



# **Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión**

**Facultad de Ciencias Empresariales  
Escuela Profesional de Gestión en Turismo y Hotelería**

**Gestión turística municipal y conciencia turística en el Distrito de Santa María,  
Provincia de Huaura, 2024**

**Tesis**

**Para optar el Título Profesional de Licenciado en Turismo y Hotelería**

**Autor**

**Roger Marcelo Valverde Pichilingue**

**Asesor**

**Mtro. Jorge Alberto Alarcón Alva**

**Huacho - Perú**

**2025**



**Reconocimiento - No Comercial – Sin Derivadas - Sin restricciones adicionales**

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>

**Reconocimiento:** Debe otorgar el crédito correspondiente, proporcionar un enlace a la licencia e indicar si se realizaron cambios. Puede hacerlo de cualquier manera razonable, pero no de ninguna manera que sugiera que el licenciante lo respalda a usted o su uso. **No Comercial:** No puede utilizar el material con fines comerciales. **Sin Derivadas:** Si remezcla, transforma o construye sobre el material, no puede distribuir el material modificado. **Sin restricciones adicionales:** No puede aplicar términos legales o medidas tecnológicas que restrinjan legalmente a otros de hacer cualquier cosa que permita la licencia.



# UNIVERSIDAD NACIONAL JOSÉ FAUSTINO SÁNCHEZ CARRIÓN

LICENCIADA

*(Resolución de Consejo Directivo N° 012-2020-SUNEDU/CD de fecha 27/01/2020)*

**Facultad de Ciencias Empresariales  
Escuela Profesional de Gestión en Turismo y Hotelería**

## METADATOS

<b>DATOS DEL AUTOR (ES):</b>		
<b>APELLIDOS Y NOMBRES</b>	<b>DNI</b>	<b>FECHA DE SUSTENTACIÓN</b>
Valverde Pichilingue Roger Marcelo	73135551	03/03/2025
<b>DATOS DEL ASESOR:</b>		
<b>APELLIDOS Y NOMBRES</b>	<b>DNI</b>	<b>CÓDIGO ORCID</b>
M(o). Alarcon Alva Jorge Alberto	15728889	0000-0002-0115-0380
<b>DATOS DE LOS MIEMBROS DE JURADOS – PREGRADO/POSGRADO-MAESTRÍA-DOCTORADO:</b>		
<b>APELLIDOS Y NOMBRES</b>	<b>DNI</b>	<b>CÓDIGO ORCID</b>
Dra. Lita Roman Bustinza	23860603	0000-0003-4271-4493
Dra. Patricia Elena Ramos La Rosa	42929056	0000-0002-3945-0899
M(o). Williams Ramiro Calla Jaimes	41469196	0000-0002-3174-2248

# Roger Valverde Pichilingue 2024-086125

## GESTIÓN TURÍSTICA MUNICIPAL Y CONCIENCIA TURÍSTICA EN EL DISTRITO DE SANTA MARÍA, PROVINCIA DE HUAURA, ...

 Quick Submit

 Quick Submit

 Facultad de Ciencias Empresariales

### Detalles del documento

Identificador de la entrega

trn:oid:::1:3093852997

Fecha de entrega

26 nov 2024, 11:29 a.m. GMT-5

Fecha de descarga

26 nov 2024, 11:40 a.m. GMT-5

Nombre de archivo

2024-086125\_\_SOLICITUD-SN\_\_1\_removed.pdf

Tamaño de archivo

2.5 MB

73 Páginas

19,695 Palabras

83,967 Caracteres



Página 1 of 79 - Portada

Identificador de la entrega trn:oid:::1:3093852997



Página 2 of 79 - Descripción general de integridad

Identificador de la entrega trn:oid:::1:3093852997




## 17% Similitud general

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para ca...

### Filtrado desde el informe

- Bibliografía
- Coincidencias menores (menos de 10 palabras)

### Fuentes principales

- 17%  Fuentes de Internet
- 2%  Publicaciones
- 8%  Trabajos entregados (trabajos del estudiante)

### Marcas de integridad

N.º de alertas de integridad para revisión

No se han detectado manipulaciones de texto sospechosas.

Los algoritmos de nuestro sistema analizan un documento en profundidad para buscar inconsistencias que permitirían distinguirlo de una entrega normal. Si advertimos algo extraño, lo marcamos como una alerta para que pueda revisarlo.

Una marca de alerta no es necesariamente un indicador de problemas. Sin embargo, recomendamos que preste atención y la revise.

### **DEDICATORIA**

Este gran trabajo de investigación esta dedicado a mis padres por su cariño, esfuerzo y apoyo constante en mi historial académico y a la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión por darme la oportunidad de desarrollarme como profesional dentro de sus aulas y brindarme maestros de calidad en enseñanza y conocimientos.

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco a cada uno de los maestros que me compartieron sus enseñanzas y experiencias porque gracias a ellos fui formando mi carácter como profesional y me mostraron el camino de cómo ser un profesional con ética y vocación.

## **ÍNDICE GENERAL**

<b>DEDICATORIA</b>	i
<b>AGRADECIMIENTO</b>	ii
<b>ÍNDICE GENERAL</b>	iii
<b>RESUMEN</b>	vii
<b>ABSTRACT</b>	viii
<b>INTRODUCCIÓN</b>	ix

### **CAPÍTULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

1.1. Descripción de la realidad problemática	01
1.2. Formulación del Problema	03
1.2.1. Problema General	03
1.2.2. Problemas Específicos	03
1.3. Objetivos de la Investigación	04
1.3.1. Objetivo General	04
1.3.2. Objetivos Específicos	04
1.4. Justificación de la investigación	04
1.5. Delimitación del estudio	05
1.6. Viabilidad del estudio	05

### **CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO**

2.1. Antecedentes de la Investigación	06
2.1.1. Investigaciones internacionales	06
2.1.2. Investigaciones nacionales	07
2.2. Bases Teóricas	08
2.3. Definiciones de términos básicos	19
2.4. Hipótesis de investigación	21
2.4.1. Hipótesis General	21
2.4.2. Hipótesis Específicas	21
2.5. Operacionalización de las variables	22

### **CAPÍTULO III: METODOLOGÍA**

3.1. Diseño metodológico	24
3.2. Población y muestra	25
3.2.1. Población	25
3.2.2. Muestra	25
3.3. Técnicas de recolección de datos	26
3.4. Técnicas para el procesamiento de la información	26

### **CAPÍTULO IV: RESULTADOS**

4.1. Análisis de resultados	27
4.2. Contratación de hipótesis	35

### **CAPÍTULO V: DISCUSIÓN**

5.1. Discusión de resultados	39
------------------------------	----

### **CAPÍTULO VI: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

6.1. Conclusiones	43
6.2. Recomendaciones	44

### **REFERENCIAS**

7.1. Fuentes bibliográficas	46
7.2. Fuentes electrónicas	46

<b>ANEXOS</b>	49
---------------	----

## RESUMEN

**Objetivo:** Conocer la relación entre la gestión turística municipal y la conciencia turística en el distrito de Santa María, provincia de Huaura, 2024. **Métodos:** La presente investigación es de tipo básica, nivel correlacional, diseño no experimental, enfoque cuantitativo. La población fue de 36267 pobladores, muestra de 189 pobladores. **Resultados:** el 50.3% de los encuestados opinó que la gestión turística municipal es alta, el 42.9% de los encuestados califican la gestión como moderada, y el 6.9% de los encuestados percibe la falta de gestión; por otro lado, el 50.8% de los encuestados poseen una alta conciencia turística, el 42.9% de los encuestados opinan que su nivel de conciencia turística es moderado, y el 6.3% de los encuestados constata una disminución en su conciencia turística. **Conclusión:** La hipótesis general postula que la gestión turística municipal se relaciona significativamente con la conciencia turística en el distrito de Santa María, provincia de Huaura, en el año 2024. El análisis de correlación de Spearman reveló un coeficiente de correlación de 0.563 con un nivel de significancia  $p < 0.05$ , lo que indica que existe una significativa relación positiva moderada significativa entre las variables.

*Palabras clave:* gestión turística municipal, conciencia turística y planificación turística.

## ABSTRACT

**Objective:** To determine the relationship between municipal tourism management and tourism awareness in the district of Santa María, province of Huaura, 2024. **Methods:** This is a basic research, correlational level, non-experimental design, quantitative approach. The population was 36267 inhabitants, and the sample was 189 inhabitants. **Results:** 50.3% of the respondents thought that municipal tourism management was high, 42.9% of the respondents rated management as moderate, and 6.9% of the respondents perceived a lack of management; on the other hand, 50.8% of the respondents had high tourism awareness, 42.9% of the respondents thought that their level of tourism awareness was moderate, and 6.3% of the respondents noted a decrease in their tourism awareness. **Conclusion:** The general hypothesis postulates that municipal tourism management is significantly related to tourism awareness in the district of Santa Maria, province of Huaura, in the year 2024. Spearman's correlation analysis revealed a correlation coefficient of 0.563 with a significance level  $p < 0.05$ , indicating that there is a significant positive moderate significant relationship between the variables.

*Key words: municipal tourism management, tourism awareness and tourism planning.*

## **INTRODUCCIÓN**

La investigación actual se propuso conocer la relación entre la gestión turística municipal y la conciencia turística en el distrito de Santa María, provincia de Huaura, 2024.

Para ello, el trabajo se organizó en seis secciones, además de incluir referencias y anexos. La primera sección aborda la caracterización y formulación de los problemas de investigación; la segunda presenta las teorías que sustentan el estudio de las variables; la tercera describe la metodología empleada en el estudio; la cuarta expone los resultados obtenidos; la quinta se centra en la discusión de los hallazgos, en comparación con los antecedentes; y, por último, la sexta sección ofrece las conclusiones y recomendaciones.

# CAPÍTULO I

## PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

### 1.1. Descripción de la realidad problemática

A nivel mundial, el turismo ha sido uno de los sectores más aprovechados por algunas entidades ediles con vocación turística, lo que les ha facilitado mejorar diferentes condiciones esenciales con una perspectiva enfocada al turismo. Aunque, hay otras que no han logrado capitalizar esta vocación debido a la carencia de inversiones. La gestión turística municipal es un proceso continuo de aprendizaje y mejora, dado que comprende realizar un complejo proceso administrativo que comprende organización, planificación, control y dirección, haciendo empleo de medios para la investigación tanto de la oferta como de la demanda (Mori y Flores, 2022). A esto se le suma la conciencia turística, que viene a ser un pilar esencial para el desarrollo del turismo. Por ello, resulta esencial que tanto los ciudadanos como, principalmente, las autoridades locales (entidades ediles) impliquen los efectos y repercusiones de las acciones turísticas de cada entidad edil. Incentivar esta conciencia es clave para lograr un desarrollo sustentable y sostenible de los destinos turísticos. Para esto, es importante incentivar la conciencia turística en áreas como el valor por la comunidad, la conservación del patrimonio turístico y la educación (Olavarria, Fernández y Ventura, 2021). Por ello, el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo – MINCETUR (2024) menciona la importancia de que toda localidad cuente con un Plan de Desarrollo Turístico Local – PDTL, el cual es una herramienta de planificación y gestión que favorece el impulso desarrollo turístico, social y económico de una localidad.

Diversos estudios hacen notar las dificultades que se tiene para poder desarrollar una apropiada gestión turística municipal o conseguir una adecuada conciencia turística. A nivel internacional, el estudio realizado por Aucancela y Velasco (2021)

señala que es común que las instituciones públicas realicen un inapropiado incentivo turístico como una opción de generación de ingresos, demostrando la falta de aprovechamiento de los medios naturales y culturales que dispone, esto se da por el desconocimiento del gran valor turístico. A nivel nacional, el estudio de Caballero (2021) evidenció que es común que la población no cuenta con la formación requerida para gestionar el turismo y sus implicaciones, lo que lleva a que muchas veces se actúe empíricamente, incurriendo en errores que pueden resultar perjudiciales. Corresponde al municipio abordar este problema, y es responsabilidad de la población comprometerse en la gestión apropiada del turismo, demostrando así una verdadera conciencia turística.

El distrito de Santa María, ubicado en la provincia de Huaura, en la Región Lima – Provincias, se encuentra a 150 km al norte de Lima, la capital de Perú. Se extiende a orillas del río Huaura, que le suministra abundante agua para la irrigación de su fértil y vasta campiña, la segunda más gran del país. Santa María es un real paraíso natural, con exuberantes bosques, amplios arenales, atractivos humedales y majestuosas dunas que configuran sus diferentes microclimas, aportando a la fertilidad de sus tierras. La marcada ruralidad de su territorio ha dejado una profunda huella en la identidad cultural de la localidad (Municipalidad Distrital de Santa María, 2023). En cuanto a su origen, el distrito de Santa María ha habitado por diferentes culturas preincaicas, como la Mochica, Wari, Tiahuanaco y Chancay, siendo esta última en que los historiadores consideran como la de mayor presencia en la zona. Santa María se diferencia por su apacible valle, rodeado de fértiles cultivos y fascinantes formaciones rocosas, lo que convierte la sitio en un destino ideal para disfrutar de momentos en familia. Entre los cerros más visitados se hallan en el Colorado, Zapata, Sejetudo, San Antonio, Vispán, Santa María y Montero (Perú.com, 2017).

Sin embargo, el distrito de Santa María, provincia de Huaura, no es ajeno a mostrar problemáticas referentes a la gestión turística municipal puesto que, se ha observado que en la Municipalidad de Santa María no existe un área netamente dedicada al manejo, control y todo lo que requiere el sector turismo en el distrito; falta de planificación y por lo tanto interés por parte de autoridades encargadas indirectamente de manejar el sector turístico en el distrito; carencia de un plan consolidado de marketing turístico distrital hacia los ojos de los visitantes; no se vienen realizando mantenimiento a los atractivos turísticos a cargo de la municipalidad.

