

UNIVERSIDAD RICARDO PALMA
ESCUELA DE POSGRADO
MAESTRÍA EN TURISMO Y HOTELERÍA CON
MENCIÓN EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA Y
HOTELERA



TESIS

**Para optar el Grado Académico de Maestro en Turismo y Hotelería
con mención en Administración Turística y Hotelera**

*Conciencia turística-ambiental y su relación con el turismo en el distrito
de San Vicente de Cañete, de la provincia de Cañete - Lima del 2018 -
2020*

Autor: Bach. Durand Chocano, Hugo Aurelio

Asesor: Mag. Víctor Merino Escalante

**LIMA – PERÚ
2021**

Dr. Juan Fernández Chavesta
Presidente

Mag. Sylvia Malpartida Olivera
Miembro

Mag. Hildegard Cornejo Fernández
Miembro

Mag. Víctor Merino Escalante
Asesor

Mag. Leonardo Huertas Mantilla
Representante de la Escuela de Posgrado

Dedicatoria

*A Dios,
creador del amor y la verdad
en gratitud*

*A mis padres,
Agapito Durand Paredes y Dorila Chochano Moscoso, quienes formaron una
gran familia a través de su ejemplo y que fueron empresarios innovadores*

*Al Dr. Elio Iván Rodríguez Chávez
Visionario y amauta
Rector de la Universidad Ricardo Palma
Presidente de la Asociación de Universidades del Perú*

*Al Ph. D. Miguel Ángel Cárdenas
Pionero en Educación y Liderazgo en Sistemas Globales en SDGKU
Doctor Honoris Causa de la Universidad Ricardo Palma
Fundador y presidente de Global Knowledge University en San Diego California,
EE.UU.*

Agradecimientos

*Por su constante estímulo para alcanzar el grado académico de maestro:
Escuela de Posgrado de la Universidad Ricardo Palma*

Por la asesoría brindada:

Mag. Víctor Merino Escalante

Dr. Ramón Chung Pinzas

Ing. Javier Durand Chocano

Por su valioso apoyo en la investigación:

Mag. Adeli Sánchez Bermudez

Mag. Elsa Guanilo Aranda

Mag. Teresa Edwards Ames

Por las coordinaciones interinstitucionales realizadas:

Lic. Lilian Rivera Romero

Bach. Diana Vera Robles

Por la participación en la aplicación de la encuesta:

Ing. Hugo Durand Ramírez

Bach. Javier Durand Rivera

Bach. Javier Durand Dumet

Bach. Hugo Soto Durand

Lic. Marlith Ramírez Meza

Melisa Arteaga Guanilo

Bach. José Luis Espino Chiri

ÍNDICE

DEDICATORIA.....	iii
AGRADECIMIENTOS	iv
ÍNDICE.....	v
ÍNDICE DE TABLAS.....	vii
ÍNDICE DE FIGURAS	xii
RESUMEN	xv
ABSTRACT.....	xvi
INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	3
1.1. Descripción del problema.....	3
1.2. Formulación del problema	10
1.2.1. Problema general	10
1.2.2. Problemas específicos.....	10
1.3. Importancia y justificación del estudio	10
1.4. Delimitación del estudio.....	12
1.5. Objetivos de la investigación.....	13
1.5.1. Objetivo general	13
1.5.2. Objetivos específicos	13
CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO	14
2.1. Marco histórico	14
2.2. Investigaciones relacionadas con el tema.....	14
2.3. Estructura teórica y científica que sustenta el estudio	19
2.3.1. Enfoques de desarrollo, turismo y recursos humanos	19
2.3.2. Conciencia turística.....	24
2.3.3. Conciencia ambiental.....	24
2.4. Definición de términos básicos.....	25
2.5. Fundamentos teóricos que sustentan las hipótesis	26
2.6. Hipótesis	26
2.6.1. Hipótesis general	26
2.6.2. Hipótesis específica.....	26
2.7. Variables (definición y operacionalización de variables: Dimensiones e indicadores).....	27
CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO	30
3.1. Enfoque de la investigación, tipo de la investigación, método de la investigación y diseño de la investigación.	30
3.2. Población y muestra.....	32
3.3. Técnicas e instrumentos de recolección de datos (validez y confiabilidad) .	32
3.4. Descripción de procedimientos de análisis.....	36
3.4.1. Técnicas de procesamiento y análisis de datos	36
CAPÍTULO IV: RESULTADOS Y ANÁLISIS DE RESULTADOS	37
4.1. Resultados	43
4.1.1. Conciencia turística.....	43
4.1.2. Turismo	74

4.1.3. Conciencia ambiental.....	95
4.2. Análisis de los resultados o discusión de resultados	117
4.3. Prueba de Hipótesis	119
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	129
CONCLUSIONES	129
RECOMENDACIONES	131
REFERENCIAS.....	132
Gutierrez, A. (2019). <i>Contribución de la conciencia turística para un turismo sostenible en los pobladores de las lomas de Lachay, Lima, 2019.</i> (Tesis de Grado). Universidad César Vallejo, Lima, Perú. Recuperado de https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/52438/Gutierrez_TA-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y	133
ANEXOS.....	136
Anexo 01: Declaración de autenticidad	136
Anexo 02: Matriz de consistencia	137
Anexo 03: Anexo de correlaciones.....	138
Anexo 04: PERÚ: POBLACIÓN CENSADA, OMITIDA Y TOTAL SEGÚN CENSOS REALIZADOS, 1940 - 2017.....	140
Anexo 05: PERÚ: POBLACIÓN TOTAL Y TASA DE CRECIMIENTO PROMEDIO ANUAL, 1940 - 2017.....	141
Anexo 06: PERÚ: POBLACIÓN CENSADA, SEGÚN DEPARTAMENTO, 1981-2017.....	142
Anexo 07: PERÚ: POBLACIÓN LIMA - PROVINCIA, 1993-2017	143
Anexo 08: PERÚ: POBLACIÓN CENSADA DE LAS 20 PROVINCIAS MÁS POBLADAS, 1993-2017.....	144
Anexo 09: PERÚ: POBLACIÓN CENSADA EN LA PROVINCIA DE CAÑETE, CENSO 2017.....	145
Anexo 10: PERÚ: POBLACIÓN CENSADA EN EL DISTRITO DE SAN VICENTE DE CAÑETE, CENSO 2017	146
Anexo 11: RESTAURANTES EN SAN VICENTE DE CAÑETE.....	147
Anexo 12: HOTELES EN SAN VICENTE DE CAÑETE	148
Anexo 13: LÓGICA DE HIPÓTESIS.....	149
Anexo 14: CORRELACIÓN DE HIPÓTESIS.....	150
Anexo 15: LÓGICA DE HIPÓTESIS.....	151

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: <i>Demarcación política de la Región Lima conformada por 9 provincias y 128 distritos</i>	4
Tabla 2: <i>Demarcación: Perú población proyectada al 2020</i>	4
Tabla 3: <i>Departamento de Lima: Empresas según provincia, 2014</i>	5
Tabla 4: <i>Departamento de Lima: Empresas según actividad económica, 2014</i>	6
Tabla 5: <i>Departamento de Lima: microempresas según provincia, 2014</i>	7
Tabla 6: <i>Departamento: Región Lima: Población Censada de 5 y más años, por idioma o lengua materna con el que aprendió a hablar en su niñez, según provincia, 2017</i>	9
Tabla 7: <i>Técnicas e instrumentos de recolección de datos (validez y confiabilidad)</i>	33
Tabla 8: <i>Matriz de análisis de datos</i>	33
Tabla 9: <i>Matriz: Conciencia turística ambiental y relación con el turismo en San Vicente de Cañete</i>	34
Tabla 10: <i>Edad</i>	38
Tabla 11: <i>Concentración por edades</i>	39
Tabla 12: <i>Ocupación, desviación estándar</i>	41
Tabla 13: <i>Ocupación</i>	41
Tabla 14: <i>Identificación; Estadística de Promueve el turismo en San Vicente Cañete (SVC)</i>	44
Tabla 15: <i>Identificación: Promueve el turismo en San Vicente de Cañete</i>	44
Tabla 16: <i>Estadística de Promueve el turismo en otros distritos de S.V.C.</i>	46
Tabla 17: <i>Promoción del turismo en otros distritos de Cañete</i>	46
Tabla 18: <i>Estadística de visita los sitios que atraen a los turistas nacionales y/o extranjeros de S.V.C</i>	48
Tabla 19: <i>Visita los sitios que atraen a los turistas nacionales y/o extranjeros de S.V.C</i>	48
Tabla 20: <i>Estadística de Identificación: Orienta a un turista cuando le solicita información</i>	50
Tabla 21: <i>Identificación: Orienta a un turista cuando le solicita información</i>	50
Tabla 22: <i>Estadística de Identificación: Está enterado de las actividades turísticas que realizan en Cañete</i>	52
Tabla 23: <i>Identificación: Está enterado de las actividades turísticas que realizan en Cañete</i>	52

Tabla 24: <i>Estadística de Identificación: Le gusta tratar con atención y/o amabilidad al turista</i>	54
Tabla 25: <i>Identificación: Le gusta tratar con atención y/o amabilidad al turista</i>	54
Tabla 26: <i>Estadística de Identificación: Participa en las actividades culturales o artísticas o de folklore.</i>	56
Tabla 27: <i>Identificación: Participa en las actividades culturales o artísticas o de folklore</i>	56
Tabla 28: <i>Estadística de Está orgulloso de la calidad de los servicios turísticos que se brindan</i>	58
Tabla 29: <i>Identificación: Está orgulloso de la calidad de los servicios turísticos que se brindan</i>	58
Tabla 30: <i>Estadística de Identificación: Se identifica con las costumbres que se brinda a los visitantes</i>	60
Tabla 31: <i>Se identifica con las costumbres que se brinda a los visitantes</i>	60
Tabla 32: <i>Estadística de Identificación: Le gusta la artesanía que se ofrece en San Vicente de Cañete.</i>	62
Tabla 33: <i>Le gusta la artesanía que se ofrece en San Vicente de Cañete</i>	62
Tabla 34: <i>Estadística de Responsabilidad: Considera que el poblador realiza actividades que favorecen al turismo.</i>	64
Tabla 35: <i>Responsabilidad: Considera que el poblador realiza actividades que favorecen al turismo</i>	65
Tabla 36: <i>Estadística de Responsabilidad: Considera que el poblador reconoce la importancia del turismo</i>	66
Tabla 37: <i>Responsabilidad: Considera que el poblador reconoce la importancia del turismo</i>	67
Tabla 38: <i>Estadística de Responsabilidad: Los pobladores participan en el cuidado del patrimonio cultural</i>	68
Tabla 39: <i>Responsabilidad: Los pobladores participan en el cuidado del patrimonio cultural</i>	69
Tabla 40: <i>Estadística de Responsabilidad: La actitud frente a los visitantes es favorable de tal modo que incentive su retorno.</i>	70
Tabla 41: <i>Responsabilidad: La actitud frente a los visitantes es favorable de tal modo que incentive su retorno.</i>	71

Tabla 42: <i>Estadística de Responsabilidad: Los visitantes o turistas le han generado beneficios a la ciudad y sus recursos.</i>	72
Tabla 43: <i>Responsabilidad: Los visitantes o turistas le han generado beneficios a la ciudad y sus recursos</i>	73
Tabla 44: <i>Estadística de Oferta turística: La producción de alimentos es suficiente para los visitantes.</i>	75
Tabla 45: <i>Oferta turística: La producción de alimentos es suficiente para los visitantes</i>	75
Tabla 46: <i>Estadística de Oferta turística: Se promueve la gastronomía local con insumos locales</i>	77
Tabla 47: <i>Oferta turística: Se promueve la gastronomía local con insumos locales</i>	77
Tabla 48: <i>Estadística de Oferta turística: La producción de bienes y/o servicios turísticos promueve el empleo.</i>	79
Tabla 49: <i>Oferta turística: La producción de bienes y/o servicios turísticos promueve el empleo.</i>	79
Tabla 50: <i>Estadística de Oferta turística: Es visible la mejora de los ingresos en las familias por el turismo</i>	81
Tabla 51: <i>Oferta turística: Es visible la mejora de los ingresos en las familias por el turismo.</i>	81
Tabla 52: <i>Estadística de Oferta turística: Se impulsa a incrementar la producción para el turismo a precios justos.</i>	83
Tabla 53: <i>Oferta turística: Se impulsa a incrementar la producción para el turismo a precios justos.</i>	83
Tabla 54: <i>Estadística de Calidad turística: La atención en los restaurantes es buena y se siguen protocolos de limpieza</i>	85
Tabla 55: <i>Calidad turística: La atención en los restaurantes es buena y se siguen protocolos de limpieza</i>	86
Tabla 56: <i>Estadística de Calidad turística: Los servicios higiénicos en los restaurantes son limpios y equipados para un buen servicio</i>	87
Tabla 57: <i>Calidad turística: Los servicios higiénicos en los restaurantes son limpios y equipados para un buen servicio.</i>	88
Tabla 58: <i>Estadística de Calidad turística: La atención en los servicios de alojamiento son limpios y orientada a brindar confort.</i>	89

Tabla 59: <i>Calidad turística: La atención en los servicios de alojamiento son limpios y orientada a brindar confort.</i>	90
Tabla 60: <i>Estadística de Calidad turística: Se difunden las normas de manejo de los alimentos y condiciones de atención.</i>	91
Tabla 61: <i>Calidad turística: Se difunden las normas de manejo de los alimentos y condiciones de atención</i>	92
Tabla 62: <i>Estadística de Calidad turística: El poblador contribuye a una buena atención en los diferentes servicios turísticos</i>	93
Tabla 63: <i>Calidad turística: El poblador contribuye a una buena atención en los diferentes servicios turísticos</i>	94
Tabla 64: <i>Estadística de Recursos: Los recursos naturales se explotan para desarrollar el turismo en Cañete</i>	96
Tabla 65: <i>Recursos: Los recursos naturales se explotan para desarrollar el turismo en Cañete</i>	96
Tabla 66: <i>Estadística de Recursos: La explotación de los recursos naturales actualmente genera procesos de mejora de los stock.</i>	98
Tabla 67: <i>Recursos: La explotación de los recursos naturales actualmente genera procesos de mejora de los stocks</i>	98
Tabla 68: <i>Estadística de Recursos: La oferta turística actual respeta el cuidado de los recursos.</i>	100
Tabla 69: <i>Recursos: La oferta turística actual respeta el cuidado de los recursos</i>	100
Tabla 70: <i>Estadística de Recursos: Se difunden programas y/o actividades para el cuidado de los recursos</i>	102
Tabla 71: <i>Recursos: Se difunden programas y/o actividades para el cuidado de los recursos</i>	102
Tabla 72: <i>Estadística de Recursos: Considera que el cuidado de los recursos naturales tiene prioridad en la actitud de la población</i>	104
Tabla 73: <i>Recursos: Considera que el cuidado de los recursos naturales tiene prioridad en la actitud de la población</i>	104
Tabla 74: <i>Estadística de Servicios urbanos: Le preocupa el actual ordenamiento urbano</i>	106
Tabla 75: <i>Servicios urbanos: Le preocupa el actual ordenamiento urbano</i>	107
Tabla 76: <i>Estadística de Servicios urbanos: Para mejorar el ordenamiento urbano, la población participa en programas de limpieza y ornato</i>	108

Tabla 77: <i>Servicios urbanos: Para mejorar el ordenamiento urbano, la población participa en programas de limpieza y ornato.</i>	109
Tabla 78: <i>Estadística de Servicios urbanos: Los visitantes manejan adecuadamente sus residuos sólidos de tal forma que no afectan los servicios.</i>	110
Tabla 79: <i>Servicios urbanos: Los visitantes manejan adecuadamente sus residuos sólidos de tal forma que no afectan los servicios</i>	111
Tabla 80: <i>Estadística de Servicios urbanos: La organización de actividades por la población da resultados favorables para la comunidad.</i>	113
Tabla 81: <i>Servicios urbanos: La organización de actividades por la población da resultados favorables para la comunidad.</i>	113
Tabla 82: <i>Estadística de Servicios urbanos: La población muestra actitudes para contribuir al cuidado del ambiente.</i>	115
Tabla 83: <i>Servicios urbanos: La población muestra actitudes para contribuir al cuidado del ambiente.</i>	115
Tabla 84: <i>Cálculo de la Variable Conciencia Turística.</i>	120
Tabla 85: <i>Cálculo de la Variable Conciencia Ambiental</i>	121
Tabla 86: <i>Cálculo de la Variable Turismo</i>	121
Tabla 87: <i>Desarrollo de la correlación de variables</i>	122
Tabla 88: <i>Análisis SPSS de correlación de variables</i>	123
Tabla 89: <i>Desarrollo de la correlación de variables</i>	124
Tabla 90: <i>Análisis SPSS de correlación de variables</i>	125
Tabla 91: <i>Desarrollo de la correlación de variables</i>	126
Tabla 92: <i>Análisis SPSS de correlación de variables</i>	127

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Departamento de Lima: Empresas según provincia, 2014.....	5
Figura 2: Departamento de Lima: Pequeña empresas según provincia, 2014	7
Figura 3: Enfoques desarrollo, turismo y recursos humanos.....	20
Figura 4: Esquema general de la teoría.....	23
Figura 5: Matriz de validación de instrumento	35
Figura 6: Procedimiento de análisis de la información obtenida en la encuesta	36
Figura 7: Histograma de la distribución de rango de edades	40
Figura 8: Histograma de la ocupación	42
Figura 9: Histograma de la identificación con promoción del turismo en S.V.C.....	45
Figura 10: Histograma de la promoción del turismo en otros distritos de Cañete.....	47
Figura 11: Histograma de visita los sitios que atraen a los turistas nacionales y/o extranjeros de S.V.C	49
Figura 12: Histograma de Identificación: Orienta a un turista cuando le solicita información.....	51
Figura 13: Histograma de Identificación: Está enterado de las actividades turísticas que realizan en Cañete	53
Figura 14: Histograma de Identificación: Le gusta tratar con atención y/o amabilidad al turista.	55
Figura 15: Histograma de Participa en las actividades culturales o artísticas o de folklore	57
Figura 16: Histograma de Está orgulloso de la calidad de los servicios turísticos que se brindan	59
Figura 17: Histograma de Identificación: Se identifica con las costumbres que se brinda a los visitantes.....	61
Figura 18: Histograma de Identificación: Le gusta la artesanía que se ofrece en San Vicente de Cañete	63
Figura 19: Histograma de Responsabilidad: Considera que el poblador realiza actividades que favorecen al turismo.....	65
Figura 20: Histograma de Responsabilidad: Considera que el poblador reconoce la importancia del turismo.	67

