. Definición de Términos básicos

- AUTONOMÍA: “protestad que dentro de un Estado tienen municipios, provincias, regiones u otras entidades, para regirse mediante normas y órganos de gobierno propios” (RAE, 2001).
  
- ACTIVIDADES, BIENES Y SERVICIOS CULTURALES: “son los que desde el punto de vista de su calidad, utilización o finalidad específicas, encarnan o transmiten expresiones culturales, independientemente del valor comercial que puedan tener”. “las actividades culturales pueden constituir una finalidad de por sí, o contribuir a la producción de bienes y servicios culturales”. (UNESCO, 2005)
  
- ACTIVIDAD TURÍSTICA: “es el acto que realiza el visitante para que se materialice el turismo. Son el objetivo de su viaje y la razón por la cual requiere que le sean proporcionados los servicios turísticos”. (Mincetur, 2019)
  
- CONSUMO TURÍSTICO: “es la suma pagada por la adquisición de bienes y servicios de consumo y de objetos valiosos, para uso propio y para regalar, antes y durante los viajes turísticos”; “corresponde a transacciones monetarias donde se incluyen servicios asociados como alojamiento de vacaciones, transferencias sociales en especie y otro consumo imputado”. (OMT, 2011)
  
- CULTURA: “es un conjunto de los rasgos distintivos espirituales, materiales y afectivos que caracterizan una sociedad o grupo social”. “Engloba además de las artes y letras, los modos de vida, los derechos fundamentales del ser humano, los sistemas de valores, creencias y tradiciones”. (UNESCO, 2005)
  
- DEMANDA TURÍSTICA: “es un conjunto de turistas (individual o colectiva), motivados por productos o servicios turísticos con el objetivo de cubrir necesidades económicamente; la definimos como la cantidad de productos

turísticos que los consumidores están dispuestos a adquirir en un momento dado”. (Mamani V, 2016)

- DESTINO EMERGENTE: “el destino nuevo o principal de un viaje turística se define como lugar visitado que es fundamental para la decisión de realizar el viaje. (OMT, 2011)
- DIVERSIDAD CULTURAL: “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”. (UNESCO, 2005)
- ECONOMÍA: “es una referencia económica definida en el mismo sentido que en la balanza de pagos y en el Sistema de Cuentas Nacionales: se refiere a los agentes económicos que residen en el país de referencia”. (OMT, 2011)
- EXPRESIONES CULTURALES: “son las expresiones resultantes de la creatividad de las personas, grupos y sociedades, que poseen un contenido cultural”. (UNESCO, 2005)
- IDENTIDAD: “conjunto de rasgos propios de un individual o de una colectividad que los caracteriza frente a los demás”. “Conciencia que una persona o colectividad tiene de ser ella misma y distinta a las demás”. (RAE, 2001)
- IDENTIDAD COLECTIVA: “es el estado de conciencia implícitamente compartido de unos individuos que reconocen y expresan su pertenencia a una categoría de personas, a una comunidad que los acoge”. (Herrero, 2002)
- IDENTIDAD LEGITIMADORA: es aquella “introducida por las instituciones dominantes de la sociedad para extender y racionalizar su dominación frente a los actores sociales, un tema central en la teoría de la autoridad y la dominación”. (Castells, 2002)

- MULTICULTURALIDAD: “son las relaciones entre las diferentes culturas que, comparten un mismo territorio”, “es una realidad cada vez más presente en un mundo en constante cambio, lo cual se muestra en la multiplicidad de Estados desde el final de la II Guerra Mundial hasta nuestros días”. (Taylor, 2013)
- OFERTA TURÍSTICA: “es el conjunto de bienes y servicios, de recursos e infraestructuras ordenadas y estructuradas de forma que estén disponibles en el mercado para ser usadas o consumidos por los turistas”. (SEGITTUR, 2002)
- PATRIMONIO: “conjunto de bienes pertenecientes a una persona natural o jurídica, o afectos a un fin, susceptibles de estimación económica”; dicho de otra forma, es un “conjunto de bienes y derechos propios adquiridos por cualquier título”. (RAE, 2001)
- PATRIMONIO CULTURAL: “son prácticas, expresiones, saberes o técnicas transmitidas por comunidades de generación en generación; proporciona a las comunidades un sentimiento de identidad y continuidad: favorece la creatividad y bienestar social, contribuye a la gestión del entorno y genera ingresos económicos”. (UNESCO, 2005)
- SECTOR TURÍSTICO: “es la agrupación de unidades de producción en diferentes industrias que suministran los bienes y servicios de consumo que demandan los visitantes”. (OMT, 2011)
- SOSTENIBILIDAD: “es la satisfacción de las necesidades de la generación presente sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer sus propio necesidades”. (ONU, 2011)
- TURISMO: “se refiere a aquellas actividades que las personas realizan mientras están de viaje en entornos donde no, es habitual que se encuentren,

cuyos fines son el ocio, los negocios u otros y duran periodos inferiores a un año". (OMT, 2011)



## **CAPITULO III**

### **HIPÓTESIS Y VARIABLES**

#### 3.1. Hipótesis general

Probablemente la Identidad cultural se relacione con el turismo sostenible en el Cañón del Colca, Arequipa 2020

#### 3.2. Hipótesis específicas

Probablemente exista relación entre la historia y turismo sostenible en el Cañón del Colca, Arequipa 2020.

El lenguaje podría relacionarse con el turismo sostenible en el Cañón del Colca, Arequipa 2020.

Probablemente la psicología se relaciona con el turismo sostenible en el Cañón del Colca, Arequipa 2020.

#### 3.3. Definición Conceptual y operacional de las variables

Identidad *Cultural*

(Terry J, 2011a) define la Identidad Cultural como “El conjunto de significaciones y representaciones relativamente permanentes a través del tiempo que permiten a los miembros de un grupo social, que comparten una historia y un territorio común”.

### Turismo Sostenible

(Virgen A, 2014a) define al turismo sostenible como “un proceso continuo y requiere un seguimiento constante de los impactos, para introducir medidas preventivas o correctivas que resultan necesarias”.

#### 3.4. Cuadro de Operacionalización de variables

Tabla 1  
*Operacionalización de Variables*

<b>Variable Independiente</b>	La historia	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tradición</li> <li>• Herencia</li> </ul>
	El lenguaje	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dialogo</li> <li>• Intercambio de ideas</li> <li>• Experiencias</li> </ul>
	Identidad cultural	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Estructura psíquica</li> <li>• Aprendizaje social</li> <li>• Entorno histórico</li> </ul>
<b>Variable Dependiente</b>	Demanda Turística	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nuevas Tendencias</li> <li>• Singularidad</li> <li>• Diferenciación y</li> <li>• Temática</li> </ul>
	Oferta turística	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Entorno natural.</li> </ul>
<b>Turismo sostenible</b>	Destinos emergentes	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nuevos destinos.</li> <li>• Precios competitivos</li> <li>• Ofertas renovadas</li> </ul>

Fuente: Terry J,( 2011) y Virgen A, (2014)

## **CAPITULO IV**

### **METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN**

#### 4.1. Enfoque, tipo y nivel de investigación

##### 4.1.1. Enfoque de investigación

El enfoque de la investigación es cuantitativo, ya que en la recolección de datos se utilizó la encuesta, la cual al momento de procesarse se sacó tablas estadísticas.

##### 4.1.2. Tipo de investigación

“La investigación es de tipo descriptivo correlacional pues no se van a manipular ninguna de las variables por lo tanto es básica ya que no es experimental” (Sanchez & Reyes, 2000).

##### 4.1.3. Nivel de investigación

Según (Hernandez R. Fernandez C. & Baptista, 2010) “La investigación descriptivo correlacional se limita a obtener datos, ordenarlos, clasificarlos y establecer relaciones entre variables”. Por lo tanto, la presente investigación es descriptiva correlacional.

#### 4.2. Método y Diseño de la investigación

“La metodología cuantitativa es utilizada en la recolección y el análisis de datos para contestar preguntas de investigación y probar hipótesis establecidas.” (Angulo, 2010)

##### 4.2.1. Método de la investigación

El método que se aplicó será el Analítico pues según (Ortiz & Garcia , 2005) “El Método analítico es aquel método de investigación que consiste en la desmembración de un todo, descomponiéndolo en sus partes o elementos para observar las causas, la naturaleza y los efectos”. “El análisis es la observación y examen de un hecho en particular. Es necesario conocer la naturaleza del fenómeno y objeto que se estudia para comprender su esencia”.

#### 4.2.2. Diseño de la investigación

El diseño que corresponde es el siguiente:

Dónde:

$$N = O_x \longleftrightarrow O_y$$

N = Muestra

O<sub>x</sub> = Identidad cultural

O<sub>y</sub> = Turismo sostenible

#### 4.3. Población y Muestra de la Investigación

##### 4.3.1. Población

El presente estudio se trabajó con los turistas nacionales y extranjeros del Cañón del Colca, los cuales para el 2019 fueron de 32.924 datos extraídos de (Mincetur, 2019)

##### 4.3.2. Muestra

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

Z	=	95% = (z = 1,96) (margen de confiabilidad)	1.96
N	=	Tamaño de la población (Nro. de Turistas seleccionados)	32,924

P	=	Éxito de la varianza poblacional (0.50)	0.5
Q	=	Fracaso de la varianza poblacional (0.50)	0.5
E	=	5% = 0,05	0.05
N	=	Tamaño necesario de la muestra	?

Muestra:

$$N = \frac{(1,96)^2 * (0.50) * (0.50) * (32,924)}{(0.05)^2 * (32,924 - 1) + (1,96)^2 * (0.50) * (0.50)} = \frac{31,620.21}{83.27}$$

$$n = 380$$

#### 4.4. Técnicas e instrumentos para la Recolección de Datos.

##### 4.4.1. Técnica de la investigación.

La presente investigación se trabajó con la encuesta para recolectar los datos necesarios para el desarrollo de la investigación.

##### 4.4.2. Instrumento de la investigación.

El instrumento que sirvió de apoyo para la recolección de la información fue el cuestionario el cual contó con 5 alternativas las cuales ayudaron a tener más opciones para su llenado.

##### 4.4.3. Validez y confiabilidad

Validez

Según (Hernandez R. Fernandez C. & Baptista, 2010) la “validez es el grado en que aparentemente un instrumento de medición mide la variable en cuestión, de acuerdo con expertos en el tema” por consecuencia el proyecto buscará la validez a través de la opinión del juicio de expertos.

Confiabilidad

Para (Cohen & Swerdlik, 2001) la confiabilidad se “Considera como la media de todas las correlaciones de división por mitades posibles, otro método de cálculo de consistencia interna” por lo tanto se trabajará a través del alfa el coeficiente para demostrar la confiabilidad.

#### 4.4.4. Ética en la investigación

El estudio realizado parte de la ética aplicada en cada etapa de la investigación; la planificación, la redacción, la aplicación de instrumentos y la obtención de resultados cuyos datos no fueron alterados.

#### 4.4.5. Líneas de Investigación

- Campo: Turismo, Hotelería y Gastronomía.
- Área: Turismo
- Línea: Turismo Sostenible

## CAPITULO V RESULTADOS

### 5.1. Análisis de tablas y figuras

*Tabla 2*  
*Correlación de variables*

			Identidad cultural	Turismo sostenible
Rho de Spearman	Identidad cultural	Coeficiente de correlación	1.000	,957**
		Sig. (bilateral)		0.000
		N	380	380
	Turismo sostenible	Coeficiente de correlación	,957**	1.000
		Sig. (bilateral)	0.000	
		N	380	380

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

Fuente: extraído del programa SPSS Elaboración propia

#### Interpretación

En la tabla Nro. 2 se identifica una correlación alta positiva con un coeficiente 0.957 lo cual muestra la relación entre las variables.

*Tabla 3*  
*Alfa de Cronbach elementos*

<b>N°</b>	<b>Cuestionario</b>	<b>Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido</b>
1	Usted cree que la historia del cañón del Colca lo ha motivado a visitarlo	0.997
2	Participa Usted las fiestas tradicionales o patronales de los pueblos.	0.997
3	Conocer la historia del Cañón del Colca permite conservar sus valores históricos y culturales.	0.998
4	Cree usted que aún se conserva la herencia cultural a través de su idioma, vestimenta, costumbres ancestrales y festividades.	0.998
5	Cree que el cañón del Colca es heredero de una deslumbrante belleza paisajista.	0.998
6	Usted cree que la herencia cultural de sus pueblos es guardada y representada por sus habitantes.	0.997
7	Considera que el dialogo es la base de nuestra relación con las comunidades y pueblos nativos.	0.997
8	Cree Usted que el dialogo ayuda a generar un clima de confianza entre los pueblos nativos.	0.998
9	Considera usted que el dialogo fortalece la igualdad entre culturas.	0.998
10	Cree que el intercambio de ideas refuerza las relaciones de reciprocidad y cooperación.	0.997
11	Cree Usted que el intercambio de ideas fomenta el conocimiento y valoración de los rasgos culturales.	0.997
12	Usted cree que el intercambio de ideas promueve el acercamiento y respeto a otras culturas y trabaja la cultura de paz.	0.998



13	Usted cree que las experiencias ayudan a identificar y compartir buenas prácticas con el fin de fomentar los derechos de los pueblos.	0.997
14	Las experiencias garantizan la transmisión, protección, conservación y fortalecimiento de los conocimientos tradicionales.	0.997
15	Considera que los conocimientos tradicionales desarrollados a partir de la experiencia se han transmitido de forma oral de generación en generación.	0.997
16	Cree Usted que la estructura psíquica busca la transformación social de sus propias comunidades.	0.997
17	Considera que la estructura psíquica contribuye significativamente para dar respuesta a los problemas que atraviesan los pobladores.	0.997
18	Cree Usted que la estructura psíquica busca la transformación social y el reconocimiento de saberes populares de los pueblos.	0.998
19	Cree Usted que el aprendizaje social está vinculado con el rendimiento y la productividad de los miembros del pueblo.	0.997
20	Considera que el aprendizaje social supone la constante preparación y disposición, vistas como necesarias para resolver las situaciones vitales de la población.	0.998
21	Cree Usted que el aprendizaje social es un proceso que debe potenciarse para fortalecer la identidad cultural del pueblo.	0.997
22	Considera que los nuevos entornos tienen la oportunidad de crear una cultura que de soporte a los valores y creencias de los pueblos.	0.997
23	Cree Usted que la cultura es un componente fundamental para el entorno histórico de los pueblos.	0.997

24	Cree Usted que el entorno histórico genera en cada uno un sentimiento de pertenencia e identidad cultural.	0.997
25	Cree Usted que uno de los mayores desafíos es ofrecer productos que se ajusten a las necesidades de los turistas.	0.998
26	Considera que los prestadores de servicio deben estar al tanto de las nuevas tendencias para seguir el ritmo dinámico del turismo en el Colca.	0.998
27	Cree Usted que los turistas más exigentes prefieren vivir experiencias auténticas y locales.	0.997
28	Cree que el turismo como actividad singular desde la perspectiva de la demanda está relacionado con el consumo fuera del entorno habitual.	0.997
29	Cree Usted que el turismo como actividad singular tiene carácter transversal respecto a la economía del destino.	0.997
30	Cree usted que la singularidad del destino es la clave para prosperar en el turismo.	0.997
31	Usted cree que el Colca como producto diferenciado tiene como objetivo satisfacer un deseo o necesidad de los consumidores.	0.997
32	Usted cree que el destino es una combinación de recursos y servicios turísticos que están pensados en los diferentes públicos.	0.998
33	Cree que la principal diferencia del destino turístico es la imagen que proyecta.	0.997
34	Usted cree que el Cañón del Colca está en permanente proceso de innovación.	0.997
35	Las nuevas temáticas y buenas prácticas desarrolladas por las entidades responsables favorecen al turismo sostenible.	0.997

36	Cree Usted que la temática del destino está vinculada con la infraestructura y el equipamiento.	0.997
37	Los proyectos manejados por las comunidades locales toman en cuenta el entorno natural y cultural del destino	0.997
38	Toda actividad recreativa en contacto directo con la naturaleza tiene como fin la participación y conservación de sus recursos.	0.997
39	Cree Usted que los visitantes buscan solamente una vivencia intensa con la naturaleza.	0.997
40	Cree Usted que los nuevos destinos garanticen la reactivación de los negocios turísticos tras la emergencia.	0.997
41	Se debe trabajar en nuevos paradigmas de desarrollo turístico que apuesten por la confianza del destino.	0.997
42	Cree Usted que los nuevos destinos son una alternativa desmasificada y original.	0.997
43	Los precios son una herramienta estratégica para los gobiernos y empresas que buscan impulsar el desarrollo del destino.	0.997
44	Los precios, la inversión y promoción de nuevos destinos mejoraran la competitividad y crecimiento económico.	0.997
45	Considera que la competitividad en los precios contribuye en la mejora de la imagen del destino a escala nacional e internacional.	0.997
46	Considera que el turismo local debe atender y dar respuesta a demandas y expectativas de los turistas.	0.997
47	Generar la renovación de productos turísticos mejora la competitividad y la calidad del servicio.	0.997

48	Cree usted que se deben plantear estrategias de renovación de espacios receptores de turismo para impulsar nuevas ofertas.	0.997
----	--	-------

### Interpretación

En la tabla Nro. 3 se muestra la confiabilidad de la encuesta donde se alcanzó un 0.998 donde se refleja la fiabilidad del instrumento, como afirma (Hernández, Fernández & Baptista, 2014) “donde afirma la confiabilidad alta”.

*Tabla 4*  
*Valores de Correlación*

<b>RANGO</b>	<b>RELACIÓN</b>
0	No existe correlación
0.01 A + 0.10	Correlación positiva débil
0.11 A + 0.50	Correlación positiva media
0.51 A + 0.75	Correlación positiva considerable
0.76 A + 0.90	Correlación positiva muy fuerte
0.91 A + 1.00	Correlación positiva perfecta

Fuente: ( Siegel & Castellan, 1995)

*Tabla 5*

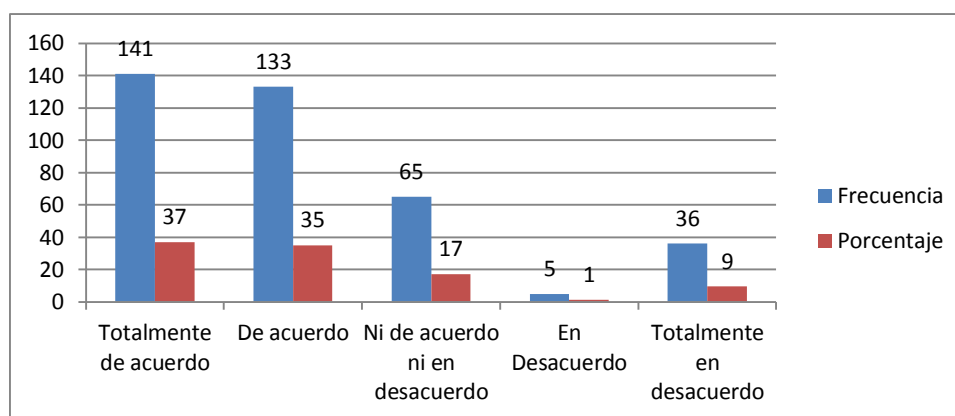
*Usted cree que la historia del cañón del Colca lo ha motivado a visitarlo.*

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	141	37
De acuerdo	133	35
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	65	17
En Desacuerdo	5	1
Totalmente en desacuerdo	36	9
<b>Total</b>	<b>380</b>	<b>100</b>

Fuente elaboración propia – extraído de Excel

Figura 1

Usted cree que la historia del cañón del Colca lo ha motivado a visitarlo.



Interpretación:

En la tabla 5 se visualiza que el 37% está totalmente de acuerdo con que la historia del cañón del Colca los ha motivado a visitar el lugar y a disfrutar de su encanto el cual es demostrado por su gran número de visitantes extranjeros cada año, el 35% manifiesta estar de acuerdo que la historia del lugar los motivo a conocer más acerca de su identidad cultural la cual representa una oportunidad de generar ingresos para el desarrollo de los pueblos, el 17% no está ni de acuerdo ni en desacuerdo con la afirmación, por lo que se debe brindar nuevos atractivos para que los turistas disfruten de la cultura, de sus costumbres y su historia, el 9% está totalmente en desacuerdo y el 1% en desacuerdo demostrando que la historia del Colca debe ser difundida y así poder evitar la pérdida de su identidad cultural.