Por otro lado, se han observado otras problemáticas referentes a la conciencia turística por parte de la población del distrito de Santa María, provincia de Huaura, tales como la falta de identidad turística por parte de la población en consecuencia una conciencia turística deficiente a la hora de visitar atractivos o mostrarse ante pobladores de otras zonas; nulo conocimiento de la relevancia que tiene la actividad turística dentro del distrito; muchas veces la población local abusa del trato, amabilidad y seguramente costos cuando un turista nacional o extranjero llega al distrito; desconocimiento del impacto negativo antihigiénico que se tiene en ciertos lugares que deberían verse de la mejor manera; falta de conocimiento del mercado turístico y la explotación de atractivos turísticos.

De acuerdo con lo señalado en los párrafos previos y las problemáticas que se observan en el distrito de Santa María, la presente investigación tiene como objeto el conocer la relación que existe entre la gestión turística municipal y la conciencia turística en el distrito de Santa María, provincia de Huaura.

## **1.2. Formulación del Problema**

### **1.2.1. Problema General**

¿Cómo se relaciona la gestión turística municipal y la conciencia turística en el distrito de Santa María, provincia de Huaura, 2024?

### **1.2.2. Problemas Específico**

- a. ¿Cómo se relaciona la promoción turística y la conciencia turística en el distrito de Santa María, provincia de Huaura, 2024?
- b. ¿Cómo se relaciona el contralor de servicios y la conciencia turística en el distrito de Santa María, provincia de Huaura, 2024?
- c. ¿Cómo se relaciona la planificación turística y la conciencia turística en el distrito de Santa María, provincia de Huaura, 2024?

### **1.3. Objetivos de la Investigación**

#### **1.3.1. Objetivo General**

Conocer la relación entre la gestión turística municipal y la conciencia turística en el distrito de Santa María, provincia de Huaura, 2024.

#### **1.3.2. Objetivos Específicos**

- a. Conocer la relación entre la promoción turística y la conciencia turística en el distrito de Santa María, provincia de Huaura, 2024.
- b. Conocer la relación entre el contralor de servicios y la conciencia turística en el distrito de Santa María, provincia de Huaura, 2024.
- c. Conocer la relación entre la planificación turística y la conciencia turística en el distrito de Santa María, provincia de Huaura, 2024.

### **1.4. Justificación de la investigación**

#### *Justificación por su relevancia social*

La presente investigación se justifica por su relevancia social pues se tendrá la iniciativa de hacer llegar las recomendaciones que se plantearán luego del estudio, a la Municipalidad Distrital de Santa María a fin de impulsar a que se cuente con un eficiente Plan de Desarrollo Turístico Local mediante la adecuada gestión turística municipal y el impulso de la conciencia turista entre la población; atrayendo así más turistas a la zona, siendo beneficioso para los pobladores y sus negocios locales.

#### *Justificación por su implicancia practica*

El estudio tiene justificación práctica por su implicancia practica puesto que, mediante el estudio se busca resolver problemáticas que vienen afectando a la gestión turística municipal y la conciencia turística en el distrito de Santa María, provincia de Huaura.

#### *Justificación por su valor teórico*

El estudio tiene justificación por su valor teórico dado que, se espera que el estudio pueda ser utilizado por futuras investigación que busquen conocer la relación existente entre gestión turística municipal y la conciencia turística en un distrito mediano como

lo es el distrito de Santa María, puesto que, pocas son las investigaciones que estudian la relación entre ambas variables.

### **1.5. Delimitación del estudio**

- Delimitación geográfica: distrito de Santa María, provincia de Huaura, departamento de Lima.
- Delimitación temporal: en el presente año.
- Delimitación social: pobladores del distrito de Santa María, provincia de Huaura.
- Delimitación semántica: Gestión turística municipal y Conciencia turística.

### **1.6. Viabilidad del estudio**

La ejecución de este estudio fue posible por la disponibilidad de los recursos económicos, humanos y materiales necesarios para su ejecución.

## **CAPÍTULO II**

### **MARCO TEÓRICO**

#### **2.1. Antecedentes de la investigación**

##### **2.1.1. Investigaciones internacionales**

Aucancela y Velasco (2021) “Gestión turística como herramienta de desarrollo sostenible de la microcuenca del río Chimborazo, Cantón Riobamba”, publicado en la Revista de Ciencias Sociales y Humanidades Chakiñan. Su objetivo fue analizar la gestión turística y el desarrollo sostenible desde dos perspectivas: el grado de importancia y la realidad actual de cada variable. Respecto a la metodología, el estudio fue correlacional, de diseño no experimental y enfoque mixto. Su población fueron 15 personas responsables o administradores de nueve centros de desarrollo turístico comunitario legalmente constituidos y funcionales. El estudio utilizó el cuestionario. Concluyéndose que, en relación con el enfoque de importancia, el resultado de 0.723 muestra una correlación que oscila entre fuerte y perfecto, lo que indica una fuerte relación entre la importancia dada por los actores y los centros turísticos comunitarios a ambas variables.

Proaño (2019), “Gestión y desarrollo Turístico en el Cantón Guamote, Provincia de Chimborazo”, aceptada por la Universidad Nacional de Chimborazo, Ecuador. Su objetivo fue determinar la influencia de la gestión en el desarrollo turístico. Respecto a la metodología, estudio correlacional, de enfoque cuantitativo. La población fueron los prestadores de servicios turísticos y la población de Guamote. Se utilizaron la encuesta y entrevista. El estudio concluyó que la gestión incide significativamente en el desarrollo turístico,  $p\_valor = 0,008 < 0,05$  alfa.

Colcha (2019), “Talento humano y gestión turística en el Cantón Guano”, aceptada por la Universidad Nacional de Chimborazo, Ecuador. Su objetivo fue establecer la incidencia del talento humano en la gestión de turismo. Respecto a la metodología, estudio correlacional de enfoque cuantitativo. La población la conformaron 172 trabajadores. Se ejecutaron dos cuestionarios como instrumentos. La investigación concluyó que, como sig.:  $0.874 > 0.05$ , en consecuencia, no se evidenció una incidencia relevante del talento humano en la gestión turística del cantón Guano.

### **2.1.2. Investigaciones nacionales**

Saldarriaga (2023), “Gestión del turismo municipal y la conciencia turística en el distrito de Lancones, Sullana 2022”, aceptada por la Universidad Nacional de Frontera, Sullana. Su objetivo fue determinar la relación entre la gestión turística municipal y la conciencia turística. Respecto a la metodología, estudio correlacional de enfoque cuantitativo. Su población fueron 100 pobladores del distrito en mención. Se utilizó un cuestionario. Concluyéndose que por medio de los resultados obtenidos con la prueba de Rho de Spearman ( $r=0.83$ ), se observa que la variable gestión turística municipal está asociada en un 83.1% con la conciencia turística. Con un valor de significancia de ( $p=0.000$ ), al ser inferior al margen de error de 0.05. Por ende, existe una relación altamente significativa y directa entre ambas variables en.

Bringas (2021), “Gestión turística municipal y conciencia turística de la zona monumental del Rímac. Lima, 2021”, aceptada por la Universidad César Vallejo, Lima. Su objetivo fue determinar qué relación que existe entre la gestión turística municipal y la conciencia turística. Respecto a la metodología, estudio correlacional de enfoque cuantitativo. Su población fueron 104 pobladores. Ejecutó la encuesta. Se concluye que conforme a la prueba de Rho de Spearman ( $r=0.740$ ), entre las variables en estudio, lo que indica una relación considerable. Además, el valor de significancia ( $p=0.000$ ), inferior a 0.05, lo que confirma una relación estadísticamente significativa.

Palma (2021), “Gestión turística municipal para el fomento de la actividad turística en el distrito de Santa Rosa – región Lambayeque, año

2019”, aceptada por la Universidad Señor de Sipán. Su objetivo fue analizar la gestión turística. Respecto a la metodología, estudio propositivo de enfoque mixto. La población fueron los funcionarios municipales y los prestadores de servicios turísticos del distrito. Se emplearon la encuesta, observación y entrevista como técnicas. Se concluyó que, no existe una verdadera gestión turística municipal ya que hay desinterés en realizar gestiones turísticas y entablar relaciones con otros organismos.

## **2.2. Bases teóricas**

### **2.2.1. Variable 1: Gestión turística municipal**

#### **A. Dimensiones**

De acuerdo con la investigación elaborada por Bringas (2021), las dimensiones para evaluar la gestión turística municipal son:

- a. Dimensión Promoción turística: Esta dimensión evalúa la percepción de la gestión municipal de información acerca de los atractivos turísticos, la socialización de contenidos como promotor de acciones y eventos de fomento turístico, el impulso al comercio local, y la adecuada gestión de la imagen patrimonial y cultural, tanto a nivel nacional como internacional (Bringas, 2021).
- b. Dimensión contralor de servicios: Esta dimensión analiza la gestión municipal desde el enfoque de la fiscalización de la calidad de los servicios turísticos, con una perspectiva en la regulación de los mismo y la formación del personal, a fin de optimizar tanto la calidad como la competitividad del mercado turístico local (Bringas, 2021).
- c. Dimensión Planificación turística: Evalúa la gestión municipal respecto con la coordinación de los servicios turísticas, tanto en colaboración con otras instituciones como en el trabajo conjunto con las demás entidades ediles. Asimismo, comprende, la planeación y ejecución de proyectos turísticos (Bringas, 2021).

## ***B. Factores morales de la gestión turística***

Según lo mencionado por Castro y González (2021), la gestión ética del patrimonio turístico confronta diferentes retos, principalmente en lo que refiere a su conservación, dado que es necesario equilibrar los intereses mercantiles y monetarios con la preservación cultural. Los factores morales del vínculo entre el turismo y el patrimonio son importantes que se compenetren en un marco ético que facilite a los gestores actuar con responsabilidad ante los dilemas y conflictos éticos que aparecen. Para este motivo, es esencial reconocer aspectos implicado (Castro y González, 2021).

Uno de los más importantes aspectos éticos en el manejo del patrimonio es la responsabilidad de respetar la autenticidad del objeto, ya sea material o inmaterial, mueble o inmueble. Las intervenciones, conservaciones y difusiones son importantes para que garanticen a diferentes grupos de interés o stakeholders, pues estos beneficios de forma directa o indirecta de la explotación del patrimonio. Estos grupos comprenden tanto a la comunidad local como a los estudiosos y propietarios, etcétera. De acuerdo con la doctrina del manejo empresarial basada en los stakeholders, estos son aquellos grupos que puede impactar en los blancos organizacionales o verse afectados por la misma (Castro y González, 2021).

Otro aspecto ético relevante son los derechos del propietario del patrimonio. Aun cuando estos derechos están regulados por la ley, por lo general ingresan en conflicto con otros derechos, como los de autor. Los conflictos generados entre los diferentes grupos de intereses inciden de forma directa en la conservación y exposición del patrimonio, impactando en su apreciación y preservación, además de la percepción de su autenticidad. Para finalizar, otro factor moral en la gestión del patrimonio turístico es la responsabilidad profesional. Es necesario que los gestores incentiven buenas prácticas, incentivar colaboración entre colegas y evitar conflictos de intereses, todo ello dentro de un marco ético que propicie la cohesión e institucionalización de la disciplina (Castro y González, 2021).

Respecto con la sostenibilidad, diferentes de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) planteados por la ONU en el año 2015 se relaciona

cercanamente con el cargo en el manejo del patrimonio, principalmente el ODS 11, que tienen por finalidad lograr ciudades inclusivas, seguras, resilientes y sostenibles. Dicho blanco enfatiza la necesidad de proteger y salvaguardar el patrimonio cultural y natural, lo que comprende una manejo responsable y sostenible del mismo (artículo 11.4) (Castro y González, 2021).

### ***C. La prestación al cliente en la actividad turística municipal***

De acuerdo con Colcha (2019), el turismo es una de las industrias de mayor crecimiento a nivel global, y se basa esencialmente en la oferta de prestaciones. Para las naciones con una fuerte perspectiva en el turismo, representa un reto principal lograr la satisfacción de los visitantes e incrementar su cantidad. La calidad de los servicios prestados está sujeto fuertemente del talento y la formación del personal que interviene. Es importante poner en práctica tácticas que optimicen la calidad del servicio, tales como sistemas eficaces, políticas y procedimientos bien definidos, así como una perspectiva integral de gestión de calidad. Esto no solo genera confianza en los clientes, sino que asimismo ayuda como modelo para cualquier equipo, resaltando la relevancia de la calidad en las diversas operaciones.

En el sector turístico, los procesos de servicio tienen una mayor complejidad al resto de los sectores. Ya que ofrecer una habitación de hotel no se limita en brindar un colchón sobre una base. Comprende asegurar la disponibilidad de demás medios, como restaurantes, bares, personal capacitado en percepción, manejo de reservas para espectáculos, cambio de moneda y alquiler de vehículos, todo ello adaptado a las carencias determinadas de los huéspedes.

### ***D. Características de la gestión turística***

Según Proaño (2019), las características de la gestión turística son las siguientes a mencionar:

- Organización local turística: La municipalidad ha venido impulsando al turismo como un aspecto que inciden en el crecimiento económico,

cultural y patrimonial de la gestión territorial, creando la competencia en el turismo en donde los cantones son los encargados de planificaciones o programas de desarrollo turístico para traer beneficios al territorio. Los Municipios deben poseer financiamiento, además de tener una legislación precisa para la competencia en turismo. La constitución establece la posibilidad de crear mancomunidades entre entidades ediles, a fin de incentivar el desarrollo económico y social de las comunidades que son partícipes. Las mancomunidades se definen como modelos de manejo local y territorial que comprenden áreas geográficas amplias y diferentes. No reemplazan a demás instituciones gubernamentales, ni se limitan a las competencias de una sola entidad edil, aun cuando sus operaciones se sustentan en la voluntad relacionada a estas. Lo importante es que están reconocidas por la Constitución e incentivan la intervención para laborar colaborativamente, comprendiendo de forma conjunta las dificultades económicos y sociales, e incentivando programas de asistencia social (Proaño, 2019).