Figura 21: Histograma de Responsabilidad: Los pobladores participan en el cuidado del patrimonio cultural.....	69
Figura 22: Histograma de Responsabilidad: La actitud frente a los visitantes es favorable de tal modo que incentive su retorno.....	71
Figura 23: Histograma de Responsabilidad: Los visitantes o turistas le han generado beneficios a la ciudad y sus recursos	74
Figura 24: Histograma de Oferta turística: La producción de alimentos es suficiente para los visitantes.....	76
Figura 25: Histograma de Oferta turística: Se promueve la gastronomía local con insumos locales.....	78
Figura 26: Histograma de Oferta turística: La producción de bienes y/o servicios turísticos promueve el empleo	80
Figura 27: Histograma de Oferta turística: Es visible la mejora de los ingresos en las familias por el turismo.....	82
Figura 28: Histograma de Oferta turística: Se impulsa a incrementar la producción para el turismo a precios justos.....	84
Figura 29: Histograma de Calidad turística: La atención en los restaurantes es buena y se siguen protocolos de limpieza	87
Figura 30: Histograma de Calidad turística: Los servicios higiénicos en los restaurantes son limpios y equipados para un buen servicio	89
Figura 31: Histograma de Calidad turística: La atención en los servicios de alojamiento son limpios y orientada a brindar confort	91
Figura 32: Histograma de Calidad turística: Se difunden las normas de manejo de los alimentos y condiciones de atención	93
Figura 33: Histograma de Calidad turística: El poblador contribuye a una buena atención en los diferentes servicios turísticos.....	95
Figura 34: Histograma de Recursos: Los recursos naturales se explotan para desarrollar el turismo en Cañete	97
Figura 35: Histograma de Recursos: La explotación de los recursos naturales actualmente genera procesos de mejora de los stocks	99
Figura 36: Histograma de Recursos: La oferta turística actual respeta el cuidado de los recursos	101
Figura 37: Histograma de Recursos: Se difunden programas y/o actividades para el cuidado de los recursos	103

Figura 38: Histograma de Recursos: Considera que el cuidado de los recursos naturales tiene prioridad en la actitud de la población	105
Figura 39: Histograma de Servicios urbanos: Le preocupa el actual ordenamiento urbano	107
Figura 40: Histograma de Servicios urbanos: Para mejorar el ordenamiento urbano, la población participa en programas de limpieza y ornato	110
Figura 41: Histograma de Servicios urbanos: Los visitantes manejan adecuadamente sus residuos sólidos de tal forma que no afectan los servicios.	112
Figura 42: Histograma de Servicios urbanos: La organización de actividades por la población da resultados favorables para la comunidad	114
Figura 43: Histograma de Servicios urbanos: La población muestra actitudes para contribuir al cuidado del ambiente.....	116
Figura 44: Correlación Conciencia Turística - Turismo.....	123
Figura 45: Correlación Conciencia Ambiental-Turismo	125
Figura 46: Correlación Conciencia Turística Ambiental-Turismo.....	127

RESUMEN

La presente investigación está orientada a conocer la relación de la conciencia turística-ambiental y el turismo en el distrito de San Vicente de Cañete de la provincia de Cañete del 2018 al 2020. El estudio tiene un enfoque cuantitativo y es exploratorio descriptivo simple, dado que busca recopilar y analizar información actualizada y fidedigna acerca de un aspecto poco estudiado en el sector turístico de San Vicente de Cañete. La técnica utilizada fue la encuesta y el tamaño de la muestra fue de 243 personas. Se empleó un cuestionario de 35 preguntas que abordó los temas relacionados con las seis dimensiones de la investigación: identificación, responsabilidad, oferta turística, calidad, recursos y servicios urbanos. La investigación sobre conciencia turística, la conciencia ambiental y su relación con el desarrollo turístico en el distrito de San Vicente de la Provincia de Cañete estableció que los pobladores del referido distrito mediante su participación por sus actitudes, respeto y trato amable y cordial constituye la base para consolidar un proceso de desarrollo turístico sostenible.

Palabras clave: conciencia turística, conciencia ambiental, turismo, responsabilidad, recursos.

ABSTRACT

The present research is aimed at knowing the relationship between tourism-environmental awareness and tourism in the district of San Vicente de Cañete in the province of Cañete from 2018 to 2020. The study has a quantitative approach, and it is a simple descriptive exploratory investigation since it seeks to collect and analyze updated and reliable information about a not very studied aspect in the tourism sector of San Vicente de Cañete. The technique used was the survey and the sample was composed of 243 people. A 35-question questionnaire was used to address issues related to the six dimensions of the research: identification, responsibility, tourism offer, quality, resources, and urban services. The research on tourism awareness, environmental awareness, and their relationship with tourism development in the district of San Vicente in the province of Cañete established that the inhabitants of the district, through their participation, attitude, respect and friendly and cordial treatment, are the base for consolidating a process of sustainable tourism development.

Keywords: tourism awareness, environmental awareness, tourism, responsibility, resources.

INTRODUCCIÓN

En la presente investigación, se ha considerado como objetivo principal conocer la relación de la conciencia turística-ambiental y el turismo en el distrito de San Vicente de Cañete de la provincia de Cañete del 2018 al 2020 para promover el desarrollo sostenible.

Durante las últimas décadas se han llevado a cabo muchos estudios acerca del desarrollo de la región Cañete, así como de los recursos que esta tiene sin embargo no se ha llevado a cabo un estudio profundo acerca de la importancia de la conciencia turística y ambiental.

La importancia de este estudio radica en que el turismo está integrado a los diferentes tipos de desarrollo en donde el recurso humano es fundamental. El desarrollo siempre involucra el abordaje del capital humano que a más identificación y pertenencia, se pueden involucrar más con el desarrollo del turismo en la región.

Las Naciones Unidas a través de La Asamblea General de las Naciones Unidas declaró 2017 como Año Internacional del Turismo Sostenible para el Desarrollo. Esto generó que muchas entidades e institución se unieran a la ardua labor de tratar de generar conciencia turística y desarrollo ambiental. Así, uno de los que promovieron esta iniciativa fue Taleb Rifai (2017), exsecretario general de la Organización Mundial del Turismo que dijo:

"Cuando viaje, donde quiera que viaje, acuérdesse de respetar la naturaleza, respetar la cultura y respetar a su anfitrión".

La estrategia incluye un manual que proporciona a los viajeros recomendaciones para ayudarles a tomar decisiones responsables

Una de las estrategias que se adoptaron en este sentido fue la elaboración y distribución de un manual de Consejos prácticos para un viajero responsable, a cargo del Comité Mundial de Ética del Turismo en consonancia con el Código Ético Mundial para el Turismo de la OMT.

La presente investigación contempla el desarrollo de cuatro capítulos, a saber:

Capítulo I: Planteamiento del problema. En este capítulo se aborda la descripción del problema, detallando el problema general, los problemas específicos, los objetivos de la investigación donde destaca como objetivo general el conocer la relación de la conciencia turística-ambiental y el turismo en el distrito de San Vicente de Cañete de la provincia de Cañete del 2018 al 2020.

Capítulo II: Este capítulo contempla el marco teórico en donde se evidencia el nivel de desarrollo de la región y de la población respecto al turismo y a su relación con el considerando una visión más integradora y sostenible vinculada a la conciencia turística y ambiental. Además, se incluye en este capítulo las investigaciones relacionadas con el tema de conciencia turística y ambiental en la región cañete. Asimismo, se presenta información sobre turismo, respeto y recursos humanos que constituyen conceptos claves en el presente trabajo como parte de la estructura teórica y científica que sustenta el presente estudio.

Capítulo III: Marco metodológico. El enfoque de la investigación es cuantitativo y es exploratorio descriptivo simple, dado que busca recopilar y analizar información actualizada y fidedigna acerca de un aspecto poco estudiado en el sector turístico de San Vicente de Cañete. La técnica utilizada fue la encuesta y el tamaño de la muestra fue de 243 personas. Se empleó un cuestionario de 35 preguntas que abordó los temas relacionados con las seis dimensiones de la investigación: identificación, responsabilidad, oferta turística, calidad, recursos y servicios urbanos.

Capítulo IV: Resultados y análisis de resultados. Este capítulo muestra los resultados y el análisis de resultados de la información obtenida a partir de la encuesta de 35 preguntas aplicada a 243 personas de Cañete. La investigación sobre conciencia turística, la conciencia ambiental y su relación con el desarrollo turístico en el distrito de San Vicente de la Provincia de Cañete estableció que los pobladores del referido distrito mediante su participación por sus actitudes, respeto y trato amable y cordial constituye la base para consolidar un proceso de desarrollo turístico sostenible.

CAPÍTULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1. Descripción del problema

La provincia de Cañete conformada por 16 distritos y ubicada a 148 km al sur de la región Lima por la Panamericana Sur. La provincia de Cañete tiene una superficie de 4 534 kilómetros cuadrados con una densidad poblacional de 33.27% habitantes por kilómetro cuadrado y el distrito de San Vicente de Cañete tiene una superficie de 513 kilómetros cuadrados, que representa el 11. 2% de la superficie de la provincia. Asimismo, tiene una población de 54 761 habitantes lo que da una densidad poblacional del distrito de San Vicente de Cañete tiene 63. 43% habitantes por kilómetro cuadrado. El distrito de San Vicente de Cañete ocupa la mayor superficie de la provincia. (INEI, 2018).

DEMARCACIÓN POLÍTICA DE LA REGIÓN LIMA CONFORMADA POR 9 PROVINCIAS Y 128 DISTRITOS

Tabla 1: *Demarcación política de la Región Lima conformada por 9 provincias y 128 distritos*

PROVINCIAS	CAPITAL	Nº DE DISTRITOS
BARRANCA	BARRANCA	5
CAJATAMBO	CAJATAMBO	5
CANTA	CANTA	7
CAÑETE	SAN VICENTE DE CAÑETE	16
HUARAL	HUARAL	12
HUAROCHIRÍ	MATUCANA	32
HUAURA	HUACHO	12
OYÓN	OYÓN	6
YAUYOS	YAUYOS	33

Fuente: INEI (2018) Región Lima Resultados Definitivos
Elaboración: INEI

DEMARCACIÓN: PERÚ POBLACIÓN PROYECTADA AL 2020

Tabla 2: *Demarcación: Perú población proyectada al 2020*

PERÚ: POBLACIÓN TOTAL PROYECTADA AL 30 DE JUNIO DE CADA AÑO, SEGÚN DEPARTAMENTO, PROVINCIA Y DISTRITO, 2018 - 2020				
Ubigeo	Departamento, provincia y distrito	2018	2019	2020
150140	SANTIAGO DE SURCO	385 178	397 082	408 086
150141	SURQUILLO	98 159	99 397	100 339
150142	VILLA EL SALVADOR	415 391	420 278	423 887
150143	VILLA MARÍA DEL TRIUNFO	426 398	432 835	437 992
	REGIÓN LIMA	924 212	939 164	953 715
150200	BARRANCA	146 745	148 962	151 095
150201	BARRANCA	69 686	70 971	72 221
150202	PARAMONGA	22 056	22 007	21 938
150203	PATIVILCA	17 638	17 797	17 941
150204	SUPE	24 382	24 930	25 470
150205	SUPE PUERTO	12 983	13 257	13 525
150300	CAJATAMBO	6 552	6 444	6 332
150301	CAJATAMBO	2 050	2 004	1 956
150302	COPA	860	854	847
150303	GORGOR	1 687	1 650	1 612
150304	HUANCAPÓN	975	960	945
150305	MANAS	980	976	972
150400	CANTA	11 762	11 682	11 593
150401	CANTA	2 333	2 291	2 247
150402	ARAHUAY	601	596	591
150403	HUAMANTANGA	688	661	637
150404	HUAROS	778	770	761
150405	LACHAQUI	890	886	880
150406	SAN BUENAVENTURA	576	585	595
150407	SANTA ROSA DE QUIVES	5 896	5 893	5 882
150500	CAÑETE	239 410	244 950	250 420
150501	SAN VICENTE DE CAÑETE	56 582	57 964	59 323
150502	ASIA	9 822	10 249	10 686

Fuente: Perú: Proyecciones de Población, Según Departamento, Provincia y Distrito, 2018-2020. Boletín Especial N.º 26.
Elaboración: INEI

En la provincia de Cañete las actividades productivas principales están referidas a la agricultura, pecuaria, agroindustria, minería y turismo. Este conjunto de actividades ha generado un crecimiento de la ciudad de forma acelerada, desordenada, compleja y caótica originando dificultades de integración entre lo urbano y lo rural, y las actividades económicas y sociales, (Martín, 2018).

DEPARTAMENTO DE LIMA: EMPRESAS SEGÚN PROVINCIA, 2014

Tabla 3: *Departamento de Lima: Empresas según provincia, 2014*

Provincia	Total	Estructura porcentual
Total	47 650	100,0
Barranca	8 454	17,7
Cajatambo	96	0,2
Canta	422	0,9
Cañete	12 512	26,3
Huaral	8 900	18,7
Huachichilco	2 724	5,7
Huaura	13 386	28,1
Oyón	793	1,7
Yauyos	363	0,8

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática - Directorio Central de Empresas y Establecimientos.

Fuente: INEI 2014
Elaboración: INEI

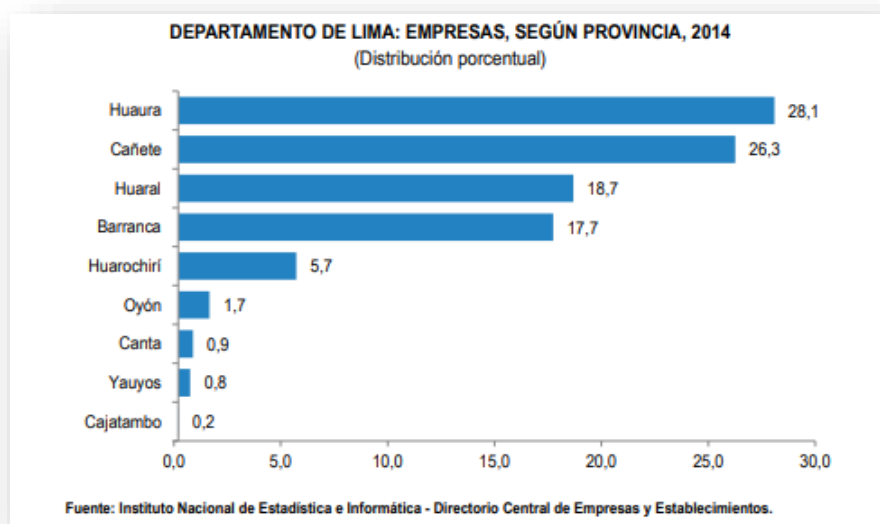


Figura 1: Departamento de Lima: Empresas según provincia, 2014
Fuente: INEI 2014
Elaboración: INEI

DEPARTAMENTO DE LIMA: EMPRESAS SEGÚN ACTIVIDAD ECONÓMICA, 2014

Tabla 4: *Departamento de Lima: Empresas según actividad económica, 2014*

Actividad económica	Total	Estructura porcentual
Total	47 650	100,0
Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca	2 095	4,4
Explotación de minas y canteras	138	0,3
Industrias manufactureras	2 107	4,4
Electricidad, gas y agua	88	0,2
Construcción	849	1,8
Comercio y reparación de vehículos automotores y motocicletas	24 046	50,5
Transporte y almacenamiento	2 613	5,5
Actividades de alojamiento y de servicio de comidas	6 604	13,8
Información y comunicaciones	1 507	3,2
Servicios profesionales, técnicos y de apoyo empresarial	3 060	6,4
Otros servicios 1/	4 543	9,5

Nota: Comprende las provincias de Barranca, Cajatambo, Canta, Cañete, Huaral, Huarochirí, Huaura, Oyón y Yauyos.
1/ Incluye financieras, seguros, inmobiliarias, administración pública, enseñanza, salud, artísticas, entretenimiento y otros servicios.
Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática - Directorio Central de Empresas y Establecimientos.

Fuente: INEI 2014

Elaboración: INEI

El crecimiento explosivo urbano se evidencia en el proceso de urbanización con disminución de las áreas destinadas a la agricultura. Estos dos procesos generan también el uso intensivo de recursos naturales y el aumento sustancial de los residuos sólidos con impacto en el Ambiente. Es por eso que se están diseñando propuestas de expansión urbana en la ciudad de San Vicente y también se está dando un proceso intenso de urbanización con inversión significativa de empresas inmobiliarias.

Los referidos procesos en la actualidad implican un uso intensivo de recursos tierra y agua que demandan un conocimiento de las relaciones entre desarrollo y deterioro, Municipalidad Provincial de Cañete (2006).

DEPARTAMENTO DE LIMA: MICROEMPRESAS SEGÚN PROVINCIA, 2014

Tabla 5: *Departamento* de Lima: microempresas según provincia, 2014

Provincia	Total	Estructura porcentual
Total	46 174	100,0
Barranca	8 182	17,7
Cajatambo	87	0,2
Canta	407	0,9
Cañete	12 208	26,4
Huara	8 648	18,7
Huachipaipi	2 604	5,6
Huancavelica	12 964	28,1
Oyón	755	1,6
Yauyos	319	0,7

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática-Directorio Central de Empresas y Establecimientos.

Fuente: INEI 2014
Elaboración: INEI

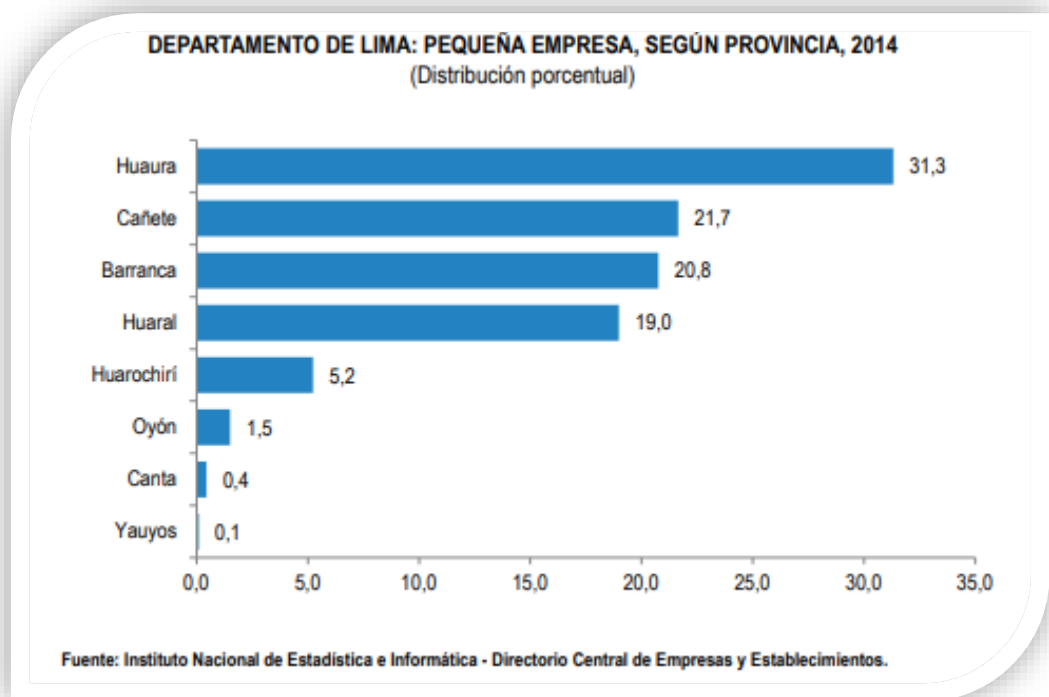


Figura 2: Departamento de Lima: Pequeña empresas según provincia, 2014
Fuente: INEI 2014
Elaboración: INEI

Por otro lado, el creciente flujo de población de la capital Lima ha cambiado la tendencia de ser un sitio de descanso de fin de semana a un sitio de vivienda permanente con demandas sobre la explotación de los recursos naturales y energía, lo cual crea la necesidad de integrar gestiones referidas al uso del agua, el suelo, conservación de la flora y fauna. (Castillo, 2018).