Tabla 6

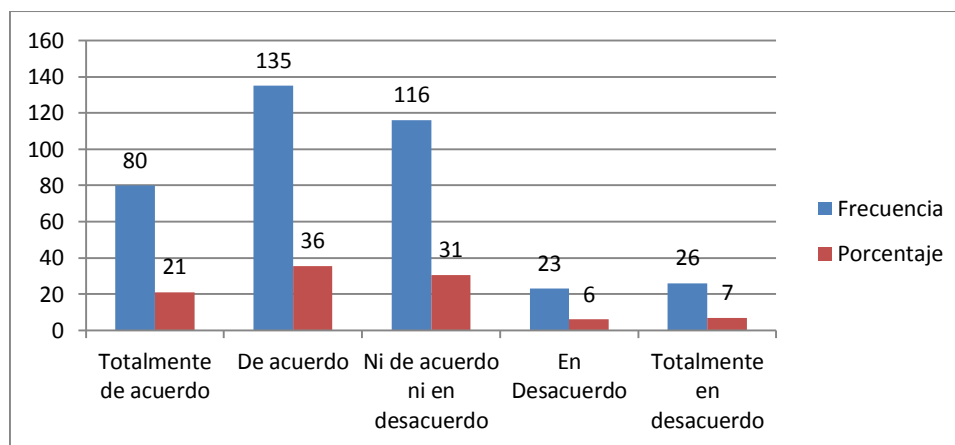
Participa Usted de las fiestas tradicionales o patronales de los pueblos

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	80	21
De acuerdo	135	36
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	116	31
En Desacuerdo	23	6
Totalmente en desacuerdo	26	7
<b>Total</b>	<b>380</b>	<b>100</b>

Fuente elaboración propia – extraído de Excel

Figura 2

Participa Usted de las fiestas tradicionales o patronales de los pueblos



Interpretación:

En la tabla 6 se observa que el 36% está de acuerdo en que la participación en fiestas tradicionales forman parte de la identidad cultural de los pueblos del Colca, ya que se han convertido en una herramienta al servicio del desarrollo del turismo sostenible, el 31% no está ni de acuerdo ni en desacuerdo, por lo que es necesario darles a conocer otros atractivos que cubran sus necesidades y garanticen un turismo responsable, el 21% manifiesta estar totalmente de acuerdo que la participación en fiestas tradicionales los anima a visitar el cañón del Colca, el 7% está totalmente en desacuerdo y el 6% en desacuerdo con la afirmación, demostrando que existen otros elementos que conforman la identidad cultural, los cuales puedan asegurar la viabilidad económica del Colca.

Tabla 7

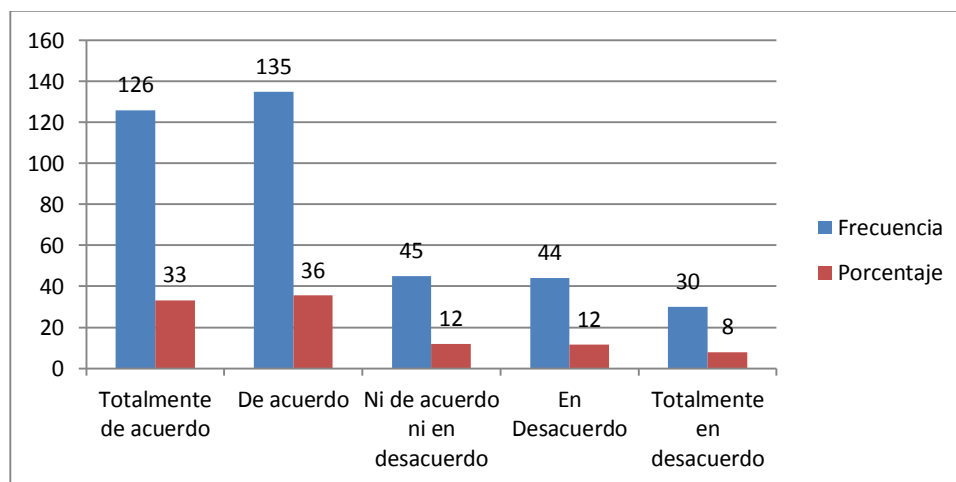
Conocer la historia del Cañón del Colca permite conservar sus valores históricos y culturales.

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	126	33
De acuerdo	135	36
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	45	12
En Desacuerdo	44	12
Totalmente en desacuerdo	30	8
<b>Total</b>	<b>380</b>	<b>100</b>

Fuente elaboración propia – extraído de Excel

Figura 3

Conocer la historia del Cañón del Colca permite conservar sus valores históricos y culturales.



Interpretación:

En la tabla 7 se muestra que el 36% está de acuerdo en que conocer la historia del Cañón del Colca les permite conservar el pasado, de modo que se desarrollen iniciativas que garantizan la sostenibilidad turística de la zona, el 33% está totalmente de acuerdo en que preservar la historia y cultura del Colca permite impulsar un turismo más responsable, el 12 % menciona no estar ni de acuerdo ni en desacuerdo con la afirmación, por otra parte el 12% está en desacuerdo y el 8% expresa estar totalmente en desacuerdo demostrando que la conservación de la historia y la cultura son fundamentales para mantener la identidad de los pueblos.

Tabla 8

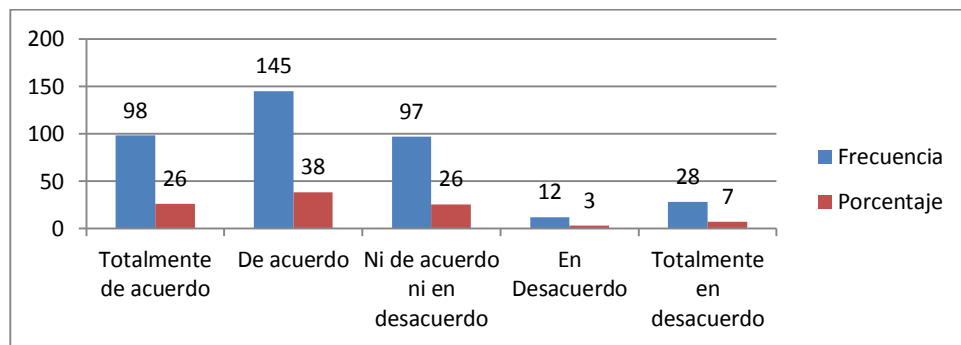
Cree usted que aún se conserva la herencia cultural a través de su idioma, vestimenta, costumbres ancestrales y festividades

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	98	26
De acuerdo	145	38
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	97	26
En Desacuerdo	12	3
Totalmente en desacuerdo	28	7
<b>Total</b>	<b>380</b>	<b>100</b>

Fuente elaboración propia – extraído de Excel

Figura 4

Cree usted que aún se conserva la herencia cultural a través de su idioma, vestimenta, costumbres ancestrales y festividades



Interpretación:

En la tabla 8 se visualiza que el 38% está de acuerdo en que aún se conserva la herencia cultural, convirtiendo al destino más atractivo ante los ojos de los turista y por ende un gran número de visitas, el 26% está totalmente de acuerdo en que conservar la herencia cultural atrae el interés de los visitantes los cuales valoran cada vez más la cultura originaria del Colca, el 26% manifiesta no estar ni de acuerdo ni en desacuerdo con la afirmación, por otra parte el 7% está totalmente en desacuerdo y solo un 3% en desacuerdo demostrando que sin la preservación de la herencia cultural del Colca no se podrían crear nuevas oportunidades laborales que garanticen la protección y conservación de su identidad cultural.



Tabla 9

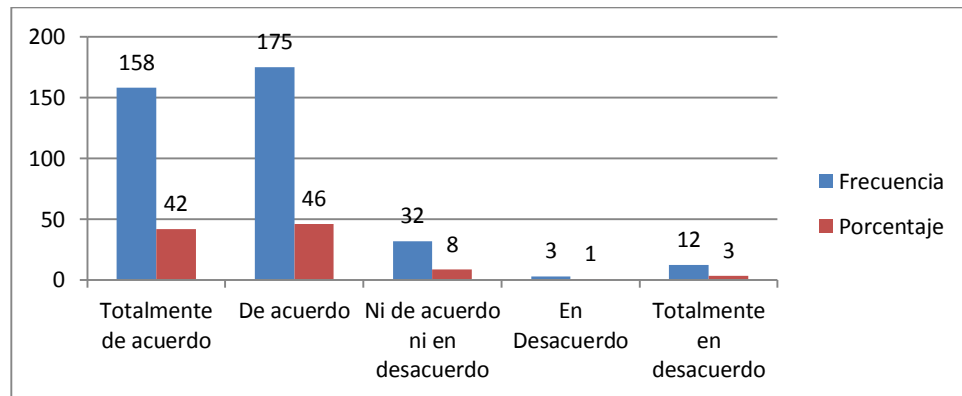
Cree que el cañón del Colca es heredera de una deslumbrante belleza paisajista.

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	158	42
De acuerdo	175	46
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	32	8
En Desacuerdo	3	1
Totalmente en desacuerdo	12	3
<b>Total</b>	<b>380</b>	<b>100</b>

Fuente elaboración propia – extraído de Excel

Figura 5

Cree que el cañón del Colca es heredera de una deslumbrante belleza paisajista.



Interpretación:

En la tabla 9 se observa que el 46% está de acuerdo en que el Cañón del Colca es heredera de una gran belleza paisajista, la cual se ha convertido en el gran atractivo turístico de la zona, el 42% está totalmente de acuerdo que la belleza paisajista de la que es poseedora atrae a un gran número de turistas los cuales se ven deslumbrados por su majestuosidad, el 8% no está ni de acuerdo ni en desacuerdo con la afirmación, ya que consideran que la belleza paisajista puede o no ser el principal elemento que influye en un destino, asimismo el 3% está totalmente en desacuerdo y solo un 3% en desacuerdo en que el Colca sea heredera de una belleza natural debido a las modificaciones que ha sufrido durante el desarrollo de su actividad turística.

Tabla 10

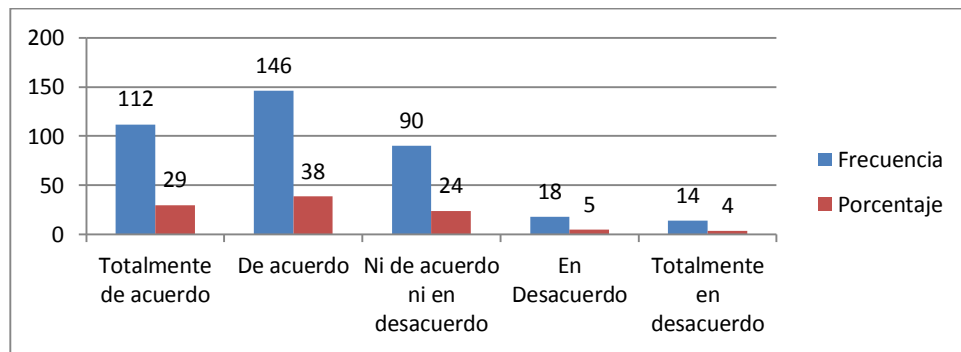
*Usted cree que la herencia cultural de sus pueblos es guardada y representada por sus habitantes.*

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	112	29
De acuerdo	146	38
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	90	24
En Desacuerdo	18	5
Totalmente en desacuerdo	14	4
<b>Total</b>	<b>380</b>	<b>100</b>

Fuente elaboración propia – extraído de Excel

Figura 6

*Usted cree que la herencia cultural de sus pueblos es guardada y representada por sus habitantes*



Interpretación:

En la tabla 10 se puede notar que el 38% se encuentra de acuerdo con que la herencia cultural es guardada y preservada por los habitantes del Cañón del Colca, la cual se refleja en la gran afluencia de turistas que lo visitan cada año, el 29% está totalmente de acuerdo en que los pueblos guardan y preservan su herencia cultural con el fin de impulsar el turismo a través de otras actividades productivas complementarias, mientras que el 24% de los encuestados no está ni de acuerdo ni en desacuerdo con la afirmación pues no conocen la cultura de la zona, en cambio el 5% se encuentra en desacuerdo y solo un 4% en total desacuerdo con la afirmación pues manifiestan que las costumbres heredadas están cambiando.

Tabla 11

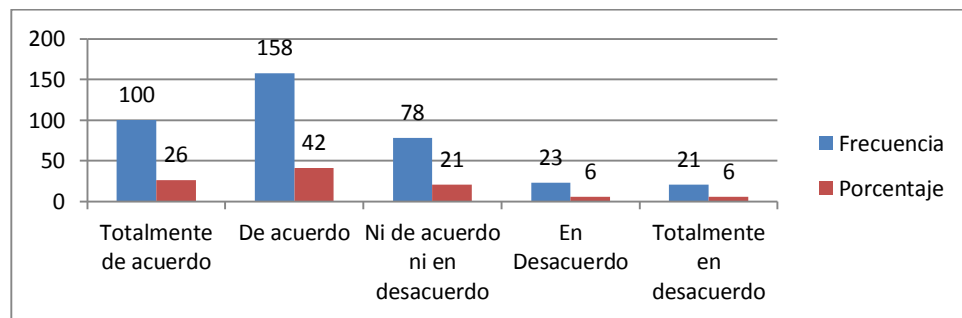
Consideras que el dialogo es la base de nuestra relación con las comunidades y pueblos nativos

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	100	26
De acuerdo	158	42
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	78	21
En Desacuerdo	23	6
Totalmente en desacuerdo	21	6
<b>Total</b>	<b>380</b>	<b>100</b>

Fuente elaboración propia – extraído de Excel

Figura 7

Consideras que el dialogo es la base de nuestra relación con las comunidades y pueblos nativos



Interpretación:

En la tabla 11 se observa que el 42% está de acuerdo en que el dialogo es la base para una buena relación entre comunidades y pueblos, además permite contribuir en la protección del patrimonio ambiental y cultural, el 26% está totalmente de acuerdo en que el dialogo no solo crea buenas relaciones sino trae consigo beneficios del turismo en las comunidades permitiéndoles mejorar y mantener una buena calidad de vida, el 21 % no está ni de acuerdo ni en desacuerdo ya que no tienen conocimiento sobre el tema, en cambio el 6% está en desacuerdo y otro 6% en total desacuerdo ya que consideran que el dialogo es de suma importancia pero no es la base principal para crear buenas relaciones entre los pueblos.

Tabla 12

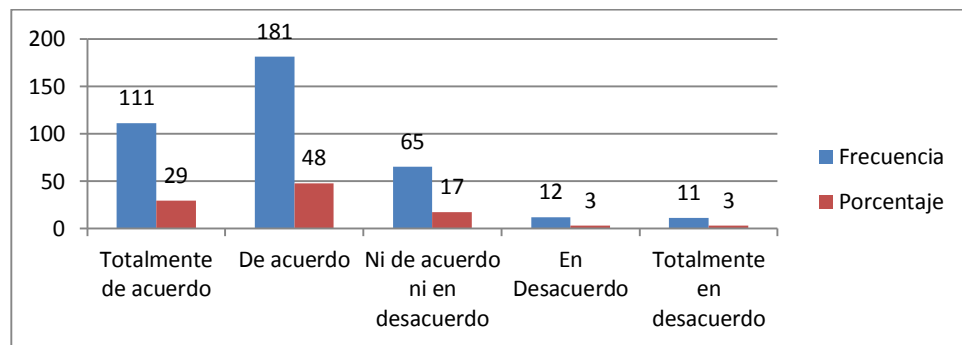
Cree usted que el dialogo fluido ayuda a generar un clima de confianza entre los pueblos nativos

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	111	29
De acuerdo	181	48
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	65	17
En Desacuerdo	12	3
Totalmente en desacuerdo	11	3
<b>Total</b>	<b>380</b>	<b>100</b>

Fuente elaboración propia – extraído de Excel

Figura 8

Cree usted que el dialogo fluido ayuda a generar un clima de confianza entre los pueblos nativos



Interpretación:

En la tabla 12 se visualiza que el 48% está de acuerdo en que el dialogo genera un clima de confianza entre los pueblos, permite que el turismo sea la fuente generadora de empleo e impulsadora de otras actividades complementarias, el 29% está totalmente de acuerdo en que el dialogo permite la interacción entre individuos que comparten diferentes culturas, los cuales tienen como fin establecer acuerdos en beneficio de ambas partes, el 17 % menciona no estar ni de acuerdo ni en desacuerdo en pocas palabras no opina acerca de la afirmación, en cambio el 3% menciona estar en desacuerdo y otro 3% restante debido a que no considera al dialogo como el constructor de la confianza que promueve el desarrollo.

Tabla 13

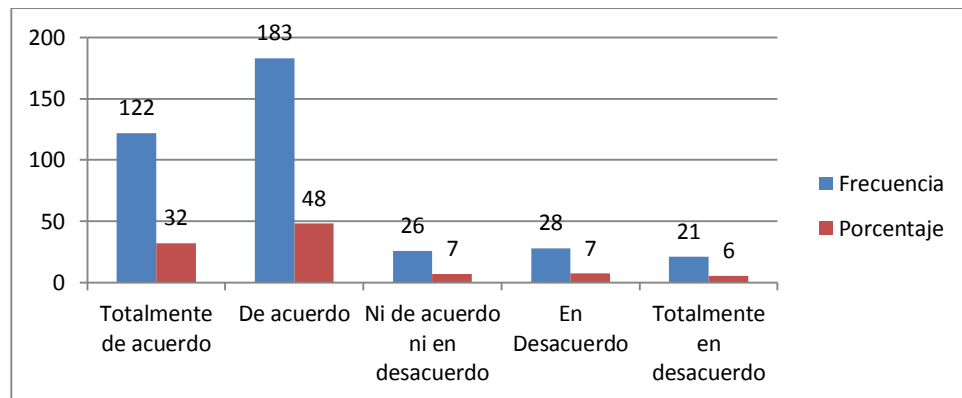
Considera usted que el dialogo fortalece la igualdad entre culturas

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	122	32
De acuerdo	183	48
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	26	7
En Desacuerdo	28	7
Totalmente en desacuerdo	21	6
<b>Total</b>	<b>380</b>	<b>100</b>

Fuente elaboración propia – extraído de Excel

Figura 9

Considera usted que el dialogo fortalece la igualdad entre culturas



Interpretación:

En la tabla 13 se observa que el 48% de encuestados está de acuerdo en que el dialogo consolida la igualdad entre culturas, ya que genera un clima de confianza que garantiza la comunicación fluida entre las mismas, el 29% está totalmente de acuerdo en que el dialogo es un canal de comunicación el cual genera nuevas fuentes de ingresos en beneficio de toda la población, el 7% menciona no estar ni de acuerdo ni en desacuerdo es decir se abstienen de dar su opinión, mientras que un 7% están en desacuerdo debido a que consideran que el dialogo solo genera un clima de confianza pero no fortalece la igualdad entre culturas, finalmente tenemos un 6 % que está totalmente en desacuerdo con la afirmación.

Tabla 14

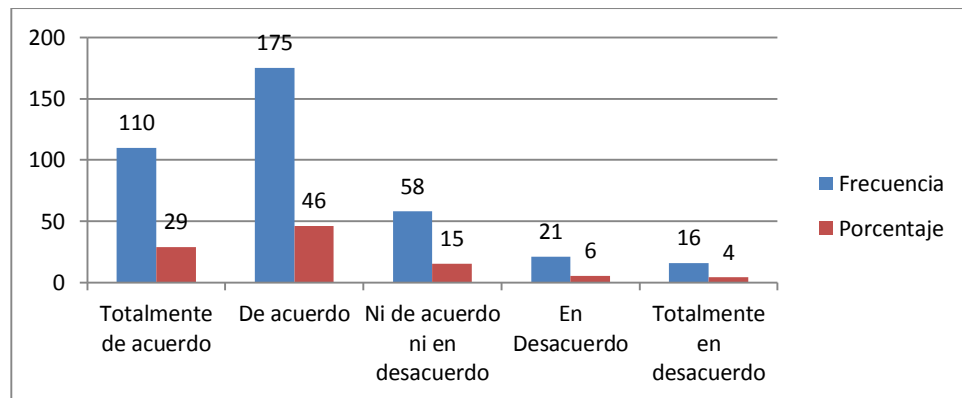
Cree que el intercambio de ideas refuerza las relaciones de reciprocidad y cooperación

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	110	29
De acuerdo	175	46
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	58	15
En Desacuerdo	21	6
Totalmente en desacuerdo	16	4
<b>Total</b>	<b>380</b>	<b>100</b>

Fuente elaboración propia – extraído de Excel

Figura 10

Cree que el intercambio de ideas refuerza las relaciones de reciprocidad y cooperación



Interpretación:

En la tabla 14 se observa que el 46% de encuestados está de acuerdo en que el intercambio de ideas permite tener contacto con otras culturas y refuerza la identidad de las mismas, el 29% está totalmente de acuerdo en que compartir ideas permite crear nuevas fuentes de ingresos en beneficio de toda la comunidad, además de reforzar las relaciones de cooperación entre culturas, el 15% no está ni de acuerdo ni en desacuerdo con la afirmación por lo que reservan su respuesta para ellos mismos, asimismo el 6% menciona estar en desacuerdo junto a un 4% que está totalmente en desacuerdo debido a que consideran que compartir ideas no genera ningún tipo de beneficios .