- Planificación: Para promover el turismo en un destino, es esencial un Plan Estratégico que sirva como un marco orientador para aquellas acciones, con un horizonte temporal amplio y que defina los sustentos y tácticos a seguir a largo plazo. Este plan actúa como una guía para el manejo turístico dentro del territorio. Es importante que creación comprenda la intervención de cada elemento principal interesado en el desarrollo turístico, ya que se necesita de un análisis táctico para evaluar tanto la situación presente como el potencial de la actividad turística en la zona. La planificación debe sustentarse en un diagnóstico exhaustivo del territorio, el cual se puede obtener a partir de los Planes de Ordenamiento Territorial Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, Organizaciones no Gubernamentales, entre otras (Proaño, 2019).
- Normativa Turística y Fomento de Inversiones: Es necesario conocer la normativa turística para saber los campos de actuación y limitaciones de las mismas por lo que es importante contar con un marco normativo claro, al igual que las competencias que tiene el municipio para desarrollar acciones adecuadas. El municipio debe trabajar de manera coordinado con

los prestadores de servicio para poder llegar a desarrollar un turismo sostenible y obtener por lo tanto mejores resultados en la parte de implementación. Para lograr esto en el sector el gobierno de turno debe tener estrategias claras para incentivar la inversión turística en el sector (Proaño, 2019).

- Gestión de Conflictos y Crisis con turistas y con actores públicos. Se debe tener en cuenta que los funcionarios y administradores públicos tiene diferentes problemas lo que causa que se genere una mala atención, por lo que es requerido tener una planeación que contribuya a tener lineamientos de actuación ante crisis que se generen en el destino turístico. La Resolución Alternativa de Conflictos (RAC) ante las dificultades de la prestación de prestaciones turísticas han demostrado ser una perspectiva efectiva y ágil en el mundo, colaborando a minimizar influencias negativas de estas organizaciones. Para poner en práctica esta táctica, el Organismo de Turismo debe considerar dos directrices principales como el plan de gestión de crisis y un plan específico para la atención de turistas (Proaño, 2019).
- Participación ciudadana: La innovación en la gestión turística no solo comprende una adecuada intervención entre el Estado y las empresas, sino además incentivar una mayor intervención de la ciudadanía, tiene una buena incidencia en la vida de la comunidad local. La participación ciudadana hace referencia a la capacidad a los habitantes para involucrarse en los asuntos públicos de diferentes maneras. Es esencial que los ciudadanos, como principales gestores del turismo, intervienen de forma activa sobre las iniciativas propuestas, sino que, además valida los planes elaborados, lo que impacta de manera significativa en la posibilidad de éxito de dichos proyectos en relación a aquellos en los no se ha contado en la participación ciudadana (Proaño, 2019).

## 2.2.2. Variable 2: Conciencia turística

### A. Dimensiones

De acuerdo con la investigación elaborada por Correa (2018), las dimensiones para evaluar la conciencia turística son:

- a. Dimensión Contacto con el turista: Se analiza el vínculo dado entre residentes y turistas, centrándose en la calidad del trato humano que reciben los visitantes. Asimismo, se evalúa el nivel de conocimiento que los ciudadanos tienen sobre los atractivos turísticos de su ciudad, lo que refleja el nivel de relación con el destino (Correa, 2018).
- b. Dimensión suministradores de información: Se analiza la formación y capacitación del personal de las organizaciones turísticas para brindar información clara, precisa y calidad. Asimismo, se considera la postura de los prestadores de servicio, resaltando la relevancia de la empatía y la honestidad hacia los turistas (Correa, 2018).
- c. Dimensión conservación de identidad de patrimonio: Se examina el nivel de sensibilización de la comunidad sobre la relevancia de cuidar y proteger el patrimonio turístico. Asimismo, se valora el nivel de reconocimiento de los ciudadanos en relación a los sitios y atractivos turísticos de su propia ciudad (Correa, 2018).

### B. Teorías relacionadas a la conciencia turística

Según Palacios y Pozo (2020), las doctrinas relacionadas a la conciencia turística son las siguientes:

- a. Doctrina Acción Razonada (TAR)

La teoría de Acción Razonada (TAR) sostiene que los individuos, al ser racionales, toman decisiones basadas en el conocimiento que poseen sobre una situación o un objeto. Esta doctrina se basa en dos premisas principales: primeramente, la conducta de las personas es racional, esto se traduce en que los individuos evalúan, de acuerdo a la información disponible, los posibles efectos de realizar o no realizar una acción determinada. En segundo lugar, las acciones se definen por la intención de llevarlas a cabo, siempre que la persona

tenga control voluntario sobre estas. La postura de un individuo frente a una situación o un objeto esta impactada por sus creencias en ese momento concreto (Palacios y Pozo, 2020).

Los individuos son conscientes de sus acciones y de todo vinculado a estos, ya que son capaces de identificar lo que realizan. La doctrina diferencia entre diferentes clases de personas; aquellas que consideran que los efectos de sus actos antes de actuar y aquellos que sencillamente actúan porque tienen el control sobre sí mismos. Las creencias desempeñan un rol fundamental en el comportamiento del individuo, dado que las creencias normativas como la motivación para complacer a los otros inciden en la evaluación subjetiva de sus acciones. Dichas creencias y motivaciones, al mismo tiempo, se derivan de la intención del individuo, impactada por una valoración previa de conducta (buena o mala) y por la presión social que pueda existir para realizar dicha acción (Palacios y Pozo, 2020).

#### b. Doctrina de la Conducta Planificada

Las posturas hacia un comportamiento, que se derivan de un grupo de creencias de la persona y la norma subjetiva (un grupo de creencias aceptadas por el grupo social al que pertenece, comprendiendo normas, reglas y conductas), son aspectos principales para predecir la intención de un individuo de realizar cierto comportamiento. Asimismo, dicho análisis, introduce un tercer aspecto en la predicción de las intenciones: el control conductual percibido. Esta definición hace referencia a la idea que, por lo general, los comportamientos escapan al control voluntario de la persona. El control conductual percibido, junto a las posturas hacia el comportamiento (comprenden las acciones en base a las creencias y el análisis de sus efectos) y las normas subjetivas (creencias normativas y el incentivo de complacer), conforman la intención conductual. El control conductual tiene dos extremos: uno corresponde a los comportamientos que están fuera de control del individuo, y el otro a aquellas que el individuo percibe como completamente controlable (Palacios y Pozo, 2020).

Ciertos comportamientos, en cierta manera, están influenciados por aspectos externos como el tiempo, el dinero o las habilidades (la realidad de

cada persona) etcétera. En tanto que más éxito un individuo en gestionar estos aspectos externos, mejor podrá controlar su conducta, siempre y cuando exista la intención de hacerlo. La conducta se relaciona tanto en la motivación (la intención) como por la capacidad para llevarla a cabo. Por tal motivo, es relevante entender qué motiva a los habitantes locales a interactuar o no con los turistas, y qué aspectos impactan en sus comportamientos (Palacios y Pozo, 2020).

#### c. Doctrina de la Identidad Social

Las personas que se inclinan en cambiar su conducta si se sienten parte de un grupo. Diferentes experimentos han demostrado que, al cambiar a una persona de un grupo social a otro, este adopta conductas nuevas enfocadas en favorecer los intereses del grupo al que se une. En el caso de un grupo minoritario, se formarían micro culturas, en las cuales ese grupo preserva su reconocimiento colectivo a través dos criterios: emocional y valorativo, empleando expresiones diferentes dentro del grupo o categoría social, con continuidad histórica o ideológica, otorga a una cierta situación. Esta identidad se muestra de manera colectiva, y por ello, un grupo colectivo numerosos puede preservar y destacar su reconocimiento al diferenciar de demás grupos, por medio de manifestaciones de microculturas que se unifican en un solo gran grupo (Palacios y Pozo, 2020).

El macroentorno siempre resulta ser más complejo que el sistema en sí. Un factor dentro del sistema responde selectivamente a diferentes insumos del entorno (selectividad del sistema). Por ejemplo, un aspecto colectivo dentro de un destino turístico solo interactuará con aspectos del entorno que considera importantes, dejando de lado aquellos que no son adecuados, como los aspectos políticos y monetarios ajenos o su realidad (perspectiva de contingencia). Realizar un estudio de la sociedad en el destino dentro un marco sistemático facilitará a la superestructura reconocer los códigos de diálogo colectivo generados por su interacción (Palacios y Pozo, 2020).

#### d. Doctrina de la Interfaz

Se sostiene que la percepción de una persona sobre su medio físico no solo comprende lo que es imparcialmente real, sino asimismo las ilusiones que

él mismo construye, creando una visión entera del contexto (percepciones, realidad e ilusiones). Mejor dicho, no todo lo que percibe es real tampoco es observable, medible o demostrable. Asimismo, se considera el marco teórico de la evolución para reconocer cómo funciona la percepción. Dentro de dicha perspectiva, la intencionalidad desempeña un rol principal, dado que, aun cuando se transmita algo claro y real (de acuerdo al enfoque evolutivo), cada persona puede recibir esta información de manera diferente. Esto se debe a que la persona, consciente e inconsciente, decide cómo procesar la información y si acepta o rechaza lo que se presenta (Palacios y Pozo, 2020).

Por ende, al evaluar la interacción de los aspectos participantes en el crecimiento turístico local, es importante desde una perspectiva realista, perceptible y con un adecuado saber del medio físico (Palacios y Pozo, 2020).

#### e. Doctrina de la Conciencia

La doctrina de la conciencia se sustenta en dos hipótesis esenciales: el primero sostiene que esta doctrina forma parte de una doctrina profunda sobre el cerebro, dado que cada persona confronta la realidad de que su experiencia fisiológica es única (inteligencia, habilidades, emociones), al igual que su sistema de valores. El segundo supuesto se sustenta en la carencia de identificar y respetar los más importantes principios de la física de manera rigurosa. De acuerdo con dicha doctrina, hay dos clases de conciencia: la conciencia de orden superior, que hace referencia al sentido de un “yo” definido, nombrable y reconocido por la sociedad, y la conciencia primaria, que es fruto de las interacciones en el cerebro. La meta de dicha doctrina es entender que la conciencia se relaciona con las probabilidades de la persona para conocerse así mismo por medio de sus condiciones internas y acciones, además de los límites de su valor moral (Palacios y Pozo, 2020).

### **C. Construcción de conciencia turística**

Según Orbezo (2019), las tácticas de incentivar y desarrollar la conciencia turística se materializan por medio de su difusión en los medios de comunicación y de la puesta en marcha de programas educativos que incentivan el conocimiento acerca del turismo. Dichos programas, sacando

provecho de los recursos disponibles en la comunidad, tiene por finalidad el turismo, mostrar sus beneficios, crear empleos y mejora la calidad de vida de los habitantes.

El turismo ha emergido como un instrumento principal para el cambio colectivo, aportando a la construcción de una sociedad generador de riqueza y más equitativa. Esto es posible ya que el turismo actúa como un motor de cambio en las regiones o localidades donde se realiza, cambiando las percepciones acerca de los medios naturales y culturales, y generando un intercambio de visiones y valores entre culturas (Orbezo, 2019).

Por ende, es importante sensibilizar a la comunidad local acerca del valor cultural y la relevancia de preservar dichos bienes. Es necesario que este proceso inicie desde temprana edad, en las escuelas, y extenderse a los adultos por medio de los medios de comunicación, para minimizar la ignorancia acerca de los beneficios del turismo. Esto no solo promoverá el interés por las actividades turísticas, sino que asimismo mejorará la calidad de vida de los residentes y contribuirá al bienestar colectivo. De esta manera, generar una conciencia turística comprende el incentivo de la valoración del patrimonio cultural y natural (Orbezo, 2019).

La conciencia turística facilita el entendimiento de la importancia de esta actividad, que es una labor de cada ciudadano. Ser responsable en términos turísticos aporta al cambio, disfrute y preservación del patrimonio cultural y los medios naturales. Dicha conciencia comprende el desarrollo de la región o nación. La conciencia turística es un sector clave para el crecimiento de cualquier, por lo que es esencial contar con mecanismos colectivos de diálogo (radio, televisión, internet) para concebir conciencia en la población (Orbezo, 2019).

Es importante que los individuos reconozcan, valoren y respeten y protejan su patrimonio, donde es necesario ser impulsador por el continuo trabajo, la educación desde las escuelas, el empoderamiento local y una perspectiva de crecimiento continuo. De esta manera se logra que las comunidades se apropien de su patrimonio cultural y natural (Orbezo, 2019).

El sector turístico comprende sector público y privado, los cuales es necesario su preparación para comprender a los turistas adecuadamente, optimizando la infraestructura, brindando formación e incentivando los atractivos del destino. Es necesario que esta colaboración inicie desde los gobiernos regionales y locales, además de los empresarios, para identificar un buen desarrollo turístico sostenible y beneficios para la comunidad. Con la conciencia turística, se busca cambiar la postura de los habitantes, a fin de que intervengan de manera activa en la valorización y preservación del patrimonio cultural y natural de su territorio.