Urge conocer el grado de relación entre el desarrollo turismo y urbano, el uso de espacios turísticos, y el medio ambiente en la ciudad de San Vicente de Cañete.

El turismo como actividad económica, social y política impulsa el desarrollo económico de la provincia de Cañete y del distrito de San Vicente de Cañete. Esta actividad dinámica además de generar desarrollo genera también un uso intensivo de recursos.

La investigación realizada por la Municipalidad Provincial de Cañete de la contaminación de la cuenca del río Cañete, dio como resultado que la mencionada cuenca está altamente contaminada y mostrando una correlación moderada entre la contaminación de la cuenca y su influencia en el desarrollo sostenible de los diferentes distritos de la provincia del Cañete. (Municipalidad Provincial de Cañete, 2018).

La necesidad muy visible de iniciar un proceso de desarrollo sostenible, a nivel de cada distrito, ha generado el estudio de proyectos, propuestas de expansión urbana, propuestas de política para la agricultura familiar, mapa de peligros, planes de uso del suelo, plan de desarrollo de la provincia de Cañete, 2008- 2021 y el Plan Estratégico Institucional de la Municipalidad Provincial de Cañete 2019-2022, que diseña 13 objetivos estratégicos de los cuales 4 están relacionados con el fomento de la competitividad económica; promover el desarrollo urbano, territorial y sustentable; y promover la gestión ambiental y el desarrollo urbano. (Municipalidad Provincial de Cañete, 2018).

El distrito de San Vicente de Cañete viene operando, no solo como distrito capital con todos los servicios del gobierno local, sino también como un nodo o núcleo del flujo turístico hacia todos los distritos de Cañete proveniente de Lima, Chincha e Ica. Este turismo, fundamentalmente es turismo interno y mínimo turismo receptivo.

Es importante tener en cuenta la migración intensa hacia Cañete desde la década del 70 a la fecha, especialmente de la población proveniente de Ayacucho, Huancavelica y Junín que se expresó en una ocupación de los espacios urbanos y rurales, así como de las actividades artísticas y culturales que trajeron a Cañete.

REGIÓN LIMA: POBLACIÓN CENSADA DE 5 Y MÁS AÑOS, POR IDIOMA O LENGUA MATERNA CON EL QUE APRENDIÓ A HABLAR EN SU NIÑEZ, SEGÚN PROVINCIA, 2017.

Tabla 6: *Departamento:* Región Lima: Población Censada de 5 y más años, por idioma o lengua materna con el que aprendió a hablar en su niñez, según provincia, 2017.

Provincia	REGIÓN LIMA: POBLACIÓN CENSADA DE 5 Y MÁS AÑOS DE EDAD, POR IDIOMA O LENGUA MATERNA CON EL QUE APRENDIÓ A HABLAR EN SU NIÑEZ, SEGÚN PROVINCIA, 2017 (Porcentaje)										
	Total		Idioma o lengua materna con el que aprendió a hablar en su niñez								No sabe/ No responde
	Absoluto	%	Caste-llano	Quechua	Aimara	Ashaninka	Otra lengua nativa u originaria ^{1/}	Otra lengua extranjera ^{2/}	Lenguas de señas peruanas	No escucha / Ni habla	No responde
Total	833 189	100,00	89,77	9,17	0,08	0,01	0,07	0,10	0,04	0,09	0,67
Barranca	132 171	100,00	88,66	10,95	0,05	-	0,01	0,10	0,04	0,10	0,09
Cajatambo	6 064	100,00	75,44	19,53	0,03	-	0,03	0,07	0,05	0,13	4,72
Canta	10 697	100,00	89,11	8,28	0,03	0,02	-	0,03	0,03	0,15	2,35
Cañete	217 997	100,00	92,39	6,98	0,16	0,01	0,07	0,09	0,04	0,09	0,17
Huaral	169 130	100,00	86,38	13,20	0,06	0,01	0,01	0,13	0,04	0,08	0,09
Huarocharí	53 559	100,00	90,31	5,22	0,08	0,02	0,15	0,11	0,06	0,08	3,97
Huaura	208 136	100,00	91,44	8,12	0,05	-	0,01	0,11	0,05	0,07	0,15
Oyón	16 283	100,00	84,10	9,24	0,06	-	-	0,03	0,01	0,07	6,49
Yauyos	19 152	100,00	87,68	5,79	0,04	0,01	1,24	0,06	0,08	0,16	4,94

1/ Incluye Achuar, Awjún/Aguaruna, Mashiguenka/Machiguenga, Shipibo-Konibo, Shaw/Chayahuita

2/ Incluye portugués, inglés, chino, italiano, francés, alemán, japonés, entre otros.

Fuente: INEI-Censos Nacionales 2017: XII de Población, VII de Vivienda y III de Comunidades Indígenas

Elaboración; INEI

El distrito de San Vicente de Cañete muestra una primera visión de una ciudad desordenada con un tránsito intenso y complejo, con niveles de contaminación acústica, del aire e importantes volúmenes de residuos sólidos. Lo que plantea una modificación significativa para impulsar un turismo urbano en el mencionado distrito.

En lo referente a turistas internos en el Perú, de acuerdo al rango de edad el 20,1% son menores de 18 años y de 18 a 34 años el 38% (ENVIR, 2008), estructura que se

repite en la mayoría de las localidades costeras.

La tendencia mundial del turismo está orientada al turismo urbano, especialmente entre grandes ciudades como L.A, Miami, Londres, Madrid, Hong Kong; y que es realizada por el turismo internacional. A nivel nacional, el turismo interno, está fundamentalmente determinado por los excursionistas que realizan turismo de compras, gastronómico, cultural en ciudades; en este marco, el turismo en el distrito de San Vicente es un turismo urbano.

Este desarrollo turístico ha impulsado el desarrollo de las ciudades en forma desordenada y hacinada de tal modo que impide el tránsito a las otras zonas turísticas de los 15 distritos.

Finalmente, el transporte urbano sigue la misma tendencia del desarrollo de la provincia.

1.2. Formulación del problema

1.2.1. Problema general

¿Cuál es la relación de la conciencia turística-ambiental y el turismo en el distrito San Vicente de la provincia de Cañete?

1.2.2. Problemas específicos

- a) ¿Cuál es la relación que se da de la conciencia turística y el turismo en el distrito de San Vicente de Cañete?
- b) ¿Cuál es la relación que se da entre la conciencia ambiental y el medio ambiente en el distrito de San Vicente de Cañete?

1.3. Importancia y justificación del estudio

Importancia del estudio

La importancia está en el conocimiento de la relación de los procesos de producción y servicios turísticos como parte del desarrollo del turismo urbano y la utilización de los recursos naturales del medio ambiente. Este conocimiento actual

y el análisis de la tendencia permitirán a las instituciones públicas y privadas establecer estrategias que armonicen las actividades económicas y sociales relacionadas al turismo urbano. También será de utilidad para la formación profesional y las investigaciones en el mundo académico.

Justificación del estudio

Los resultados de la investigación beneficiarán directamente al gobierno local, a las instituciones educativas y de formación profesional, así como también a los residentes al formar o reforzar la conciencia turística-ambiental e indirectamente a los excursionistas y turistas.

La justificación está expresada en los aspectos siguientes:

✓ **Justificación Teórica**

A nivel de teoría, se va a explicar y comprender el proceso teórico del turismo como se relaciona con los procesos de desarrollo económico, social y ambiental expresado mediante el análisis de la conciencia turística y conciencia ambiental.

✓ **Justificación Metodológica**

Considerando los aspectos metodológicos, será necesario establecer una relación entre los conceptos operativos derivados de la teoría y la contrastación con los datos de la realidad.

✓ **Justificación Práctica**

Los resultados de investigación servirán para establecer programas para mejorar la participación del poblador mediante el desarrollo de la conciencia turística y conciencia ambiental

✓ **Justificación Económica**

La justificación económica queda expresada en la viabilidad de crear sistemas y subsistemas turísticos que involucren la participación del poblador en la

identificación, responsabilidad, producción turística y el cuidado de los recursos naturales.

✓ **Justificación Social**

El estudio permitirá conocer las condiciones básicas para crear una conciencia turística y ambiental en la actitud de los diferentes agentes de la sociedad de Cañete.

✓ **Justificación Legal**

Este estudio es importante porque permitirá establecer programas de acción que inserten orden al crecimiento urbano.

✓ **Conveniencia**

El beneficio se expresa en el conocimiento de la situación del desarrollo urbano, su relación con el uso de los recursos y la participación de los diferentes agentes económicos, sociales y políticos.

La opinión de diversos autores especializados en el tema permite efectuar el análisis comparativo, de tal modo, que se emplea la justificación del tema.

Uno de los planteamientos está en función de tener una ciudad ordenada que facilite el tránsito, el comercio y la visita de los turistas.

Partiendo de una observación objetiva del área de estudio, se podrá conocer con mayor precisión y actualidad, la diferente dinámica. Así como también, las actitudes y voluntades de los pobladores para la conservación e impulso de la actividad turística. A partir de este estudio es factible conocer la tendencia de la conducta poblacional y el uso de los recursos del ambiente.

1.4. Delimitación del estudio

▪ **Delimitación espacial**

El escenario del estudio está referido al distrito de San Vicente de Cañete que tiene 513 kilómetros cuadrados, una población de 54 775 habitantes y con una densidad de 63.43% habitantes por kilómetro cuadrado. El mencionado distrito es la capital de la provincia de Cañete y es el nodo, ingreso y salida, a los otros 15 distritos del valle de Cañete.

- **Delimitación temporal**

La delimitación temporal del estudio está determinada por el periodo 2018 al 2020. Utilizándose como antecedentes información correspondiente al periodo 2010 al 2014 y como proyección estimada del 2021 al 2025.

- **Delimitación teórica**

La teoría utilizada en el presente trabajo está sustentada en los conceptos dados por el Organismo Mundial de Turismo (OMT), así como teorías formuladas por instituciones especializadas en turismo como instituciones universitarias e instituciones líderes en el turismo. Los ejes básicos están referidos a la oferta y demanda turística de todos los visitantes a esta región con la consideración que la atención es amable y de calidad. Lo que hará un mayor compromiso el rol de la población residente, como actor fundamental para el desarrollo turístico.

1.5. Objetivos de la investigación

1.5.1. Objetivo general

Conocer la relación de la conciencia turística-ambiental y el turismo en el distrito de San Vicente de Cañete de la provincia de Cañete del 2018 al 2020.

1.5.2. Objetivos específicos

- a) Conocer la relación de la conciencia turística con el turismo en el distrito de San Vicente de Cañete.
- b) Conocer la relación de la conciencia ambiental y el medio ambiente del distrito de San Vicente de Cañete

CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO

2.1. Marco histórico

El valle de Cañete situado a 143 kilómetros al sur de la ciudad de Lima tiene una riqueza natural y cultural de alto valor. Su reconocimiento como tal está dado desde la época preinca con construcciones de edificios como canales de riego y sitios arqueológicos (Negro, 2009) en lo que hoy es el valle bajo de Cañete y que se denominó originalmente como Guarco, jefaturado por Chuqui Manco que resistió durante más de cuatro años el asedio de las tropas incas. Posteriormente, los incas dominaron y empezaron sus sistemas administrativos. En el año 1556, el virrey Andrés Hurtado de Mendoza fundó sobre Guarco la “villa de Cañete”, y consiguientemente en 1821, el general don José de San Martín crea “el primer departamento libre del Perú”, mediante Decreto Supremo, donde además se crean las provincias de Cañete, Yauyos, Huarochirí y otros.

2.2. Investigaciones relacionadas con el tema

- ✓ Canales (2008) realizó una investigación titulada *Gestión Estratégica del Gobierno Local para el Desarrollo Sustentable Caso Lunahuaná (2003-2006)* que planteó como problema que la gestión tradicional en la mayoría de los gobiernos locales del Perú no asocia el enfoque de “desarrollo endógeno” al “desarrollo integrado sostenible” sino al desarrollo desde la base, para lo cual empleó en la investigación indicadores de competitividad y competitividad regional como por ejemplo la

intencionalidad, la capacidad, y la percepción de la comunidad respecto al desarrollo. Encontró que no hay una relación óptima entre los mencionados indicadores y la percepción de la población. Por lo tanto, propone nuevos indicadores.

- ✓ Camarena, Del Castillo, Ramírez y Zambrano (2013) como grupo de investigadores de la Pontificia Universidad Católica del Perú, en el informe de resultados de la investigación denominada *Una Revisión Literaria del Impacto del Turismo en el Desarrollo Económico* argumentan utilizando una matriz de análisis, que a partir de preguntas específicas y utilizando materiales y/o evidencias, establecen una argumentación que responda objetivamente a la pregunta formulada. De este modo, establecen la afinidad y coherencia entre las actividades económicas y sociales del turismo en el crecimiento económico y bienestar de la población (desarrollo económico).

- ✓ La Rosa y Zavala (2018) en la investigación denominada *Complejo Eco turístico de la sidra en San Pedro de Mala, Cañete - Lima*, consideran que la actividad económica extractiva en esta zona es la agricultura y que como principal producto se encuentra la manzana. En este estudio se planteó como problema cómo hacer para agregar valor a los productos derivados de la manzana, asimismo cómo desarrollar actividades turísticas en torno a la producción de la misma. El resultado de esta investigación indica que Mala tiene un enorme potencial turístico rural y la factibilidad de desarrollar un proyecto integral de ecoturismo con gran viabilidad económica.

- ✓ Cueva, Delia y Velásquez (2017) mencionan en su investigación sobre *Concientización turística como factor de desarrollo sostenible en la población del distrito de Coracora, Provincia de Parinacochas- Región Ayacucho 2017* que tuvo como objetivo evaluar el actual estado de Conciencia Turística presente en cada poblador del distrito de Coracora, provincia de Parinacochas, ubicado en la región de Ayacucho – 2017. Esta investigación presenta una metodología explicativa. La técnica utilizada en este estudio fue la encuesta cerrada y Escala de Likert debido a que permite una mejor recopilación de datos válidos y verídicos. Con este objetivo se procesó una muestra de 400 pobladores de la provincia. Los resultados de la aplicación de la encuesta y escala de Likert, muestran, luego de la evaluación de la

identidad cultural, el desarrollo ambiental, social y económico que la población evidencia un comportamiento positivo es respecto al desarrollo de la actividad turística en la zona, debido a que existe un 58% que tiene una buena identidad cultural y entienden su importancia para la mejora de la calidad de vida, pero el 32% de la población no tiene mucho conocimiento respecto a ello y se muestra un tanto desconfiados. Finalmente hay un 10% de la población que muestra negatividad frente al estudio y ejecución de propuestas o investigaciones sobre turismo. Por lo expuesto, esta investigación hace evidente que el distrito presenta un nivel de conciencia turística, de identidad con el patrimonio y una mentalidad de cuidado ambiental y crecimiento social poco trabajada y capacitada por parte de la municipalidad.

- ✓ Gutierrez (2019) presenta una investigación que tuvo como objetivo, determinar cómo contribuye la conciencia turística para el desarrollo de un turismo sostenible en la zona de las lomas de Lachay, Lima, 2019. El autor empleó un enfoque cualitativo y un diseño etnográfico, basado en describir y conocer la importancia de conciencia turística para desarrollar un turismo sostenible en los pobladores de las lomas de Lachay. En este trabajo se entrevistó a la población del distrito de Huaral en el año 2019, asimismo, se utilizó la entrevista a profundidad y el instrumento empleado fue un cuestionario semi estructurado para la recolección de toda la información. Este cuestionario fue aplicado solo a 10 pobladores para poder conocer que información manejan acerca de las lomas. La conclusión más relevante de este trabajo de investigación fue que la conciencia turística es importante y contribuye con el desarrollo de un turismo sostenible en las lomas de Lachay, esta acción mejoraría la experiencia de los visitantes en tener un comportamiento adecuado dentro y fuera de las lomas, además, fortalecería el que se cumpla con las indicaciones y señalizaciones durante su recorrido, asimismo, se estaría cuidando y preservando las lomas de Lachay. Con esta información obtenida las autoridades y la población conocerán la importancia de estos resultados en relación a los recursos para la comunidad y el país, así como para el fortalecimiento de la identidad local y cultural.

- ✓ Ruiz (2020) en su investigación tuvo como principal objetivo determinar el nivel de conciencia turística de los pobladores del distrito del Rímac (Perú). En este caso se plantearon tres objetivos específicos que contribuyeron a un mejor análisis de este,

tales como la actitud del poblador frente al turista, la identidad cultural del poblador y la participación de los pobladores en la actividad turística. Este trabajo de investigación fue de tipo aplicada, de enfoque cuantitativo y de nivel descriptivo, y el diseño de investigación fue no experimental, transversal. Presentó una muestra de 385 personas y la técnica que se aplicó fue la encuesta. En esta investigación los datos fueron analizados por el programa estadístico SPSS 22.0, y se obtuvo como resultado que el 37% de la población del distrito del Rímac presenta un nivel medio de conciencia turística. En conclusión, la población fue evaluada en tres aspectos importantes para el desarrollo del turismo en el Rímac: actitud, con un nivel medio; identidad, cuyo resultado fue alto; y participación, de nivel bajo.

- ✓ Cavero (2018) en la tesis titulada *La conciencia y cultura turística en el desarrollo de servicios turísticos de la región Ica* llevó a cabo un trabajo de investigación de enfoque cuantitativo y tuvo como principal objetivo demostrar de qué manera la conciencia y la cultura turística en el desarrollo de servicios turísticos de la región Ica permitieron mejorar los servicios acordes a las necesidades del turista en el desarrollo de servicios turísticos de Ica. Para este efecto, se realizó un análisis a través de la recolección de datos aplicando dos instrumentos entre setenta personas prestadoras de servicio y setenta turistas. El estudio es descriptivo correlacional e investigación social aplicada con el fin inmediato de modificar y originar cambios en un determinado sector dando como resultado que existe identidad de las poblaciones receptoras en el desarrollo de servicios turísticos de la región Ica con un valor obtenido a través de la prueba chi cuadrado a 39,236. Asimismo, existe relación entre la entrega de servicios auténticos acorde a las necesidades mediante la prueba de chi-cuadrada a 23,762 y la participación de los actores mediante la prueba chi-cuadrada a 16,64.