Tabla 15

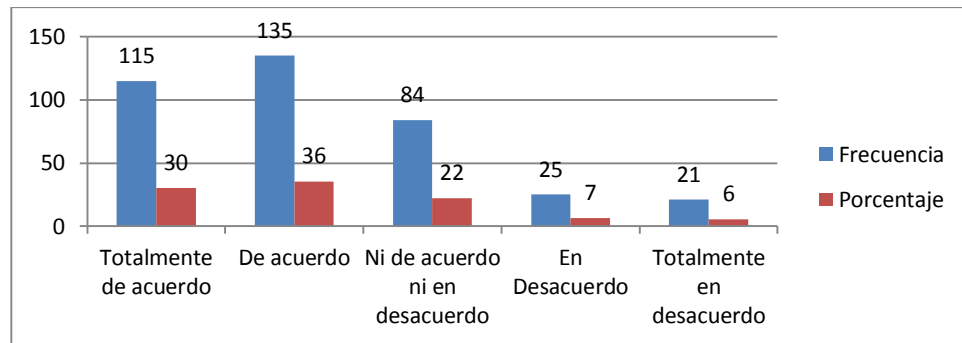
Cree Usted que el intercambio de ideas fomenta el conocimiento y valoración de los rasgos culturales

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	115	30
De acuerdo	135	36
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	84	22
En Desacuerdo	25	7
Totalmente en desacuerdo	21	6
<b>Total</b>	<b>380</b>	<b>100</b>

Fuente elaboración propia – extraído de Excel

Figura 11

Cree Usted que el intercambio de ideas fomenta el conocimiento y valoración de los rasgos culturales



Interpretación:

En la tabla 15 se muestra que el 36% está de acuerdo en que el intercambio de ideas permite conocer otras culturas, donde los turistas pueden ampliar su perspectiva de manera que vayan más allá de lo que pueden imaginar, el 30% dicen estar totalmente de acuerdo ya que favorece el aprendizaje de forma vivencial, les permite comparar y diferenciar culturas, pero sobre todo fomenta la colaboración y trabajo en equipo, el 22% no está ni de acuerdo ni en desacuerdo con la afirmación ya que desean reservarse su opinión, mientras que el 7% se encuentra en desacuerdo y el 6% en total desacuerdo en que el intercambiar ideas con otros ayude a fortalecer las relaciones con otras culturas.

Tabla 16

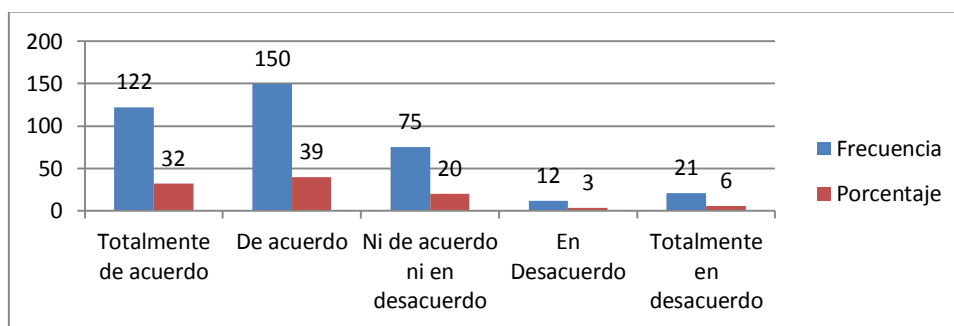
*Usted cree que el intercambio de ideas promueve el acercamiento y respeto a otras culturas y trabaja la cultura de paz.*

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	122	32
De acuerdo	150	39
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	75	20
En Desacuerdo	12	3
Totalmente en desacuerdo	21	6
<b>Total</b>	<b>380</b>	<b>100</b>

Fuente elaboración propia – extraído de Excel

Figura 12

*Usted cree que el intercambio de ideas promueve el acercamiento y respeto a otras culturas y trabaja la cultura de paz*



Interpretación:

En la tabla 16 se muestra que el 39% está de acuerdo en que el intercambio de ideas permite tener un mayor acercamiento con otras culturas, donde son los turistas los que más se benefician ya que adquieren nuevas experiencias, el 32% menciona estar totalmente de acuerdo en que conocer la diversidad cultural de la zona ayuda a desarrollar habilidades y generar confianza entre culturas, mientras el 20% no está ni de acuerdo ni en desacuerdo con la afirmación, en cambio el 6% está totalmente en desacuerdo y solo un 3% en desacuerdo debido a que consideran que el intercambio de ideas no promueve el respeto entre culturas ni mucho menos trabaja por una cultura de paz.



Tabla 17

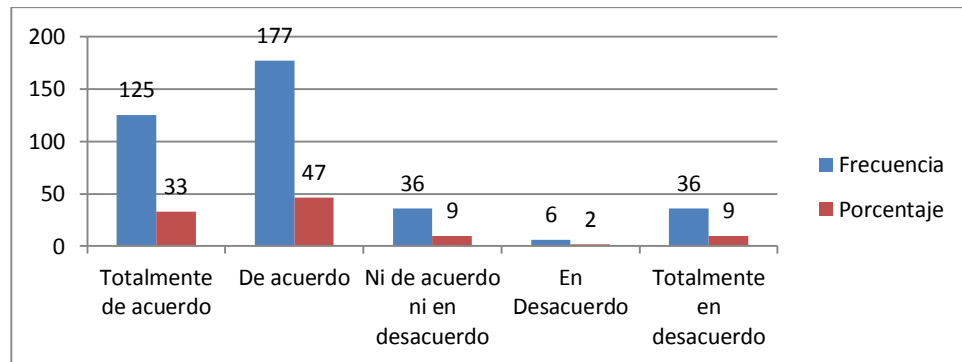
*Usted cree que las experiencias ayudan a identificar y compartir buenas prácticas con el fin de fomentar los derechos de los pueblos*

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	125	33
De acuerdo	177	47
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	36	9
En Desacuerdo	6	2
Totalmente en desacuerdo	36	9
<b>Total</b>	<b>380</b>	<b>100</b>

Fuente elaboración propia – extraído de Excel

Figura 13

*Usted cree que las experiencias ayudan a identificar y compartir buenas prácticas con el fin de fomentar los derechos de los pueblos*



Interpretación:

En la tabla 17 se observa que el 47% está de acuerdo en que las experiencias adquiridas permiten respetar y aceptar otras formas de vida, creencias e ideas, que forman parte de la identidad de cada pueblo, el 33% menciona estar totalmente de acuerdo en que las nuevas experiencias hacen que los visitantes disfruten de nuevas emociones que recordaran toda su vida, asimismo el 9% no está ni de acuerdo ni en desacuerdo con la afirmación puesto que se abstiene en su opinión, en cambio el 9% de encuestados dicen estar totalmente en desacuerdo y solo un 2% en desacuerdo con la afirmación debido a que no creen que las experiencias compartan las buenas prácticas y fomenten los derechos de los pueblos.

Tabla 18

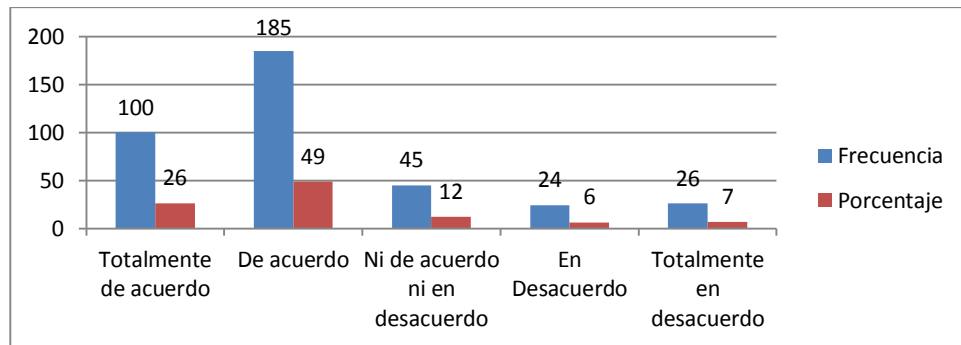
*Las experiencias pueden garantizar la transmisión, protección, conservación y fortalecimiento de los conocimientos tradicionales.*

<b>Respuestas</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Totalmente de acuerdo	100	26
De acuerdo	185	49
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	45	12
En Desacuerdo	24	6
Totalmente en desacuerdo	26	7
<b>Total</b>	<b>380</b>	<b>100</b>

Fuente elaboración propia – extraído de Excel

Figura 14

*Las experiencias pueden garantizar la transmisión, protección, conservación y fortalecimiento de los conocimientos tradicionales*



Interpretación:

En la tabla 18 se indica que el 49% está de acuerdo en que las experiencias que los turistas crean son vivencias inolvidables, las cuales garantizan la transmisión y conservación de las mismas con el fin de ser repetidas, el 26% menciona estar totalmente de acuerdo en que los turistas buscan experiencias transformadoras que provoquen sensaciones y momentos memorables, a través de la interacción con otras culturas, el 12% menciona no estar ni de acuerdo ni en desacuerdo con la afirmación, en cambio el 7% está totalmente en desacuerdo y el 6% restante en desacuerdo debido a que no creen que las experiencia puedan fortalecer los conocimientos tradicionales.

Tabla 19

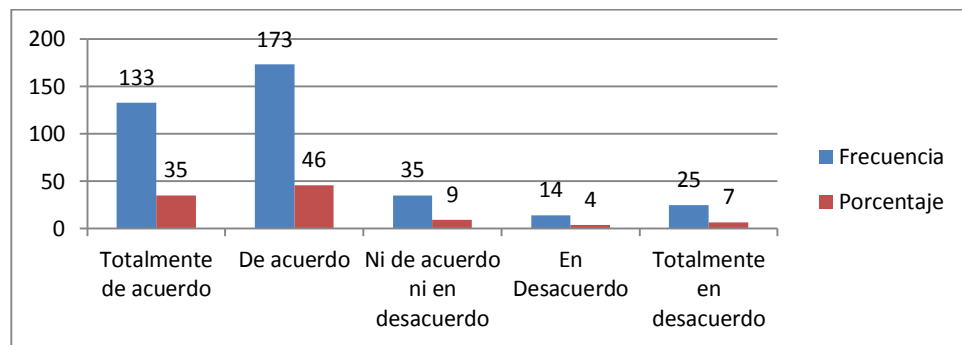
Considera que los conocimientos tradicionales desarrollados a partir de la experiencia se han transmitido de forma oral de generación en generación

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	133	35
De acuerdo	173	46
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	35	9
En Desacuerdo	14	4
Totalmente en desacuerdo	25	7
<b>Total</b>	<b>380</b>	<b>100</b>

Fuente elaboración propia – extraído de Excel

Figura 15

Considera que los conocimientos tradicionales desarrollados a partir de la experiencia se han transmitido de forma oral de generación en generación



Interpretación:

En la tabla 19 se observa que el 46% está de acuerdo en que los conocimientos que los turistas y pobladores adquieren a través de las experiencias son transmitidas entre sus generaciones, el 35% está totalmente de acuerdo en que las experiencias de los turistas van adquiriendo tienen gran influencia significativa y positiva en la satisfacción de sus necesidades y en la adquisición de nuevos saberes, el 9% menciona no estar ni de acuerdo ni en desacuerdo consideran no opinar sobre el tema, en cambio el 7% está totalmente en desacuerdo y el 4% restante en desacuerdo ya que consideran que los conocimientos adquiridos en base a la experiencia vivida pueden no ser transmitidos entre generaciones.

Tabla 20

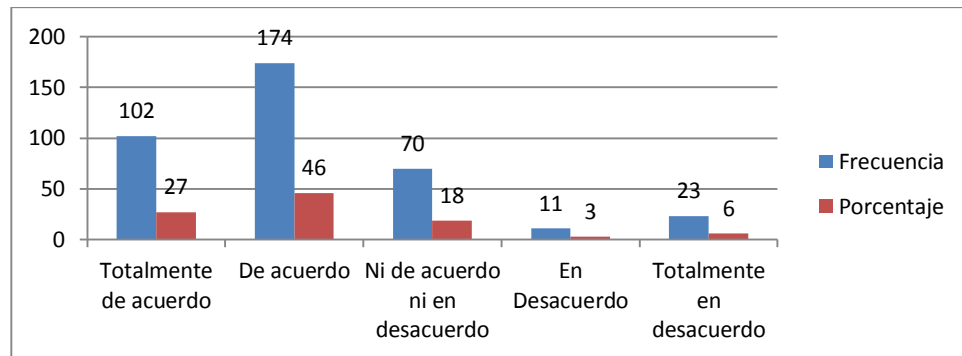
Cree usted que la estructura psíquica busca la transformación social de sus propias comunidades

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	102	27
De acuerdo	174	46
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	70	18
En Desacuerdo	11	3
Totalmente en desacuerdo	23	6
<b>Total</b>	<b>380</b>	<b>100</b>

Fuente elaboración propia – extraído de Excel

Figura 16

Cree usted que la estructura psíquica busca la transformación social de sus propias comunidades



Interpretación:

En la tabla 20 se muestra que el 46% menciona estar de acuerdo en que la estructura psíquica tiene como fin determinar las motivaciones y preferencias de los lugares elegidos por el turista, con el fin de realizar cambios en el destino que beneficien a toda la población, el 27% menciona estar totalmente de acuerdo en que la estructura psíquica realiza cambios en el destino para que respondan a las preferencias de turistas potenciales, el 18% no está ni de acuerdo ni en desacuerdo con la afirmación, en cambio el 6% se encuentra totalmente en desacuerdo en que la estructura psíquica pueda generar cambios que logren satisfacer a sus visitantes del mismo modo el 3% restante está en desacuerdo con lo afirmado.

Tabla 21

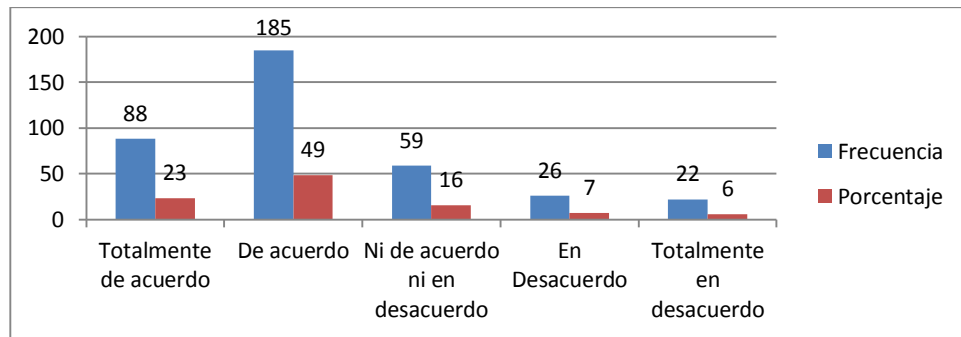
Considera que la estructura psíquica contribuye significativamente para dar respuesta a los problemas que atraviesan los pobladores

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	88	23
De acuerdo	185	49
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	59	16
En Desacuerdo	26	7
Totalmente en desacuerdo	22	6
<b>Total</b>	<b>380</b>	<b>100</b>

Fuente elaboración propia – extraído de Excel

Figura 17

Considera que la estructura psíquica contribuye significativamente para dar respuesta a los problemas que atraviesan los pobladores



Interpretación:

En la tabla 21 se indica que el 49% de encuestados están de acuerdo en que la estructura psíquica puede dar respuesta a los problemas de los pobladores, a través de nuevas estrategias de marketing turístico de la zona, el 23% menciona estar totalmente de acuerdo en que la estructura psíquica permite la creación de una nueva imagen del destino, que logre captar la atención de más visitantes para que puedan conocer la identidad cultural de la zona, el 16% no está ni de acuerdo ni en desacuerdo por lo que no opinan, en cambio el 7% está en desacuerdo y el 6% en total desacuerdo debido a que consideran que la estructura psíquica no da respuesta a los problemas que atraviesan los pobladores.

Tabla 22

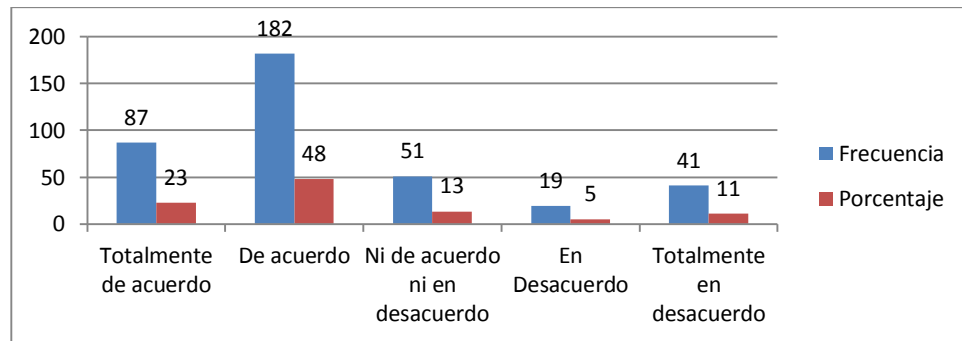
Cree usted que la estructura psíquica busca la transformación social y el reconocimiento de saberes populares de los pueblos

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	87	23
De acuerdo	182	48
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	51	13
En Desacuerdo	19	5
Totalmente en desacuerdo	41	11
<b>Total</b>	<b>380</b>	<b>100</b>

Fuente elaboración propia – extraído de Excel

Figura 18

Cree usted que la estructura psíquica busca la transformación social y el reconocimiento de saberes populares de los pueblos



Interpretación:

En la tabla 22 se observa que el 48% está de acuerdo en que la estructura psíquica busca promover el desarrollo y la diversificación de la identidad cultural de la zona a través de un turismo sustentable que genere beneficios a su población, el 23% está totalmente de acuerdo, ya que asegura la participación activa de su gente con el objetivo de crear una oferta turística atractiva, dando mayor valor al patrimonio cultural e identidad cultural del destino, el 13% considera no estar ni de acuerdo ni en desacuerdo con la afirmación, el 11% se encuentra totalmente en desacuerdo y un 5% en desacuerdo debido a que no creen que la estructura psíquica pueda transformar la sociedad ni reconocer los saberes populares de los pueblos.

Tabla 23

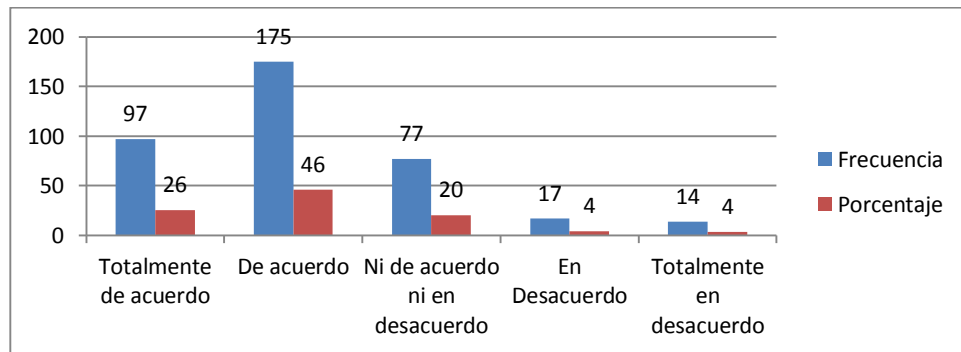
Cree usted que el aprendizaje social está vinculado con el rendimiento y la productividad de los miembros del pueblo

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	97	26
De acuerdo	175	46
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	77	20
En Desacuerdo	17	4
Totalmente en desacuerdo	14	4
<b>Total</b>	<b>380</b>	<b>100</b>

Fuente elaboración propia – extraído de Excel

Figura 19

Cree usted que el aprendizaje social está vinculado con el rendimiento y la productividad de los miembros del pueblo



Interpretación:

En la tabla se observa que el 46% está de acuerdo en que el aprendizaje social está vinculado con el desarrollo emprendedor que es la clave de éxito para el turismo sustentable de los pueblos, el 26% está totalmente de acuerdo en que el aprendizaje social es un proceso activo de interacción entre el turista y su entorno, el cual supone un cambio de comportamiento a favor del desarrollo turístico sostenible, mientras que el 20% no está ni de acuerdo ni en desacuerdo ya que prefieren reservar su respuesta, en cambio un 4% está en desacuerdo en que el aprendizaje social pueda estar vinculado ya sea con el rendimiento o productividad de los pueblos y por último el 4% restante está totalmente en desacuerdo con la afirmación.

Tabla 24

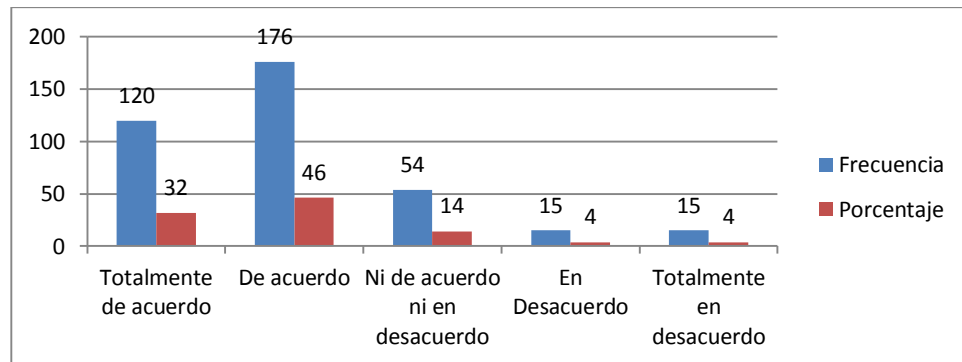
Considera que el aprendizaje social supone la constante preparación y disposición, vistas como necesarias para resolver las situaciones vitales de la población

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	120	32
De acuerdo	176	46
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	54	14
En Desacuerdo	15	4
Totalmente en desacuerdo	15	4
<b>Total</b>	<b>380</b>	<b>100</b>

Fuente elaboración propia – extraído de Excel

Figura 20

Considera que el aprendizaje social supone la constante preparación y disposición, vistas como necesarias para resolver las situaciones vitales de la población



Interpretación:

En la tabla 24 se observa que el 46% está de acuerdo en que el aprendizaje social es una herramienta efectiva para el desarrollo turístico sostenible de las comunidades andinas, el 32% menciona estar totalmente de acuerdo en que el turista a través del aprendizaje social aprende nuevas formas de como satisfacer sus necesidades y poder dar solución a problemas de la población, el 14% dice no estar ni de acuerdo ni en desacuerdo con lo mencionado, en cambio un 4% está en desacuerdo ya que consideran que el aprendizaje social no se logra solo con una buena preparación y disposición de la población, por ultimo tenemos un 4% que está totalmente en desacuerdo con lo afirmado.