#### ***D. Clases de conciencia turística***

Según Collas (2021), las clases de conciencia turística son las siguientes:

- **Concienciación de acción pública:** Hace referencia a las actividades hechas por las organizaciones del Estado, así como ministerios, gobiernos regionales, entidades ediles y demás organismos públicos. Las autoridades, desde el nivel más alto, es necesario que completamente informadas y tener una visión progresiva acerca de la importancia del rubro turístico. En este aspecto, es esencial indicar que muchas zonas arqueológicas confrontan inconvenientes de acumulación de basura, lo que muestra una baja de conciencia turística en las autoridades públicas, dado que no ponen en marcha medidas de limpieza ni acciones preventivas para evitar que la situación se repita. Como bien dice el refrán “si es bueno limpiar, es aún mejor no ensuciar” (Collas, 2021).
- **Concienciación de acción privada:** Es la actividad realizada por rubro privado para inculcar la conciencia turística en su personal, aquellos que pueden ser formados por medio de ONGs o instituciones privadas organizadas, como los gremios turísticos. Estos gremios a menudo brindan cursos y prácticas dirigidas a elevar la conciencia turística. Un ejemplo del Proyecto de Fortalecimiento Integral del Turismo en el Perú, en colaboración con la Agencia Española de Cooperación Internacional (AECI) cuya meta es aportar a la lucha contra la pobreza extrema por medio de la formación y el incremento del empleo en el sector turístico de

manera descentralizada. Uno de los componentes principales de este plan es la conciencia tributaria por medio de la capacitación, ciertos objetivos comprenden: lograr que los niños y adolescentes se identifiquen con el patrimonio nacional, identificar la actividad turística como una fuente de empleo, y sensibilizar a la población acerca de lo importante del turismo para el desarrollo social (Collas, 2021).

- **Concienciación colectiva:** Se trata de incentivar a las comunidades la comprensión del valor del turismo. Una comunidad bien preparada sea capaz de brindar una atención de calidad al turista, creando un clima hospitalario y seguro, que se interpreta como la amabilidad de sus habitantes, buenos modales y la estética de artículos brindados, de forma respetuosa y atenta (Collas, 2021).
- **Concienciación individual:** Hace referencia al desarrollo personal de la conciencia turística. Es necesario que cada ciudadano sepa y aprecie las riquezas de su propia nación. Como peruanos, los recursos naturales y paisajes, además de la gastronomía y el variado folklore que forman parte de nuestras culturas vivas. Nadie puede amar ni incentivar aquello que no conoce (Collas, 2021).

### **2.3. Definición de términos básicos**

#### *Gestión turística municipal*

Se trata de un conjunto de acciones que deben ponerse en marcha por parte de las instituciones locales o entidades ediles a fin de que conviertan en un territorio en un destino turístico. A fin de lograr un entorno turístico sostenible, es importante capacitar al personal apropiado, determinar áreas de turismo dentro del gobierno local, y siempre que sea posible, incentivar la colaboración entre el sector público y privado (Aparicio, 2021).

#### *Conciencia turística*

Hace referencia a la formación turística enfocada a la ciudadanía, a fin de incentivar una postura de respeto y conservación del patrimonio. De tal forma que, se asegura la

seguridad de los visitantes, a la vez que se incentiva un trato amable y se esfuerzan los valores importantes para brindar una prestación de calidad (Saldarriaga, 2023).

#### *Promoción turística*

Esta dimensión evalúa la percepción de la gestión municipal de información acerca de los atractivos turísticos, la socialización de contenidos como promotor de acciones y eventos de fomento turístico, el impulso al comercio local, y la adecuada gestión de la imagen patrimonial y cultural, tanto a nivel nacional como internacional (Bringas, 2021).

#### *Contralor de servicios*

Esta dimensión analiza la gestión municipal desde el enfoque de la fiscalización de la calidad de los servicios turísticos, con una perspectiva en la regulación de los mismo y la formación del personal, a fin de optimizar tanto la calidad como la competitividad del mercado turístico local (Bringas, 2021).

#### *Planificación turística*

Evalúa la gestión municipal respecto con la coordinación de los servicios turísticos, tanto en colaboración con otras instituciones como en el trabajo conjunto con las demás entidades ediles. Asimismo, comprende, la planeación y ejecución de proyectos turísticos (Bringas, 2021).

#### *Contacto con el turista*

Se analiza el vínculo dado entre residentes y turistas, centrándose en la calidad del trato humano que reciben los visitantes. Asimismo, se evalúa el nivel de conocimiento que los ciudadanos tienen sobre los atractivos turísticos de su ciudad, lo que refleja el nivel de relación con el destino (Correa, 2018).

#### *Suministradores de información*

Se analiza la formación y capacitación del personal de las organizaciones turísticas para brinda información clara, precisa y calidad. Asimismo, se considera la postura de los prestadores de servicio, resaltando la relevancia de la empatía y la honestidad hacia los turistas (Correa, 2018).

### *Conservación de identidad de patrimonio*

Se examina el nivel de sensibilización de la comunidad sobre la relevancia de cuidar y proteger el patrimonio turístico. Asimismo, se valora el nivel de reconocimiento de los ciudadanos en relación a los sitios y atractivos turísticos de su propia ciudad (Correa, 2018).

## **2.4. Hipótesis de investigación**

### **2.4.1. Hipótesis general**

La gestión turística municipal se relaciona significativamente con la conciencia turística en el distrito de Santa María, provincia de Huaura, 2024.

### **2.4.2. Hipótesis específicas**

- a. La promoción turística se relaciona significativamente con la conciencia turística en el distrito de Santa María, provincia de Huaura, 2024.
- b. El contralor de servicios se relaciona significativamente con la conciencia turística en el distrito de Santa María, provincia de Huaura, 2024.
- c. La planificación turística se relaciona significativamente con la conciencia turística en el distrito de Santa María, provincia de Huaura, 2024.

## 2.5. Operacionalización de las variables

Variable 1	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Ítems
<b>GESTIÓN TURÍSTICA MUNICIPAL</b>	Se trata de un conjunto de acciones que deben ponerse en marcha por parte de las instituciones locales o entidades ediles a fin de que conviertan en un territorio en un destino turístico. A fin de lograr un entorno turístico sostenible, es importante capacitar al personal apropiado, determinar áreas de turismo dentro del gobierno local, y siempre que sea posible, incentivar la colaboración entre el sector público y privado (Aparicio, 2021).	Para evaluar la variable gestión del turismo municipal, se empleará un cuestionario con escala ordinal, diseñado en relación de tres dimensiones.	Promoción turística  Contralor de servicios  Planificación turística	- Brinda información necesaria. - Fomenta actividades y propicia el comercio. - Fomenta la imagen patrimonial y cultural.  - Regulación de servicios. - Capacitación a las empresas turísticas.  - Trabajo con otras entidades. - Trabajo con otros municipios. - Elaboración de proyectos de inversión.	01 02 03  04 05  06 07 08

Fuente: Bringas (2021).

Variable 2	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Ítems
<b>CONCIENCIA TURÍSTICA</b>	Hace referencia a la formación turística enfocada a la ciudadanía, a fin de incentivar una postura de respeto y conservación del patrimonio. De tal forma que, se asegura la seguridad de los visitantes, a la vez que se incentiva un trato amable y se esfuerzan los valores importantes para brindar una prestación de calidad (Saldarriaga, 2023).	Para medir la variable conciencia tributaria, se empleará un cuestionario con escala ordinal, integrado por tres dimensiones.	Contacto con el turista	- El trato con el turista. - Importancia de la articulación con el turista. - Formación turística.	09 10 11
			Suministradores de información	- Capacitación sobre brindar servicios turísticos. - Actitudes de empatía y honestidad con el turista.	12 13
			Conservación de identidad y patrimonio	- Sensibilización sobre el cuidado patrimonial material e intelectual. - Nivel de identidad turística de los pobladores.	14 15

Fuente: Correa (2018).

## CAPÍTULO III

### METODOLOGÍA

#### 3.1. Diseño metodológico

Esta investigación es de carácter básico, ya que tiene como objetivo generar conocimientos que permitan comparar la teoría con la realidad, con el fin de comprender los hechos que están ocurriendo (Alvarez A. , 2020).

El nivel de la investigación es correlacional, ya que busca identificar y analizar el grado de relación o asociación entre dos o más conceptos, categorías o variables en una muestra o contexto específico (Hernández y Mendoza, 2018, p.109).

La presente investigación es de diseño no experimental, ya que las variables serán analizadas sin manipulación deliberada, es decir, no se hará variar de alguna manera intencional las variables. Entonces, se medirá las variables tal cual se desarrollan en su contexto natural, para después poder analizarlas (Hernández y Mendoza, 2018). Además, la investigación es de corte transeccional, puesto que se recogerán los datos de ambas variables en un momento único y lugar específico (Hernández y Mendoza, 2018).

La investigación tiene un enfoque cuantitativo pues que, dado que se emplearán métodos y técnicas estadísticas para analizar el vínculo entre las variables en estudio, por medio de la medición de las unidades de análisis, el muestreo y el procesamiento de datos estadísticas (Ñaupas et al., 2018).

## 3.2. Población y muestra

### 3.2.1. Población

Estuvo representada por 36267 pobladores que residen en el distrito de Santa María, provincia de Huaura. Según Censos Poblacionales INEI.

### 3.2.2. Muestra

Entonces, una vez determinada nuestra población, procedemos a determinar el tamaño de la muestra con la que se trabajará. Se utilizará la fórmula para poblaciones finitas (López y Fachelli, 2015):

$$n = \frac{Z^2 \cdot P \cdot Q \cdot N}{(N - 1) \cdot e^2 + Z^2 \cdot P \cdot Q}$$

*Donde:*

n: muestra.

$Z^2$ : unidades de desviación que indica el nivel de confianza adoptado.

$e^2$ : error muestral considerado, elevado al cuadrado.

N: población.

P: la proporción (o porcentaje) de individuos que tienen una característica.

Q: la proporción (o porcentaje) de individuos que no tienen la característica.

*Reemplazando:*

$$n = \frac{3.8416 * 0.5 * 0.5 * 36267}{36267 * 0.0025 + 3.8416 * 0.5 * 0.5}$$

$$n = 380.14$$

*Ajuste de muestra:*

$$nf = \frac{380}{1 + \frac{(380 - 1)}{380}} = \frac{380}{1 + 0.997} \approx 189$$

Entonces, la muestra está representada por 189 pobladores que residen en el distrito de Santa María, provincia de Huaura.

Para la selección de los elementos de la muestra se tomará como criterio de inclusión a los pobladores en el rango de edad entre 18 años a 65 años.

### **3.3. Técnicas de recolección de datos**

Técnica: encuesta. El instrumento evaluó las variables en estudio, la gestión turística municipal y la conciencia turística. El cuestionario fue respondido por los pobladores que residen en el distrito de Santa María, provincia de Huaura.

### **3.4. Técnicas para el procesamiento de la información**

Se utilizó la prueba de normalidad de Kolmogorov – Smirnov. El software empleado fue el SPSS V.27.

## CAPÍTULO IV

### RESULTADOS

#### 4.1. Análisis de resultados

##### A. Análisis descriptivo de la gestión turística municipal

Tabla 1

*Distribución de frecuencias de la promoción turística y sus indicadores*

	Alta		Moderada		Baja	
	f	%	f	%	f	%
Promoción turística	78	41.3%	83	43.9%	28	14.8%
Brinda información necesaria.	75	39.7%	48	25.4%	66	34.9%
Fomenta actividades y propicia el comercio.	78	41.3%	39	20.6%	72	38.1%
Fomenta la imagen patrimonial y cultural.	76	40.2%	42	22.2%	71	37.6%

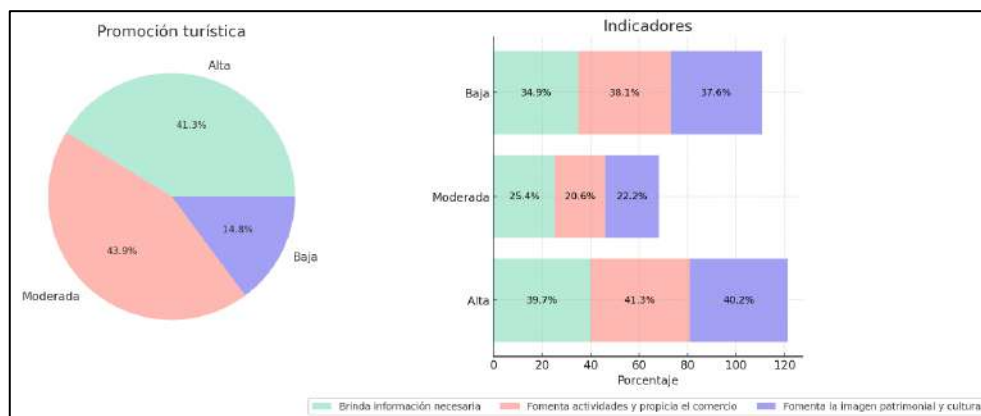


Figura 1. Promoción turística y sus indicadores.

La Tabla 1 presenta la distribución de las frecuencias de la promoción turística y sus indicadores en el distrito de Santa María. Según los datos, el 41.3% de los encuestados perciben la promoción turística como alta, mientras que el 43.9% la consideran moderada y el 14.8% la consideran baja. En relación a los indicadores específicos, el 39.7% de los encuestados sostiene que la promoción turística proporciona la información necesaria,

aunque un 34.9% sostiene que esta información es insuficiente. En lo que respecta al fomento de actividades y promoción del comercio, un 41.3% de los encuestados valora con éxito este aspecto, mientras que un 38.1% lo percibe de manera negativa. En relación al fomento de la imagen patrimonial y cultural, el 40.2% de los encuestados lo valora con consideración, mientras que un 37.6% lo considera bajo. Los resultados indican que, aunque la promoción turística en general es considerada como moderada o alta por la mayoría de los encuestados, existen áreas específicas como la provisión de información y el fomento de la imagen patrimonial y cultural donde se perciben debilidades significativas, lo que indica la necesidad de mejorar estos aspectos para reforzar la efectividad de la promoción turística en el distrito.