- ✓ Mateo (2018) en la tesis *El desarrollo socio-cultural como pilar de la conciencia turística de la población del cantón La Libertad, caso Malecón* señala que desarrollar conciencia turística en la población local tiene que ser la tarea fundamental de los gestores de destinos turísticos. Asimismo, menciona que constituye un indudable problema el hecho de que un visitante llegue a un determinado lugar con singulares atractivos, pero con habitantes que rechazan el desarrollo del turismo, ya que desconocen los beneficios que esta actividad implica y porque no están conscientes

de su rol como anfitriones locales. El objetivo del estudio fue conocer el nivel de conciencia turística de la población del cantón La Libertad-caso Malecón como resultado de su desarrollo socio-cultural. Para este fin, se aplicó una metodología de carácter descriptiva aplicando técnicas investigativas que permitieron conseguir información cualitativa de las variables dependiente e independiente. El estudio tuvo como resultado un bajo nivel de conciencia turística en la población objeto de estudio. Además, se identificó que, si se da a conocer lo que implica la conciencia turística, se puede cambiar opiniones negativas por buena predisposición, malos hábitos y comportamientos por buenas prácticas turísticas y ambientales, así como despertar el interés por el conocimiento y la valoración de sus recursos. Finalmente, se presentan conclusiones y recomendaciones para brindar alternativas a fin de elevar el nivel de conciencia turística de la población y servidores turísticos.

- ✓ Ruiz y Pozo (2020) realizaron la investigación *Conciencia turística de los pobladores en el distrito del Rímac-Perú* que tuvo como objetivo principal determinar el nivel de conciencia turística de los pobladores del distrito del Rímac (Perú) y tres objetivos específicos que contribuyeron a realizar un mejor análisis respecto a la actitud del poblador frente al turista, la identidad cultural del poblador y la participación de los pobladores en la actividad turística. Además, esta investigación fue de tipo aplicada, de enfoque cuantitativo y de nivel descriptivo. El diseño de investigación fue no experimental de corte transversal. La técnica aplicada fue la encuesta y la muestra incluyó 385 personas. Los datos fueron analizados por el programa estadístico SPSS 22.0. Como resultado se obtuvo que el 37% de la población del distrito del Rímac presenta un nivel medio de conciencia turística. En conclusión, al ser evaluada la población en tres aspectos importantes para el desarrollo del turismo en el Rímac se determinó: actitud, con nivel medio; identidad, con nivel alto; y participación, con nivel bajo.

- ✓ La investigación *Concientización turística como factor de desarrollo sostenible en la población del distrito de Coracora, provincia de Parinacochas – Región Ayacucho* realizada por Cueva y Velásquez (2017) busca evaluar el estado actual de Conciencia Turística presente en cada poblador del distrito de Coracora. Se realizó la metodología explicativa. La técnica empleada para este estudio fue la encuesta cerrada y se trabajó con una muestra de 400 pobladores. Se empleó la escala de Likert

y se cuenta con una lista de cinco dimensiones con seis indicadores a fin de obtener una mejor recolección de datos válidos y verídicos. En este sentido, los resultados de la encuesta y la escala de Likert muestran que la población presenta un comportamiento positivo respecto al desarrollo de la actividad turística como tal en la zona dado que un 58% tiene una buena identidad cultural y comprende la relevancia para la mejora de calidad de vida. Sin embargo, el 32% de la población no cuenta con mucho conocimiento respecto a este punto y se muestra un poco desconfiada; y un 10% de la población muestra negatividad frente al estudio y a la ejecución de propuestas o investigaciones acerca de turismo.

En la investigación *Conciencia turística de los pobladores del AA. HH. Valle Verde acerca de los Humedales de Ventanilla, Callao, 2020* realizada por Arias y López (2020) se tuvo como objetivo general, determinar el nivel de conciencia turística de los pobladores del AA. HH. Valle Verde acerca de los humedales de Ventanilla. En este sentido, se realizó una investigación de tipo aplicada, de nivel descriptivo y diseño no experimental de corte transversal, con una muestra de 109 pobladores de la zona. Además, se aplicó el tipo de muestreo no probabilístico por conveniencia o criterio y la técnica aplicada fue la encuesta. Se utilizó el programa estadístico SPSS 22.0 para analizar los datos. Se obtuvo, como resultado principal, que el 78% de la población del AA. HH. Valle Verde presenta un nivel bajo de conciencia turística, es decir, más del 50% de la población no tiene la iniciativa de proteger esta zona. Se concluye, entonces, que los habitantes del AA. HH. Valle Verde, carecen de conciencia turística, dado que desconocen la importancia de los humedales de Ventanilla para la humanidad y no se sienten identificados con este recurso natural. En tal sentido, no se produce en la población la voluntad de trabajar en conjunto y aportar con buenas prácticas a fin de conservar los humedales.

En la tesis sobre experiencia en la gestión de eventos internacionales en turismo precisan las estrategias para fortalecer la integración y unidad en la comunicación intercultural.(Guanilo E,Sanchez,A.2021)

2.3. Estructura teórica y científica que sustenta el estudio

2.3.1. Enfoques de desarrollo, turismo y recursos humanos

El turismo es una actividad económica, social, política y medio ambiental, que su característica fundamental es que se produce en el entorno donde se

consume, vale decir que la producción y el consumo se realiza en un mismo momento y espacio. OMT (2015)

Asimismo, el turismo está relacionado e integrado a la visión del desarrollo sostenible con el desarrollo económico, desarrollo social - cultural y el desarrollo medio ambiental; por eso es que el turismo es un fenómeno social, económico y ambiental () tal como se expresa en la figura 1:

ENFOQUES DESARROLLO, TURISMO Y RECURSOS HUMANOS

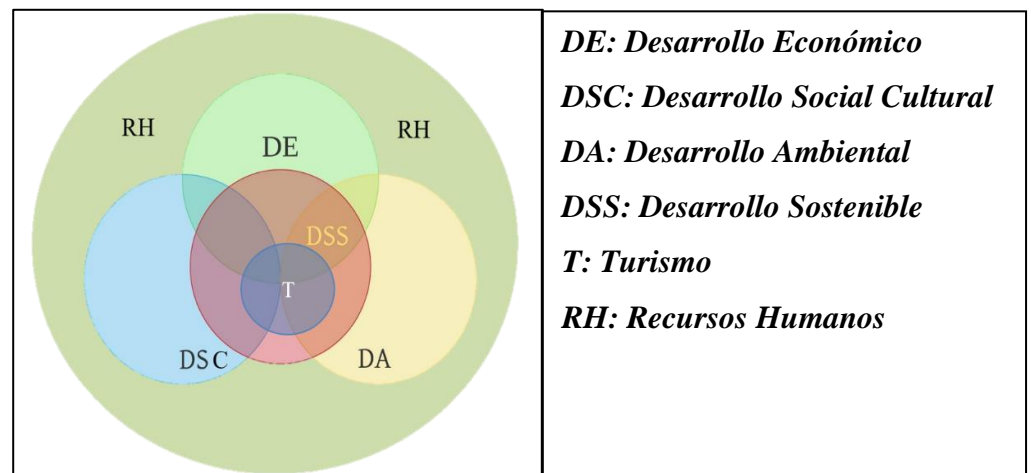


Figura 3: Enfoques desarrollo, turismo y recursos humanos

Fuente: La Economía Del Perú y los Desafíos Futuros. (Concha, 2004) y SERVATUR y le manual de conciencia turística (SERVATUR, 2018) Elaboración Propia

De este modo, se expresa la relación del turismo con los enfoques económicos del desarrollo y en un entorno fundamental de unidad en base a los recursos o capital humano, desde el análisis macro. Es importante mencionar, por el tamaño del área estudiada y el flujo de información detallada que se requiere, que se considera como marco referencial icónico que no se incluye en el análisis.

Por otro aspecto, la oferta turística está determinada por la demanda turística, cuyos procesos se realizan simultáneamente en el mismo lugar y, por las características de las empresas, constituyen un mercado de competencia monopolística. Por lo tanto, no pueden fijar precios por los productos y servicios turísticos; la competencia es por la calidad de servicio o por establecer pequeñas diferencias.

Por lo planteado a la problemática, el análisis se centra en la conciencia turística y conciencia ambiental.

Considerando, que el factor humano constituye el entorno para los diferentes enfoques de la economía, así como lo social, cultural y ambiental. Es necesario precisar que comprende para el estudio el significado de conciencia. En el campo de la psicología existen diferentes alcances de lo que comprende la conciencia. Se considera que la conciencia tiene el significado siguiente:

- Facultad moral
- El ser responsable
- El sentido social
- El Estado de vigilia
- El percatarse

Asimismo, la conciencia se determina por el grado de entendimiento y conocimiento de la realidad.

Para indicar el significado de conciencia turística y conciencia ambiental, se toman los siguientes elementos del concepto conciencia:

- Facultad moral o valores
- El ser responsables
- El sentido social
- El percatarse
- El entendimiento o conocimiento

La conciencia turística comprende el conocimiento de los valores, costumbres, cultura e identificación con los principios de la comunidad local y de las costumbres y cultura de los visitantes.

La conciencia turística se analiza en base a dos dimensiones: identificación y responsabilidad.

El turismo se analiza en base a las dimensiones: oferta turística realidad turística.

En relación con la conciencia ambiental su análisis es considerando las

dimensiones Recursos y servicios públicos.

En cuanto a la conciencia ambiental se parte, que cualquier actividad de producción y/o prestación de servicios conlleva a un impacto en el entorno físico donde se origina la actividad. Asociando esa concepción aplicada al turismo, se tiene que es una actividad estrechamente relacionada a los recursos del medio ambiente, en el cual permanentemente la va a estar utilizando y reestructurando, por una parte, y, por otra parte, generar residuos o desechos biológicos o no biológicos.

La conciencia ambiental es el conocimiento de los procesos asociados a las acciones que impulsan el desarrollo turístico con la acción de reducir el impacto en el medio ambiente, por las acciones de la población local y visitante.

La conciencia ambiental se fundamenta también en el respeto a los recursos, cultura y a las tradiciones.

La conciencia ambiental es un proceso donde la educación y la formación técnica y profesional de la población, forman su concepción.

Los principales signos de la contaminación son visibles por los residuos sólidos, el ordenamiento urbano y localización de los negocios.

La conciencia turística y ambiental son los impulsores de la calidad en la producción y consumo turístico, mejorando su condición de destino turístico por su buen trato a los visitantes y la protección del medio ambiente.

ESQUEMA GENERAL DE LA TEORÍA

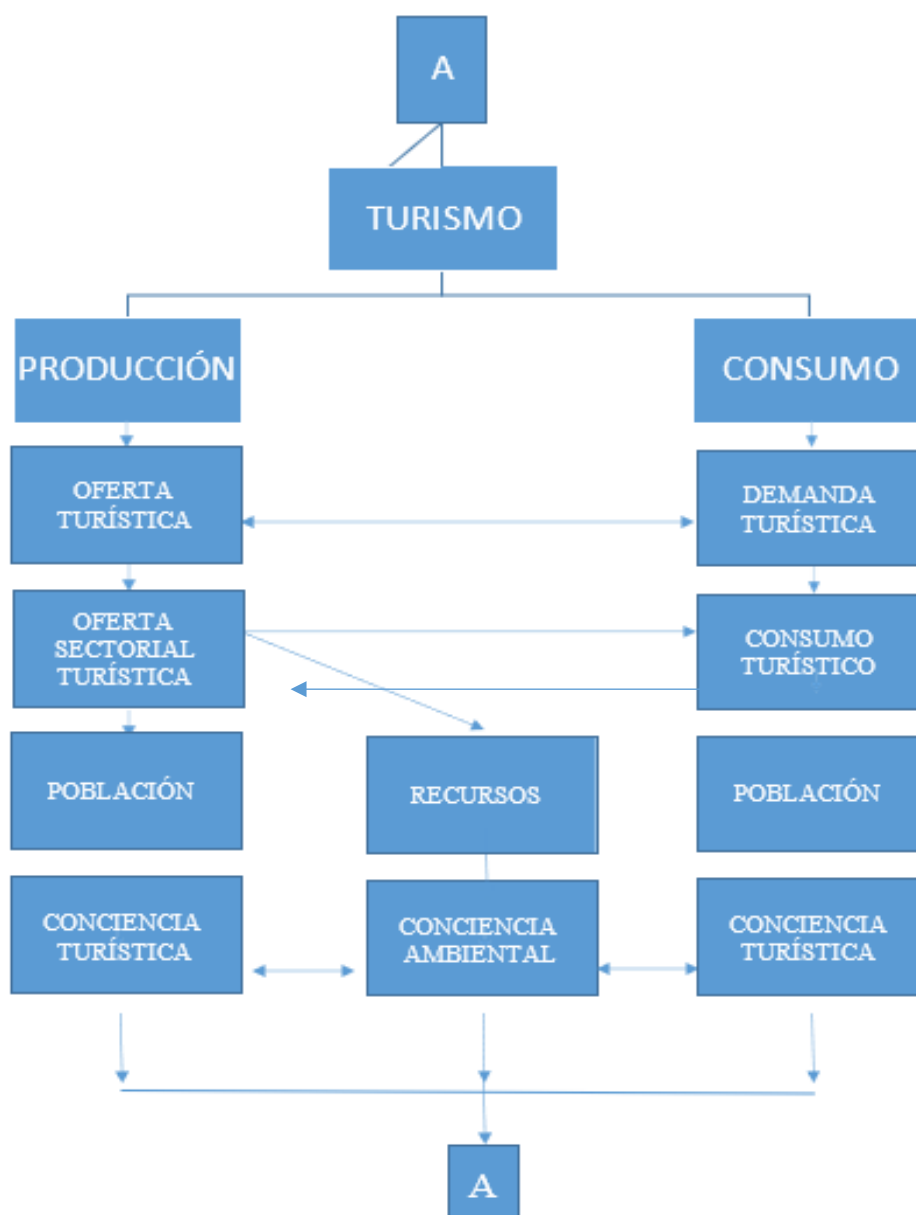


Figura 4: Esquema general de la teoría

Fuente: BCR, OMT (2011,2012)

Elaboración: Propia

2.3.2. Conciencia turística

Romero (1977) define la conciencia turística como la actitud mental adecuada que tiene que normar nuestros actos individuales y colectivos. Asimismo, señala que debe operar en tres sentidos: en nuestras relaciones y contactos con los turistas; ante quienes proveen los servicios turísticos y en lo que se refiere a la conservación de los bienes susceptibles de uso turístico.

Para Mireles (1987) la conciencia turística es un estado mental que implica la buena disposición de las personas a fin de fomentar y acrecentar/amplificar la conservación de los bienes y servicios turísticos que tiene un determinado lugar.

Ramírez (1994) define el concepto de conciencia turística como la serie de estrategias dirigidas a crear una actitud mental positiva de la colectividad humana con el fin de mejorar y de conservar todos los elementos que componen la oferta turística de un país.

Para Varisco, Benseny y Padilla (2016), la conciencia turística está asociada a una actitud de respeto y de cordialidad hacia el turista, por parte de la comunidad anfitriona. Por tanto, el buen trato a los visitantes y turistas representa un atributo positivo de los destinos turísticos, y en este sentido, es objeto de medición mediante encuestas. Una buena atención es fundamental para que el turista regrese a la comunidad y la recomiende. Este hecho genera una imagen positiva del destino turístico. En consecuencia, una concepción más amplia de conciencia turística considerará el trato hacia el turista, así como el respeto y el cuidado del patrimonio cultural.

2.3.3. Conciencia ambiental

Varisco, Benseny y Padilla (2016) señalan que la conciencia ambiental hace referencia a procesos asociados a las acciones que pretenden disminuir el impacto ambiental por parte de la acción humana.

Según Febles (2004), pionero en el campo de la conciencia ambiental, afirma que esta es definida como el sistema de vivencias, conocimientos y experiencias que el individuo utiliza activamente en su relación con el medio ambiente, de lo cual se infiere la presencia de subjetividad en el proceso de interrelación con el entorno.

2.4. Definición de términos básicos

✓ **Concientización**

Bembibre (2011) afirma que concientizar es todo aquel acto que signifique hacer que una persona tome conciencia sobre determinadas circunstancias, fenómenos, elementos de su personalidad o actitud, para mejorar su calidad de vida y sus vínculos no sólo con el resto de los individuos si no también con el medio ambiente que lo rodea.

✓ **Conciencia turística**

Ramírez (1994) define el concepto de conciencia turística como la serie de estrategias dirigidas a crear una actitud mental positiva de la colectividad humana con el fin de mejorar y de conservar todos los elementos que componen la oferta turística de un país.

✓ **Conciencia ambiental**

Varisco, Benseny y Padilla (2016) señalan que la conciencia ambiental hace referencia a procesos asociados a las acciones que pretenden disminuir el impacto ambiental por parte de la acción humana.

✓ **Conciencia social**

Merino (2009) menciona que la palabra conciencia proviene del latín conscientia, que significa “con conocimiento”. Se trata del acto psíquico que permite a una persona percibirse a sí misma en el mundo. La conciencia es el conocimiento reflexivo de las cosas.

✓ **Factores Estructurales del Turismo:**

Componentes o elementos de la estructura económica social en que se sustenta el turismo.

✓ **Turismo**

OMT (2021) afirma que el turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año con fines de ocio, por negocios y otros.

2.5. Fundamentos teóricos que sustentan las hipótesis

Los fundamentos teóricos que sustentan son los siguientes:

- Los factores estructurales del Turismo: directos e indirectos.
- El proceso de producción de bienes y servicios turísticos.
- El proceso de demanda turístico.
- Teoría de conciencia turística y ambiental.

2.6. Hipótesis

2.6.1. Hipótesis general

La conciencia turística- ambiental constituye una relación con el turismo en el distrito de San Vicente de Cañete.

2.6.2. Hipótesis específica

- a) La relación de la conciencia turística es directa para el turismo en el distrito de San Vicente de Cañete.
- b) La relación de la conciencia ambiental es directa para el medio ambiente del distrito de San Vicente de Cañete.

2.7. Variables (definición y operacionalización de variables: Dimensiones e indicadores)

Variable independiente

- **Conciencia turística**

- ✓ **Dimensión 1: Identificación**

- Indicadores**

- Promueve el turismo en San Vicente de Cañete
 - Promueve el turismo en otros distritos
 - Visita los sitios que atraen a los turistas
 - Orienta a un turista cuando lo solicita
 - Está enterado de las actividades turísticas
 - Le gusta tratar con atención y amabilidad a los turistas
 - Participa en las actividades culturales o artísticas
 - Está orgulloso de la calidad de los servicios turísticos
 - Se identifica con las costumbres que se brinda a los turistas
 - Le gusta la artesanía que se ofrece en Cañete

- ✓ **Dimensión 2: Responsabilidad**

- Indicadores**

- Considera que el poblador tiene actividades que favorecen al turismo
 - Considera que el poblador reconoce la importancia del turismo
 - Los pobladores participan cuidado del patrimonio cultural
 - La actitud frente a los visitantes es favorable de tal modo que incentive su retorno
 - Los visitantes le han generado beneficio a la ciudad y sus recursos

Variable dependiente

- **Turismo**

- ✓ **Dimensión 3: Oferta turística**

- Indicadores**

- La producción de alimentos es suficiente para los visitantes
 - Se promueve la gastronomía Local con insumos locales

- La producción y servicios turísticos promueven el empleo permanente
- Es viable la mejora de los ingresos de las familias por el turismo.
- Se impulsa a incrementar la producción para el turismo.