Tabla 25

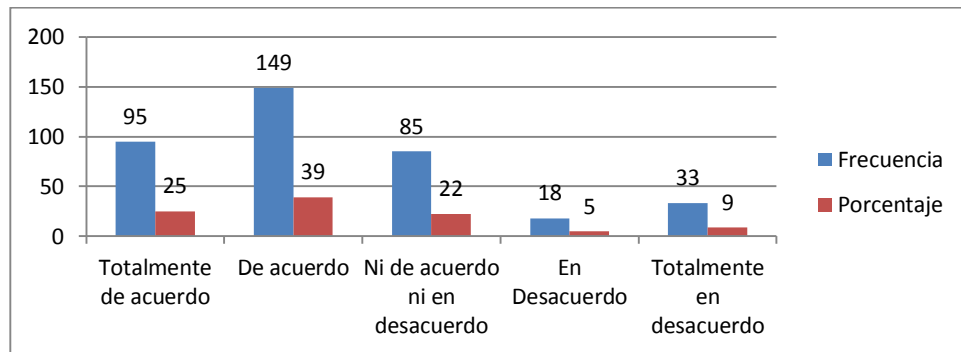
*Cree usted que el aprendizaje social es un proceso que debe potenciarse para fortalecer la identidad cultural del pueblo*

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	95	25
De acuerdo	149	39
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	85	22
En Desacuerdo	18	5
Totalmente en desacuerdo	33	9
<b>Total</b>	<b>380</b>	<b>100</b>

Fuente elaboración propia – extraído de Excel

Figura 21

*Cree usted que el aprendizaje social es un proceso que debe potenciarse para fortalecer la identidad cultural del pueblo*



Interpretación:

En la tabla 25 se indica que el 39% de personas encuestadas está de acuerdo en que el aprendizaje social permite a los visitantes conocer más acerca de la identidad cultural de los pueblos, el 25% está totalmente de acuerdo en que el aprendizaje social permite la adquisición de nuevos conocimientos, habilidades, valores relativos al turismo, los cuales suponen un cambio a favor del turismo sostenible, el 22% no está ni de acuerdo ni en desacuerdo, se reservan de dar su opinión, en cambio el 9% menciona estar totalmente en desacuerdo y un 5% en desacuerdo porque consideran que el aprendizaje social a pesar de ser un proceso no ayuda a fortalecer la identidad cultural de los pueblos.

Tabla 26

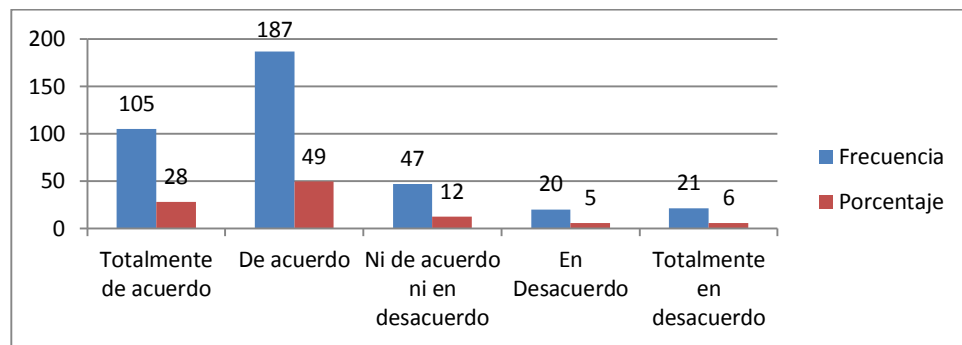
Considera que los nuevos entornos tienen la oportunidad de crear una cultura que de soporte a los valores y creencias del pueblo

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	105	28
De acuerdo	187	49
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	47	12
En Desacuerdo	20	5
Totalmente en desacuerdo	21	6
<b>Total</b>	<b>380</b>	<b>100</b>

Fuente elaboración propia – extraído de Excel

Figura 22

Considera que los nuevos entornos tienen la oportunidad de crear una cultura que de soporte a los valores y creencias del pueblo



Interpretación:

En la tabla 26 se observa que el 49% está de acuerdo en que los turistas al conocer nuevos entornos pueden crear una cultura que garantice la protección y conservación de sus valores y creencias locales, el 28% está totalmente de acuerdo por lo que el conocer nuevos entornos impulsa a un turismo responsable que permita la conservación de todos sus recursos y donde sus necesidades no se vean afectadas, el 12% menciona no estar ni de acuerdo ni en desacuerdo, no conocen del tema, en cambio el 6% está totalmente de acuerdo y un 5% restante en desacuerdo porque creen que los nuevos entornos no pueden crear una nueva cultura que soporte los valores y creencias de otros pueblos.

Tabla 27

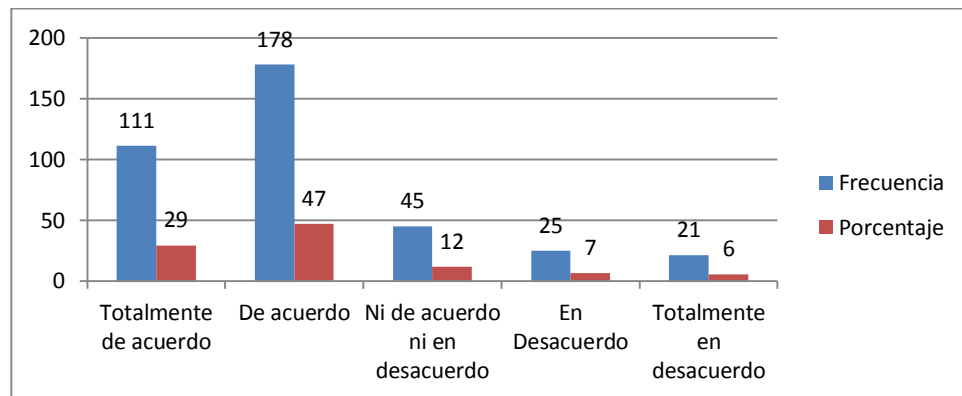
Cree usted que la cultura es un componente fundamental para el entorno histórico del pueblo

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	111	29
De acuerdo	178	47
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	45	12
En Desacuerdo	25	7
Totalmente en desacuerdo	21	6
<b>Total</b>	<b>380</b>	<b>100</b>

Fuente elaboración propia – extraído de Excel

Figura 23

Cree usted que la cultura es un componente fundamental para el entorno histórico del pueblo



Interpretación:

En la tabla 27 se visualiza que el 47% está de acuerdo en que los entornos históricos de los pueblos visitados por turistas se caracterizan cada uno por tener su propia identidad cultural que los hace diferentes del resto, el 29% menciona estar totalmente de acuerdo en que todo entorno tiene una cultura basada en valores y creencias dominantes que influye sobre el proceso de toma de decisiones, asimismo el 12% está ni de acuerdo ni en desacuerdo prefieren reservar su respuesta, en cambio el 7% está en desacuerdo debido a que considera que la cultura no es el principal componente del entorno histórico y un 6% restante está totalmente en desacuerdo con la afirmación.

Tabla 28

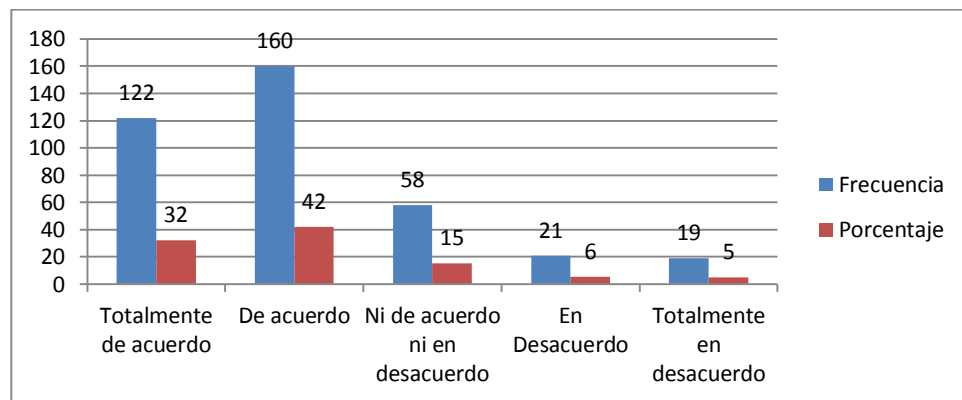
*Cree usted que el entorno histórico genera en cada uno un sentimiento de pertenencia e identidad cultural*

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	122	32
De acuerdo	160	42
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	58	15
En Desacuerdo	21	6
Totalmente en desacuerdo	19	5
<b>Total</b>	<b>380</b>	<b>100</b>

Fuente elaboración propia – extraído de Excel

Figura 24

*Cree usted que el entorno histórico genera en cada uno un sentimiento de pertenencia e identidad cultural.*



Interpretación:

En la tabla 28 se indica que el 42% de encuestados está de acuerdo en que el entorno histórico es un lugar valorado por el turista, el cual posee su propia identidad cultural que lo hace diferente de otros, el 32% está totalmente de acuerdo en que todo entorno histórico es poseedor de una identidad cultural que influye directamente en el sentido de pertenencia de cada pueblo, el 15% no está ni de acuerdo ni en desacuerdo con la afirmación, en cambio el 6% está en desacuerdo y el 5% restante está totalmente en desacuerdo porque consideran que el entorno histórico no puede generar un sentimiento de pertenencia sino es poseedora de una identidad cultural.

Tabla 29

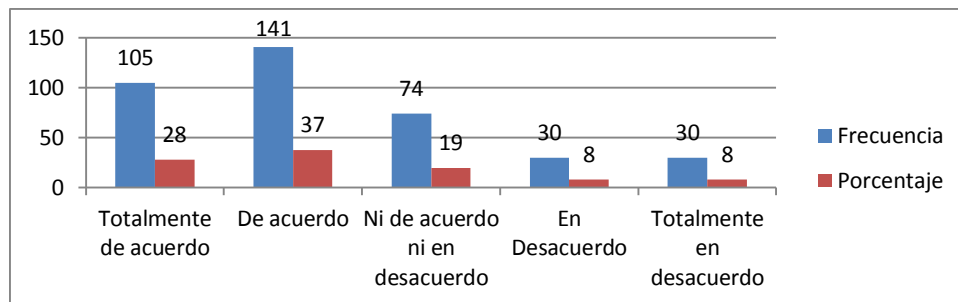
Cree usted que uno de los mayores desafíos es ofrecer productos que se ajusten a las necesidades de los turistas

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	105	28
De acuerdo	141	37
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	74	19
En Desacuerdo	30	8
Totalmente en desacuerdo	30	8
<b>Total</b>	<b>380</b>	<b>100</b>

Fuente elaboración propia – extraído de Excel

Figura 25

Cree usted que uno de los mayores desafíos es ofrecer productos que se ajusten a las necesidades de los turistas



Interpretación:

En la tabla 29 se observa que el 37% de encuestados están de acuerdo en que uno de los mayores desafíos que tienen los prestadores de servicios es el de ofrecer productos que se puedan ajustar a las necesidades de los turistas ya que hoy en día las exigencias son mayores, el 28% dicen estar totalmente de acuerdo en que los destinos deben poner en marcha nuevas estrategias y herramientas para conseguir captar la atención de más turistas con el fin de cubrir sus necesidades, el 19% está ni de acuerdo ni en desacuerdo con la afirmación, por otro lado el 8% está en desacuerdo debido a que creen que ofrecer productos que se ajusten a las necesidades de los turistas sea uno de los mayores desafíos para el turismo y un 8% está totalmente en desacuerdo con la afirmación.

Tabla 30

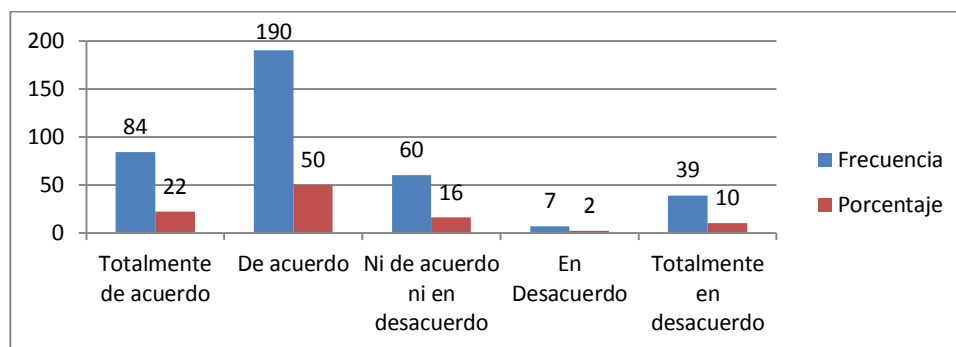
Considera que los prestadores de servicio deben estar al tanto de las nuevas tendencias para seguir el ritmo dinámico del turismo en el Colca

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	84	22
De acuerdo	190	50
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	60	16
En Desacuerdo	7	2
Totalmente en desacuerdo	39	10
<b>Total</b>	<b>380</b>	<b>100</b>

Fuente elaboración propia – extraído de Excel

Figura 26

Considera que los prestadores de servicio deben estar al tanto de las nuevas tendencias para seguir el ritmo dinámico del turismo en el Colca



Interpretación:

En la tabla 30 se observa que el 50% está de acuerdo en que los prestadores de servicios deben conocer las nuevas tendencias del mercado turístico para que cubran las expectativas de los turistas logrando su satisfacción, el 22% manifiesta estar totalmente de acuerdo en que son ellos los encargados de la organización, promoción y comercialización de los servicios para que sean ofrecidos a los turistas en un tiempo y lugar específico, el 16% está ni de acuerdo ni en desacuerdo con la afirmación, en cambio el 10% se encuentra totalmente en desacuerdo y solo un 2% en desacuerdo puesto que consideran que los prestadores de servicios no están al tanto de las nuevas tendencias en el Colca.

Tabla 31

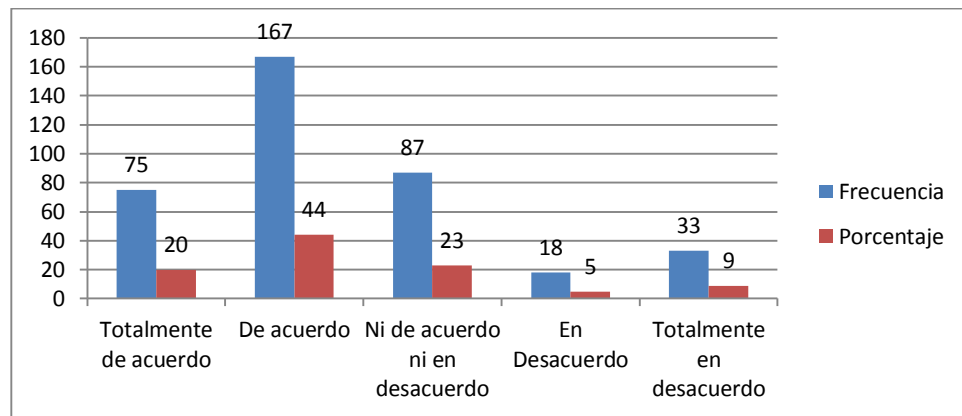
*Cree usted que los turistas más exigentes prefieren vivir experiencias auténticas y locales*

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	75	20
De acuerdo	167	44
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	87	23
En Desacuerdo	18	5
Totalmente en desacuerdo	33	9
<b>Total</b>	<b>380</b>	<b>100</b>

Fuente elaboración propia – extraído de Excel

Figura 27

*Cree usted que los turistas más exigentes prefieren vivir experiencias auténticas y locales*



Interpretación:

En la tabla 31 se muestra que el 44% está de acuerdo en que los turistas son más exigentes y prefieren vivir experiencias auténticas de mayor demanda con el fin de beneficiar al turismo sostenible de la zona, el 23% está ni de acuerdo ni en desacuerdo prefieren no responder, en cambio el 20% está totalmente de acuerdo en que las experiencias auténticas se encuentran en las relaciones que los turistas crean con las personas del lugar que visita durante su estancia, el 9% manifiesta estar totalmente en desacuerdo y un 5% en desacuerdo dado que no solo los turistas más exigentes desean vivir experiencias auténticas y locales.

Tabla 32

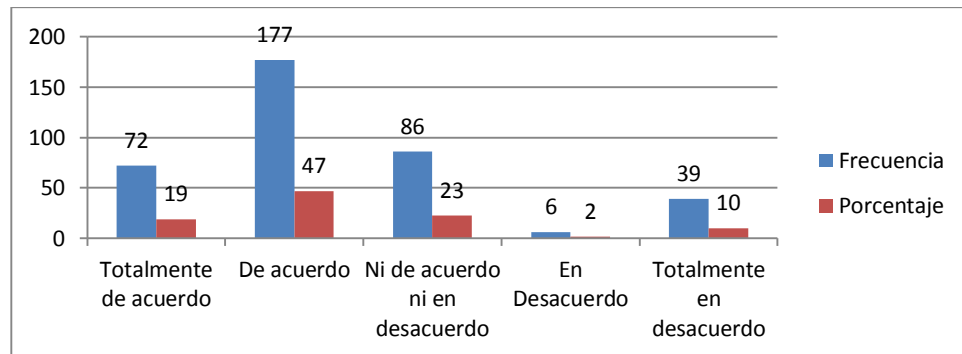
*Cree usted que el turismo como actividad singular desde la perspectiva de la demanda está relacionada con el consumo fuera del entorno habitual*

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	72	19
De acuerdo	177	47
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	86	23
En Desacuerdo	6	2
Totalmente en desacuerdo	39	10
<b>Total</b>	<b>380</b>	<b>100</b>

Fuente elaboración propia – extraído de Excel

Figura 28

*Cree usted que el turismo como actividad singular desde la perspectiva de la demanda está relacionada con el consumo fuera del entorno habitual*



Interpretación:

En la tabla 32 se observa que el 47% de los encuestados está de acuerdo en que el turismo es una actividad singular ya que se encuentra relacionada con el consumo que se realiza fuera del entorno habitual en el que reside y trabaja el turista, el 23% está ni de acuerdo ni en desacuerdo con la afirmación por lo que reservan su opinión, el 19% está totalmente de acuerdo en que la demanda como parte del mercado turístico ayuda en comprender el entorno donde se desenvuelven las empresas turísticas, en cambio el 10% está totalmente en desacuerdo y un 2% en desacuerdo debido a que creen que el turismo como actividad singular a partir de la demanda no tiene relación con el consumo fuera del entorno habitual.



Tabla 33

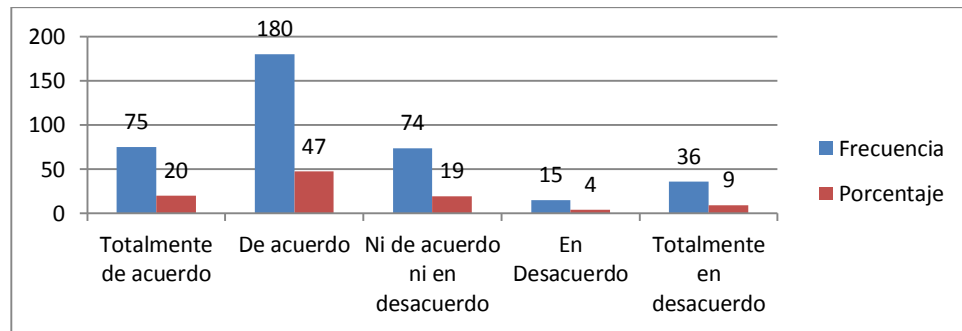
*Cree Usted que el turismo como actividad singular tiene carácter trasversal respecto a la economía del destino*

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	75	20
De acuerdo	180	47
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	74	19
En Desacuerdo	15	4
Totalmente en desacuerdo	36	9
<b>Total</b>	<b>380</b>	<b>100</b>

Fuente elaboración propia – extraído de Excel

Figura 29

*Cree Usted que el turismo como actividad singular tiene carácter trasversal respecto a la economía del destino*



Interpretación:

En la tabla 33 se visualiza que el 47% menciona estar de acuerdo en que el turismo como actividad singular desde la perspectiva de la demanda tiene un carácter trasversal respecto a la economía del destino, mientras que el 20% está de acuerdo con que la singularidad de los mercados turísticos se relaciona con las formas de comercialización puesto que tanto oferentes y demandantes residen en lugares diferentes, el 19% está ni de acuerdo ni en desacuerdo con lo mencionado, por lo que desconocen del tema, en cambio el 9% menciona estar totalmente en desacuerdo y un 4% en desacuerdo debido a que el turismo como actividad singular no se proyecta ni construye en base a la economía de un destino.