Tabla 2

*Distribución de frecuencias del contralor de servicios y sus indicadores*

	Alta		Moderada		Baja	
	f	%	f	%	f	%
Contralor de servicios	78	41.3%	71	37.6%	40	21.2%
Regulación de servicios.	77	40.7%	40	21.2%	72	38.1%
Capacitación a las empresas turísticas.	86	45.5%	36	19.0%	67	35.4%

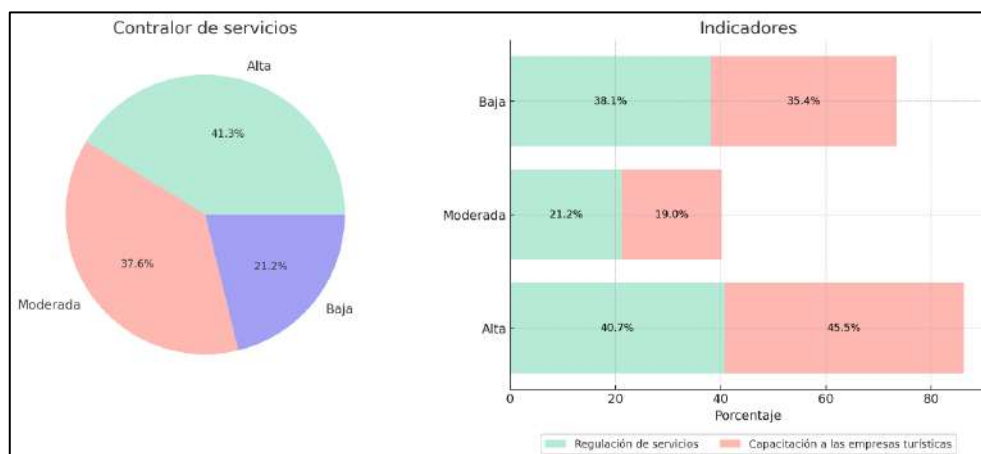


Figura 2. Contralor de servicios y sus indicadores.

La Tabla 2 expone la distribución de las frecuencias del contralor de servicios y sus indicadores en el distrito de Santa María. De acuerdo con los datos, el 41.3% de los encuestados opinan que el contralor de servicios es alto, mientras que el 37.6% lo califica como moderado y el 21.2% lo perciben como bajo. En lo que respecta a la regulación de servicios, el 40.7% de los encuestados la valora como alta, mientras que un 38.1% la

considera baja, lo que representa una percepción dividida respecto a la eficacia de la regulación. En lo que respecta a la capacitación de las empresas turísticas, el 45.5% de los encuestados la valora de manera significativa, lo cual indica una percepción positiva en esta área, aunque un 35.4% aún la considera insuficiente. Los resultados obtenidos indican que, a pesar de que el contralor de servicios es generalmente percibido de manera favorable, existen percepciones mixtas en relación a la regulación de servicios y la capacitación, lo que sugiere la necesidad de reforzar estas áreas para optimizar la eficacia del control y calidad de los servicios turísticos en el distrito.

Tabla 3

*Distribución de frecuencias de la planificación turística y sus indicadores*

	Alta		Moderada		Baja	
	f	%	f	%	f	%
Planificación turística	75	39.7%	86	45.5%	28	14.8%
Trabajo con otras entidades.	83	43.9%	44	23.3%	62	32.8%
Trabajo con otros municipios.	73	38.6%	39	20.6%	77	40.7%
Elaboración de proyectos de inversión.	73	38.6%	40	21.2%	76	40.2%

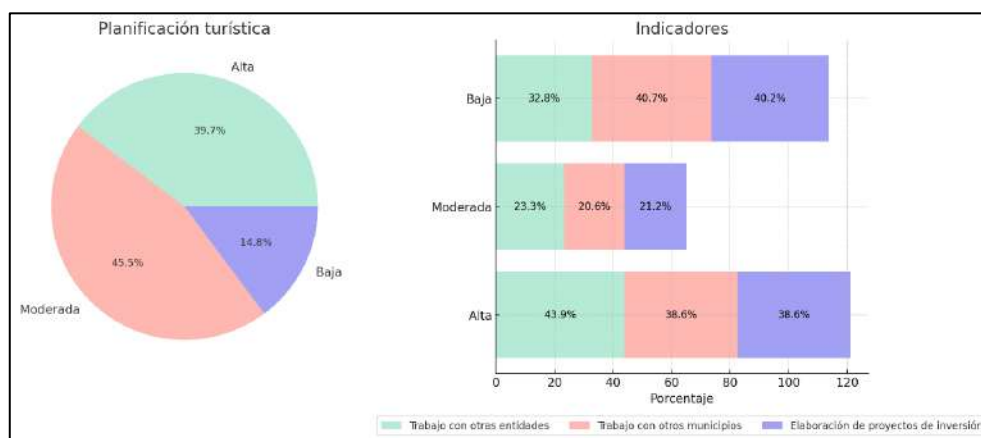


Figura 3. Planificación turística y sus indicadores.

La Tabla 3 presenta la distribución de las frecuencias de planificación turística y sus indicadores en el distrito de Santa María. De acuerdo con los datos, el 39.7% de los encuestados opinan que la planificación turística es alta, mientras que el 45.5% la consideran moderada y el 14.8% la perciben como baja. En relación al trabajo con otras entidades, el 43.9% de los encuestados lo valora de manera favorable, aunque un 32.8% lo considera bajo, lo que representa una percepción de que la colaboración interinstitucional puede mejorarse. En relación a la colaboración con otros municipios, el 38.6% de los encuestados lo califica

como alto, mientras que un 40.7% lo percibe como bajo, lo que indica que la cooperación intermunicipal es una deficiencia en la planificación turística. En cuanto a la elaboración de proyectos de inversión, un 38.6% de los encuestados lo valoran como alto, mientras que un 40.2% lo consideran bajo, lo que refleja una preocupación significativa sobre la efectividad en la planificación y ejecución de proyectos de inversión turística. En conjunto, estos resultados sugieren que, a pesar de que la planificación turística se presenta como moderada o alta, existen áreas fundamentales como la colaboración con otros municipios y la elaboración de proyectos de inversión que requieren atención y mejora para fortalecer la planificación turística en el distrito.

Tabla 4  
*Distribución de frecuencias de la gestión turística municipal*

		f	%
Válido	Alta	95	50.3
	Moderada	81	42.9
	Baja	13	6.9
	Total	189	100.0

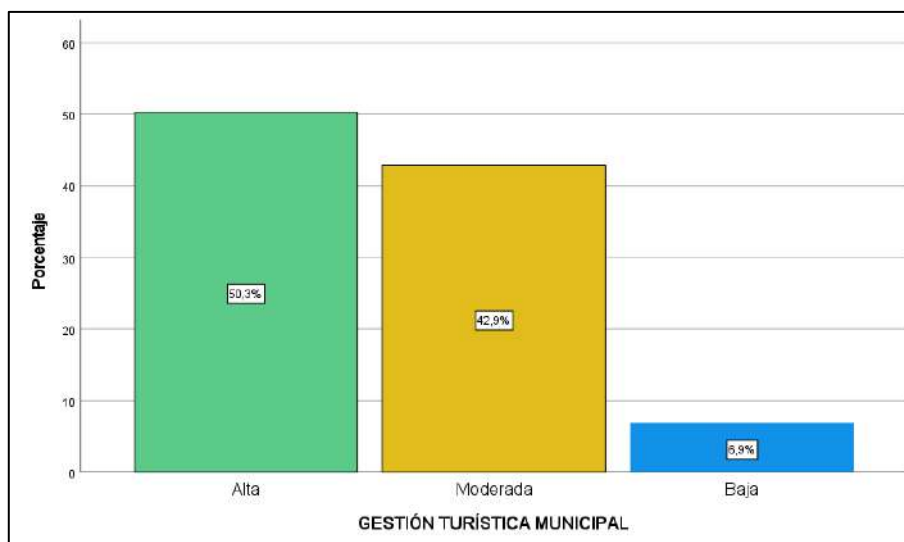


Figura 4. Gestión turística municipal.

La Tabla 4 ilustra la distribución de las frecuencias de la percepción de la gestión turística municipal en el distrito de Santa María. De acuerdo con los datos, el 50.3% de los encuestados opinó que la gestión turística municipal es alta, lo que indica que la mayoría percibe positivamente los esfuerzos del municipio en la gestión del turismo. El 42.9% de los

encuestados califican la gestión como moderada, lo que indica que, aunque reconocen esfuerzos por parte del municipio, aún ven áreas con margen de mejora. El 6.9% de los encuestados percibe la falta de gestión, lo cual indica una minoría crítica de los esfuerzos municipales en este ámbito.

### B. Análisis descriptivo de la conciencia turística

Tabla 5

*Distribución de frecuencias del contacto con el turista y sus indicadores*

	Alta		Moderada		Baja	
	f	%	f	%	f	%
Contacto con el turista	74	39.2%	86	45.5%	29	15.3%
El trato con el turista.	69	36.5%	45	23.8%	75	39.7%
Importancia de la articulación con el turista.	83	43.9%	38	20.1%	68	36.0%
Formación turística.	67	35.4%	48	25.4%	74	39.2%

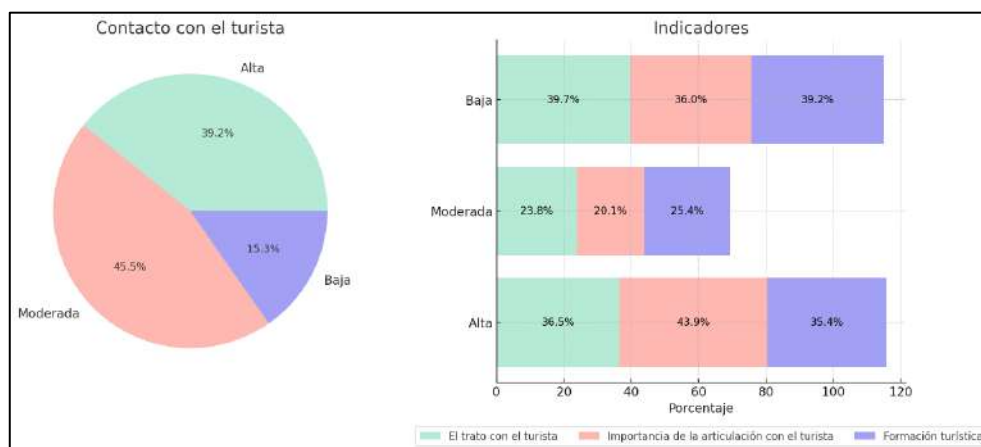


Figura 5. Contacto con el turista y sus indicadores.

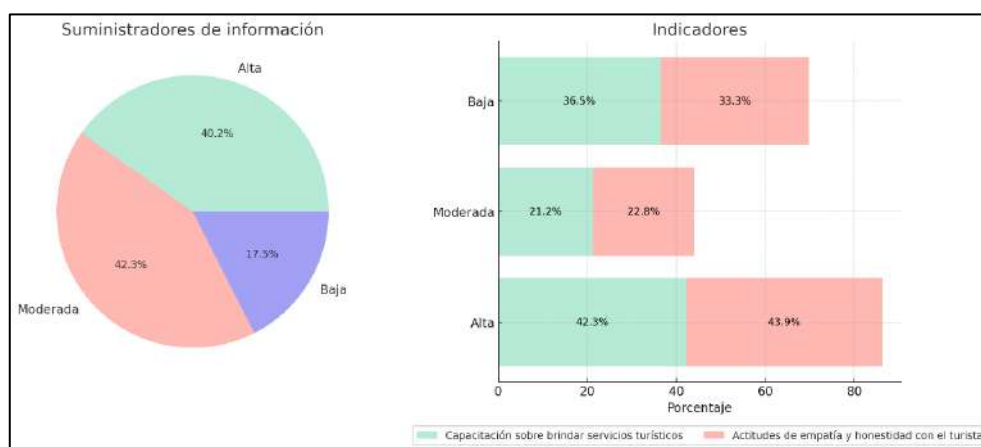
La Tabla 5 presenta la distribución de las frecuencias de contacto con el turista y sus indicadores en el distrito de Santa María, así como las frecuencias del contacto con el turista y sus indicadores. De acuerdo con los datos, el 39,2% de los encuestados opinan que el contacto con el turista es alto, mientras que el 45,5% lo califican como moderado y el 15,3% lo perciben como bajo. En cuanto al trato con el turista, solo el 36,5% de los encuestados lo evalúan como alto, mientras que el 39,7% lo consideran bajo, lo que indica una preocupación significativa sobre la calidad del trato prestado a los turistas. En relación a la relevancia de la interacción con el turista, el 43,9% de los encuestados la valora con consideración, mientras que un 36,0% la considera baja, lo que indica que, a pesar de ser reconocida por

muchos, la interacción efectiva aún no es reconocida de manera uniforme. En cuanto a la formación turística, solo el 35.4% de los encuestados la califican como alta, mientras que un 39.2% la ven como baja, lo que demuestra una necesidad clara de mejorar la formación en el trato con turistas. En conjunto, estos resultados sugieren que, aunque el contacto con el turista en general es percibido como moderado o alto, hay áreas críticas como el trato directo y la formación en turismo que requieren mejoras significativas para garantizar una experiencia turística positiva y reforzar la reputación del distrito como destino turístico.