✓ **Dimensión 4: Calidad turística**

Indicadores

- La atención en los restaurantes es con limpieza y buen servicio.
- Los servicios higiénicos en los restaurantes son higiénicos y equipados.
- La atención en los servicios de alojamiento es limpia y equipada.
- Se difunden las normas de manejo de alimentos y las condiciones de atención al visitante.
- El poblador contribuye a una buena atención en los diferentes servicios turísticos.

Variable 3 Conciencia Ambiental

✓ **Dimensión 5: Recursos**

Indicadores

- Los recursos naturales se explotan para desarrollar el turismo.
- La explotación de los recursos naturales genera procesos de mejora de stocks.
- La oferta turística actual respeta el cuidado de los recursos.
- Se difunden programas para el cuidado del recurso natural.
- Considera que el cuidado de los recursos naturales tiene prioridad en la actitud de la población

✓ **Dimensión 6: Servicios urbanos**

Indicadores

- Le preocupa el actual ordenamiento urbano.
- Para mejorar el ordenamiento urbano, la población participa en programas de limpieza y ornato.

- Los visitantes manejan adecuadamente sus residuos sólidos.
- La organización de actividades por la población da resultados favorables para comunidad.
- La población muestra actitudes para contribuir al cuidado del ambiente.

CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO

3.1. Enfoque de la investigación, tipo de la investigación, método de la investigación y diseño de la investigación.

- **Enfoque de la investigación**

Por la concepción de la investigación tiene un enfoque cualitativo y cuantitativo. Cualitativo porque el análisis de la variable está en base a las opiniones y expectativas del de la población a estudiarse. Es necesario conocer las mediciones para determinar la magnitud en cada variable lo que hará que se incluya en la investigación aspectos cuantitativos.

- **Tipo de investigación**

En cuanto al tipo de investigaciones que comprenderá el estudio es descriptiva porque el proceso de investigación comprenderá el comportamiento de cada variable en estudio, así como la relación entre ellas. Así mismo es aplicativa porque

parte del estudio de la realidad con teoría sobre la misma para plantear soluciones y/o explicaciones a los problemas investigados.

- **Método de la investigación**

El método para utilizarse en la investigación es descriptivo. De este modo, se conocerán los componentes de la investigación detallando cada una de sus partes. Así mismo, el método a utilizar es correlacionar porque se va a estudiar la relación entre los indicadores estudiada estableciendo las relaciones entre sí.

Los métodos por utilizarse en la investigación en un proceso secuencial y simultáneo

Es analítico porque el estudio implica desagregar el todo en sus partes por la complejidad de actividades económicas y sociales ha estudiare sistemático por será necesario integrar procesos de información. Así mismo el método hipotético-deductivo dará unidad a la investigación lo cual será necesario para contrastar la hipótesis.

- **Diseño de la investigación**

El diseño de la investigación se basa en que es un proceso descriptico- correlacional por las características de las variables a estudiar en cada hipótesis.

OX
M r
OY

X : Observación variable x
Y : Observación variable y
M : Muestra
r : Correlación

3.2. Población y muestra

- **Población**

El escenario de estudio está determinado por la población urbana, hombres y mujeres de 20 a 65 años, del distrito de San Vicente de Cañete con 28 032 habitantes.

- **Muestra**

La muestra queda determinada por

$$Z = 1.96$$

Y = Nivel de confianza: 0.95

e = error: 0.06 %

$$p = 0.5$$

$$G = 0.5$$

Da un resultado de:

$$n = 225$$

El muestreo es aleatorio simple, al azar sin repetición.

3.3. Técnicas e instrumentos de recolección de datos (validez y confiabilidad)

a) Técnicas e instrumentos

- ✓ **Técnica**

- Encuesta

- ✓ **Instrumentos**

El instrumento que se utiliza en la presente investigación es:

- Guía de encuesta y cuestionario

TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS (VALIDEZ Y CONFIABILIDAD)

Tabla 7: *Técnicas e instrumentos de recolección de datos (validez y confiabilidad)*

Variable		Técnica	Instrumentos	Criterio de validez del instrumento	Criterio de confiabilidad de instrumento
Variable Independiente 1	Conciencia Turística - Ambiental	Encuestas	Guía de encuesta con cuestionario	Análisis binomial Análisis factorial	Alfa de Cronbach
Variable Dependiente 01	Turismo	Encuestas	Guía de encuesta con cuestionario	Análisis binomial Análisis Factorial	Alfa de Cronbach
Variable Independiente 2:	Conciencia Turística	Encuestas	Guía de encuesta con cuestionario	Análisis Binomial Análisis Factorial	Alfa de Cronbach
Variable Dependiente 2.1.	Turismo	Encuestas	Guía de encuesta con cuestionario	Análisis binomial Análisis Factorial	Análisis de Cronbach
Variable Independiente 2:	Conciencia Ambiental	Encuestas	Guía de encuesta con cuestionario	Análisis binomial Análisis Factorial	Alfa de Cronbach

Fuente: Propia
Elaboración: propia

MATRIZ DE ANÁLISIS DE DATOS

Tabla 8: *Matriz de análisis de datos*

Variables	Indicador	Escala de medición	Estadísticos descriptivos	Análisis inferencial
Conciencia Turística Ambiental	Escala Likert	De intervalo	Tendencia Central: Media Modo	Coeficiente de correlación de Pearson
Turismo	Escala Likert	De intervalo	Mediana	
Conciencia Turística	Escala Likert	De intervalo	De dispersión Desviación Estándar Coeficiente Variabilidad	
Conciencia Ambiental	Escala Likert	De intervalo	De formas: Asimetría Curtosis De precisión: Cuartiles	

Fuente: Directivas Técnicas y Metodológicas de la EPURP (2020).
Elaboración propia.

MATRIZ DE CONSISTENCIA

“CONCIENCIA TURISTICA AMBIENTAL Y RELACIÓN CON EL TURISMO EN SAN VICENTE DE CAÑETE”

MATRIZ DE ANÁLISIS DE DATOS

Tabla 9: *Matriz: Conciencia turística ambiental y relación con el turismo en San Vicente de Cañete*

PROBLEMA	OBJETIVO	HIPOTESIS	VARIABLES	Tipo de Variable	INDICADORES	METODOLOGÍA
GENERAL	GENERAL	GENERAL	GENERAL	GENERAL	GENERAL	GENERAL
¿Cuáles es la relación de la conciencia turística- ambiental y el turismo en el distrito de San Vicente de Cañete	Conocer la relación de la conciencia turística-ambiental y el turismo en el distrito de San Vicente de Cañete	La conciencia turística-ambiental constituye una relación con el turismo en el distrito de San Vicente de Cañete	Conciencia turística ambiental Turismo	Independiente Variable dependiente	Escala Likert	Estadísticas Descriptivas Análisis Inferencial
ESPECIFICO	ESPECIFICO	ESPECIFICO	ESPECIFICO	ESPECIFICO	ESPECIFICO	ESPECIFICO
¿Cuál es la relación que se da de la conciencia turística y el turismo en el distrito de San Vicente de Cañete?	Conocer la relación de la conciencia turística con el turismo en el distrito de San Vicente de Cañete	La relación de la conciencia turística es directa para el turismo en el distrito de San Vicente de Cañete	Conciencia turística Turismo	Independiente Variable dependiente	Escala Likert	Estadísticas Descriptivas Análisis Inferencial
¿Cuál es la relación que se da, de la <u>conciencia ambiental</u> y el turismo en el distrito de San Vicente de Cañete?	Conocer la relación de la conciencia ambiental con el turismo en el distrito de San Vicente de Cañete	La relación de la conciencia ambiental es directa para el turismo en el distrito de San Vicente de Cañete	Conciencia ambiental Turismo	Independiente Variable dependiente	Escala Likert	Estadísticas Descriptivas Análisis Inferencial

Fuente: propia
Elaboración propia

b) Criterio de validez del instrumento

Análisis binomial

Análisis Factorial

c) Criterio de confiabilidad del instrumento

Análisis de Cronbach

VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO

I. DATOS GENERALES

- 1.1 Apellidos y nombres:
- 1.2 Institución donde labora:
- 1.3 Cargo:
- 1.4 Nombre del instrumento:

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN (Colocar el puntaje 1 o 2 según su opinión)

CRITERIOS	INDICADORES	1	2
		Por mejorar	Aceptable
1. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje comprensible.		
2. OBJETIVIDAD	Está adecuado a las leyes y a los principios científicos.		
3. ACTUALIDAD	Está adecuado a los objetivos y a las necesidades reales de la investigación.		
4. ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica.		
5. SUFICIENCIA	Toma en cuenta los aspectos metodológicos esenciales.		
6. INTENCIONALIDAD	Está adecuado para valorar las subcategorías.		
7. CONSISTENCIA	Se respalda en fundamentos técnicos y/o científicos.		
8. COHERENCIA	Existe coherencia entre los problemas objetivos, categorías y subcategorías.		
9. METODOLOGÍA	La estrategia responde a una metodología y diseños aplicados para lograr comprender y caracterizar los problemas.		
10. PERTINENCIA	El instrumento muestra la relación entre los componentes de la investigación y su adecuación al método científico.		

III. OPINIÓN DE APLICABILIDAD

- El instrumento cumple con los requisitos para su aplicación.
- El instrumento no cumple con los requisitos para su aplicación.

IV. PUNTAJE DE VALORACIÓN:

/20

Observaciones:

Surco, _____ de diciembre de 2020

FIRMA DEL EXPERTO INFORMANTE

DNI _____ Telf. _____

Figura 5: Matriz de validación de instrumento

Fuente: propia

Elaboración propia

3.4. Descripción de procedimientos de análisis

Encuesta

3.4.1. Técnicas de procesamiento y análisis de datos

PROCEDIMIENTO DE ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN

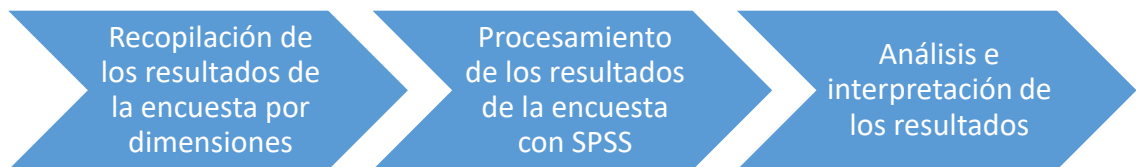


Figura 6: Procedimiento de análisis de la información obtenida en la encuesta

Fuente: Propia.

Elaboración: propia

Procedimiento de análisis de la información obtenida en la encuesta

Se llevó a cabo el levantamiento de la información de las encuestas y, posteriormente, se continuó con el procesamiento de los datos obtenidos de la muestra. A continuación, se describe el procedimiento de análisis de la información obtenida en la Encuesta:

El procedimiento para el análisis de la información obtenida en la encuesta fue el siguiente:

- Recopilación de los resultados de la encuesta por dimensiones.
- Lectura y revisión de las respuestas de la encuesta.
- Procesamiento de los resultados de la encuesta con SPSS.
- Análisis e interpretación de los resultados.

CAPÍTULO IV: RESULTADOS Y ANÁLISIS DE RESULTADOS

Conciencia turística, conciencia ambiental y desarrollo turístico en el distrito de San Vicente de Cañete, Provincia de Cañete, Departamento de Lima

A continuación, se presentan los resultados e interpretación de los estadísticos descriptivos resultado de la información recopilada mediante método de encuesta y relacionada con la situación actual de la conciencia turística y conciencia ambiental de la población del distrito de Cañete, A través de dicha información se busca conocer la situación del desarrollo turístico en dicho distrito.

El método de encuesta fue aplicado mediante un cuestionario de ocho preguntas: dos relacionadas con información sociodemográfica (edad y ocupación) y seis relacionadas con la percepción respecto de diferentes categorías relacionadas a la conciencia turística y conciencia ambiental en los pobladores (identificación con el turismo y el distrito, responsabilidad en la actividad turística y cuidado del patrimonio, oferta turística, situación de la calidad turística en el distrito, cuidado de los recursos naturales frente a la

actividad turística e involucramiento con la situación de los servicios urbanos). El tipo de pregunta utilizada en estas últimas fue la escala de tipo nominal.

1. Edad

Se presenta el resumen del cuadro de estadísticos descriptivos.

Estadísticos

EDAD

Tabla 10: *Edad*

Edad		
N	Válido	232
	Perdidos	11
Media		3,17
Mediana		3,00
Moda		3
Desv. Desviación		1,137
Varianza		1,292
Curtosis		-,375
Error estándar de curtosis		,318
Rango		5

Fuente: Propia.

Elaboración: propia

Del cuadro anterior se observa que la media (mayor concentración de la muestra) se ubica en el rango de 35 a 44 años (31%). Por otra parte, la desviación estándar indica que la distribución de la muestra abarca los rangos adyacentes a la media, por lo que se infiere que la muestra brinda representación a la gran mayoría de la población.

CONCENTRACIÓN POR EDADES

Tabla 11: Concentración por edades

Edad

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	15 - 24 años	14	5,8	6,0	6,0
	25 - 34 años	55	22,6	23,7	29,7
	35 - 44 años	72	29,6	31,0	60,8
	45 - 54 años	65	26,7	28,0	88,8
	55 - 64 años	21	8,6	9,1	97,8
	65 años a más	5	2,1	2,2	100,0
	Total	232	95,5	100,0	
Perdidos	Sistema	11	4,5		
Total		243	100,0		

Fuente: Propia.

Elaboración: propia

Como se aprecia en la tabla anterior, la mayor concentración de las personas encuestadas se presenta en los rangos de “25 – 34 años”, “35 – 44 años” y “45 – 54 años”. Esta información denota que la mayor parte de la muestra se encuentra en edad de trabajar y cuentan con la experiencia suficiente para generar una imagen crítica con respecto de la situación actual de la actividad turística en su distrito.

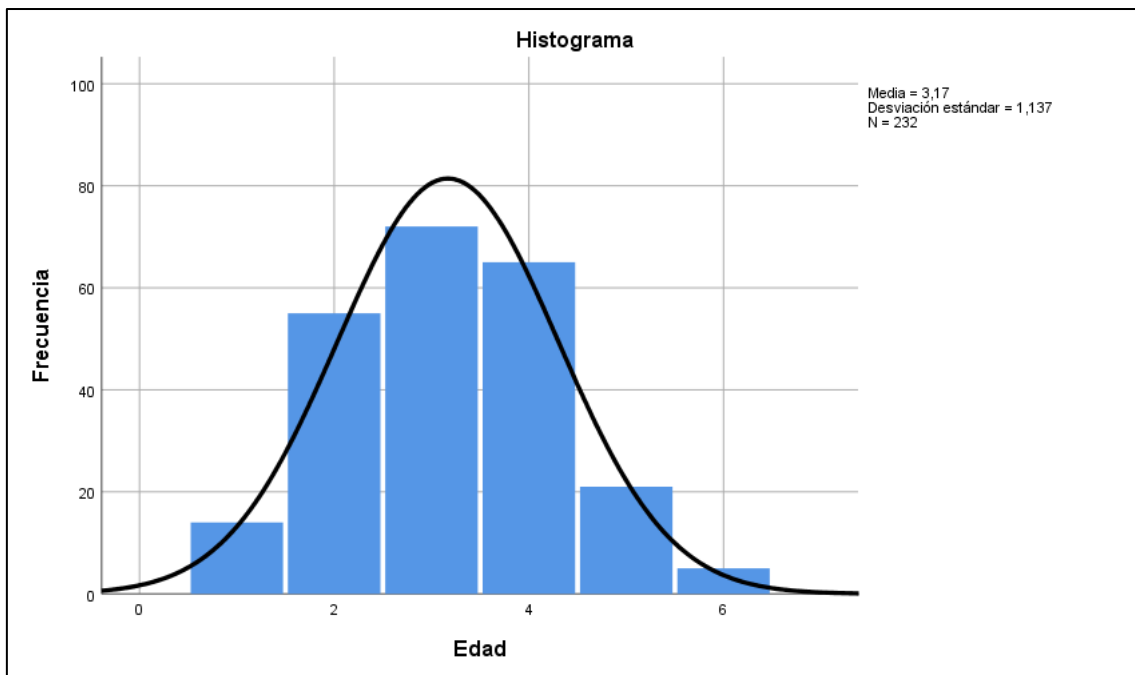


Figura 7: Histograma de la distribución de rango de edades
Fuente: Propia.
Elaboración: propia

Por otra parte, se observa en el histograma anterior que la distribución de los rangos de edad en la muestra genera una curtosis mesocúrtica, lo que representa una distribución normal y representativa de la población del distrito.

2. Ocupación

Se presenta el resumen del cuadro de estadísticos descriptivos.

OCUPACIÓN, DESVIACIÓN ESTÁNDAR

Tabla 12: *Ocupación, desviación estándar.*

Estadísticos

Ocupación

N	Válido	243
	Perdidos	0
Media		4,63
Mediana		3,00
Moda		2
Desv. Desviación		3,649
Varianza		13,318
Curtosis		-,758
Error estándar de curtosis		,311
Rango		13

Fuente: Propia.

Elaboración: propia

Para la pregunta “Ocupación” se observa que la desviación estándar se ubica en 3,649 con respecto de la media (4,63) de un total de 14 opciones, por lo que puede concluirse que la muestra se encuentra distribuida en la mayoría de las ocupaciones disponibles en el distrito y ello permite representatividad de todos los grupos profesionales en el resultado.

OCUPACIÓN

Tabla 13: *Ocupación*

Ocupación

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Personal administrativo	40	16,5	16,5	16,5
	Servicios varios	78	32,1	32,1	48,6
	Ingeniero (a)	21	8,6	8,6	57,2
	Abogado (a)	7	2,9	2,9	60,1
	Administrador (a)	12	4,9	4,9	65,0
	Doctor (a)	9	3,7	3,7	68,7
	Docente	18	7,4	7,4	76,1
	Enfermero (a)	8	3,3	3,3	79,4
	Biólogo (a)	6	2,5	2,5	81,9

Trabajador independiente	23	9,5	9,5	91,4
Ama de casa	7	2,9	2,9	94,2
Estudiante	11	4,5	4,5	98,8
Jubilado	2	,8	,8	99,6
Desempleado	1	,4	,4	100,0
Total	243	100,0	100,0	

Fuente: Propia.

Elaboración: propia

De la tabla anterior se infiere que la mayor cantidad de personas consideradas en la muestra se dedica a los servicios (32.1%) como carpintería, albañilería, vendedores, comerciantes, agricultores, taxistas, repartidores de delivery, entre otros. Por otra parte, el porcentaje de personal administrativo (secretarías, analistas, asistentes, entre otros) y profesionales especializados como ingenieros, doctores, médicos, etc., representan un porcentaje significativo, por lo que se concluye que la muestra permite observar la opinión de un gran sector de la sociedad del distrito.