Tabla 34

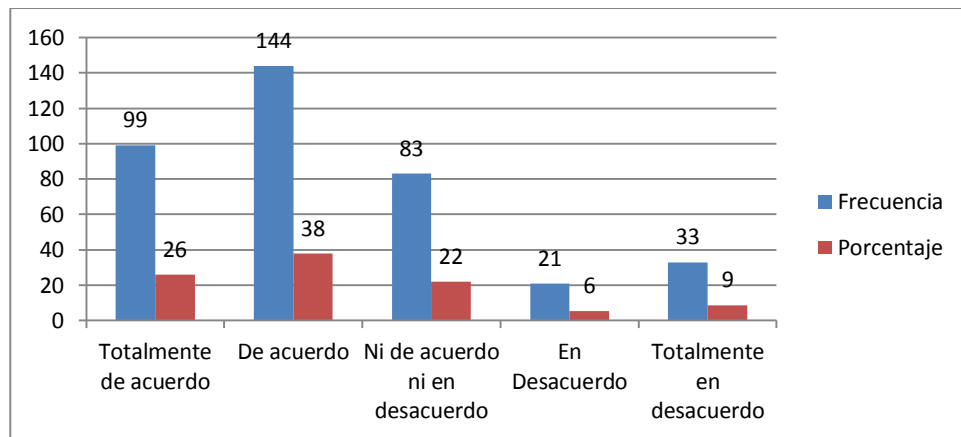
Cree usted que la singularidad del destino es la clave para prosperar en el turismo

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	99	26
De acuerdo	144	38
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	83	22
En Desacuerdo	21	6
Totalmente en desacuerdo	33	9
<b>Total</b>	<b>380</b>	<b>100</b>

Fuente elaboración propia – extraído de Excel

Figura 30

Cree usted que la singularidad del destino es la clave para prosperar en el turismo



Interpretación:

En la tabla 34 se puede notar que el 38% está de acuerdo en que la singularidad del destino permite el diseño de nuevas estrategias de gestión con resultados positivos en el crecimiento económico de la zona, el 26% menciona estar totalmente de acuerdo puesto que establece un desarrollo sostenible para el sector turismo desde sus diversas perspectivas, asimismo el 22% menciona estar ni de acuerdo ni en desacuerdo consideran no dar su opinión, por otro lado el 9% se encuentra totalmente en desacuerdo y el 6% restante en desacuerdo debido a que consideran que la singularidad del destino solo es parte del crecimiento, competitividad y prosperidad del destino.

Tabla 35

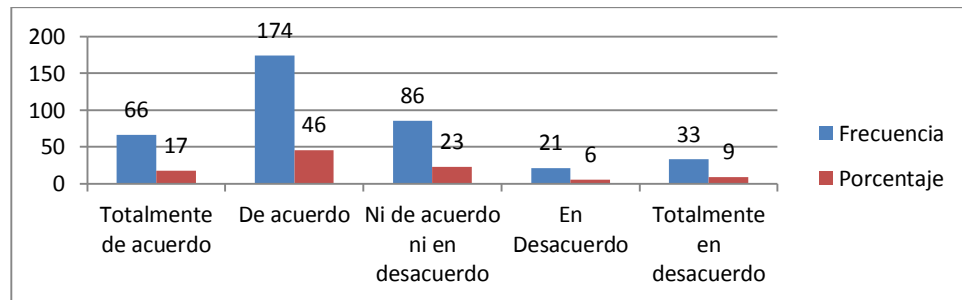
Cree usted que el Colca como producto diferenciado tiene como objetivo satisfacer un deseo o necesidad de los consumidores

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	66	17
De acuerdo	174	46
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	86	23
En Desacuerdo	21	6
Totalmente en desacuerdo	33	9
<b>Total</b>	<b>380</b>	<b>100</b>

Fuente elaboración propia – extraído de Excel

Figura 31

Cree usted que el Colca como producto diferenciado tiene como objetivo satisfacer un deseo o necesidad de los consumidores



Interpretación:

En la tabla 35 se observa que el 46% está de acuerdo en que el Colca como producto diferenciado tiene con fin la diversificación de la oferta turística brindando a los visitantes nuevas experiencias que permitan compartir su cultura y tradición, el 17% está totalmente de acuerdo en que el Colca, es un territorio centrado en la valoración de la identidad cultural y la diversidad natural, siendo el principal atractivo de los turistas, asimismo el 23% está ni de acuerdo ni en desacuerdo por lo que se reservan su opinión, en cambio el 9% menciona estar totalmente de desacuerdo y un 6% restante en desacuerdo con la afirmación debido a que consideran al Colca como producto que satisface las necesidades de sus consumidores pero no se diferencia de otros destinos.

Tabla 36

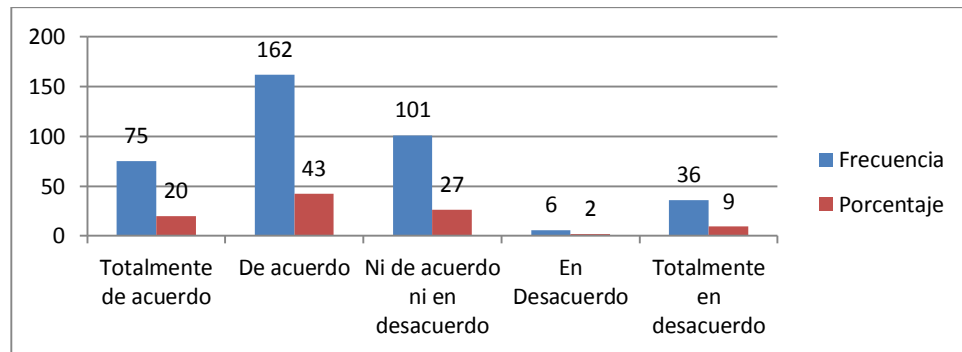
Cree usted que el destino es una combinación de recursos y servicios turísticos que están pensados en los diferentes públicos

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	75	20
De acuerdo	162	43
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	101	27
En Desacuerdo	6	2
Totalmente en desacuerdo	36	9
<b>Total</b>	<b>380</b>	<b>100</b>

Fuente elaboración propia – extraído de Excel

Figura 32

Cree usted que el destino es una combinación de recursos y servicios turísticos que están pensados en los diferentes públicos



Interpretación:

En la tabla 36 se observa que el 43% está de acuerdo en que el Colca como destino es una entidad que engloba diversos recursos turísticos e infraestructuras, los cuales requieren la integración de servicios y productos que buscan satisfacer al turista, el 27% menciona estar ni de acuerdo ni en desacuerdo con la afirmación, mientras que el 20% está totalmente de acuerdo en que el Colca como destino cuenta con todos los recursos y servicios que buscan los turistas con el fin de lograr sus fidelidad, por otro lado el 9% está totalmente en desacuerdo y un 2% restante en desacuerdo debido a que consideran que no todos los destinos poseen los recursos y servicios necesarios para satisfacer a los turistas.

Tabla 37

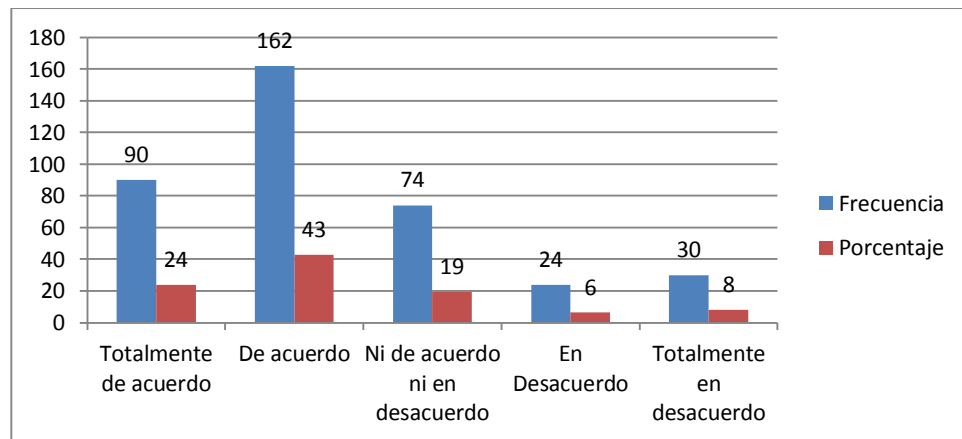
Cree usted que la principal diferencia del destino turístico es la imagen que proyecta

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	90	24
De acuerdo	162	43
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	74	19
En Desacuerdo	24	6
Totalmente en desacuerdo	30	8
<b>Total</b>	<b>380</b>	<b>100</b>

Fuente elaboración propia – extraído de Excel

Figura 33

Cree usted que la principal diferencia del destino turístico es la imagen que proyecta



Interpretación:

En la tabla 37 se visualiza que el 43% está de acuerdo en que el Colca como imagen, influye en la calidad percibida, la satisfacción y la experiencia que los visitantes tienen sobre el destino y que son parte de la Identidad cultural de la zona, el 24% está totalmente de acuerdo en que la percepción de la imagen del Colca como destino turístico, permite la elaboración de estrategias de mercado con el objeto de atraer a más turistas nacionales e internacionales, asimismo el 19% dice estar ni de acuerdo ni en desacuerdo, se reservan de dar su opinión, por otro lado el 8% está totalmente en desacuerdo y un 6% en desacuerdo debido a que la imagen que proyecta un destino turístico no siempre es la principal característica del destino.

Tabla 38

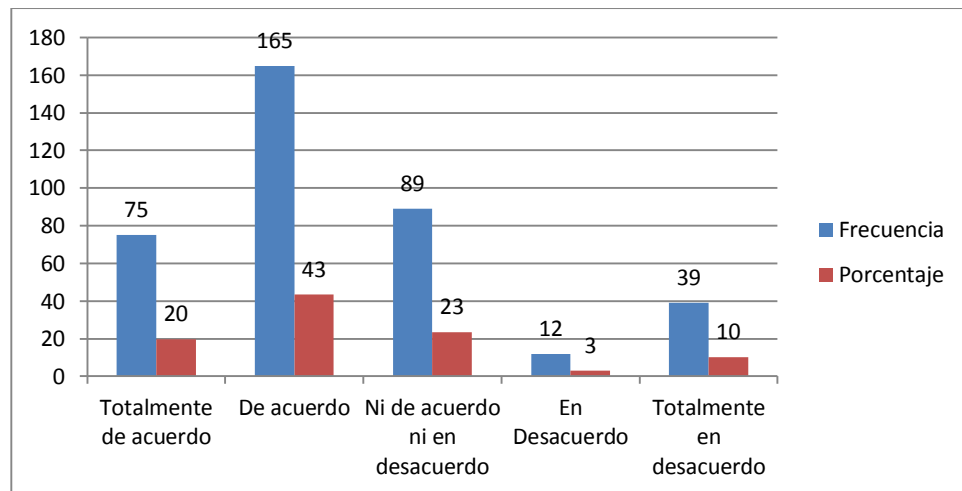
Cree Usted que el Cañón del Colca está en permanente proceso de innovación

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	75	20
De acuerdo	165	43
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	89	23
En Desacuerdo	12	3
Totalmente en desacuerdo	39	10
<b>Total</b>	<b>380</b>	<b>100</b>

Fuente elaboración propia – extraído de Excel

Figura 34

Cree Usted que el Cañón del Colca está en permanente proceso de innovación



Interpretación:

En la tabla 38 se muestra que el 43% está de acuerdo que todo destino está abierto a nuevas ideas de negocio las cuales se van desarrollando a partir de la experiencia, el 20% menciona estar totalmente de acuerdo puesto que todo negocio turístico que vemos en la actualidad ha experimentado un proceso de mejora a través de los años, asimismo el 23% está ni de acuerdo ni en desacuerdo, prefieren no opinar, por otro lado el 10% está totalmente en desacuerdo y un 3% en desacuerdo debido a que el Cañón del Colca no se encuentra en proceso de cambio constante como lo hacen otros destinos.

Tabla 39

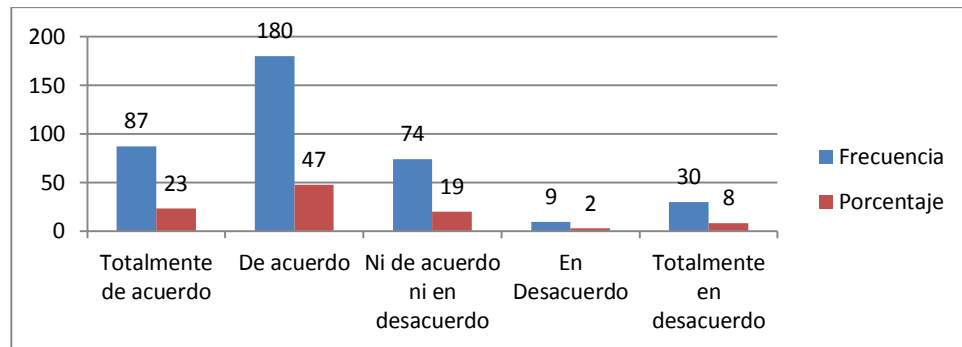
*Las nuevas temáticas y buenas prácticas desarrolladas por las entidades responsables favorecen al turismo sostenible*

<b>Respuestas</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Totalmente de acuerdo	87	23
De acuerdo	180	47
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	74	19
En Desacuerdo	9	2
Totalmente en desacuerdo	30	8
<b>Total</b>	<b>380</b>	<b>100</b>

Fuente elaboración propia – extraído de Excel

Figura 35

*Las nuevas temáticas y buenas prácticas desarrolladas por las entidades responsables favorecen al turismo sostenible*



Interpretación:

En la tabla 39 se observa que el 47% está de acuerdo ya que generan nuevos ingresos económicos para el territorio, creando nuevas oportunidades laborales que garanticen la protección y conservación de los ecosistemas locales, el 23% dice estar totalmente de acuerdo puesto que es una forma de impulsar un turismo responsable que lleve a la conservación de todos los recursos de tal manera que sus necesidades no se vean afectadas, asimismo el 19% está ni de acuerdo ni en desacuerdo con la afirmación, en cambio el 8% está totalmente en desacuerdo y un 2% en desacuerdo con la afirmación, debido a que los nuevos escenarios y practicas realizadas por las entidades turísticas no siempre favorecen al turismo sostenible.

Tabla 40

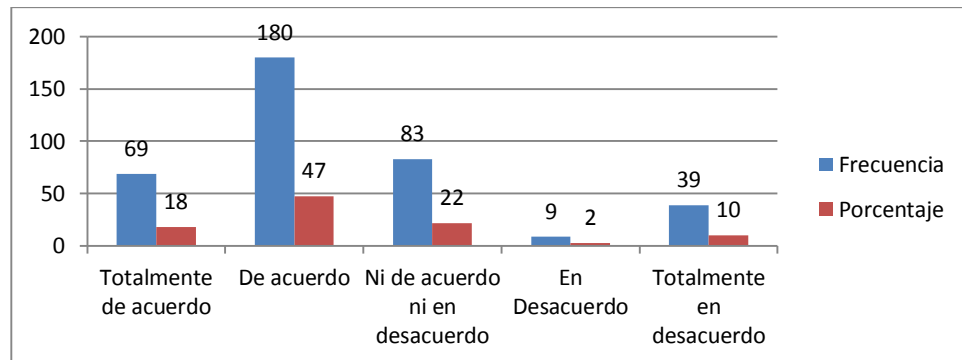
Cree Usted que la temática del destino está vinculada con la infraestructura y el equipamiento

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	69	18
De acuerdo	180	47
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	83	22
En Desacuerdo	9	2
Totalmente en desacuerdo	39	10
<b>Total</b>	<b>380</b>	<b>100</b>

Fuente elaboración propia – extraído de Excel

Figura 36

Cree Usted que la temática del destino está vinculada con la infraestructura y el equipamiento



Interpretación:

En la tabla 40 se observa que el 47% está de acuerdo ya que responde a las necesidades de los turistas e impulsa el turismo sostenible que contribuye a mejorar la calidad de vida de sus habitantes, el 18% está totalmente de acuerdo en que la infraestructura y equipamiento, permiten la explotación comercial de los destinos turísticos naturales o creados, asimismo mejora la oferta turística y aumenta el atractivo del lugar, el 22% dice estar ni de acuerdo ni en desacuerdo, en pocas palabras no opinan, en cambio el 10% se encuentra totalmente en desacuerdo y un 2% en desacuerdo debido a que no creen que la temática del destino este relaciona con su infraestructura y equipamiento.



Tabla 41

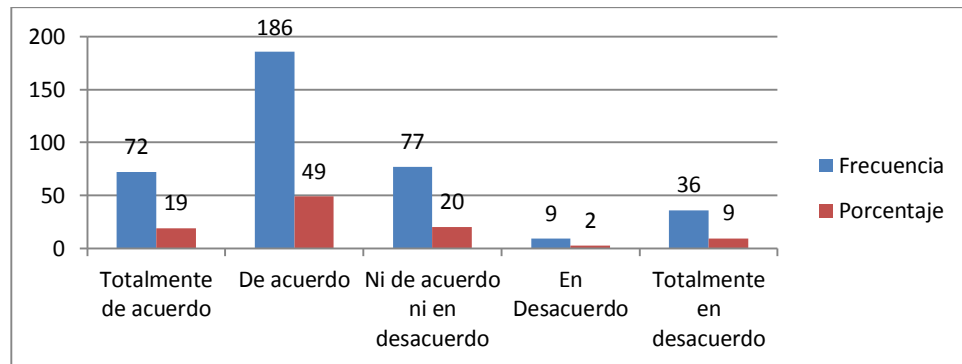
Cree usted que los proyectos manejados por las comunidades locales toman en cuenta el entorno natural y cultural del destino

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	72	19
De acuerdo	186	49
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	77	20
En Desacuerdo	9	2
Totalmente en desacuerdo	36	9
<b>Total</b>	<b>380</b>	<b>100</b>

Fuente elaboración propia – extraído de Excel

Figura 37

Cree usted que los proyectos manejados por las comunidades locales toman en cuenta el entorno natural y cultural del destino



Interpretación:

En la tabla 41 muestra que el 49% está de acuerdo en que las comunidades locales manejan los proyectos turísticos considerando aspectos relevantes como el entorno y su cultura, ya que son elementos fundamentales de la identidad de todos y cada uno de los pueblos, el 19% está totalmente de acuerdo ya que ayudan en conservar el destino y apoyan las iniciativas culturales las cuales son de gran importancia para la preservar la Identidad, el 20% dice estar ni de acuerdo ni en desacuerdo con la afirmación, por otro lado el 9% está totalmente en desacuerdo y solo un 2% en desacuerdo puesto que los proyectos manejados por las comunidades en su mayoría no toman en cuenta el entorno ni mucho menos la cultura del destino.

Tabla 42

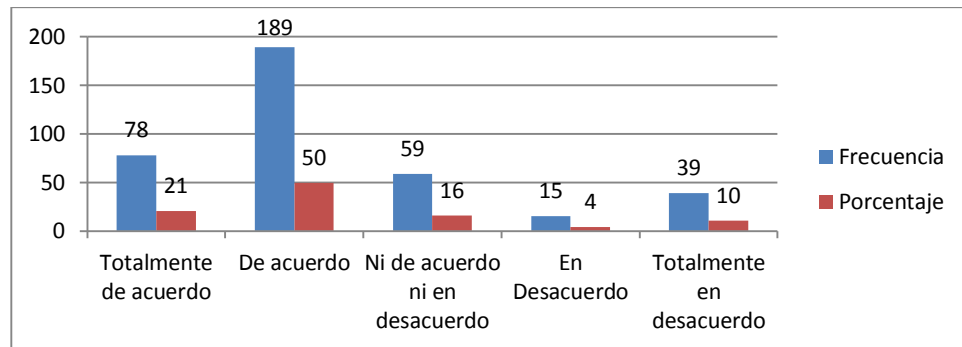
Considera Usted que toda actividad recreativa en contacto directo con la naturaleza tiene como fin la participación y conservación de sus recursos

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	78	21
De acuerdo	189	50
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	59	16
En Desacuerdo	15	4
Totalmente en desacuerdo	39	10
<b>Total</b>	<b>380</b>	<b>100</b>

Fuente elaboración propia – extraído de Excel

Figura 38

Considera Usted que toda actividad recreativa en contacto directo con la naturaleza tiene como fin la participación y conservación de sus recursos



Interpretación:

En la tabla 42 se observa que el 50% está de acuerdo en que el contacto directo con la naturaleza representa una estrategia fundamental para concientizar y conocer espacios y recursos naturales que permitan un turismo responsable, el 21% dice estar totalmente de acuerdo pues fomenta un turismo respetuoso entre los viajeros y la población, su herencia cultural y el medio natural, mientras el 19% dice estar ni de acuerdo ni en desacuerdo, prefieren no opinar, por otro lado el 10% está totalmente en desacuerdo y un 4% en desacuerdo en que toda actividad recreativa en contacto con la naturaleza tenga como fin la participación y conservación de sus recursos.