Tabla 6

*Distribución de frecuencias de los suministradores de información y sus indicadores*

	Alta		Moderada		Baja	
	f	%	f	%	f	%
Suministradores de información	76	40.2%	80	42.3%	33	17.5%
Capacitación sobre brindar servicios turísticos.	80	42.3%	40	21.2%	69	36.5%
Actitudes de empatía y honestidad con el turista.	83	43.9%	43	22.8%	63	33.3%



*Figura 6. Suministradores de información y sus indicadores.*

La Tabla 6 presenta la distribución de las frecuencias de los suministradores de información y sus indicadores en el distrito de Santa María, reflejando el nivel de acceso y capacitación en información turística. De acuerdo con los datos, el 42.3% perciben que el nivel de información suministrada es moderado, mientras que el 40.2% lo califica como alto, y solo el 17.5% lo considera bajo. En cuanto a la capacitación para brindar servicios turísticos, el 42.3% la evalúan como alta, mientras que el 36.5% la consideran baja, lo que indica una necesidad significativa de fortalecer la formación del personal en ese ámbito. Respecto a las

actitudes de empatía y honestidad con el turista, el 43.9% de los encuestados la califican como alta, mientras que un 33.3% la consideran baja.

Tabla 7

*Distribución de frecuencias de la conservación de la identidad y patrimonio y sus indicadores*

	Alta		Moderada		Baja	
	f	%	f	%	f	%
Conservación de identidad y patrimonio	73	38.6%	74	39.2%	42	22.2%
Sensibilización sobre el cuidado patrimonial material e intelectual.	68	36.0%	45	23.8%	76	40.2%
Nivel de identidad turística de los pobladores.	82	43.4%	39	20.6%	68	36.0%

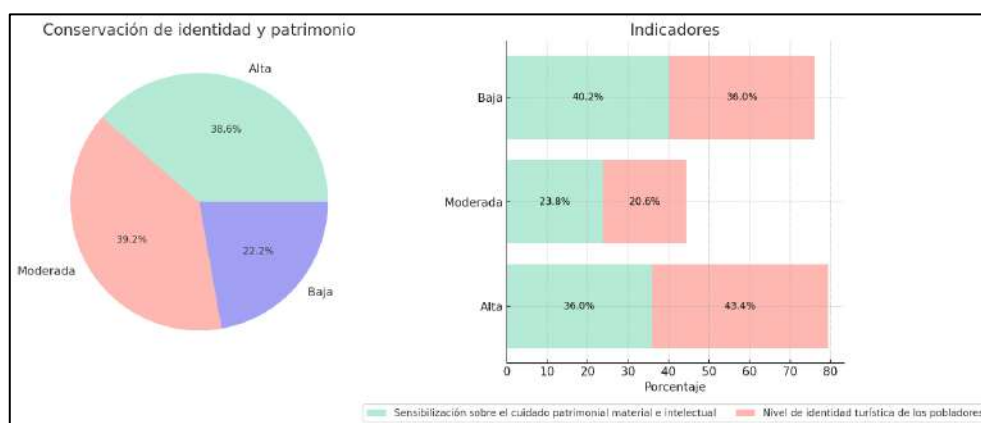


Figura 7. Conservación de la identidad y patrimonio y sus indicadores.

La Tabla 7 postula la distribución de las frecuencias de preservación de la identidad y patrimonio en el distrito de Santa María. De acuerdo con los datos, el 38,6% de los encuestados sostiene que la preservación de la identidad y patrimonio es elevada, mientras que el 39.2% la percibe como moderada y el 22.2% la califica como baja. En lo que respecta al cuidado patrimonial, tanto material como intelectual, solo el 36.0% de los encuestados la valora como alta, mientras que un 40.2% la considera baja, lo cual indica una significativa necesidad de mejorar los esfuerzos de sensibilización en este ámbito. En lo que respecta al nivel de identidad turística de los habitantes, el 43.4% lo valora como alto, mientras que un 36.0% lo considera bajo. Esto indica que, a pesar de que una parte significativa de la población se identifica con su patrimonio turístico, todavía existe una proporción considerable que no lo hace plenamente. Los resultados obtenidos sugieren que, aunque la preservación de la identidad y patrimonio es más beneficiosa, existen áreas fundamentales

como la sensibilización sobre el cuidado patrimonial que requieren una atención particular para fortalecer el sentido de identidad turística entre los residentes y garantizar una preservación más efectiva del patrimonio en el distrito.

Tabla 8  
*Distribución de frecuencias de la conciencia turística*

		f	%
Válido	Alta	96	50.8
	Moderada	81	42.9
	Baja	12	6.3
	Total	189	100.0

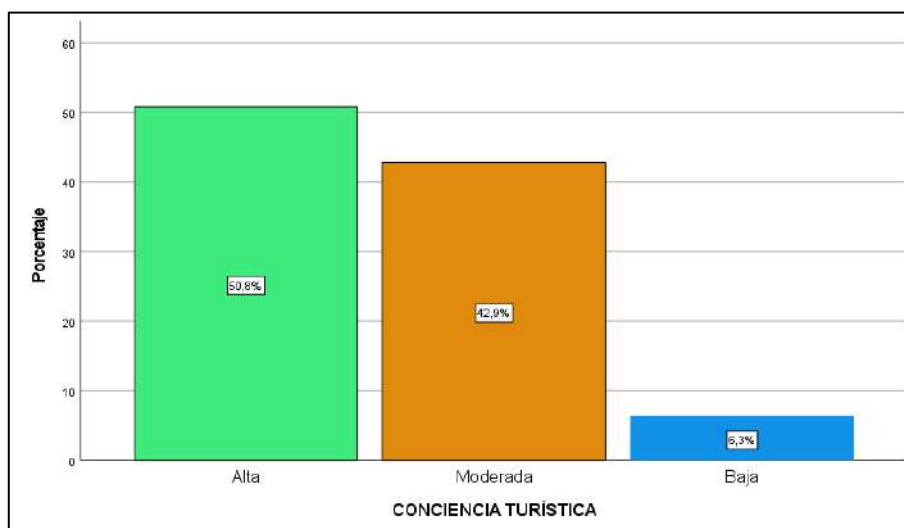


Figura 8. Conciencia turística.

La Tabla 8 evidencia la distribución de las frecuencias de la conciencia turística en el distrito de Santa María. De acuerdo con los datos, el 50.8% de los encuestados poseen una alta conciencia turística, lo que indica que la mayoría de los residentes están bien informados y valoran la importancia del turismo en su comunidad. El 42.9% de los encuestados opinan que su nivel de conciencia turística es moderado, lo que indica que, aunque reconocen la relevancia del turismo, su comprensión y compromiso podrían mejorarse. El 6.3% de los encuestados constata una disminución en su conciencia turística, lo cual indica una minoría que puede no estar tan involucrada o consciente de los beneficios y oportunidades que el turismo puede brindar al distrito.

### *C. Prueba de normalidad*

Tabla 9

*Pruebas de normalidad*

	Kolmogorov-Smirnov <sup>a</sup>		
	Estadístico	gl	Sig.
Gestión turística municipal	0.286	189	0.000
Promoción turística	0.227	189	0.000
Contralor de servicios	0.208	189	0.000
Planificación turística	0.240	189	0.000
Conciencia turística	0.277	189	0.000

La Tabla 9 presenta los resultados de las pruebas de normalidad mediante la prueba de Kolmogorov-Smirnov para las variables clave en el estudio: gestión turística municipal, promoción turística, contralor de servicios, planificación turística y conciencia turística. Los resultados evidencian que, para todas las variables, el valor de significancia (Sig.) es de 0.000, lo cual indica que los datos no se ajustan a una distribución normal, ya que el valor de significancia es inferior a 0.05. Esto indica que las variables analizadas presentan una distribución no normal, lo que justifica el uso de técnicas estadísticas no paramétricas para el análisis de los datos en este estudio. La ausencia de normalidad en los datos puede influir en la selección de pruebas estadísticas y en la interpretación de los resultados, lo que a su vez refuerza la necesidad de utilizar métodos apropiados que no asuman una distribución normal de los datos.

## 4.2. Contrastación de hipótesis

### HIPÓTESIS GENERAL

Tabla 10

*Pruebas de Rho de Spearman entre la gestión turística y la conciencia turística*

			Gestión turística municipal	Conciencia turística
Rho de Spearman	Gestión turística municipal	Coefficiente de correlación	1.000	,563**
		Sig. (bilateral)		0.000
		N	189	189
	Conciencia turística	Coefficiente de correlación	,563**	1.000
		Sig. (bilateral)	0.000	
		N	189	189

La Tabla 10 presenta los resultados de la prueba de correlación de Spearman entre la gestión turística municipal y la conciencia turística en el distrito de Santa María de la prueba de correlación de Spearman entre la gestión turística municipal y la conciencia turística en el distrito de Santa María. El coeficiente de correlación Rho de Spearman es de 0.563, lo cual indica una correlación positiva moderada entre ambas variables. El rango de significancia (Sig) es de 0.000, lo cual confirma que esta correlación es estadísticamente significativa. Esto sugiere que, a medida que se mejora la gestión turística municipal, también se incrementa la conciencia turística entre los residentes del distrito, a medida que se mejora la gestión turística municipal.

## HIPÓTESIS ESPECIFICO 1

Tabla 11

*Pruebas de Rho de Spearman entre la promoción turística y la conciencia turística*

			Promoción turística	Conciencia turística
Rho de Spearman	Promoción turística	Coefficiente de correlación	1.000	,547**
		Sig. (bilateral)		0.000
		N	189	189
	Conciencia turística	Coefficiente de correlación	,547**	1.000
		Sig. (bilateral)	0.000	
		N	189	189

La Tabla 11 exhibe los resultados de la prueba de correlación de Spearman entre la promoción turística y la conciencia turística en el distrito de Santa María. El valor de correlación Rho de Spearman es de 0.547, lo cual indica una correlación positiva moderada entre ambas variables. Según el nivel de significancia (Sig.) es de 0.000, lo que confirma que esta correlación es estadísticamente significativa. Esto implica que una mayor eficacia en las actividades de promoción turística está vinculada con un incremento en la conciencia turística entre los residentes del distrito. A medida que se incrementan y mejoran las tácticas de promoción turística, la población local experimenta una mayor comprensión y aprecio por el turismo.

## HIPÓTESIS ESPECIFICO 2

Tabla 12

*Pruebas de Rho de Spearman entre el contralor de servicios y la conciencia turística*

			Contralor de servicios	Conciencia turística
Rho de Spearman	Contralor de servicios	Coefficiente de correlación	1.000	,424**
		Sig. (bilateral)		0.000
		N	189	189
	Conciencia turística	Coefficiente de correlación	,424**	1.000
		Sig. (bilateral)	0.000	
		N	189	189

La tabla 12 presentan los hallazgos de la prueba de correlación entre Spearman y la capacidad de turística en el distrito de Santa María. El coeficiente de correlación Rho de Spearman es de 0.424, lo cual indica una correlación positiva moderada entre ambas variables. El rango de significancia (Sig) es de 0.000, lo cual confirma que esta correlación es estadísticamente significativa. Esto representa que la supervisión y control efectivos de los servicios turísticos están vinculados con un incremento en la conciencia turística entre los residentes.

## HIPÓTESIS ESPECIFICO 3

Tabla 13

*Pruebas de Rho de Spearman entre la planificación turística y la conciencia turística*

			Planificación turística	Conciencia turística
Rho de Spearman	Planificación turística	Coefficiente de correlación	1.000	,433**
		Sig. (bilateral)		0.000
		N	189	189
	Conciencia turística	Coefficiente de correlación	,433**	1.000
		Sig. (bilateral)	0.000	
		N	189	189

La Tabla 13 exhibe los resultados de la evaluación de correlación de Spearman entre la planificación turística y la conciencia turística en el distrito de Santa María. El coeficiente de correlación Rho de Spearman es 0,433, lo que representa una correlación positiva moderada significativa entre las dos variables. El rango de significancia (Sig) es de 0.000, lo cual confirma que esta correlación es estadísticamente significativa. Esto implica que una planificación turística efectiva está vinculada con un incremento en la conciencia turística de los residentes. En otras palabras, cuando el municipio lleva a cabo una planificación turística bien estructurada y dirigida al desarrollo sostenible, la población local tiende a ser más consciente del valor y la importancia del turismo.

## CAPÍTULO V

### DISCUSIÓN

#### 5.1. Discusión de resultados

La presente investigación planteó la hipótesis general de que la gestión turística municipal está estrechamente vinculada con la conciencia turística en el distrito de Santa María, provincia de Huaura, 2024. Los resultados obtenidos mediante el análisis de correlación de Spearman respaldan esta hipótesis, evidenciando una correlación positiva moderada entre la gestión turística municipal y la conciencia turística, con un coeficiente de correlación Rho de Spearman de 0.563 y un nivel de significancia  $p < 0.05$ . Estos resultados sugieren que, conforme mejora la gestión turística municipal, también aumenta la conciencia turística entre los residentes del distrito de Santa María, a medida que se mejora la gestión turística municipal. Esto indica que la puesta en marcha de políticas y estrategias efectivas por parte del municipio no solo tiene un impacto directo en el desarrollo turístico, sino además genera incidencia en la percepción y el involucramiento de la comunidad local en actividades turísticas. Al realizar la comparación de estos resultados con los resultados de Colcha (2019), quien examinó la relación entre el talento humano y la gestión turística en el Cantón Guano, se constata una discrepancia significativa en las conclusiones. Según Colcha, no existe una incidencia significativa del talento humano en la gestión turística ( $\text{sig } 0.874 > 0.05$ ), lo que sugiere que, en su contexto específico, los esfuerzos en gestión turística no necesariamente se traducen en resultados tangibles en términos de mejora o desarrollo turístico. La discrepancia existente entre los resultados de Colcha (2019) y los obtenidos en esta investigación podría ser explicada por diversas razones. En primer lugar, la gestión turística es un concepto multifacético que incluye diversos componentes, tales como la planificación, la promoción y el control de servicios, mientras que Colcha se enfocó exclusivamente en el talento humano como un aspecto de la gestión. Aunque el talento humano no tenga una relación significativa en Guano,

otros elementos de la gestión, tales como la planificación estratégica o la promoción efectiva, sean más influyentes en el contexto de Santa María. Asimismo, el contexto geográfico y cultural puede desempeñar una función crucial en la eficacia de la gestión turística. El éxito de la gestión turística municipal en Santa María podría estar asociado a una mayor participación comunitaria y un entorno favorable para el desarrollo turístico, aspectos que quizás no fueron igualmente relevantes o presentes en Guano, según el estudio de Colcha. Los resultados obtenidos en esta investigación confirman la hipótesis general planteada y destacan la importancia de una gestión turística municipal eficiente para fomentar la conciencia turística en la población local. Las disparidades observadas en el análisis de Colcha (2019) sugieren que la eficacia de la gestión turística puede depender de diversos factores contextuales y de cómo se abordan los diversos componentes de la gestión en cada localidad. Estos resultados presentan la necesidad de ajustar las estrategias de gestión turística a las características específicas de cada región para maximizar su impacto.