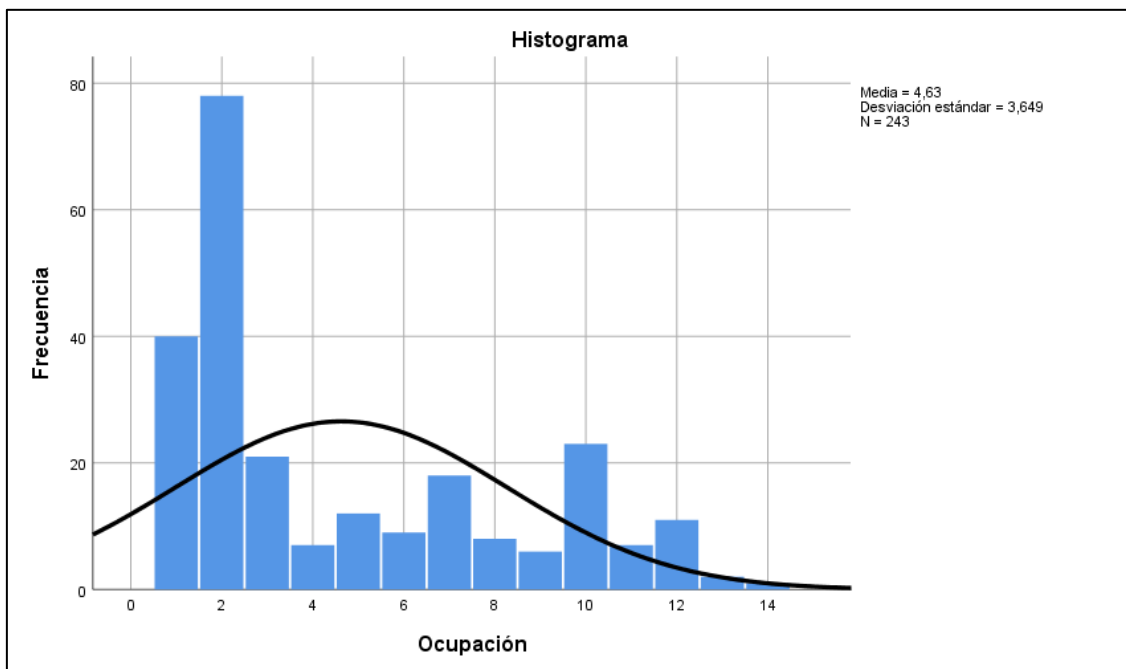


Figura 8: Histograma de la ocupación

Fuente: Propia.

Elaboración: propia

Por otra parte, se observa en el histograma anterior que la distribución de la muestra abarca casi todas las profesiones disponibles, lo que permite una curtosis platicúrtica y, en este caso, representativa de diferentes sectores profesionales del distrito de Cañete.

Una vez definidas las características demográficas necesarias para esta investigación, se procede a la aplicación de preguntas relacionadas con la situación de la conciencia turística y conciencia ambiental de la población del distrito de San Vicente de Cañete. Para ello se plantean seis preguntas relacionadas con la percepción de los pobladores respecto de diversos aspectos de la actividad turística: (1) identificación con el turismo y el distrito, (2) responsabilidad en la actividad turística y cuidado del patrimonio, (3) oferta turística, (4) situación de la calidad turística en el distrito, (5) cuidado de los recursos naturales frente a la actividad turística e (6) involucramiento con la situación de los servicios urbanos. El tipo de pregunta utilizada en estas últimas fue la escala de tipo nominal.

4.1. Resultados

4.1.1. Conciencia turística

Dimensión 1: Identificación

La pregunta 3 del cuestionario refiere a la identificación del poblador de San Vicente de Cañete con respecto de la actividad turística en su distrito y su involucramiento con la atención al visitante. Para ello se utilizan diez enunciados, los cuales son respondidos en una escala de tipo nominal con las siguientes opciones: (1) nunca, (2) casi nunca, (3) a veces, (4) casi siempre y (5) siempre.

Pregunta 1. El poblador del distrito promueve el turismo en San Vicente de Cañete.

Se presenta el resumen del cuadro de estadísticos descriptivos.

**ESTADÍSTICA DE PROMUEVE EL TURISMO EN
SAN VICENTE CAÑETE (SVC)**

Tabla 14: Identificación; Estadística de Promueve el turismo en San Vicente Cañete (SVC)

Estadísticos

Identificación: Promueve el turismo en San Vicente de Cañete

N	Válido	243
	Perdidos	0
Media		3,77
Mediana		4,00
Moda		4
Desv. Desviación		1,035
Varianza		1,071
Curtosis		,083
Error estándar de curtosis		,311
Rango		4

Fuente: Propia.

Elaboración: propia

De la tabla anterior, se comprende que la media se ubica en el valor de 3.77, entre las opciones “a veces” y “casi siempre” con mayor tendencia hacia esta última, y se aprecia una desviación estándar de 1,035 indicando que las respuestas también abarcan la categoría “siempre”. A continuación, se interpretan los resultados porcentuales de las respuestas.

**IDENTIFICACIÓN: PROMUEVE EL TURISMO
EN SAN VICENTE DE CAÑETE**

Tabla 15: Identificación: Promueve el turismo en San Vicente de Cañete

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	9	3,7	3,7	3,7
	Casi nunca	14	5,8	5,8	9,5
	A veces	68	28,0	28,0	37,4
	Casi siempre	85	35,0	35,0	72,4
	Siempre	67	27,6	27,6	100,0
	Total	243	100,0	100,0	

Fuente: Propia.

Elaboración: propia

De la tabla anterior, se aprecia que el 35% de la población encuestada afirma que casi siempre promueve el turismo en el distrito de San Vicente de Cañete, mientras que un 28% lo hace a veces y un 27.6% lo promueve siempre. Por otra parte, solo el 9.5% de la población afirma que casi nunca o nunca promueve el turismo. Por lo tanto, el primer enunciado denota un grado aceptable de involucramiento de la población en la actividad turística.

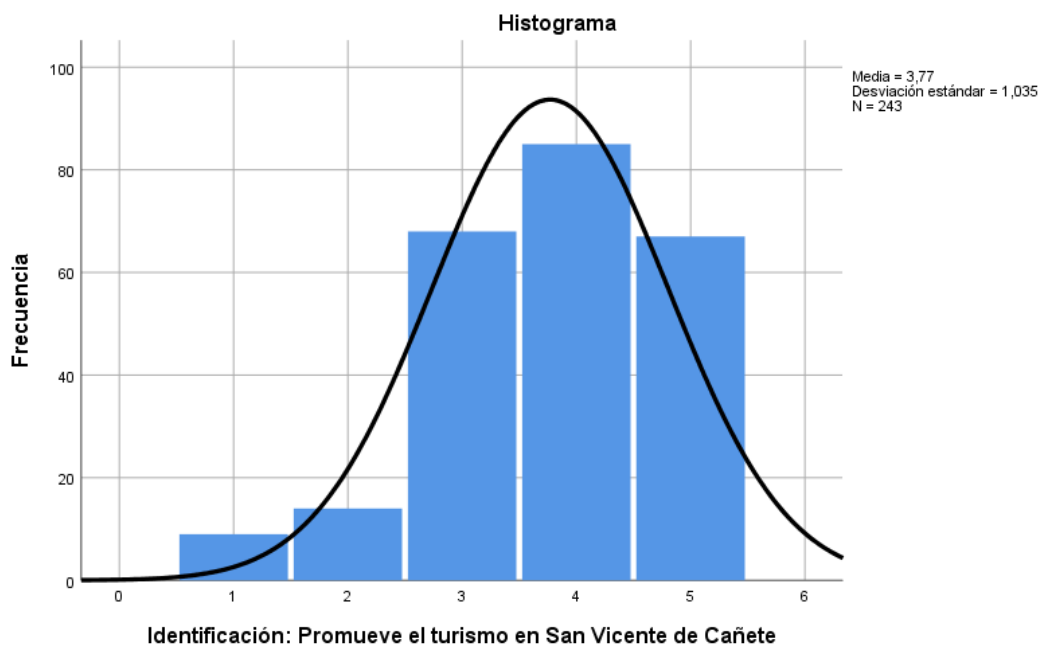


Figura 9: Histograma de la identificación con promoción del turismo en S.V.C.
 Fuente: Propia.
 Elaboración: propia

Por último, el histograma muestra una curtosis leptocúrtica con respecto de la media y la concentración de la muestra en las categorías “a veces”, “casi siempre” y “siempre”, por lo que se puede afirmar que se presenta una distribución de datos muy cercanos a la media y con una buena confiabilidad en los resultados.

Pregunta 2. El poblador promueve el turismo en otros distritos de San Vicente de Cañete

Se presenta el resumen del cuadro de estadísticos descriptivos.

ESTADÍSTICA DE PROMUEVE EL TURISMO EN OTROS DISTRITOS DE S.V.C.

Tabla 16: *Estadística de Promueve el turismo en otros distritos de S.V.C.*

Estadísticos

Identificación: Promueve el turismo en otros distritos de Cañete

N	Válido	243
	Perdidos	0
Media		3,77
Mediana		4,00
Moda		4
Desv. Desviación		1,047
Varianza		1,095
Curtosis		,193
Error estándar de curtosis		,311
Rango		4

Fuente: Propia.

Elaboración: propia

De la tabla anterior se comprende que la media se ubica en el valor de 3.77, entre las opciones “a veces” y “casi siempre” con mayor tendencia hacia esta última, y se aprecia una desviación estándar de 1,047 indicando que las respuestas también abarcan la categoría “siempre”. A continuación, se interpretan los resultados porcentuales.

PROMOCIÓN DEL TURISMO EN OTROS DISTRITOS DE CAÑETE

Tabla 17: *Promoción del turismo en otros distritos de Cañete*

Identificación: Promueve el turismo en otros distritos de Cañete

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	10	4,1	4,1	4,1
	Casi nunca	16	6,6	6,6	10,7
	A veces	59	24,3	24,3	35,0
	Casi siempre	93	38,3	38,3	73,3
	Siempre	65	26,7	26,7	100,0
	Total	243	100,0	100,0	

Fuente: Propia.

Elaboración: propia

Del cuadro anterior, se aprecia que el 38.3% de la población encuestada afirma que casi siempre promueve el turismo en otros distritos de la Provincia de Cañete, mientras que un 24.3% lo hace a veces y un 26.7% lo promueve siempre. Por otra parte, solo el 10.7% de la población afirma que casi nunca o nunca promueve el turismo. Por lo tanto, el segundo enunciado denota un grado aceptable de involucramiento de la población en la actividad turística de la Provincia de Cañete.

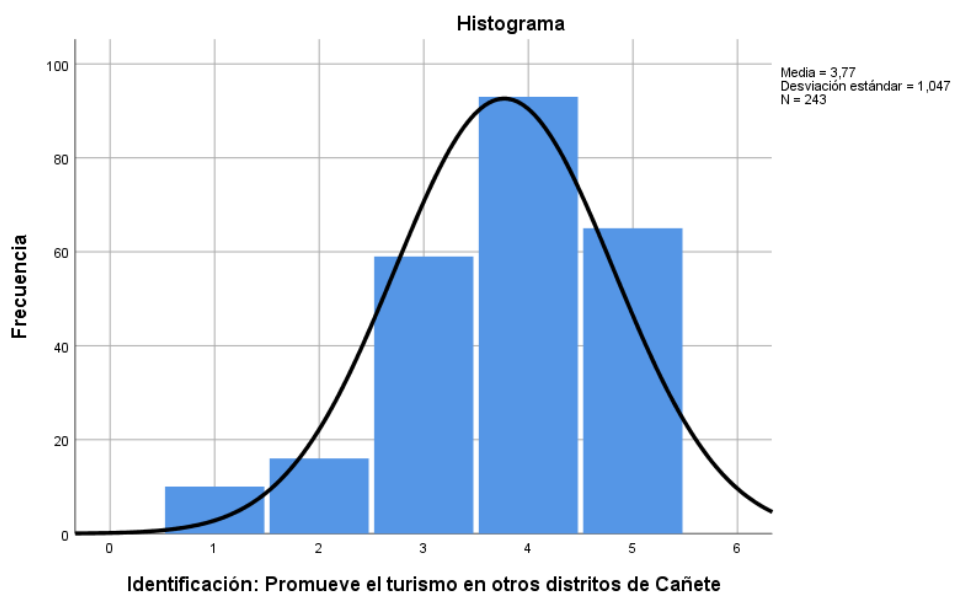


Figura 10: Histograma de la promoción del turismo en otros distritos de Cañete.
Elaboración: propia

Por último, el histograma muestra una curtosis leptocúrtica con respecto de la media y la concentración de la muestra en las categorías “a veces”, “casi siempre” y “siempre”, por lo que se puede afirmar que se presenta una distribución de datos muy cercanos a la media y con una buena confiabilidad en los resultados.

Pregunta 3. El poblador visita los sitios que atraen a los turistas nacionales y/o extranjeros en San Vicente de Cañete

Se presenta el resumen del cuadro de estadísticos descriptivos.

ESTADÍSTICA DE VISITA LOS SITIOS QUE ATRAEN A LOS TURISTAS NACIONALES Y/O EXTRANJEROS DE S.V.C

Tabla 18: *Estadística de visita los sitios que atraen a los turistas nacionales y/o extranjeros de S.V.C*

Estadísticos

Identificación: Visita los sitios que atraen a los turistas nacionales y/o extranjeros a San Vicente de Cañete

N	Válido	243
	Perdidos	0
Media		3,83
Mediana		4,00
Moda		4
Desv. Desviación		,972
Varianza		,945
Curtosis		-,136
Error estándar de curtosis		,311
Rango		4

Fuente y elaboración: Propia.

Del cuadro anterior se comprende que la media se ubica en el valor de 3.83, entre las opciones “a veces” y “casi siempre” con mayor tendencia hacia esta última, y se aprecia una desviación estándar de 0,972 indicando que las respuestas también abarcan la categoría “siempre” aunque un poco más concentradas en la categoría “casi siempre”. A continuación, se interpretan los resultados porcentuales.

VISITA LOS SITIOS QUE ATRAEN A LOS TURISTAS NACIONALES Y/O EXTRANJEROS DE S.V.C

Tabla 19: *Visita los sitios que atraen a los turistas nacionales y/o extranjeros de S.V.C*

Identificación: Visita los sitios que atraen a los turistas nacionales y/o extranjeros a San Vicente de Cañete

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	5	2,1	2,1	2,1
	Casi nunca	11	4,5	4,5	6,6
	A veces	76	31,3	31,3	37,9
	Casi siempre	80	32,9	32,9	70,8
	Siempre	71	29,2	29,2	100,0
	Total	243	100,0	100,0	

Fuente y elaboración: Propia.

Del cuadro anterior, se aprecia que el 32.9% de la población encuestada afirma que casi siempre visita los sitios de San Vicente de Cañete que atraen a los visitantes nacionales y extranjeros, mientras que un 31.3% lo hace a veces y un 29.2% los visita siempre. Por otra parte, solo el 6.6% de la población afirma que casi nunca o nunca visita dichos sitios de interés. Por lo tanto, el tercer enunciado denota un grado aceptable de involucramiento de la población en la actividad turística de San Vicente de Cañete debido a que muy bajo porcentaje no frecuenta los lugares de interés turístico en el distrito.

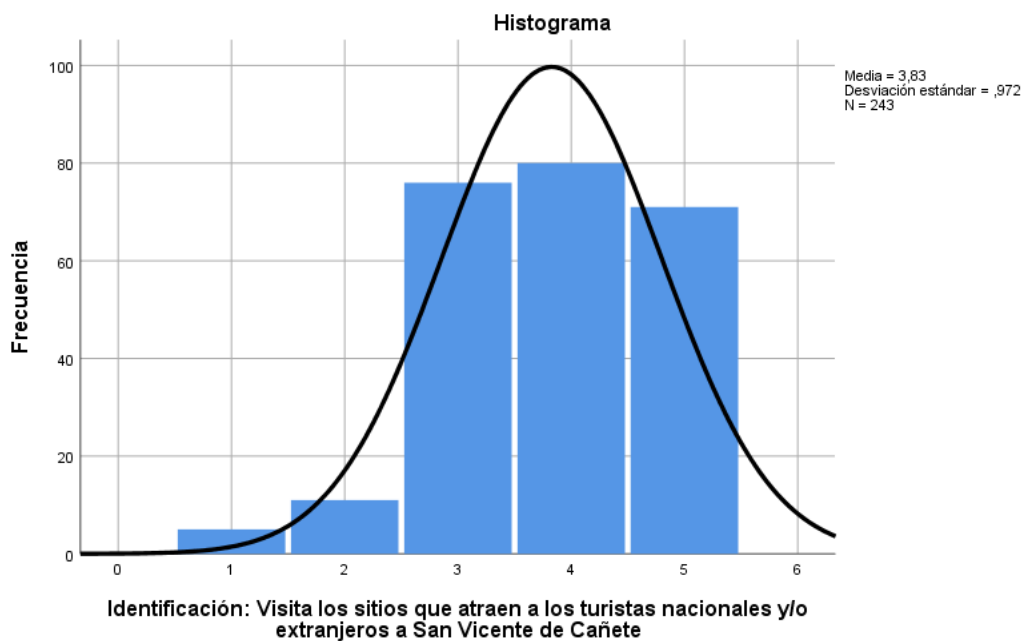


Figura 11: Histograma de visita los sitios que atraen a los turistas nacionales y/o extranjeros de S.V.C
 Fuente: Propia.
 Elaboración: propia

Por último, el histograma muestra una curtosis leptocúrtica con respecto de la media y la concentración de la muestra en las categorías “a veces”, “casi siempre” y “siempre”, por lo que se puede afirmar que se presenta una distribución de datos muy cercanos a la media y con una buena confiabilidad en los resultados.

Pregunta 4. El poblador de San Vicente de Cañete orienta a un visitante cuando le solicita información

Se presenta el resumen del cuadro de estadísticos descriptivos.

ESTADÍSTICA DE IDENTIFICACIÓN: ORIENTA A UN TURISTA CUANDO LE SOLICITA INFORMACIÓN

Tabla 20: *Estadística de Identificación: Orienta a un turista cuando le solicita información*

Estadísticos

Identificación: Orienta a un turista cuando le solicita información

N	Válido	243
	Perdidos	0
Media		4,00
Mediana		4,00
Moda		4
Desv. Desviación		,934
Varianza		,872
Curtosis		-,111
Error estándar de curtosis		,311
Rango		4

Fuente: Propia.

Elaboración: propia

Del cuadro anterior se comprende que la media se ubica en el valor de 4.0, en la opción “casi siempre”, y se aprecia una desviación estándar de 0,934 indicando que las respuestas también abarcan las categorías “a veces” y “siempre” aunque un poco más concentradas en la categoría “siempre”. A continuación, se interpretan los resultados porcentuales.

IDENTIFICACIÓN: ORIENTA A UN TURISTA CUANDO LE SOLICITA INFORMACIÓN

Tabla 21: *Identificación: Orienta a un turista cuando le solicita información*

Identificación: Orienta a un turista cuando le solicita información

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	2	,8	,8	,8
	Casi nunca	14	5,8	5,8	6,6
	A veces	51	21,0	21,0	27,6
	Casi siempre	90	37,0	37,0	64,6
	Siempre	86	35,4	35,4	100,0
	Total	243	100,0	100,0	

Fuente: Propia.