Tabla 43

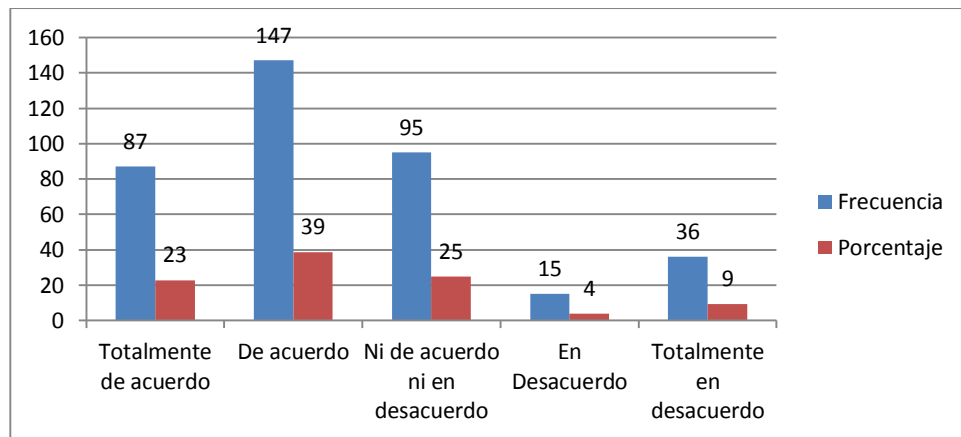
Cree usted que los visitantes buscan solamente una vivencia intensa con la naturaleza

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	87	23
De acuerdo	147	39
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	95	25
En Desacuerdo	15	4
Totalmente en desacuerdo	36	9
<b>Total</b>	<b>380</b>	<b>100</b>

Fuente elaboración propia – extraído de Excel

Figura 39

Cree usted que los visitantes buscan solamente una vivencia intensa con la naturaleza



Interpretación:

En la tabla 43 muestra que el 39% está de acuerdo en que los visitantes buscan experiencias únicas, irrepetibles, donde conozcan y disfruten de los espacios en los que uno no vive de manera permanente, el 23% menciona estar totalmente de acuerdo en que los visitantes aprovechan al máximo el tiempo, en el cual se involucran con los recursos naturales y culturales para satisfacer todas sus expectativas, mientras el 25% dicen estar ni de acuerdo ni en desacuerdo con la afirmación, en cambio el 9% está totalmente en desacuerdo y un 4% restante en desacuerdo, por lo que consideran que los turistas siempre están en búsqueda de nuevas vivencias que puedan ser compartidas en su entorno.

Tabla 44

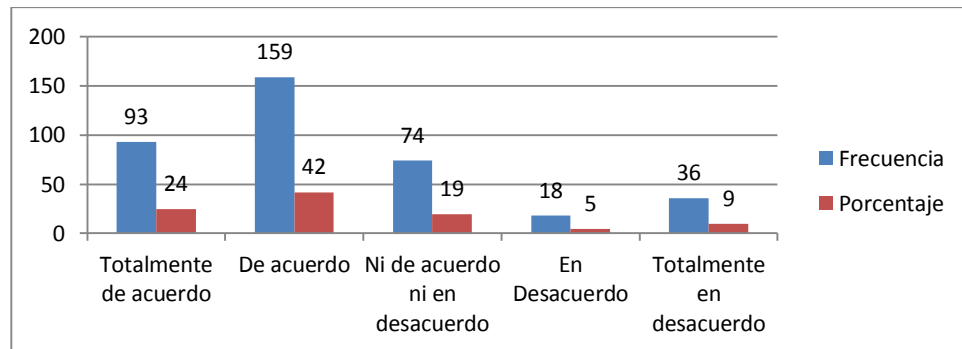
Cree usted que los nuevos destinos garanticen la reactivación de los negocios turísticos tras la emergencia

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	93	24
De acuerdo	159	42
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	74	19
En Desacuerdo	18	5
Totalmente en desacuerdo	36	9
<b>Total</b>	<b>380</b>	<b>100</b>

Fuente elaboración propia – extraído de Excel

Figura 40

Cree usted que los nuevos destinos garanticen la reactivación de los negocios turísticos tras la emergencia



Interpretación:

En la tabla 44 muestra que el 42% está de acuerdo en que los nuevos destinos fomentan la reactivación económica, aprovechando las maravillas y diversidad cultural que ofrece el destino, el 24% está totalmente de acuerdo en que los nuevos destinos contribuyen a crear fuentes de ingresos y puestos de trabajo, pero sobre todo fomentan el incremento de la oferta y la demanda turística del destino, asimismo el 19% está ni de acuerdo ni en desacuerdo, no dan su opinión, por otro lado el 9% está totalmente en desacuerdo y solo el 5% en desacuerdo, consideran que los nuevos destinos no siempre van garantizar la reactivación de los negocios turísticos.

Tabla 45

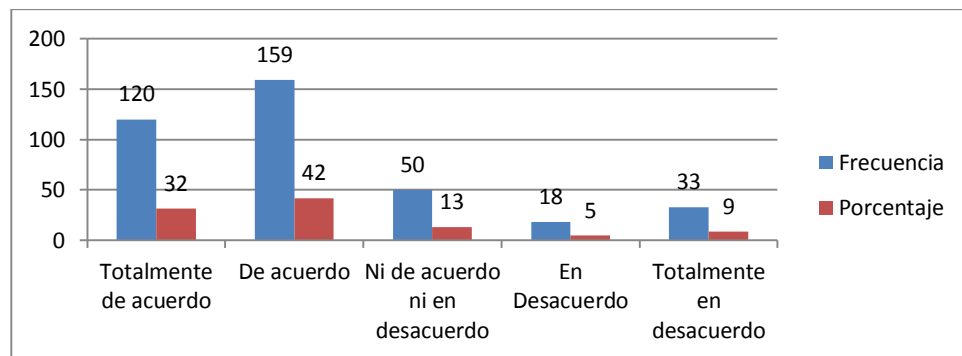
Considera que se debe trabajar en nuevos paradigmas de desarrollo turístico que apuesten por la confianza del destino

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	120	32
De acuerdo	159	42
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	50	13
En Desacuerdo	18	5
Totalmente en desacuerdo	33	9
<b>Total</b>	<b>380</b>	<b>100</b>

Fuente elaboración propia – extraído de Excel

Figura 41

Considera que se debe trabajar en nuevos paradigmas de desarrollo turístico que apuesten por la confianza del destino



Interpretación:

En la tabla 45 se observa que el 42% está de acuerdo en que el desarrollo turístico busca impulsar nuevas formas que contribuyan a promover la calidad, competitividad y confianza del destino, el 32% menciono estar totalmente de acuerdo en que estas nuevas formas de trabajo tienen con fin ofrecer a los turistas una experiencia integral que se complementa a los atractivos naturales y culturales, mientras el 13% está ni de acuerdo ni en desacuerdo con la afirmación, en cambio el 9% está totalmente en desacuerdo y un 5% restante en desacuerdo debido a que el desarrollo turístico a partir de nuevos paradigmas no garantiza la confianza de los pueblos.

Tabla 46

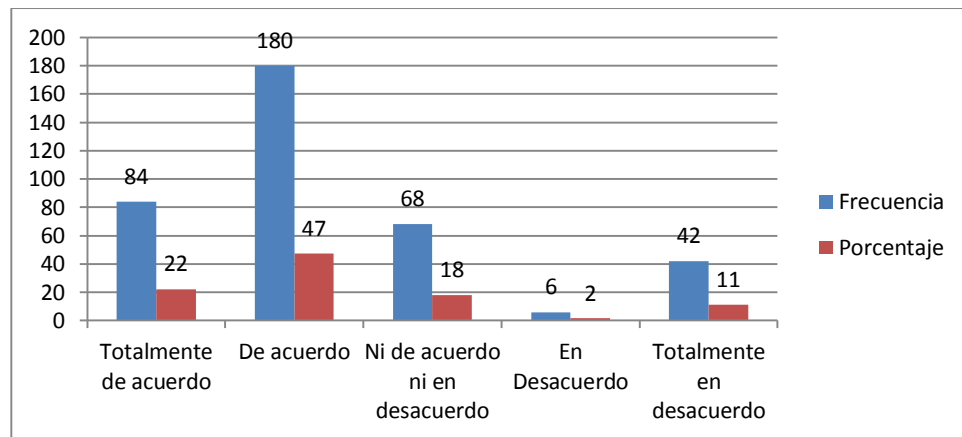
Cree usted que los nuevos destinos son una alternativa desmasificada y original

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	84	22
De acuerdo	180	47
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	68	18
En Desacuerdo	6	2
Totalmente en desacuerdo	42	11
<b>Total</b>	<b>380</b>	<b>100</b>

Fuente elaboración propia – extraído de Excel

Figura 42

Cree usted que los nuevos destinos son una alternativa desmasificada y original



Interpretación:

En la tabla 46 se muestra que el 47% está de acuerdo en que los nuevos destinos son una buena alternativa para generar nuevos empleos, mejorar la calidad de vida de la población, integrar comunidades y crea un turismo más responsable, el 22% está totalmente de acuerdo en que los turistas están en búsqueda de destinos únicos y singulares, donde puedan experimentar nuevas vivencias que los haga sentirse satisfechos, el 18% dice estar ni de acuerdo ni en desacuerdo, se reservan su opinión, en cambio el 11% está totalmente en desacuerdo y el 2% restante en desacuerdo, consideran que los nuevos destinos no son una alternativa única y original.

Tabla 47

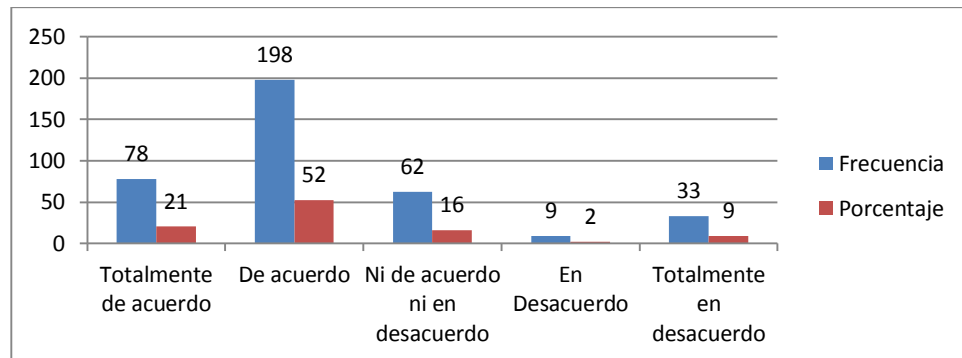
Cree que los precios son una herramienta estratégica para los gobiernos y empresas que buscan impulsar el desarrollo del destino

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	78	21
De acuerdo	198	52
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	62	16
En Desacuerdo	9	2
Totalmente en desacuerdo	33	9
<b>Total</b>	<b>380</b>	<b>100</b>

Fuente elaboración propia – extraído de Excel

Figura 43

Cree que los precios son una herramienta estratégica para los gobiernos y empresas que buscan impulsar el desarrollo del destino



Interpretación:

En la tabla 47 se observa que el 52% dice estar de acuerdo en que los precios como herramienta estratégica, impulsan el desarrollo sostenible a través de la satisfacción de sus propias necesidades, el 21% está totalmente de acuerdo en que los precios son parte del desarrollo turístico, que promueve mayores niveles de calidad y competitividad en el destino, el 16% está ni de acuerdo ni en desacuerdo, no dan su opinión sobre la afirmación, por otro lado el 9% está totalmente en desacuerdo y solo un 2% en desacuerdo ya que consideran que los precios son una herramienta que los gobiernos y empresas no saben emplear adecuadamente para impulsar el desarrollo turístico del destino.

Tabla 48

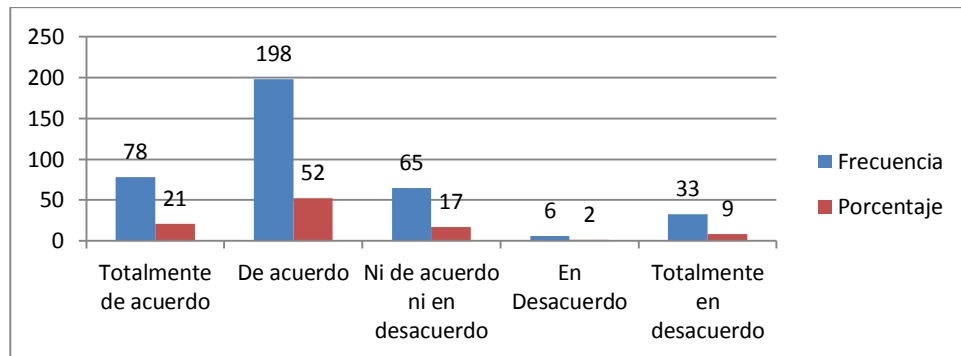
*Cree usted que los precios, la inversión y promoción de nuevos destinos mejoraran la competitividad y crecimiento económico*

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	78	21
De acuerdo	198	52
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	65	17
En Desacuerdo	6	2
Totalmente en desacuerdo	33	9
<b>Total</b>	<b>380</b>	<b>100</b>

Fuente elaboración propia – extraído de Excel

Figura 44

*Cree usted que los precios, la inversión y promoción de nuevos destinos mejoraran la competitividad y crecimiento económico*



Interpretación:

En la tabla 48 se visualiza que el 52% está de acuerdo en que el desarrollo sostenible de los nuevos destinos genera nuevos ingresos económicos, crea nuevas oportunidades laborales y garantiza la conservación de su cultura, el 21% menciona estar totalmente de acuerdo ya que permite realizar un desarrollo sostenible orientado a la gestión de recursos con el fin de garantizar su durabilidad y conservación del capital natural y cultural, el 17% está ni de acuerdo ni en desacuerdo con la afirmación, por otro lado el 9% está totalmente en desacuerdo y solo un 2% en desacuerdo debido a que consideran que los precios, la inversión y la promoción del nuevo destino no garantiza su crecimiento económico.



Tabla 49

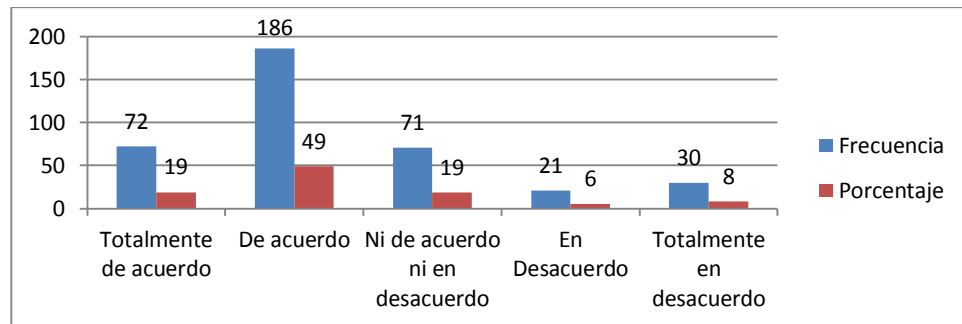
Considera que la competitividad en los precios contribuye en la mejora de la imagen del destino a escala nacional e internacional

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	72	19
De acuerdo	186	49
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	71	19
En Desacuerdo	21	6
Totalmente en desacuerdo	30	8
<b>Total</b>	<b>380</b>	<b>100</b>

Fuente elaboración propia – extraído de Excel

Figura 45

Considera que la competitividad en los precios contribuye en la mejora de la imagen del destino a escala nacional e internacional



Interpretación:

En la tabla 49 se muestra que el 49% está de acuerdo en que los precios son los indicadores de calidad que contribuyen en la mejora de la imagen del destino los cuales son captados por turistas nacionales e internacionales, el 19% está totalmente de acuerdo en que los precios son una de las herramientas de convencimiento de los turistas, el modo como perciben el destino y los anima a tomar mejores decisiones de compra, mientras el 19% está ni de acuerdo ni en desacuerdo, desconocen sobre el tema, en cambio el 8% está totalmente en desacuerdo y un 6% en desacuerdo al creer que la competitividad en los precios contribuye en la mejora de la imagen del destino.

Tabla 50

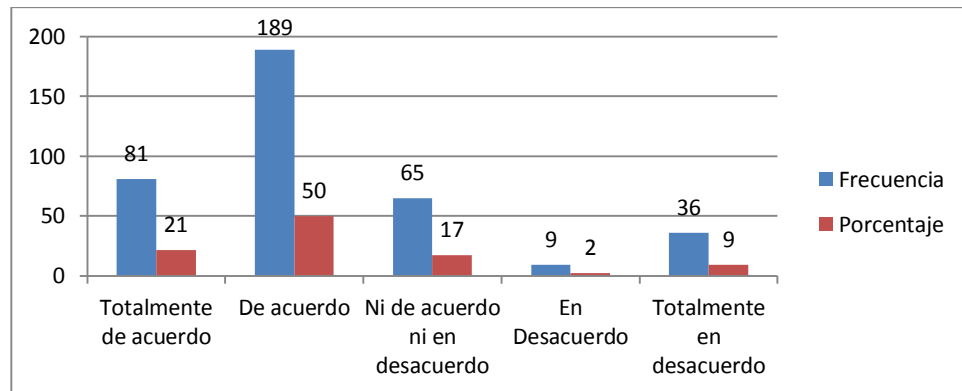
Considera que el turismo local debe atender y dar respuesta a demandas y expectativas de los turistas

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	81	21
De acuerdo	189	50
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	65	17
En Desacuerdo	9	2
Totalmente en desacuerdo	36	9
<b>Total</b>	<b>380</b>	<b>100</b>

Fuente elaboración propia – extraído de Excel

Figura 46

Considera que el turismo local debe atender y dar respuesta a demandas y expectativas de los turistas



Interpretación:

En la tabla 50 se observa que el 50% dice estar de acuerdo en que el turismo local tiene como objetivo descubrir las expectativas de sus clientes para poder ofrecer servicios adecuados y así lograr satisfacer sus necesidades, el 21% está totalmente de acuerdo ya que son los turistas locales los que demandan productos y servicios de acuerdo a sus intereses y necesidades particulares, el 17% está ni de acuerdo ni en desacuerdo con la afirmación, en cambio el 9% está totalmente en desacuerdo y un 2% solo en desacuerdo en que el turismo local pueda dar respuesta a todas las demandas y expectativas de los turistas locales.

Tabla 51

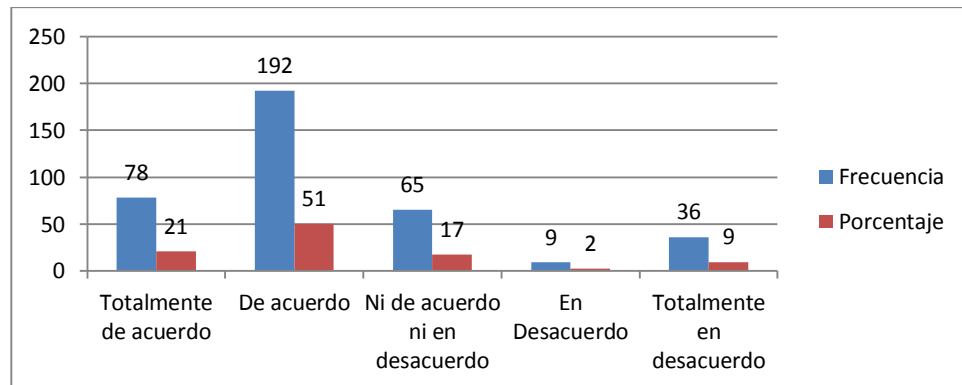
Generar la renovación de productos turísticos mejora la competitividad y la calidad del servicio

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	78	21
De acuerdo	192	51
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	65	17
En Desacuerdo	9	2
Totalmente en desacuerdo	36	9
<b>Total</b>	<b>380</b>	<b>100</b>

Fuente elaboración propia – extraído de Excel

Figura 47

Generar la renovación de productos turísticos mejora la competitividad y la calidad del servicio



Interpretación:

En la tabla 51 muestra que el 51% está de acuerdo que para poder potenciar el desarrollo y crecimiento del turismo se debe renovar productos que se adecuen a las necesidades de los turistas, el 21% menciona estar totalmente de acuerdo en que se debe mantener un proceso constante de renovación e innovación en el desarrollo de productos turísticos para evitar su declive en un futuro, el 17% está ni de acuerdo ni en desacuerdo por lo que no opinan sobre lo afirmado, en cambio el 9% está totalmente en desacuerdo y 2% en desacuerdo en que la renovación de productos turísticos ayuden a mejorar su competitividad y su calidad.