En la presente investigación se planteó la hipótesis específica de que la promoción turística se relaciona significativamente con la conciencia turística en el distrito de Santa María, provincia de Huaura, 2024. Los resultados del análisis de correlación de Spearman respaldan esta hipótesis, mostrando una correlación positiva moderada significativa entre la promoción turística y la conciencia turística, con un coeficiente de correlación Rho de Spearman de 0.547 y un nivel de significancia  $p < 0.05$ . Los resultados obtenidos indican que las actividades de promoción turística llevadas a cabo en el distrito tienen un impacto directo en la percepción y valor que la comunidad local otorga al turismo. Al realizar la comparación de estos resultados con los hallazgos de Palma (2021), quien examinó la gestión turística municipal en el distrito de Santa Rosa, Lambayeque, se constata una discrepancia en las conclusiones. Palma concluyó que la falta de gestión turística municipal en Santa Rosa se debe al desinterés en llevar a cabo gestiones turísticas y establecer vínculos con otros organismos, lo que implica una carencia de promoción efectiva. Los resultados de la presente investigación indica que en Santa María, la promoción turística ha sido gestionada de manera eficiente, lo cual podría no haber sido el caso en Santa Rosa, según el estudio de Palma. La diferencia entre estos resultados podría deberse a la efectividad y el nivel de implementación de las estrategias de promoción turística. En Santa María, la promoción parece ser un componente activo y bien desarrollado de la

gestión turística, lo que ha ocasionado un aumento en la conciencia turística. En Santa Rosa, la falta de interés y la ineficiente gestión señalada por Palma pueden haber obstaculizado el impacto de la promoción en la conciencia turística.

La presente investigación planteó una hipótesis específica de que el contralor de servicios está estrechamente relacionado con la conciencia turística en el distrito de Santa María, provincia de Huaura, 2024. Los resultados del análisis de correlación de Spearman respaldan esta hipótesis, mostrando una correlación positiva moderada significativa entre el contralor de servicios y la conciencia turística, con un coeficiente de correlación Rho de Spearman de 0,424 y un nivel de significancia  $p < 0.05$ . Los resultados sugieren que una correcta supervisión y control de la calidad de los servicios turísticos tiene un impacto significativo en la conciencia turística de los residentes, destacando la relevancia de mantener altos estándares en los servicios ofrecidos con el fin de incrementar la percepción y valor del turismo entre la población local. Al realizar la comparación de estos resultados con los resultados de Proaño (2019), quien examinó la influencia de la gestión en el desarrollo turístico del Cantón Guamote, se constata que Proaño encontró una correlación significativa entre la gestión turística y el desarrollo turístico, con un p-valor de 0.008. A pesar de que ambos estudios tienen relaciones significativas, la investigación de Proaño se centra en el desarrollo turístico como resultado de la gestión, mientras que la presente investigación se centra en cómo el contralor de servicios, como un aspecto específico de la gestión, impacta en la conciencia turística. La disparidad en los enfoques y resultados podría ser explicada por la naturaleza de las variables examinadas. En el estudio de Proaño, la gestión turística general se enfoca en una amplia variedad de actividades, lo cual podría haber generado un impacto más directo y evidente en el desarrollo turístico. Además, el contralor de servicios, aunque significativo, puede tener un efecto más indirecto o moderado en la conciencia turística, lo que se refleja en un coeficiente de correlación más bajo en la presente investigación. Los resultados obtenidos sugieren que, pese a que de que la supervisión y control de servicios son fundamentales para la excelencia de la experiencia turística y la percepción de los residentes, su impacto en la conciencia turística puede influir en la integración de otras tácticas de gestión turística más amplias.

En la investigación se planteó la hipótesis específica de que la planificación turística tiene una relación significativa en la conciencia turística en el distrito de Santa

María, provincia de Huaura, en 2024. Los resultados obtenidos mediante el análisis de correlación de Spearman respaldan esta hipótesis, mostrando una correlación positiva moderada significativa entre la planificación turística y la conciencia turística, con un coeficiente de correlación Rho de Spearman de 0,433 y un nivel de significancia  $p < 0.05$ . Los resultados obtenidos sugieren que una planificación turística adecuada tiene un impacto positivo en la percepción turística de los residentes, lo que implica que una planificación estratégica y bien estructurada puede mejorar la percepción y compromiso de la comunidad local en cuanto a las actividades turísticas. Al comparar estos resultados con los hallazgos de Palma (2021), quien examinó la gestión turística municipal en el distrito de Santa Rosa, Lambayeque, se constata una discrepancia en las conclusiones. Palma concluyó que no existe una gestión efectiva de turismo municipal en Santa Rosa, debido a la falta de interés en llevar a cabo gestiones turísticas y establecer vínculos con otros organismos, lo cual sugiere una deficiencia en la planificación turística. Los resultados de la presente investigación revelan que, en Santa María, una planificación turística adecuada se asocia significativamente con una mayor conciencia turística. La discrepancia entre estos resultados podría ser explicada por la eficacia y el nivel de implementación de las tácticas de planificación turística en cada contexto. Según Palma, en Santa Rosa, la falta de planificación eficaz limitó el desarrollo del turismo y la conciencia turística, mientras que, en Santa María, una planificación bien ejecutada parece haber tenido un papel crucial en aumentar la conciencia turística entre los residentes. Estos resultados demuestran la importancia de una planificación turística coherente y proactiva, que no solo debe existir en teoría, sino que también debe implementarse con compromiso y recursos adecuados para lograr un impacto significativo en la comunidad local.

## CAPÍTULO VI

### CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

#### 6.1. Conclusiones

- La hipótesis general postula que la gestión turística municipal se relaciona significativamente con la conciencia turística en el distrito de Santa María, provincia de Huaura, en el año 2024. El análisis de correlación de Spearman reveló un coeficiente de correlación de 0.563 con un nivel de significancia  $p < 0.05$ , lo que indica que existe una significativa relación positiva moderada significativa entre la gestión turística municipal y la conciencia turística. A medida que se mejora la gestión turística por parte del municipio, se incrementa la conciencia turística entre los residentes.
- La hipótesis específica 1 postula que la promoción turística se relaciona significativamente con la conciencia turística en el distrito de Santa María, provincia de Huaura en el año 2024. El análisis de correlación de Spearman reveló un coeficiente de correlación de 0.547 con un nivel de significancia  $p < 0.05$ , lo que indica que existe una significativa relación positiva moderada significativa entre la promoción turística y la conciencia turística. A medida que se incrementan y mejoran las actividades de promoción turística en el distrito, se incrementa la conciencia turística entre los residentes. En otras palabras, las tácticas de promoción adecuadas, que incluyen la difusión de información, campañas educativas y eventos culturales, contribuyen a incrementar la comprensión y valoración del turismo, lo cual es fundamental para fortalecer su participación y apoyo al desarrollo turístico en la comunidad.
- La hipótesis específica 2 establece que "El contralor de servicios está estrechamente relacionado con la conciencia turística en el distrito de Santa María, provincia de Huaura, 2024". El análisis de correlación de Spearman reveló un

coeficiente de correlación de 0,424 con un nivel de significancia  $p < 0.05$ , lo que indica una relación positiva moderada significativa entre el contralor de servicios y la conciencia turística. Esto significa que una supervisión y control efectivos de la calidad de los servicios turísticos están asociados con un aumento en la conciencia turística entre los residentes y una mayor conciencia turística entre los residentes. Cuando el municipio garantiza que los servicios turísticos cumplan con altos estándares de calidad, esto no solo mejora la experiencia turística, sino que también incrementa la percepción y valoración del turismo por parte de la población local, lo que contribuye a una mayor conciencia y apoyo hacia el desarrollo turístico en la comunidad.

- La hipótesis específica 3 establece que "La planificación turística está estrechamente relacionada con la conciencia turística en el distrito de Santa María, provincia de Huaura, 2024". El análisis de correlación de Spearman evidenció un coeficiente de correlación de 0.433 con un nivel de significancia  $p < 0.05$ , lo cual indica que existe una correlación positiva moderada entre la planificación turística y la conciencia turística. Esto significa que una planificación turística bien estructurada y estratégicamente implementada está asociada con un aumento en la conciencia turística entre los residentes y una mayor conciencia turística. En otras palabras, cuando el municipio lleva a cabo una planificación turística que incluye la elaboración de estrategias a largo plazo y la inclusión de la comunidad en el proceso, se incrementa la comprensión y valoración del turismo por parte de la población local, lo cual es fundamental para fomentar un turismo sostenible y una mayor participación comunitaria en las actividades turísticas.

## **6.2. Recomendaciones**

- Se recomienda a la población del distrito de Santa María, provincia de Huaura, proporcionar políticas que fomenten la participación activa de la comunidad local en las decisiones turísticas, asegurando que las estrategias de promoción, planificación y contralor de servicios sean integrales y coherentes. Se requiere la capacitación del personal municipal y la implementación de mecanismos de seguimiento y evaluación continua de las acciones turísticas con el fin de asegurar su eficacia.

- Se recomienda a la población del distrito de Santa María, provincia de Huaura, desarrollar estrategias de promoción turística más efectivas y sostenibles en el distrito de Santa María, centradas en destacar la identidad cultural y los recursos naturales locales, con el objetivo de aumentar la conciencia turística entre los residentes. Es de suma importancia que estas tácticas incluyan campañas educativas y de sensibilización dirigidas a la comunidad, empleando medios de comunicación tradicionales y digitales para alcanzar un público más amplio.
- Se recomienda a la población del distrito de Santa María, provincia de Huaura, implementar un sistema de contralor de servicios turísticos robusto en el distrito de Santa María que garantice la calidad y consistencia de los servicios ofrecidos a los visitantes, lo cual a su vez contribuirá a aumentar la conciencia turística entre los residentes. Este sistema debe incluir una evaluación regular de los servicios turísticos, con la participación activa de la comunidad local y los operadores turísticos, para garantizar que se cumplan los estándares de calidad.
- Se recomienda a la población del distrito de Santa María, provincia de Huaura, establecer una planificación turística integral en el distrito de Santa María que se ajuste a los objetivos de sostenibilidad y participación comunitaria, con el propósito de fortalecer la conciencia turística entre los residentes. Esta planificación debe incluir a todos los actores fundamentales, incluidos los líderes comunitarios, operadores turísticos y residentes, en un proceso participativo que identifique las prioridades y necesidades del turismo local.

## REFERENCIAS

### 7.1. Fuentes bibliográficas

Hernández, R. y Mendoza, C. (2018). *Metodología de la investigación: Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. McGraw-Hill Interamericana Editores.

López, P. y Fachelli, S. (2015). *Metodología de la investigación social cuantitativa*. Universitat Autònoma de Barcelona.

Ñaupas, H., Valdivia, M., Palacios, J. y Romero, H. (2018). *Metodología de la investigación cuantitativa-cualitativa y redacción de la tesis* (5 ed.). Ediciones de la U.

### 7.2. Fuentes electrónicas

Alvarez, A. (2020). *Clasificación de las Investigaciones*. Recurso académico, Universidad de Lima, Lima, Perú. Obtenido de <https://repositorio.ulima.edu.pe/handle/20.500.12724/10818>

Aparicio, V. (2021). Turismo y desarrollo local: un estudio de caso en el distrito de Pisac - Cusco. *Revista Comunicación*, 12(4), 296-309. Obtenido de [http://www.scielo.org.pe/scielo.php?pid=S2219-71682021000400296&script=sci\\_arttext&tlng=pt](http://www.scielo.org.pe/scielo.php?pid=S2219-71682021000400296&script=sci_arttext&tlng=pt)

Aucancela, B. y Velasco, V. (2021). Gestión turística como herramienta de desarrollo sostenible de la microcuenca del río Chimborazo, Cantón Riobamba. *Revista Chakiñan*(13), 102-116. doi:<https://doi.org/10.37135/chk.002.13.06>

Bringas, K. (2021). *Gestión turística municipal y conciencia turística de la zona monumental del Rímac*. Lima, 2021. Tesis, Universidad César Vallejo, Lima, Perú. Obtenido de <https://hdl.handle.net/20.500.12692/76192>

Caballero, L. (2021). Conciencia turística y su relación en el rendimiento académico de los estudiantes de pregrado. *Revista Identidad*, 7(1), 43-47. doi:<https://doi.org/10.46276/rifce.v7i1.1139>

Castro, A. y González, C. (2021). La ética en la gestión turística del patrimonio cultural y su conservación: reflexiones a propósito de la ciudad de Córdoba (España).