Elaboración: propia

Del cuadro anterior, se aprecia que el 37% de la población encuestada afirma que casi siempre orienta a los visitantes de San Vicente de Cañete cuando le solicitan información,

mientras que un 35.4% los orienta siempre y un 21% lo hace a veces. Por otra parte, solo el 6.6% de la población afirma que casi nunca o nunca los orienta. Por lo tanto, el cuarto enunciado denota un grado aceptable de involucramiento de la población en la actividad turística de San Vicente de Cañete debido a que muy bajo porcentaje no ayuda u orienta a los visitantes durante su estadía en su distrito.

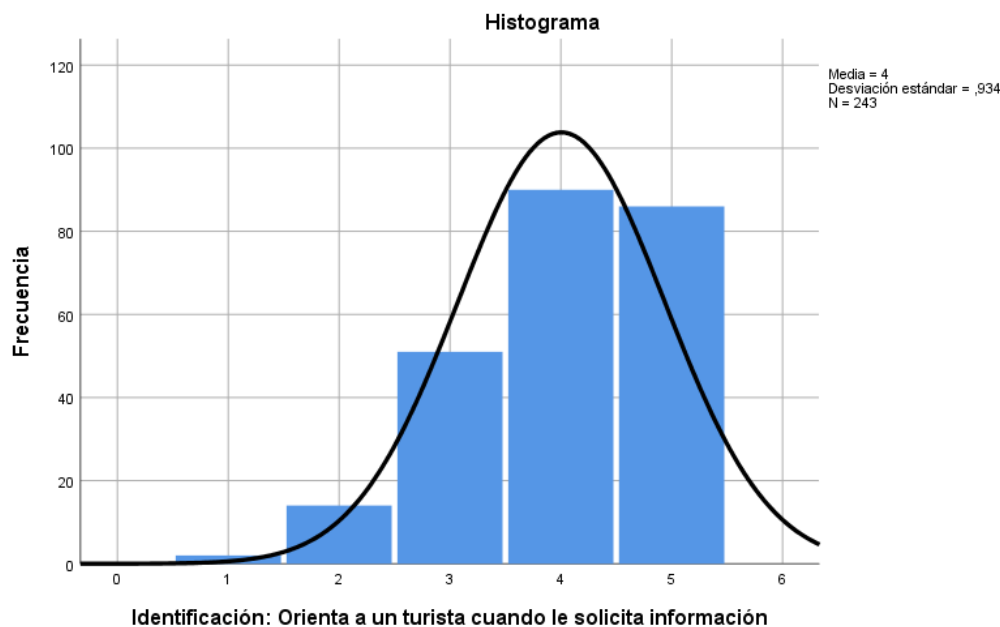


Figura 12: Histograma de Identificación: Orienta a un turista cuando le solicita información
Fuente: Propia.
Elaboración: propia

Por último, el histograma muestra una curtosis leptocúrtica con respecto de la media y la concentración de la muestra en las categorías “a veces”, “casi siempre” y “siempre”, por lo que se puede afirmar que se presenta una distribución de datos muy cercanos a la media y con una buena confiabilidad en los resultados.

Pregunta 5. El poblador de San Vicente de Cañete se encuentra enterado de las actividades turísticas que se realizan en su distrito

Se presenta el resumen del cuadro de estadísticos descriptivos.

ESTADÍSTICA DE IDENTIFICACIÓN: ESTÁ ENTERADO DE LAS ACTIVIDADES TURÍSTICAS QUE REALIZAN EN CAÑETE

Tabla 22: *Estadística de Identificación: Está enterado de las actividades turísticas que realizan en Cañete*

Estadísticos

Identificación: Está enterado de las actividades turísticas que realizan en Cañete

N	Válido	243
	Perdidos	0
Media		3,80
Mediana		4,00
Moda		4
Desv. Desviación		,994
Varianza		,988
Curtosis		,330
Error estándar de curtosis		,311
Rango		4

Fuente: Propia.

Elaboración: propia

Del cuadro anterior se comprende que la media se ubica en el valor de 3.80, entre las opciones “a veces” y “casi siempre” con mayor tendencia hacia esta última, y se aprecia una desviación estándar de 0,994 indicando que las respuestas también abarcan la categoría “siempre” aunque un poco más concentradas en la categoría “casi siempre”. A continuación, se interpretan los resultados porcentuales.

IDENTIFICACIÓN: ESTÁ ENTERADO DE LAS ACTIVIDADES TURÍSTICAS QUE REALIZAN EN CAÑETE

Tabla 23: *Identificación: Está enterado de las actividades turísticas que realizan en Cañete*

Identificación: Está enterado de las actividades turísticas que realizan en Cañete

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	8	3,3	3,3	3,3
	Casi nunca	12	4,9	4,9	8,2
	A veces	65	26,7	26,7	35,0
	Casi siempre	94	38,7	38,7	73,7
	Siempre	64	26,3	26,3	100,0
	Total	243	100,0	100,0	

Fuente: Propia.

Elaboración: propia

Del cuadro anterior, se aprecia que el 38.7% de la población encuestada afirma que casi siempre se encuentra enterada de las actividades turísticas en San Vicente de Cañete, mientras que un 26.3% siempre se encuentra enterada y un 21% lo está a veces. Por otra parte, solo el 8.2% de la población afirma que casi nunca o nunca se entera de dichos eventos. Por lo tanto, el quinto enunciado denota un grado aceptable de involucramiento de la población en la actividad turística de San Vicente de Cañete debido a que muy bajo porcentaje no se encuentra enterada de dichas actividades.

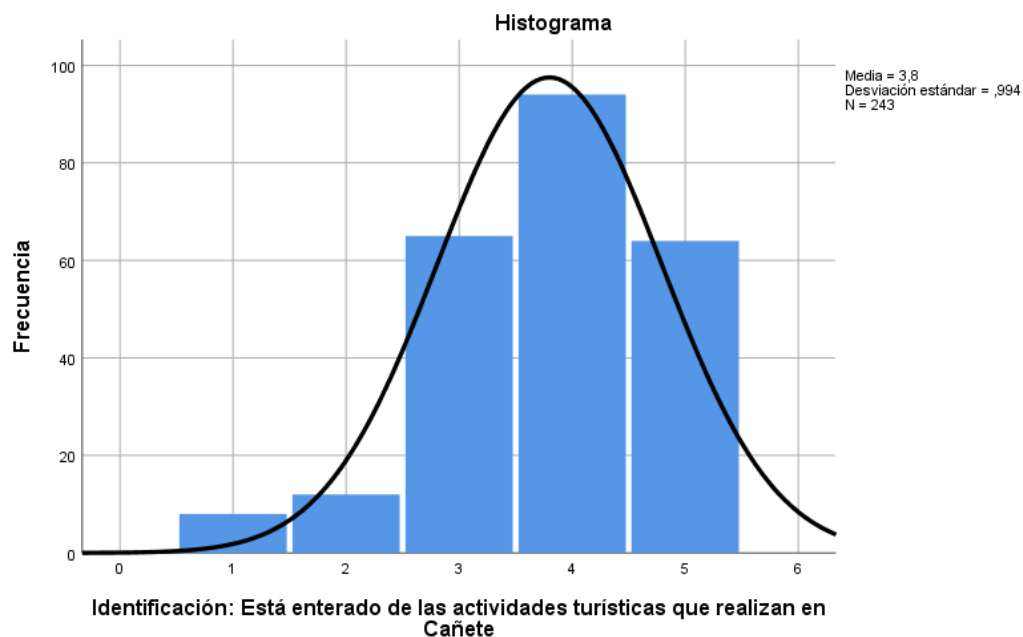


Figura 13: Histograma de Identificación: Está enterado de las actividades turísticas que realizan en Cañete
Elaboración propia

Por último, el histograma muestra una curtosis leptocúrtica con respecto de la media y la concentración de la muestra en las categorías “a veces”, “casi siempre” y “siempre”, por lo que se puede afirmar que se presenta una distribución de datos muy cercanos a la media y con una buena confiabilidad en los resultados.

Pregunta 6. El poblador trata con atención y/o amabilidad al visitante

Se presenta el resumen del cuadro de estadísticos descriptivos.

ESTADÍSTICA DE IDENTIFICACIÓN: LE GUSTA TRATAR CON ATENCIÓN Y/O AMABILIDAD AL TURISTA

Tabla 24: Estadística de Identificación: Le gusta tratar con atención y/o amabilidad al turista

Estadísticos

Identificación: Le gusta tratar con atención y/o amabilidad al turista

N	Válido	243
	Perdidos	0
Media		4,14
Mediana		4,00
Moda		4 ^a
Desv. Desviación		,875
Varianza		,765
Curtosis		1,557
Error estándar de curtosis		,311
Rango		4

a. Existen múltiples modos. Se muestra el valor más pequeño.

Fuente: Propia.

Elaboración: propia

Del cuadro anterior se comprende que la media se ubica en el valor de 4.14, entre las opciones “siempre” y “casi siempre” con mayor tendencia hacia esta última, y se aprecia una desviación estándar de 0,875 indicando que las respuestas también abarcan la categoría “a veces” aunque un poco más concentradas en la categoría “casi siempre”. De igual manera, se destaca que existen dos modas en este análisis, correspondiente a las categorías “casi siempre” y “siempre”. A continuación, se interpretan los resultados porcentuales.

IDENTIFICACIÓN: LE GUSTA TRATAR CON ATENCIÓN Y/O AMABILIDAD AL TURISTA

Tabla 25: Identificación: Le gusta tratar con atención y/o amabilidad al turista

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	5	2,1	2,1	2,1
	Casi nunca	1	,4	,4	2,5
	A veces	45	18,5	18,5	21,0
	Casi siempre	96	39,5	39,5	60,5
	Siempre	96	39,5	39,5	100,0
	Total	243	100,0	100,0	

Fuente: Propia.

Elaboración: propia

Del cuadro anterior, se aprecia que el 39.5% de la población encuestada afirma que casi siempre le gusta tratar con atención y/o amabilidad al visitante de San Vicente de Cañete, mientras que un 39.5% siempre los trata con atención y/o amabilidad (segunda moda) y un 18.5% lo hace a veces. Por otra parte, solo el 2.5% de la población afirma que casi nunca o nunca trata con atención y/o amabilidad al visitante. Por lo tanto, el sexto enunciado denota un buen grado de involucramiento de la población en la actividad turística de San Vicente de Cañete debido a que muy bajo porcentaje no brinda la atención requerida a los visitantes del distrito.

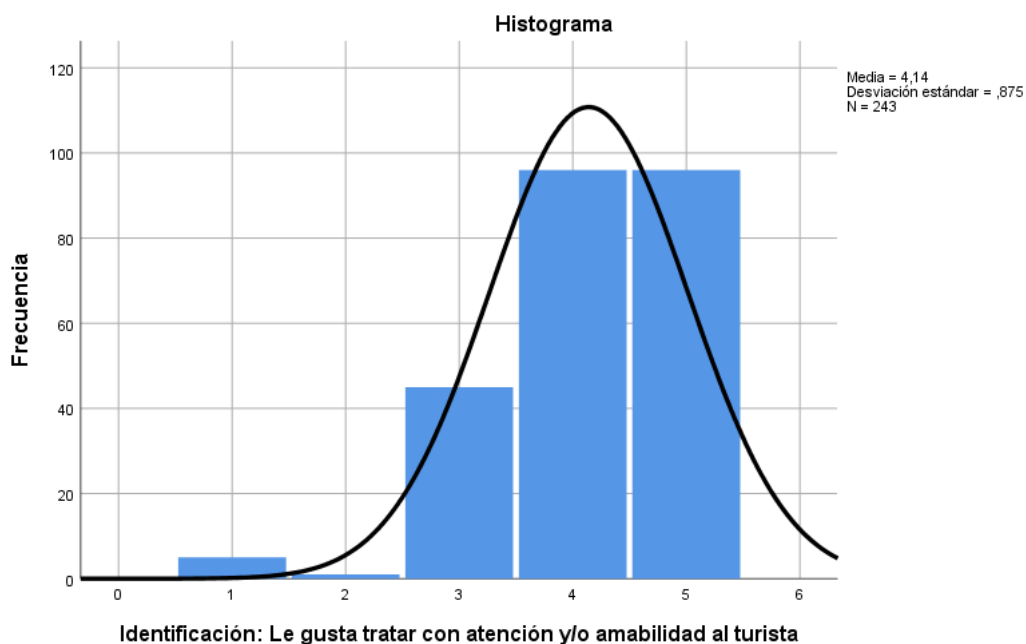


Figura 14: Histograma de Identificación: Le gusta tratar con atención y/o amabilidad al turista.

Fuente: Propia.

Elaboración: propia

Por último, el histograma muestra una curtosis leptocúrtica con respecto de la media y la concentración de la muestra en las categorías “a veces”, “casi siempre” y “siempre”, por lo que se puede afirmar que se presenta una distribución de datos muy cercanos a la media y con una buena confiabilidad en los resultados.

Pregunta 7. El poblador de San Vicente de Cañete participa de las actividades culturales o artísticas o de folklore

Se presenta el resumen del cuadro de estadísticos descriptivos.

ESTADÍSTICA DE IDENTIFICACIÓN: PARTICIPA EN LAS ACTIVIDADES CULTURALES O ARTÍSTICAS O DE FOLKLORE

Tabla 26: Estadística de Identificación: Participa en las actividades culturales o artísticas o de folklore.

Estadísticos

Identificación: Participa en las actividades culturales o artísticas o de folklore

N	Válido	243
	Perdidos	0
Media		3,77
Mediana		4,00
Moda		4
Desv. Desviación		1,065
Varianza		1,135
Curtosis		,106
Error estándar de curtosis		,311
Rango		4

Fuente: Propia.

Elaboración: propia

Del cuadro anterior se comprende que la media se ubica en el valor de 3.77, entre las opciones “a veces” y “casi siempre” con mayor tendencia hacia esta última, y se aprecia una desviación estándar de 1.065 indicando que las respuestas también abarcan la categoría “siempre” aunque un poco más concentradas en la categoría “casi siempre”. A continuación, se interpretan los resultados porcentuales.

IDENTIFICACIÓN: PARTICIPA EN LAS ACTIVIDADES CULTURALES O ARTÍSTICAS O DE FOLKLORE

Tabla 27: Identificación: Participa en las actividades culturales o artísticas o de folklore

Identificación: Participa en las actividades culturales o artísticas o de folklore

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	11	4,5	4,5	4,5
	Casi nunca	12	4,9	4,9	9,5
	A veces	69	28,4	28,4	37,9
	Casi siempre	80	32,9	32,9	70,8
	Siempre	71	29,2	29,2	100,0
	Total	243	100,0	100,0	

Fuente: Propia.

Elaboración: propia

Del cuadro anterior, se aprecia que el 32.9% de la población encuestada afirma que casi siempre participa en las actividades culturales o artísticas o de folklore que se realizan en San Vicente de Cañete, mientras que un 29.2% siempre participa y un 28.4% lo hace a veces. Por otra parte, solo el 9.5% de la población afirma que casi nunca o nunca trata con atención y/o amabilidad al visitante. Por lo tanto, el séptimo enunciado de identificación denota un buen grado de involucramiento de la población en la actividad turística de San Vicente de Cañete debido a que muy bajo porcentaje no participa de las actividades culturales o artísticas o folklore en el distrito.

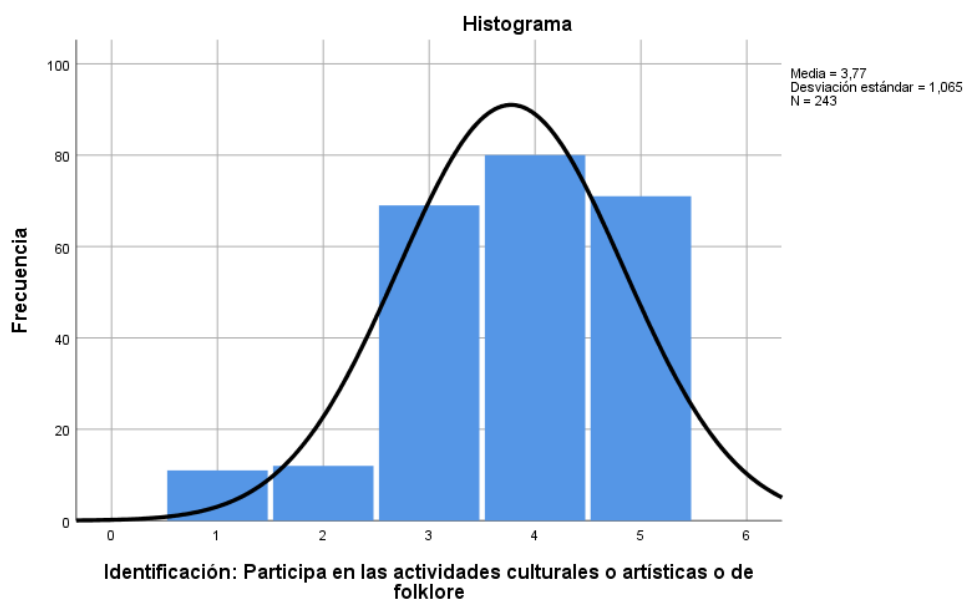


Figura 15: Histograma de Participa en las actividades culturales o artísticas o de folklore

Fuente: Propia.

Elaboración: propia

Por último, el histograma muestra una curtosis leptocúrtica con respecto de la media y la concentración de la muestra en las categorías “a veces”, “casi siempre” y “siempre”, por lo que se puede afirmar que se presenta una distribución de datos muy cercanos a la media y con una buena confiabilidad en los resultados.

Pregunta 8. El poblador se encuentra orgulloso de la calidad de los servicios turístico que se brindan en el distrito de San Vicente de Cañete

Se presenta el resumen del cuadro de estadísticos descriptivos.

ESTADÍSTICA DE ESTÁ ORGULLOSO DE LA CALIDAD DE LOS SERVICIOS TURÍSTICOS QUE SE BRINDAN

Tabla 28: Estadística de Está orgulloso de la calidad de los servicios turísticos que se brindan

Estadísticos

Identificación: Está orgulloso de la calidad de los servicios turísticos que se brindan

N	Válido	243
	Perdidos	0
Media		3,82
Mediana		4,00
Moda		4
Desv. Desviación		1,003
Varianza		1,006
Curtosis		,115
Error estándar de curtosis		,311
Rango		4

Fuente: Propia.

Elaboración: propia

Del cuadro anterior se comprende que la media se ubica en el valor de 3.82, entre las opciones “a veces” y “casi siempre” con mayor tendencia hacia esta última, y se aprecia una desviación estándar de 1.003 indicando que las respuestas también abarcan la categoría “siempre” aunque un poco más concentradas en la categoría “casi siempre”. A continuación, se interpretan los resultados porcentuales.

ESTÁ ORGULLOSO DE LA CALIDAD DE LOS SERVICIOS TURÍSTICOS QUE SE BRINDAN

Tabla 29: Identificación: Está orgulloso de la calidad de los servicios turísticos que se brindan

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	7	2,9	2,9	2,9
	Casi nunca	13	5,3	5,3	8,2
	A veces	66	27,2	27,2	35,4
	Casi siempre	87	35,8	35,8	71,2
	Siempre	70	28,8	28,8	100,0
	Total	243	100,0	100,0	

Fuente: Propia.