Tabla 52

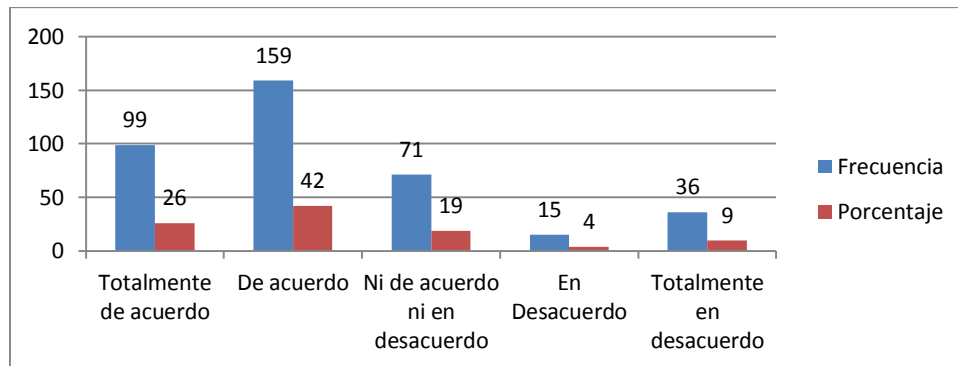
Cree usted que se deben plantear estrategias de renovación de espacios receptores de turismo para impulsar nuevas ofertas

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	99	26
De acuerdo	159	42
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	71	19
En Desacuerdo	15	4
Totalmente en desacuerdo	36	9
<b>Total</b>	<b>380</b>	<b>100</b>

Fuente elaboración propia – extraído de Excel

Figura 48

Cree usted que se deben plantear estrategias de renovación de espacios receptores de turismo para impulsar nuevas ofertas



Interpretación:

En la tabla 52 se observa que el 42% está de acuerdo que planificar nuevas estrategias de renovación y creación de productos son parte de la oferta turística de los diferentes espacios receptores, el 26% está totalmente de acuerdo en que la reestructuración y gestión turística permiten mantener la competitividad entre bienes y servicios para el desarrollo turístico sostenible del destino, el 19% mencionan estar ni de acuerdo ni en desacuerdo con la afirmación, en cambio el 9% está totalmente en desacuerdo y el 4% solo en desacuerdo, debido a que consideran que planificar estrategias de renovación de lugares ya visitados no siempre ayuda a impulsar las nuevas ofertas.

## **CAPITULO VI**

### **DISCUSIÓN DE RESULTADOS**

La presente investigación tuvo como objetivo “principal analizar la Identidad Cultural y su relación con el turismo sostenible en el Cañón del Colca, Arequipa 2020”. Se considera que el proceso de discusión, se plantea para comparar la conclusión de los resultados alcanzados en los antecedentes de la investigación, el presente trabajo corresponde a un tipo de investigación básico y su nivel es descriptivo, con un diseño correlacional no experimental. Este tipo de investigación ha sido realizada por diversos investigadores a nivel internacional, nacional y local de los cuales solo analizaremos algunos que están relacionados con la presente investigación.

Se analizó la parte descriptiva, que sería la Identidad Cultural, el cual es “el conjunto de significaciones y representaciones relativamente permanentes a través del tiempo que permiten a los miembros de un grupo social, que comparten una historia y un territorio común”; los resultados indican que el 64% de los encuestados creen que la conservación de la herencia cultural a través de su idioma, vestimenta, costumbres ancestrales y festividades determinan la identidad cultural del pueblo.

Asimismo, se analiza la variable Turismo Sostenible, como “un proceso continuo y requiere un seguimiento constante de los impactos, para introducir medidas preventivas o correctivas que resulten necesarias”, se acreditó el análisis inferencial, de acuerdo con los objetivos e hipótesis generales, los resultados obtenidos, muestran con un 70% que las nuevas temáticas y buenas prácticas desarrolladas por las entidades responsables favorecen al turismo sostenible.

Finalmente, se logró establecer la relación entre la Identidad Cultural y el Turismo Sostenible en el Cañón del Colca, los resultados obtenidos confirman que existe una relación positiva significativa a un 0.957 del coeficiente de correlación.

Con las investigaciones ya mencionadas en los antecedentes, estas coinciden con (Beltrán S, 2019), donde indica que el turismo sostenible debe considerar a la Identidad Cultural como una solución, ya que considera que el conocimiento de su cultura, con la aceptación y divulgación de la misma se podrá desarrollar un turismo sostenible, comprometiéndose para el desarrollo en aspectos como el social, económico y medioambiental. Concluyendo en que la población debe contar con herramientas que ayuden al desarrollo de un turismo sostenible, pero que estas al ser un poco rudimentarias, deben de seguir con las recomendaciones de propuestas planteadas y las actividades que las complementen para así enriquecer su identidad cultural y tener un mejor dominio del desarrollo de una actividad turística sostenible.

El trabajo de (Frias C, 2018), basado en que la Identidad cultural se ha transformado en un motivo de mayor relevancia a nivel mundial, debido a los recursos esenciales que posee para así poder respaldar su legado cultural de un pueblo las cuales se encuentran unidos a “la historia y al patrimonio cultural”. Asimismo, los efectos del estudio demuestran que “la identidad cultural es amplia, variada y compleja, la cual está basada en sus expresiones culturales, además de ser tradicionalista, ya que ven la cultura como algo innato, dando una identidad establecida que se distingue de otras”.

Debemos de mencionar a (Fontana V, 2019), quien fomenta “el estudio y puesta en práctica de actividades formativas basadas en la educación ambiental, el ocio o turismo en el medio natural y el estudio de zonas de humedad litoral”, donde concluye su investigación demostrando “que las actividades de turismo sostenible son un recurso para incrementar la conciencia socio ambiental y promover una mayor interdisciplinariedad de la Educación Ambiental”.

También se debe mencionar a (Arboleda C, 2018), basado en que el equipamiento urbano y las artes escénicas las cuales son parte de la identidad cultural, donde el desconocimiento y la falta de identidad se han convertido en un problema grave debido a las carencias socioeconómicas y culturales, los cuales llevan al “desconocimiento de lugares significativos, costumbres, leyendas, así como no tener conciencia o sensibilización turística de la riqueza de sus recursos y atractivos potenciales, ya que cumplen un papel influyente en la toma de decisiones por parte de la población”; su conclusión obtenida de la investigación fue que para “un equipamiento cultural pueda cumplir con su función óptima es indispensable que cuente con la vitalidad la cual se obtendrá mediante criterios como la permeabilidad, variedad y la imagen apropiada que permitan volverlo vital al espacio público y privado”.

Es imprescindible resaltar la importancia de los resultados de la investigación ya que implica la existencia de una correlación positiva perfecta la cual se muestra en la tabla de correlación con un 0.957 la cual indica que las dos variables son necesarias para un desarrollo turístico sostenible.

### Conclusiones

Primera: Después de haberse analizado los datos de la investigación la conclusión a la que se llegó es que efectivamente existe una correlación positiva perfecta la cual se muestra en la tabla de correlación con un 0.957 la cual indica que las dos variables son necesarias para un desarrollo turístico sostenible.

Segunda: Se definió la relación entre la historia y el turismo sostenible como se muestra en la tabla 7 que con un 69% de los encuestados manifiestan que conocer la historia del Cañón del Colca ha permitido mantener la conservación de sus valores históricos y culturales.

Tercera: Después del estudio realizado se determinó que el lenguaje tiene relación con el turismo sostenible según la tabla 15 con un 66% quienes creen

que el intercambio de ideas fomenta el conocimiento y valoración de los rasgos culturales de la región.

Cuarta: Se logró identificar que la psicología tiene relación con el turismo sostenible en el Cañón del Colca como se muestra en la tabla 24 con un 78% de los encuestados que consideran el aprendizaje social como parte de la preparación y disposición, que son vistas como necesarias para resolver las situaciones vitales de la población.



## **Recomendaciones**

Primera: Teniendo en cuenta la relación entre Identidad Cultural y desarrollo del Turismo Sostenible en el Colca, se recomienda realizar actividades que fomenten la concientización en la población sobre sus recursos de manera responsable, para así lograr que los pobladores se identifiquen con su cultura y puedan considerar al Turismo Sostenible como una alternativa económica para el desarrollo local.

Segunda: La relación entre la historia y desarrollo del Turismo Sostenible en el Cañón del Colca, se recomienda crear actividades que contribuyan a despertar la curiosidad de modo que sea un proceso que instruya, eduque y desarrolle la valoración de la Identidad Cultural de tal manera que influya directamente en el sentido de pertenencia de cada pueblo.

Tercera: La relación entre el lenguaje y el desarrollo del Turismo Sostenible en el Cañón del Colca, se recomienda empezar a trabajar en la creación de un entorno favorable que atraiga inversiones privadas que potencien al destino a través del dialogo, intercambio de ideas y experiencias para que fomenten el conocimiento y valoración de rasgos culturales y lograr la concientización del pueblo.

Cuarta: La relación entre la psicología y el desarrollo del Turismo Sostenible en el Cañón del Colca, se recomienda la participación colectiva donde compartan una visión común para fortalecer la participación conjunta, para el logro de la transformación social y el reconocimiento de saberes populares de los pueblos.

## Fuentes de Información

- Angulo. (2010). *Metodología de la Investigación*. Mexico: Ed. Mac Graw Hil.
- Apaza Rodríguez, D., & Chahua Calderon, T. (2017). *Influencia de la Información al cliente que brindan las agencias de viajes en la satisfacción de los turistas extranjeros que realizan la ruta de trekking pull en el Cañón del Colca, Arequipa 2017*. Arequipa: Ed. Universidad Nacional de San Agustín Arequipa.
- Arboleda C, R. (2018). *Equipamiento Urbano con Identidad Cultural en Artes Escénicas: Centro Cultural Metropolitano*. Chimbote: Ed. Universidad César Vallejo .
- Barrera, C., & Bahamondes, R. (2012a). Turismo Sostenible: Importancia en el cuidado del medio ambiente. *Revista Interamericana de Ambiente y Turismo*, 8(1), 50-56.
- Beltrán S, S. (2019). *Identidad cultural como propuesta para el desarrollo de una actividad turística sostenible en el distrito de Laraos - Yauyos, Lima 2019*. Lima: Ed. Universidad Norbert Wiener.
- Bertoni, M. (2008a). Turismo sostenible: su interpretación y alcance operativo. *Revista Colombiana de Geografía*, 155-163.
- Campos W, H. (2018). Estudio de la Identidad cultural mediante una construcción epistemica del concepto Identidad Cultural Regional. *Ed. Universidad Austral de Chile*, 24.
- Cardoso J, C. (2006a). *Turismo Sostenible: una revisión conceptual aplicada*. Toluca, México: Ed. Universidad Autónoma del Estado de México.
- Castells, M. (2002). La identidad y el nacionalismo. *POR LA HORA*.
- Cohen & Swerdilik, R. (2001). *Pruebas y evaluación psicológicas. Introducción a las pruebas y a la medición*. España: Ed. McGraw Hill.

- Cruz V, R., & Huamani P, E. (2017). *Fortalecimiento de la Identidad cultural a través del museo como estrategia metodológica en el área de personal social con estudiantes del quinto grado de la I.E Ángel de la Guarda, Camaná - Arequipa 2016*. Arequipa: Ed. Universidad San Agustín de Arequipa.
- Cubas B, Y. (2018). *Identidad Cultural y Desarrollo del Turismo en Moquegua - 2016*. Arequipa: Ed. Universidad Católica de Santa María.
- De la Cruz Cháves, P. (2003). *Arqueología del Valle del Colca. En curso Taller: Actualización y certificación de calidad para guías de Arequipa "Valle del Colca"*. Arequipa: Ed. AECI.
- Escalante R, G. (2018). *El Huayno como expresión de la Identidad cultural de los pobladores de Huamanga - Ayacucho, 2017*. Arequipa: Ed. Universidad San Agustín de Arequipa.
- Flores M. , P. (2017). *Turismo Sostenible Y Pobreza En La Ciudad De Huancavelica, Perú 2016*. Huancavelica: Ed. Universidad Nacional de Huancavelica.
- Frias C, V. (2018). *Identidad cultural de los residentes del distrito turístico de Barranca, 2018*. Lima: Ed. Universidad César Vallejo.
- Hernandez R. Fernandez C. & Baptista. (2010). *Metodología de la Investigación (5ªed.)*. Mexico: Mexico : McGraw-Hill Interamericana Editores S.A. de C.V.
- Hernández, Fernández & Baptista, R. (2014). *Metodología de la Investigación*. Mexico: McGraw - Hill .
- Herrero, J. (2002). *Identidad Colectiva y Grupos Étnicos*. Derechos Reservados.
- Ishikawa G, C. (2018). *Identidad cultural y su relación con el turismo vivencial del Distrito de Moche, 2018*. Trujillo: Ed. Universidad César Vallejo.
- Ley del Turismo. (18 de Setiembre de 2009). Ley 29408. *Turismo Social*.

- Maruri V, D. (2018). *Globalización y Otredad en la Identidad Cultural de la pintura cuzqueña contemporánea*. Arequipa: Ed. Universidad Católica de Santa María.
- Molano, O. (2007a). Identidad Cultural un concepto que evoluciona. *Revista Opera*, 17.
- Molina M, S. (2019). Certificación turística sostenible y los impactos socioeconómicos percibidos por hoteles en Costa Rica. *Pasos, Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 1-10.
- Montero, M. (1984). *Ideología, alienación e identidad nacional*. Venezuela: Ed. de la Biblioteca de Caracas.
- Ñaupas H. Mejía, E. N. (2011). *Metodología de la Investigación Científica y Asesoramiento de Tesis (2ª ed)*. Lima: Editorial Universidad Nacional Mayor de San Marcos.
- Ortiz & Garcia , F. (2005). *Metodología de la investigación*. Mexico: Ed. Limusa.
- Ortiz M, R. (2018). *Situación socio económica e Identidad cultural de los migrantes de Azángaro en el distrito de Tiabaya*. Arequipa: Ed. Universidad San Agustín de Arequipa.
- Portilla Luza, J. (2018). *Evaluación de peligros del poblado de Yanque provincia de Caylloma- Región Arequipa*. Arequipa: Ed. Universidad Nacional de San Agustín Arequipa.
- Rojas, M. (2011a). *Identidad cultural e integración*. Bogotá: Ed. Universidad de San Buenaventura.
- Sanchez & Reyes, H. (2000). *Diseños de la Investigación* . Perú: Ed. Ciencias .
- Tapia, G. (2012a). Turismo sostenible: introducción y marco financiero. *Revista de Investigación en Modelos Financieros*, 23.

- Taylor, C. (2013). *El multiculturalismo: una realidad cada vez más presente*. España: Ed. Universidad Católica de Valencia.
- Terry J, G. (2011a). *Cultura, Identidad Cultural, Patrimonio y Desarrollo Comunitario Rural: Una Nueva Mirada en el Contexto del Siglo Xxi Latinoamericano*. España: Ed. Fundación Iniciativas de Futuro CLM.
- Tuñón H, A. (2008a). La identidad como factor de exclusion. *Eikasia. Revista de Filosofía*, 26.
- UNESCO. (2005). Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura. *Conferencia mundial sobre las Políticas Culturales*. México.
- Virgen A, C. (2014a). *Turismo y Desarrollo Sustentable. Un acercamiento al estudio del Turismo*. México: Ed. Printed and made in México.

## Webgrafía

- COLCA.INFO. (2020). Recuperado el 25 de 02 de 2020, de TOURS Destinos Todo Perú: <http://colca.info/>
- Fontana V, M. (2019). Recuperado el 15 de 02 de 2020, de Consolidación de zonas húmedas litorales de la Comunidad Valenciana como lugares de Educación Ambiental y de inteés turístico sostenible: <https://www.educacion.gob.es/teseo/imprimirFicheroTesis.do?idFichero=Ek1NcEbOiXA%3D>
- Fortín L, L., Molina G, K., & Ruiz V, A. (2019). Recuperado el 16 de 02 de 2020, de Buenas prácticas ambientales como estrategia de desarrollo turístico sostenible en el Hotel La Campiña, comunidad El Dorado municipio de Esteli, periodo 2018 - 2019: <http://repositorio.unan.edu.ni/11277/1/19836.pdf>
- INEI. (2006). Recuperado el 25 de 02 de 2020, de Instituto Nacional de Estadística e Información: [https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones\\_digitales/Est/Lib1429/libro.pdf](https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1429/libro.pdf)
- Mamani V, W. (2016). Recuperado el 25 de 02 de 2020, de Asesores en Turismo Perú: <https://asesoresenturismoperu.wordpress.com/2016/11/24/demanda-turistica/>
- Mincetur. (2019). Recuperado el 14 de 02 de 2020, de Ministerio de comercio Exterior y Turismo: [https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/turismo/estadisticas/ReporteTurismoRegional/RT\\_R\\_Arequipa.pdf](https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/turismo/estadisticas/ReporteTurismoRegional/RT_R_Arequipa.pdf)
- OMT. (2011). Recuperado el 25 de 02 de 2020, de Organización Mundial de Turismo: <https://www.unwto.org/es/glosario-terminos-turisticos>
- ONU. (2011). Recuperado el 25 de 02 de 2020, de Asamblea General de las Naciones Unidas: <https://www.un.org/es/ga/president/65/index.shtml>

Proaño P, W., Ramírez P, J., & Pérez H, I. (2019). Recuperado el 15 de 02 de 2020, de Evaluación del turismo sostenible a partir de criterio de expertos en las costas de Manabi, Ecuador: [file:///C:/Users/Alejandra/Downloads/Dialnet-EvaluacionDelTurismoSostenibleAPartirDeCriterioDeE-6789901%20\(2\).pdf](file:///C:/Users/Alejandra/Downloads/Dialnet-EvaluacionDelTurismoSostenibleAPartirDeCriterioDeE-6789901%20(2).pdf)

RAE. (2001). Recuperado el 23 de 02 de 2020, de Diccionario Real Academia Española: <https://www.rae.es/>

SEGITTUR. (2002). Recuperado el 0225 de 2020, de Innovacion y Turismo. Tecnologías y Turismo: <https://www.segittur.es/opencms/export/sites/segitur/.content/galerias/descargas/proyectos/Industria-del-turismo.pdf>

Tene B, M. (2019). Recuperado el 16 de 02 de 2020, de Identidad Cultural y Patrimonio Turístico de la Comunidad Cacha Machángar, Cantón Riobamba: <http://dspace.unach.edu.ec/bitstream/51000/5495/1/UNACH-EC-ING-GEST-TUR-2019-0016.pdf>

# ANEXOS



Anexo 1  
Matriz de Consistencia

Identidad cultural y su relación con el turismo sostenible en el Cañón del Colca, Arequipa 2019

PROBLEMA PRINCIPAL	OBJETIVOS GENERAL	HIPÓTESIS GENERAL	VARIABLE	DIMENSIONES	INDICADOR	METODOLOGÍA
¿Cómo la Identidad cultural se relaciona con el turismo sostenible en el Cañón del Colca, Arequipa 2020?	Analizar la Identidad cultural y su relación con el turismo sostenible en el Cañón del Colca, Arequipa 2020.	Probablemente la Identidad cultural se relacione con el turismo sostenible en el Cañón del Colca, Arequipa 2020.	Variable Independiente  Identidad cultural	La historia	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tradición</li> <li>• Herencia</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tipo de Investigación: La investigación es de tipo descriptiva-correlacional</li> <li>• Nivel de Investigación: La investigación es correlacional</li> </ul>
				El lenguaje	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dialogo</li> <li>• Intercambio de ideas</li> <li>• Experiencias</li> </ul>	
PROBLEMA ESPECÍFICOS	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	HIPÓTESIS ESPECÍFICAS			La psicología	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Estructura psíquica</li> <li>• Aprendizaje social</li> <li>• Entorno histórico</li> </ul>
¿Qué relación existe entre la historia y el turismo sostenible en el Cañón del Colca, Arequipa 2020?	Definir la relación entre la historia y turismo sostenible en el Cañón del Colca, Arequipa 2020.	Probablemente exista relación entre la historia y turismo sostenible en el Cañón del Colca, Arequipa 2020.	Variable Dependiente  Turismo sostenible	Demanda Turística	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nuevas Tendencias</li> <li>• Singularidad</li> <li>• Diferenciación</li> <li>• Temática</li> </ul>	
¿Cómo el lenguaje se relaciona con el turismo sostenible en el Cañón del Colca, Arequipa 2020?	Determinar el lenguaje que se relaciona con el turismo sostenible en el Cañón del Colca, Arequipa 2020.	El lenguaje podría relacionarse con el turismo sostenible en el Cañón del Colca, Arequipa 2020.		Oferta turística	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Entorno natural.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Muestra: La investigación será de 380 turistas</li> </ul>
¿Cuándo la psicología se relaciona con el turismo sostenible en el cañón del Colca, Arequipa 2020?	Identificar como la psicología que se relaciona con el turismo sostenible en el Cañón del Colca, Arequipa 2020.	Probablemente la psicología que se relaciona con el turismo sostenible en el Cañón del Colca, Arequipa 2020.		Destinos emergentes	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nuevos destinos.</li> <li>• Precios competitivos</li> <li>• Ofertas renovadas</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Técnica: Se utilizará la encuesta.</li> <li>• Instrumento: Se utilizará el cuestionario.</li> </ul>

Fuente: Terry J, (2011) y Virgen A, (2014)