*Revista Internacional de Turismo, Empresa y Territorio*, 5(2), 116-130.  
doi:<https://doi.org/10.21071/riturem.v5i2.13>

Colcha, M. (2019). *Talento humano y gestión turística en el Cantón Guano*. Tesis, Universidad Nacional de Chimborazo, Riobamba, Ecuador. Obtenido de <http://dspace.unach.edu.ec/handle/51000/5711>

Collas, W. (2021). *Conciencia turística y conservación del área natural protegida-sector Llanganuco del parque nacional Huascarán*. Tesis, Universidad Católica Los Ángeles Chimbote, Chimbote, Perú. Obtenido de <https://repositorio.uladech.edu.pe/handle/20.500.13032/31638>

Correa, A. (2018). *Conciencia turística y su contribución al desarrollo turístico sostenible en el distrito de Paita, región Piura, 2017*. Tesis, Universidad César Vallejo, Piura, Perú. Obtenido de [https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/42446/Correa\\_VA](https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/42446/Correa_VA)

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo - MINCETUR. (2024). *Proceso de elaboración del Plan de Desarrollo Turístico Local – PDTL*. Obtenido de <https://www.gob.pe/43292-proceso-de-elaboracion-del-plan-de-desarrollo-turistico-local-pdtl>

Mori, D. y Flores, R. (2022). Gestión turística municipal y su relación con el desarrollo local de la provincia de Huallaga. *Revista Amazónica De Ciencias Económicas*, 1(1). Obtenido de <https://doi.org/10.51252/race.v1i1.253>

Municipalidad Distrital de Santa María. (2023). *Turismo*. Obtenido de <https://munisantamaria.gob.pe/turismo.php>

Olavarria, H., Fernández, J. y Ventura, P. (2021). Conciencia turística de los pobladores del Asentamiento Humano Primavera para la protección y preservación de Lomas de Primavera, Carabayllo, Lima. *Turismo Y Patrimonio*(17), 99-119. doi:<https://doi.org/10.24265/turpatrim.2021.n17.06>

Orbezo, E. (2019). *Plan de comunicación para mejorar la conciencia turística de los pobladores del distrito de Yonán, respecto de los petroglifos de la zona, Cajamarca – 2018*. Tesis, Universidad Privada Antenor Orrego, Trujillo, Perú. Obtenido de <https://repositorio.upao.edu.pe/handle/20.500.12759/5844>

- Palacios, M. y Pozo, L. (2020). Conciencia turística de los pobladores en el distrito del Rímac -Perú. *Estudios y perspectivas en turismo*, 29(1), 312-330. Obtenido de [http://www.scielo.org.ar/scielo.php?pid=S1851-17322020000100017&script=sci\\_arttext](http://www.scielo.org.ar/scielo.php?pid=S1851-17322020000100017&script=sci_arttext)
- Palma, Z. (2021). *Gestión turística Municipal para el fomento de la actividad turística en el distrito de Santa Rosa - Región Lambayeque, año 2019*. Tesis, Universidad Señor de Sipán, Pimentel, Perú. Obtenido de <https://repositorio.uss.edu.pe/handle/20.500.12802/8342>
- Perú.com. (2017). *Santa María: un fabuloso destino para relajarse en familia este fin de semana*. Obtenido de <https://peru.com/viajes/conozca-peru/santa-maria-huara-destinos-viajes-turismo-paquetes-turisticos-noticia-537259/>
- Proaño, G. (2019). *Gestión y desarrollo turístico en el Cantón Guamote, provincia de Chimborazo*. Tesis, Universidad Nacional de Chimborazo, Riobamba, Ecuador. Obtenido de <http://dspace.unach.edu.ec/handle/51000/5827>
- Saldarriaga, Y. (2023). *Gestión del turismo municipal y la conciencia turística en el distrito de Lancones, Sullana 2022*. Tesis, Universidad Nacional de Frontera, Sullana, Perú. Obtenido de <https://core.ac.uk/download/572668032.pdf>

## ANEXOS

### ANEXO N°01 - CUESTIONARIO

El presente cuestionario tiene como propósito fundamental reunir información sobre la gestión turística municipal y la conciencia turística en el distrito de Santa María, provincia de Huaura. El cuestionario es anónimo y la información recaudada será utilizada únicamente para fines académicos y se garantiza estricta confidencialidad.

#### I. Por favor marque con una equis (X) en el espacio correspondiente:

##### a. Género

Masculino	
Femenino	

##### b. Edad

Entre 18 años a 24 años	
Entre 25 años a 31 años	
Entre 32 años a 45 años	
Entre 46 años a 65 años	

#### II. Instrucciones

En el siguiente cuadro de preguntas marcar con una equis “X” según corresponda, teniendo en cuenta el cuadro de calificación siguiente:

CUADRO DE CALIFICACIÓN	
Totalmente de acuerdo	5
De acuerdo	4
Neutro	3
En desacuerdo	2
Totalmente en desacuerdo	1

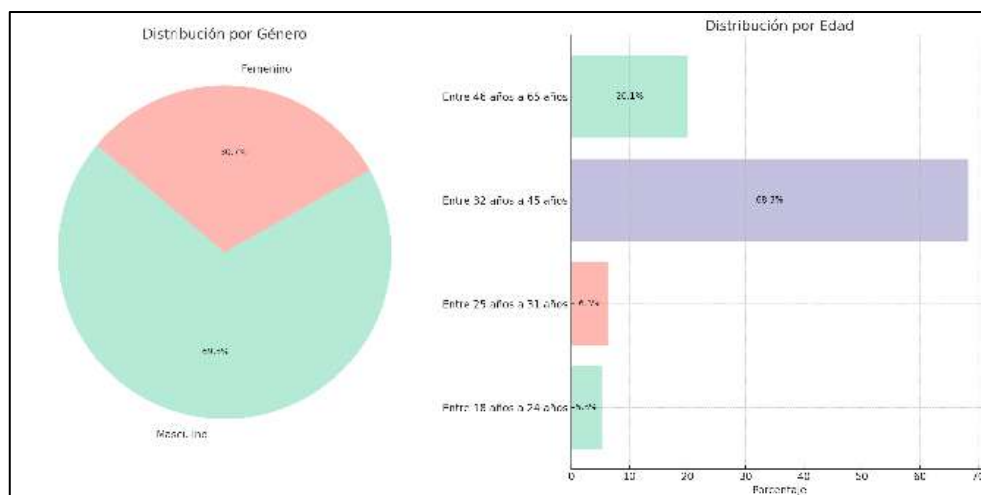
<b>ITEM</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
<b>GESTIÓN TURÍSTICA MUNICIPAL</b>					
<b>DIMENSIÓN 01: PROMOCIÓN TURÍSTICA</b>					
1. La municipalidad brinda información necesaria a los turistas.					
2. La municipalidad fomenta actividades y propicia el comercio entre los turistas que visitan el distrito.					
3. La municipalidad fomenta la imagen patrimonial y cultura del distrito.					
<b>DIMENSIÓN 02: CONTRALOR DE SERVICIOS</b>					
4. La municipalidad inspecciona a las empresas locales para asegurar la calidad de los productos y servicios a favor del turista.					
5. La municipalidad capacita a las empresas turísticas del distrito.					
<b>DIMENSIÓN 03: PLANIFICACIÓN TURÍSTICA</b>					
6. La municipalidad forma alianzas con otras entidades privadas para fomentar el turismo en el distrito.					
7. La municipalidad trabaja con otras municipalidades para fomentar el turismo en la zona.					
8. La municipalidad invierte en proyectos que benefician el turismo en el distrito (festivales, eventos culturales, etc.).					
<b>CONCIENCIA TURÍSTICA</b>					
<b>DIMENSIÓN 01: CONTACTO CON EL TURISTA</b>					
9. Brinda un trato amable y cortes al turista.					
10. Se comunica de manera fluida y respetuosa con las personas que visitan el distrito.					
11. Tiene conocimientos necesarios sobre el distrito (cultura, restaurantes, sitios turísticos, platos típicos, etc.) para ayudar a los turistas si estos lo requieren.					
<b>DIMENSIÓN 02: SUMINISTRADORES DE INFORMACIÓN</b>					
12. A su criterio, el personal de las empresas de la zona (hoteles, restaurantes, etc.) están capacitados para brindar servicios turísticos.					
13. A su criterio, el personal de las empresas de la zona (hoteles, restaurantes, etc.) son empáticos y honestos con los turistas.					
<b>DIMENSIÓN 03: CONSERVACIÓN DE IDENTIDAD Y PATRIMONIO</b>					
14. En el distrito de Santa María se promueve la sensibilización sobre el cuidado patrimonial material e intelectual.					
15. Se siente identificado con el distrito de Santa María y con todo lo que pueda ofrecer turísticamente.					

*Gracias por sus respuestas.*

## ANEXO N°02 – DATOS GENERALES

Tabla  
*Datos generales*

		f	%
Genero	Masculino	131	69.3%
	Femenino	58	30.7%
Edad	Entre 18 años a 24 años	10	5.3%
	Entre 25 años a 31 años	12	6.3%
	Entre 32 años a 45 años	129	68.3%
	Entre 46 años a 65 años	38	20.1%



*Figura. Datos generales.*

## ANEXO N°03 - VALIDEZ Y CONFIABILIDAD

### VALIDEZ DE LA GESTIÓN TURÍSTICA MUNICIPAL

*Prueba de KMO y Bartlett*

Medida Kaiser-Meyer-Olkin de adecuación de muestreo		0.775
	Aprox. Chi-cuadrado	175.660
Prueba de esfericidad de Bartlett	gl	28
	Sig.	0.000

### VALIDEZ DE LA CONCIENCIA TURÍSTICA

*Prueba de KMO y Bartlett*

Medida Kaiser-Meyer-Olkin de adecuación de muestreo		0.818
	Aprox. Chi-cuadrado	98.061
Prueba de esfericidad de Bartlett	gl	21
	Sig.	0.000

### Confiabilidad de la gestión turística municipal

*Estadísticas de fiabilidad*

Alfa de Cronbach	N de elementos
0.889	8

### Confiabilidad de la conciencia turística

*Estadísticas de fiabilidad*

Alfa de Cronbach	N de elementos
0.839	7



## ANEXO N°05 – BASE DE DATOS

Genero	Edad	<b>GESTIÓN TURÍSTICA MUNICIPAL</b>	<i>Promoción turística</i>	Brinda información necesaria.	Fomenta actividades y propicia el comercio.	Fomenta la imagen patrimonial y cultural.	<i>Contralor de servicios</i>	Regulación de servicios.	Capacitación a las empresas turísticas.	<i>Planificación turística</i>	Trabajo con otras entidades.	Trabajo con otros municipios.	Elaboración de proyectos de inversión.
1	4	3	2	1	5	1	3	3	3	3	4	4	2
1	4	3	2	4	1	2	3	1	5	3	3	3	3
1	4	3	2	3	1	2	4	4	3	3	5	2	2
1	3	3	3	2	5	2	2	2	2	4	3	5	4
1	3	4	3	2	3	4	5	5	5	4	4	4	3
1	2	4	4	2	4	5	4	4	4	4	5	3	3
1	2	2	3	3	2	3	2	2	2	2	5	1	1
1	1	4	3	2	4	2	5	5	5	3	3	2	5
1	1	4	4	4	3	5	3	1	5	4	5	2	4
1	1	3	4	4	5	4	3	4	1	3	4	3	1
2	1	3	2	1	2	4	5	5	5	1	2	1	1
2	3	3	2	1	2	2	5	4	5	3	3	1	4
2	3	4	3	3	2	3	5	5	4	4	4	3	4
2	3	3	3	2	2	4	4	4	4	3	2	3	5
2	3	4	4	5	2	4	4	2	5	4	4	2	5
2	3	3	4	3	5	4	3	1	5	3	2	3	5
2	3	4	4	1	5	5	4	3	5	3	4	2	4
2	3	2	3	2	4	3	2	1	2	3	3	3	2
2	3	3	3	1	4	3	4	5	2	2	2	1	4
1	3	3	3	3	1	4	2	2	2	5	5	5	5
1	3	4	4	4	4	3	4	4	4	3	2	4	3
1	3	4	3	5	2	2	4	3	5	4	2	4	5
1	3	4	4	3	3	5	5	5	4	3	4	1	4
1	3	3	4	2	5	4	3	2	3	2	2	2	2
1	3	4	4	5	2	5	5	5	5	4	3	5	3
1	3	3	2	2	4	1	3	4	2	2	4	1	2
1	3	4	4	5	4	3	4	3	4	3	3	4	2

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

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

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

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

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

<b>CONCIENCIA TURÍSTICA</b>	<i>Contacto con el turista</i>	El trato con el turista.	Importancia de la articulación con el turista.	Formación turística.	<i>Suministradores de información</i>	Capacitación sobre brindar servicios turísticos.	Actitudes de empatía y honestidad con el turista.	<i>Conservación de identidad y patrimonio</i>	Sensibilización sobre el cuidado patrimonial material e intelectual.	Nivel de identidad turística de los pobladores.
3	3	3	3	3	5	5	4	2	3	1
3	3	5	2	1	4	3	5	2	1	3
3	5	5	4	5	3	3	3	2	1	2
3	2	2	3	2	4	3	5	4	3	4
2	2	2	4	1	3	3	3	2	2	2
3	2	2	4	1	4	2	5	4	4	4
3	3	3	5	2	3	4	1	5	5	4
3	3	2	3	3	4	5	3	3	4	1
3	4	3	5	3	3	1	5	4	4	3
3	4	5	2	4	4	3	5	2	2	2
3	3	2	5	2	3	2	3	3	1	4
3	3	3	4	1	4	4	3	4	3	5
4	4	4	5	3	4	5	2	4	3	5
3	3	3	3	3	5	5	4	2	3	1
4	3	5	2	2	4	5	3	4	4	4
2	3	5	1	4	2	3	1	2	2	2

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

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

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

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

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