Anexo 2

Matriz de elaboración de Instrumento

<b>TITULO</b>				
<b>IDENTIDAD CULTURAL Y TURISMO SOSTENIBLE</b>				
<b>OBJETIVO</b>				
Analizar la Identidad cultural y su relación con el turismo sostenible en el Cañón del Colca, Arequipa 2021.				
<b>VARIABLE X</b>				
Identidad Cultural				
<b>DEFINICIÓN CONCEPTUAL</b>				
(Terry J, 2011a) define la Identidad Cultural como “El conjunto de significaciones y representaciones relativamente permanentes a través del tiempo que permiten a los miembros de un grupo social, que comparten una historia y un territorio común”.				
<b>DIMENSIONES</b>	<b>INDICADORES</b>	<b>REDACCION DE ITEMS</b>	<b>TIPO DE INSTRUMENTO</b>	<b>ESCALA DE MEDICIÓN</b>
La historia	Tradición	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Usted cree que la historia del cañón del Colca lo ha motivado a visitarlo.</li> <li>2. Participa Usted de las fiestas tradicionales o patronales de los pueblos</li> <li>3. Usted forma parte de las fiestas, música y danzas que se practican en estos pueblos.</li> </ol>	Cuestionario	(5) Totalmente de acuerdo (4) De acuerdo (3) Ni de acuerdo ni en desacuerdo (2) En desacuerdo (1) Totalmente en desacuerdo
	Herencia	<ol style="list-style-type: none"> <li>4. Cree usted que aún se conserva la herencia cultural a través de su idioma, vestimenta, costumbres ancestrales y festividades.</li> <li>5. Usted cree que el cañón del Colca es heredero de una deslumbrante belleza paisajista.</li> <li>6. Usted cree que la herencia cultural de sus pueblos es guardada y representada por sus habitantes.</li> </ol>	Cuestionario	(5) Totalmente de acuerdo (4) De acuerdo (3) Ni de acuerdo ni en desacuerdo (2) En desacuerdo (1) Totalmente en desacuerdo
El lenguaje	Dialogo	<ol style="list-style-type: none"> <li>7. Consideras que el dialogo es la base de nuestra relación con las comunidades y pueblos nativos.</li> <li>8. Cree usted que el dialogo fluido ayuda a generar un clima de confianza entre los pueblos nativos.</li> <li>9. Considera usted que el dialogo fortalece la igualdad entre culturas.</li> </ol>	Cuestionario	(5) Totalmente de acuerdo (4) De acuerdo (3) Ni de acuerdo ni en desacuerdo (2) En desacuerdo (1) Totalmente en desacuerdo

	Intercambio de ideas	<p>10. Cree que el intercambio de ideas refuerza las relaciones de reciprocidad y cooperación.</p> <p>11. Considera que el intercambio de ideas fomenta el conocimiento y valoración de los rasgos culturales.</p> <p>12. Usted cree que el intercambio de ideas promueve el acercamiento y respeto a otras culturas y trabaja la cultura de paz.</p>	Cuestionario	<p>(5) Totalmente de acuerdo</p> <p>(4) De acuerdo</p> <p>(3) Ni de acuerdo ni en desacuerdo</p> <p>(2) En desacuerdo</p> <p>(1) Totalmente en desacuerdo</p>
	Experiencias	<p>13. Usted cree que las experiencias ayudan a identificar y compartir buenas prácticas con el fin de fomentar los derechos de los pueblos.</p> <p>14. A través de las experiencias se puede garantizar la transmisión, protección, conservación y fortalecimiento de los conocimientos tradicionales.</p> <p>15. Considera que los conocimientos tradicionales desarrollados a partir de la experiencia se han transmitido de forma oral de generación en generación.</p>	Cuestionario	<p>(5) Totalmente de acuerdo</p> <p>(4) De acuerdo</p> <p>(3) Ni de acuerdo ni en desacuerdo</p> <p>(2) En desacuerdo</p> <p>(1) Totalmente en desacuerdo</p>
La psicología	Estructura psíquica	<p>16. Cree usted que la estructura psíquica busca la transformación social de sus propias comunidades.</p> <p>17. Considera que la estructura psíquica contribuye significativamente para dar respuesta a los problemas que atraviesan los pobladores.</p> <p>18. Piensa usted que la estructura psíquica busca la transformación social y el reconocimiento de saberes populares de los pueblos.</p>	Cuestionario	<p>(5) Totalmente de acuerdo</p> <p>(4) De acuerdo</p> <p>(3) Ni de acuerdo ni en desacuerdo</p> <p>(2) En desacuerdo</p> <p>(1) Totalmente en desacuerdo</p>
	Aprendizaje Social	<p>19. Cree usted que el aprendizaje social está vinculado con el rendimiento y la productividad de los miembros del pueblo.</p> <p>20. Considera que el aprendizaje social supone la constante preparación y disposición, vistas como necesarias para resolver las situaciones vitales de la población.</p> <p>21. Cree usted que el aprendizaje social es un proceso que debe potenciarse para fortalecer la identidad cultural del pueblo.</p>	Cuestionario	<p>(5) Totalmente de acuerdo</p> <p>(4) De acuerdo</p> <p>(3) Ni de acuerdo ni en desacuerdo</p> <p>(2) En desacuerdo</p> <p>(1) Totalmente en desacuerdo</p>

	Entorno histórico	<p>22. Considera que los nuevos entornos tienen la oportunidad de crear una cultura que de soporte a los valores y creencias del pueblo.</p> <p>23. Cree usted que la cultura es un componente fundamental para el entorno histórico del pueblo.</p> <p>24. Cree usted que el entorno histórico genera en cada uno un sentimiento de pertenencia e identidad cultural.</p>	Cuestionario	<p>(5) Totalmente de acuerdo</p> <p>(4) De acuerdo</p> <p>(3) Ni de acuerdo ni en desacuerdo</p> <p>(2) En desacuerdo</p> <p>(1) Totalmente en desacuerdo</p>
<b>VARIABLE Y</b>	Turismo Sostenible			
<b>DEFINICIÓN CONCEPTUAL</b>	(Virgen A, 2014a) define al turismo sostenible como “un proceso continuo y requiere un seguimiento constante de los impactos, para introducir medidas preventivas o correctivas que resultan necesarias”.			
Demanda Turística	Nuevas Tendencias	<p>25. Cree Usted que uno de los mayores desafíos es ofrecer productos que se ajusten a las necesidades de los turistas.</p> <p>26. Cree Usted que los turistas más exigentes prefieren vivir experiencias auténticas y locales.</p> <p>27. Cree que el turismo como actividad singular desde la perspectiva de la demanda está relacionado con el consumo fuera del entorno habitual.</p>	Cuestionario	<p>(5) Totalmente de acuerdo</p> <p>(4) De acuerdo</p> <p>(3) Ni de acuerdo ni en desacuerdo</p> <p>(2) En desacuerdo</p> <p>(1) Totalmente en desacuerdo</p>
	Singularidad	<p>28. Cree Usted que el turismo como actividad singular tiene carácter transversal respecto a la economía del destino.</p> <p>29. Cree usted que la singularidad del destino es la clave para prosperar en el turismo.</p> <p>30. Usted cree que el Colca como producto diferenciado tiene como objetivo satisfacer un deseo o necesidad de los consumidores.</p>	Cuestionario	<p>(5) Totalmente de acuerdo</p> <p>(4) De acuerdo</p> <p>(3) Ni de acuerdo ni en desacuerdo</p> <p>(2) En desacuerdo</p> <p>(1) Totalmente en desacuerdo</p>
	Diferenciación	<p>31. Usted cree que el Colca como producto diferenciado tiene como objetivo satisfacer un deseo o necesidad de los consumidores.</p> <p>32. Usted cree que el destino es una combinación de recursos y servicios turísticos que están pensados en los diferentes públicos.</p> <p>33. Cree que la principal diferencia del destino turístico es la imagen que proyecta.</p>	Cuestionario	<p>(5) Totalmente de acuerdo</p> <p>(4) De acuerdo</p> <p>(3) Ni de acuerdo ni en desacuerdo</p> <p>(2) En desacuerdo</p> <p>(1) Totalmente en desacuerdo</p>

	Temática	<p>34. Usted cree que el Cañón del Colca está en permanente proceso de innovación.</p> <p>35. Las nuevas temáticas y buenas prácticas desarrolladas por las entidades responsables favorecen al turismo sostenible.</p> <p>36. Cree Usted que la temática del destino está vinculada con la infraestructura y el equipamiento.</p>	Cuestionario	<p>(5) Totalmente de acuerdo</p> <p>(4) De acuerdo</p> <p>(3) Ni de acuerdo ni en desacuerdo</p> <p>(2) En desacuerdo</p> <p>(1) Totalmente en desacuerdo</p>
Oferta turística	Entorno natural	<p>37. Los proyectos manejados por las comunidades locales toman en cuenta el entorno natural y cultural del destino</p> <p>38. Toda actividad recreativa en contacto directo con la naturaleza tiene como fin la participación y conservación de sus recursos.</p> <p>39. Cree Usted que los visitantes buscan solamente una vivencia intensa con la naturaleza.</p>	Cuestionario	<p>(5) Totalmente de acuerdo</p> <p>(4) De acuerdo</p> <p>(3) Ni de acuerdo ni en desacuerdo</p> <p>(2) En desacuerdo</p> <p>(1) Totalmente en desacuerdo</p>
Destinos emergentes	Nuevos destinos.	<p>40. Cree Usted que los nuevos destinos garantizan la reactivación de los negocios turísticos tras la emergencia.</p> <p>41. Se debe trabajar en nuevos paradigmas de desarrollo turístico que apuesten por la confianza del destino.</p> <p>42. Cree Usted que los nuevos destinos son una alternativa desmasificada y original.</p>	Cuestionario	<p>(5) Totalmente de acuerdo</p> <p>(4) De acuerdo</p> <p>(3) Ni de acuerdo ni en desacuerdo</p> <p>(2) En desacuerdo</p> <p>(1) Totalmente en desacuerdo</p>
	Precios competitivos	<p>43. Los precios son una herramienta estratégica para los gobiernos y empresas que buscan impulsar el desarrollo del destino.</p> <p>44. Los precios, la inversión y promoción de nuevos destinos mejoraran la competitividad y crecimiento económico.</p> <p>45. Considera que la competitividad en los precios contribuye en la mejora de la imagen del destino a escala nacional e internacional.</p>	Cuestionario	<p>(5) Totalmente de acuerdo</p> <p>(4) De acuerdo</p> <p>(3) Ni de acuerdo ni en desacuerdo</p> <p>(2) En desacuerdo</p> <p>(1) Totalmente en desacuerdo</p>
	Ofertas renovadas	<p>46. Considera que el turismo local debe atender y dar respuesta a demandas y expectativas de los turistas.</p> <p>47. Generar la renovación de productos turísticos mejora la competitividad y la calidad del servicio.</p> <p>48. Cree usted que se deben plantear estrategias de renovación de espacios receptores de turismo para impulsar nuevas ofertas.</p>	Cuestionario	<p>(5) Totalmente de acuerdo</p> <p>(4) De acuerdo</p> <p>(3) Ni de acuerdo ni en desacuerdo</p> <p>(2) En desacuerdo</p> <p>(1) Totalmente en desacuerdo</p>

Anexo 3  
Instrumento de la encuesta

**CUESTIONARIO**

**IDENTIDAD CULTURAL Y TURISMO SOSTENIBLE**

**DATOS GENERALES**

Pedimos su participación para la recolección de datos de la investigación titulada Identidad Cultural y Turismo Sostenible, le pedimos que conteste con mucha serias gracias por su participación.

Marca con una (X) su afirmación que vaya de acuerdo a su parecer.

N°	Pregunta	Totalmente en Desacuerdo	En Desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De Acuerdo	Totalmente de Acuerdo
1	Usted cree que la historia del cañón del Colca lo ha motivado a visitarlo					
2	Participa Usted las fiestas tradicionales o patronales de los pueblos.					
3	Conocer la historia del Cañón del Colca permite conservar sus valores históricos y culturales.					
4	Cree usted que aún se conserva la herencia cultural a través de su idioma, vestimenta, costumbres ancestrales y festividades.					
5	Cree que el cañón del Colca es heredera de una deslumbrante belleza paisajista.					
6	Usted cree que la herencia cultural de sus pueblos es guardada y representada por sus habitantes.					
7	Considera que el dialogo es la base de nuestra relación con las comunidades y pueblos nativos.					
8	Cree Usted que el dialogo ayuda a generar un clima de confianza entre los pueblos nativos.					
9	Considera usted que el dialogo fortalece la igualdad entre culturas.					
10	Cree que el intercambio de ideas refuerza las relaciones de reciprocidad y cooperación.					
11	Cree Usted que el intercambio de ideas fomenta el conocimiento y valoración de los rasgos culturales.					
12	Usted cree que el intercambio de ideas promueve el acercamiento y respeto a otras culturas y trabaja la cultura de paz.					
13	Usted cree que las experiencias ayudan a identificar y compartir buenas prácticas con el fin de fomentar los derechos de los pueblos.					

14	Las experiencias garantizan la transmisión, protección, conservación y fortalecimiento de los conocimientos tradicionales.					
15	Considera que los conocimientos tradicionales desarrollados a partir de la experiencia se han transmitido de forma oral de generación en generación.					
16	Cree Usted que la estructura psíquica busca la transformación social de sus propias comunidades.					
17	Considera que la estructura psíquica contribuye significativamente para dar respuesta a los problemas que atraviesan los pobladores.					
18	Cree Usted que la estructura psíquica busca la transformación social y el reconocimiento de saberes populares de los pueblos.					
19	Cree Usted que el aprendizaje social está vinculado con el rendimiento y la productividad de los miembros del pueblo.					
20	Considera que el aprendizaje social supone la constante preparación y disposición, vistas como necesarias para resolver las situaciones vitales de la población.					
21	Cree Usted que el aprendizaje social es un proceso que debe potenciarse para fortalecer la identidad cultural del pueblo.					
22	Considera que los nuevos entornos tienen la oportunidad de crear una cultura que de soporte a los valores y creencias de los pueblos.					
23	Cree Usted que la cultura es un componente fundamental para el entorno histórico de los pueblos.					
24	Cree Usted que el entorno histórico genera en cada uno un sentimiento de pertenencia e identidad cultural.					
25	Cree Usted que uno de los mayores desafíos es ofrecer productos que se ajusten a las necesidades de los turistas					
26	Considera que los prestadores de servicio deben estar al tanto de las nuevas tendencias para seguir el ritmo dinámico del turismo en el Colca.					
27	Cree Usted que los turistas más exigentes prefieren vivir experiencias auténticas y locales.					
28	Cree que el turismo como actividad singular desde la perspectiva de la demanda está relacionado con el consumo fuera del entorno habitual.					
29	Cree Usted que el turismo como actividad singular tiene carácter transversal respecto a la economía del destino.					
30	Cree usted que la singularidad del destino es la clave para prosperar en el turismo.					
31	Usted cree que el Colca como producto diferenciado tiene como objetivo satisfacer un deseo o necesidad de los consumidores.					

32	Usted cree que el destino es una combinación de recursos y servicios turísticos que están pensados en los diferentes públicos.					
33	Cree que la principal diferencia del destino turístico es la imagen que proyecta.					
34	Usted cree que el Cañón del Colca está en permanente proceso de innovación.					
35	Las nuevas temáticas y buenas prácticas desarrolladas por las entidades responsables favorecen al turismo sostenible.					
36	Cree Usted que la temática del destino está vinculada con la infraestructura y el equipamiento.					
37	Los proyectos manejados por las comunidades locales toman en cuenta el entorno natural y cultural del destino					
38	Toda actividad recreativa en contacto directo con la naturaleza tiene como fin la participación y conservación de sus recursos.					
39	Cree Usted que los visitantes buscan solamente una vivencia intensa con la naturaleza.					
40	Cree Usted que los nuevos destinos garanticen la reactivación de los negocios turísticos tras la emergencia.					
41	Se debe trabajar en nuevos paradigmas de desarrollo turístico que apuesten por la confianza del destino.					
42	Cree Usted que los nuevos destinos son una alternativa desmasificada y original.					
43	Los precios son una herramienta estratégica para los gobiernos y empresas que buscan impulsar el desarrollo del destino.					
44	Los precios, la inversión y promoción de nuevos destinos mejoraran la competitividad y crecimiento económico.					
45	Considera que la competitividad en los precios contribuye en la mejora de la imagen del destino a escala nacional e internacional.					
46	Considera que el turismo local debe atender y dar respuesta a demandas y expectativas de los turistas.					
47	Generar la renovación de productos turísticos mejora la competitividad y la calidad del servicio.					
48	Cree usted que se deben plantear estrategias de renovación de espacios receptores de turismo para impulsar nuevas ofertas.					

Gracias.



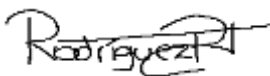
**TESIS: IDENTIDAD CULTURAL Y SU RELACIÓN CON EL TURISMO SOSTENIBLE EN EL CAÑÓN DEL COLCA AREQUIPA, 2020**

<b>PROPÓSITO DEL ESTUDIO</b>
El siguiente estudio se realiza con la finalidad de lograr obtener el grado de Licenciado en Turismo, Hotelería y Gastronomía. Y la investigación estará conducida y desarrollada por graduando: <b>JADI ALEJANDRA RODRÍGUEZ PORTILLA</b>
<b>PROCEDIMIENTO PARA LA TOMA DE INFORMACIÓN</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>● Locación: Terminal Terrestre de Arequipa, Autodema y Google Form.</li> <li>● Horarios: Mañanas de 8:00 a.m. – 11:00 a.m.</li> <li>● Procedimiento: Primero se seleccionara la muestra o representación de la población de estudio, se aplicara una encuesta de 48 ítems. Deberá leer cuidadosamente cada pregunta del cuestionario y marcar con un aspa (x), la respuesta que el encuestado considere correcta. No deberá dejar ningún espacio en blanco.</li> </ul> <p>Si tiene alguna duda sobre la tesis, puede hacer preguntas en cualquier momento o durante la aplicación al personal. Puede ser partícipe de la toma de las muestra, como no. Solo se desea que no se le perjudique académicamente en sus labores.</p>
<b>RIESGOS</b>
De acuerdo a estudio y muestreo de la tesis No genera riesgos ni al Encuestado, ni a la institución.
<b>BENEFICIOS</b>
Si el resultado obtenido sea óptimo será un beneficio para los residentes y turistas locales, nacionales e internacionales.
<b>COSTOS</b>
No representa ningún costo para el encuestado.
<b>INCENTIVOS O COMPENSACIONES</b>
No representa ningún incentivo o compensación para el que brinda la información
<b>TIEMPO</b>
15 minutos por encuesta
<b>CONFIDENCIABILIDAD</b>
La participación es voluntaria. Los datos recabados serán utilizados estrictamente en la Tesis respetando la confidencialidad, los cuales serán eliminados al termino del estudio y no se usara para otra investigación y menos con otros propósito fuera de las delimitaciones de la tesis.

**CONSENTIMIENTO**

Acepto voluntariamente participar en la investigación. Tengo pleno conocimiento de la misma y entiendo que puedo tomar decisiones según mi criterio y responsabilidad considerando el respeto y la confidencialidad de los encuestados, pidiendo que se respete lo establecido.

En fe de los cual firmo a continuación.



**Jadi Alejandra Rodríguez Portilla**  
DNI: 46617942

*Declaración de Autenticidad de Tesis de Pregrado*

Yo **Jadi Alejandra Rodríguez Portilla**; Identificado con D.N.I. **46617942**; Graduando; De la Escuela Profesional de Turismo, Hotelería y Gastronomía de la Universidad Alas Peruanas., autor de la Tesis titulada: **IDENTIDAD CULTURAL Y SU RELACIÓN CON EL TURISMO SOSTENIBLE EN EL CAÑÓN DEL COLCA AREQUIPA, 2020.**

**DECLARO QUE:**

1. El presente trabajo de investigación, tema de la tesis presentada para la obtención del Grado de Licenciado en Turismo Hotelería y Gastronomía, siendo resultado de mi trabajo personal, el cual no he copiado de otro trabajo de investigación, ni utilizado ideas, fórmulas, ni citas completas "stricto sensu"; así como ilustraciones diversas, sacadas de cualquier tesis, obra, artículo, memoria, etc., (en versión digital o impresa). Caso contrario, menciono de forma clara y exacta su origen o autor, tanto en el cuerpo del texto, figuras, cuadros, tablas u otros que tengan derechos de autor.
2. Declaro que el trabajo de investigación que pongo en consideración para evaluación no ha sido presentado anteriormente para obtener algún grado académico o título, ni ha sido publicado en sitio alguno. Soy consciente de que el hecho de no respetar los derechos de autor y hacer plagio, es objeto de sanciones universitarias y/o legales, por lo que asumo cualquier responsabilidad que pudiera derivarse de irregularidades en la tesis, así como de los derechos sobre la obra presentada. Asimismo, me hago responsable ante la universidad o terceros, de cualquier irregularidad o daño que pudiera ocasionar, por el incumplimiento de lo declarado.

De identificarse falsificación, plagio, fraude, o que el trabajo de investigación haya sido publicado anteriormente; asumo las consecuencias y sanciones que de mi acción se deriven, responsabilizándome por todas las cargas pecuniarias o legales que se deriven de ello sometiéndome a la normas establecidas y vigentes de la Universidad Alas Peruanas.

Arequipa 18 de julio del 2021



A handwritten signature in black ink that reads "Rodríguez Portilla".

---

**Jadi Alejandra Rodríguez Portilla**

**DNI: 46617942**

**HUELLA**