Elaboración: propia

Del cuadro anterior, se aprecia que el 35.8% de la población encuestada afirma que casi siempre se encuentra orgulloso de la calidad de los servicios turísticos que se brindan en San Vicente de Cañete, mientras que un 28.8% siempre se encuentra orgulloso y un 27.2% lo está a veces. Por otra parte, solo el 8.2% de la población afirma que casi nunca o nunca se encuentra orgulloso de la calidad de los servicios turísticos que se brindan. Por lo tanto, el octavo enunciado de identificación denota un buen grado de involucramiento de la población en la actividad turística de San Vicente de Cañete debido a que muy bajo porcentaje no se encuentra orgulloso de la calidad del servicio turístico en el distrito.

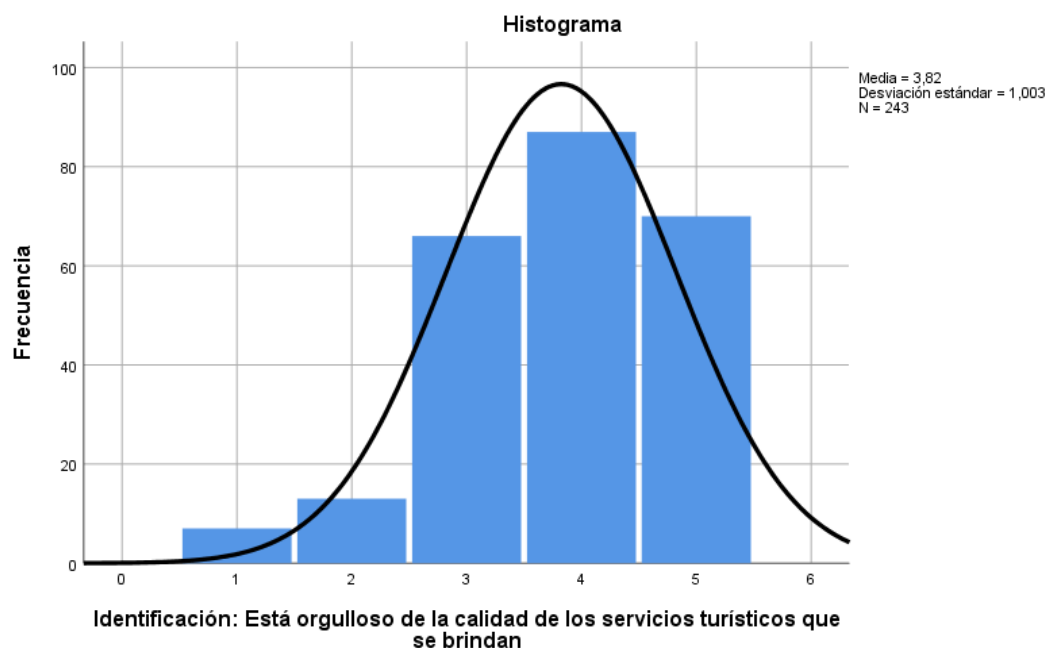


Figura 16: Histograma de Está orgulloso de la calidad de los servicios turísticos que se brindan
Fuente: Propia.
Elaboración: propia

Por último, el histograma muestra una curtosis leptocúrtica con respecto de la media y la concentración de la muestra en las categorías “a veces”, “casi siempre” y “siempre”, por lo que se puede afirmar que se presenta una distribución de datos muy cercanos a la media y con una buena confiabilidad en los resultados.

Pregunta 9. El poblador se identifica con las costumbres que se brindan a los visitantes

Se presenta el resumen del cuadro de estadísticos descriptivos.

ESTADÍSTICA DE IDENTIFICACIÓN: SE IDENTIFICA CON LAS COSTUMBRES QUE SE BRINDA A LOS VISITANTES

Tabla 30: Estadística de Identificación: Se identifica con las costumbres que se brinda a los visitantes.

Estadísticos

Identificación: Se identifica con las costumbres que se brinda a los visitantes

N	Válido	243
	Perdidos	0
Media		3,96
Mediana		4,00
Moda		4
Desv. Desviación		,869
Varianza		,755
Curtosis		,085
Error estándar de curtosis		,311
Rango		4

Fuente: Propia.

Elaboración: propia

Del cuadro anterior se comprende que la media se ubica en el valor de 3.96, entre las opciones “a veces” y “casi siempre” con mayor tendencia hacia esta última, y se aprecia una desviación estándar de 0.869 indicando que las respuestas también abarcan la categoría “siempre” aunque un poco más concentradas en la categoría “casi siempre”. A continuación, se interpretan los resultados porcentuales.

IDENTIFICACIÓN: SE IDENTIFICA CON LAS COSTUMBRES QUE SE BRINDA A LOS VISITANTES

Tabla 31: Se identifica con las costumbres que se brinda a los visitantes

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	2	,8	,8	,8
	Casi nunca	9	3,7	3,7	4,5
	A veces	57	23,5	23,5	28,0
	Casi siempre	103	42,4	42,4	70,4
	Siempre	72	29,6	29,6	100,0
	Total	243	100,0	100,0	

Fuente: Propia.

Elaboración: Propia.

Del cuadro anterior, se aprecia que el 42.4% de la población encuestada afirma que casi siempre se identifica con las costumbres que se brinda a los visitantes en San Vicente de Cañete, mientras que un 29.6% siempre se identifica y un 23.5% lo hace a veces. Por otra parte, solo el 4.5% de la población afirma que casi nunca o nunca se identifican con las costumbres que se brindan. Por lo tanto, el noveno enunciado de identificación denota un buen grado de involucramiento de la población en la actividad turística de San Vicente de Cañete debido a que muy bajo porcentaje no se encuentra identificado con dichas costumbres.

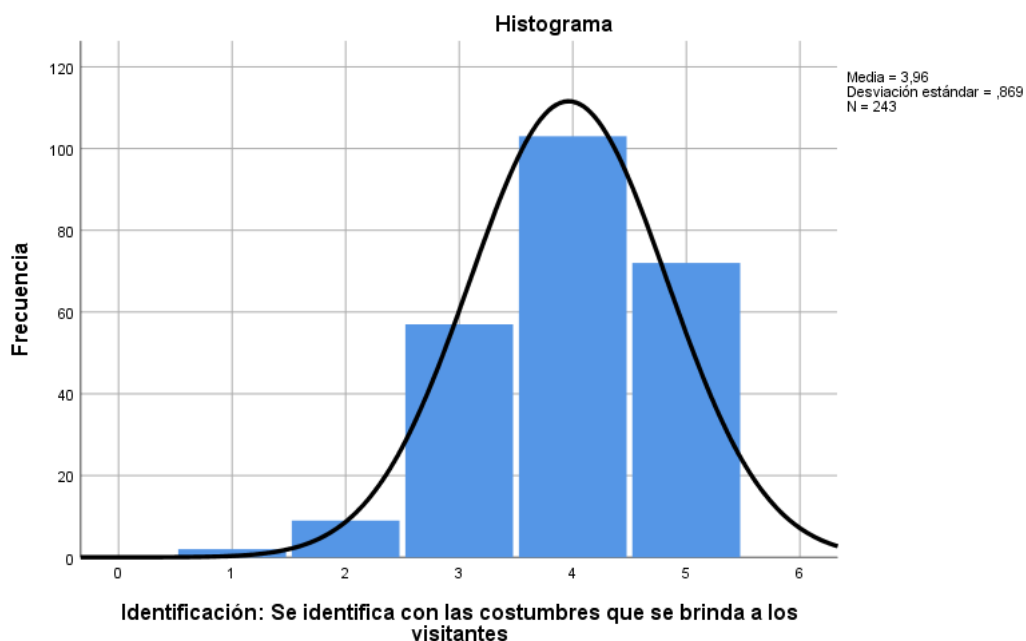


Figura 17: Histograma de Identificación: Se identifica con las costumbres que se brinda a los visitantes
Fuente: Propia.
Elaboración: Propia.

Por último, el histograma muestra una curtosis leptocúrtica con respecto de la media y la concentración de la muestra en las categorías “a veces”, “casi siempre” y “siempre”, por lo que se puede afirmar que se presenta una distribución de datos muy cercanos a la media y con una buena confiabilidad en los resultados.

Pregunta 10. El poblador gusta de la artesanía que se ofrece en San Vicente de Cañete

Se presenta el resumen del cuadro de estadísticos descriptivos.

ESTADÍSTICA DE IDENTIFICACIÓN: LE GUSTA LA ARTESANÍA QUE SE OFRECE EN SAN VICENTE DE CAÑETE.

Tabla 32: Estadística de Identificación: Le gusta la artesanía que se ofrece en San Vicente de Cañete.

Estadísticos

Identificación: Le gusta la artesanía que se ofrece en San Vicente de Cañete

N	Válido	243
	Perdidos	0
Media		3,70
Mediana		4,00
Moda		4
Desv. Desviación		,989
Varianza		,978
Curtosis		,279
Error estándar de curtosis		,311
Rango		4

Fuente: Propia.

Elaboración: Propia.

Del cuadro anterior se comprende que la media se ubica en el valor de 3.70, entre las opciones “a veces” y “casi siempre” con mayor tendencia hacia esta última, y se aprecia una desviación estándar de 0.989 indicando que las respuestas también abarcan la categoría “siempre” aunque un poco más concentradas en la categoría “casi siempre”. A continuación, se interpretan los resultados porcentuales.

Le Gusta La Artesanía Que Se Ofrece En San Vicente De Cañete

Tabla 33: Le gusta la artesanía que se ofrece en San Vicente de Cañete

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	9	3,7	3,7	3,7
	Casi nunca	11	4,5	4,5	8,2
	A veces	78	32,1	32,1	40,3
	Casi siempre	90	37,0	37,0	77,4
	Siempre	55	22,6	22,6	100,0
	Total	243	100,0	100,0	

Fuente: Propia.

Elaboración: Propia.

Del cuadro anterior, se aprecia que el 37% de la población encuestada afirma que casi siempre le gusta la artesanía que se ofrece en San Vicente de Cañete, mientras que un

22.6% siempre gusta de dicha artesanía y un 32.1% lo hace a veces. Por otra parte, solo el 8.2% de la población afirma que casi nunca o nunca gustan de dichas manifestaciones. Por lo tanto, el décimo enunciado de identificación denota un buen grado de involucramiento de la población en la actividad turística de San Vicente de Cañete debido a que muy bajo porcentaje no gusta de la artesanía que se ofrece en el distrito.

En conclusión, se puede observar que la identificación de la población local con la actividad turística del distrito de San Vicente de Cañete es relativamente alta, aunque dicha afirmación debe ser comprobada mediante método estadístico.

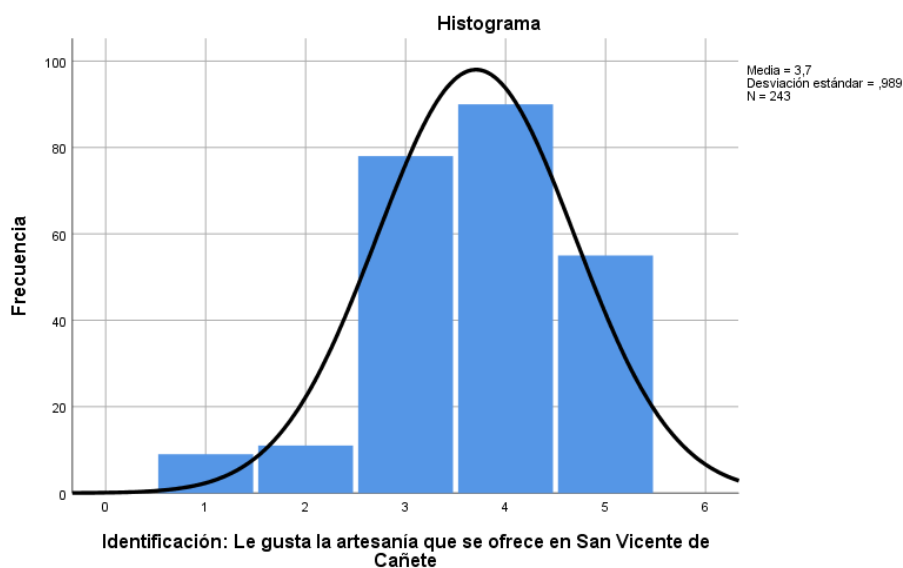


Figura 18: Histograma de Identificación: Le gusta la artesanía que se ofrece en San Vicente de Cañete
Fuente: Propia.
Elaboración: Propia.

Por último, el histograma muestra una curtosis leptocúrtica con respecto de la media y la concentración de la muestra en las categorías “a veces”, “casi siempre” y “siempre”, por lo que se puede afirmar que se presenta una distribución de datos muy cercanos a la media y con una buena confiabilidad en los resultados.

Dimensión 2: Responsabilidad

La pregunta 4 del cuestionario refiere a la responsabilidad del poblador de San Vicente de Cañete con respecto de la actividad turística en su distrito y su involucramiento con la atención al visitante. Para ello se utilizan cinco enunciados, los cuales son respondidos en una escala de tipo nominal con las siguientes opciones: (1) nunca, (2) casi nunca, (3) a veces, (4) casi siempre y (5) siempre.

Pregunta 11. Considera que el poblador realiza actividades que favorecen al turismo

Se presenta el resumen del cuadro de estadísticos descriptivos.

ESTADÍSTICA DE RESPONSABILIDAD: CONSIDERA QUE EL POBLADOR REALIZA ACTIVIDADES QUE FAVORECEN AL TURISMO.

Tabla 34: *Estadística de Responsabilidad: Considera que el poblador realiza actividades que favorecen al turismo.*

Estadísticos

Responsabilidad: Considera que el poblador realiza actividades que favorecen al turismo

N	Válido	243
	Perdidos	0
Media		3,84
Mediana		4,00
Moda		4
Desv. Desviación		,930
Varianza		,865
Curtosis		-,768
Error estándar de curtosis		,311
Rango		4

Fuente: Propia.

Elaboración: Propia.

Del cuadro anterior se comprende que la media se ubica en el valor de 3.84, entre las opciones “a veces” y “casi siempre” con mayor tendencia hacia esta última, y se aprecia una desviación estándar de 0.930 indicando que las respuestas también abarcan la categoría “siempre” aunque un poco más concentradas en la categoría “casi siempre”. A continuación, se interpretan los resultados porcentuales.

RESPONSABILIDAD: CONSIDERA QUE EL POBLADOR REALIZA ACTIVIDADES QUE FAVORECEN AL TURISMO

Tabla 35: Responsabilidad: Considera que el poblador realiza actividades que favorecen al turismo

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	1	,4	,4	,4
	Casi nunca	15	6,2	6,2	6,6
	A veces	77	31,7	31,7	38,3
	Casi siempre	80	32,9	32,9	71,2
	Siempre	70	28,8	28,8	100,0
	Total	243	100,0	100,0	

Fuente: Propia.

Elaboración: Propia.

Del cuadro anterior, se aprecia que el 32.9% de la población encuestada afirma que casi siempre realizan actividades que favorecen el turismo en San Vicente de Cañete, mientras que un 28.8% siempre las realiza y un 31.7% lo hace a veces. Por otra parte, solo el 6.6% de la población afirma que casi nunca o nunca realizan dichas actividades. Por lo tanto, el primer enunciado de responsabilidad denota un buen grado de involucramiento de la población en la actividad turística de San Vicente de Cañete debido a que muy bajo porcentaje no realiza actividades que favorecen al turismo en el distrito.

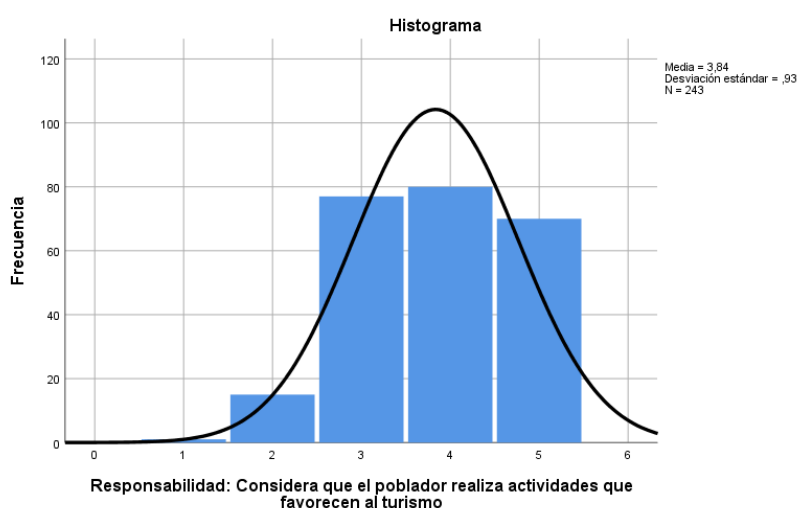


Figura 19: Histograma de Responsabilidad: Considera que el poblador realiza actividades que favorecen al turismo.

Fuente: Propia.

Elaboración: Propia.

Por último, el histograma muestra una curtosis leptocúrtica con respecto de la media y la concentración de la muestra en las categorías “a veces”, “casi siempre” y “siempre”, por lo que se puede afirmar que se presenta una distribución de datos muy cercanos a la media y con una buena confiabilidad en los resultados.

Pregunta 12. Considera que el poblador reconoce la importancia del turismo

Se presenta el resumen del cuadro de estadísticos descriptivos.

ESTADÍSTICA DE RESPONSABILIDAD: CONSIDERA QUE EL POBLADOR RECONOCE LA IMPORTANCIA DEL TURISMO

Tabla 36: *Estadística de Responsabilidad: Considera que el poblador reconoce la importancia del turismo*

Estadísticos

Responsabilidad: Considera que el poblador reconoce la importancia del turismo

N	Válido	243
	Perdidos	0
Media		3,83
Mediana		4,00
Moda		3
Desv. Desviación		,923
Varianza		,852
Curtosis		-,816
Error estándar de curtosis		,311
Rango		4

Fuente: Propia.

Elaboración: Propia.

Del cuadro anterior se comprende que la media se ubica en el valor de 3.83, entre las opciones “a veces” y “casi siempre” con mayor tendencia hacia esta última, y se aprecia una desviación estándar de 0.923 indicando que las respuestas también abarcan la categoría “siempre” aunque un poco más concentradas en la categoría “casi siempre”. A continuación, se interpretan los resultados porcentuales.

RESPONSABILIDAD: CONSIDERA QUE EL POBLADOR RECONOCE LA IMPORTANCIA DEL TURISMO

Tabla 37: Responsabilidad: Considera que el poblador reconoce la importancia del turismo

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	1	,4	,4	,4
	Casi nunca	13	5,3	5,3	5,8
	A veces	82	33,7	33,7	39,5
	Casi siempre	77	31,7	31,7	71,2
	Siempre	70	28,8	28,8	100,0
	Total	243	100,0	100,0	

Fuente: Propia.

Elaboración: Propia.

Del cuadro anterior, se aprecia que el 31.7% de la población encuestada afirma que casi siempre reconocen la importancia del turismo en San Vicente de Cañete, mientras que un 28.8% siempre lo considera y un 33.7% lo hace a veces. Por otra parte, solo el 5.8% de la población afirma que casi nunca o nunca reconocen su importancia. Por lo tanto, el segundo enunciado de responsabilidad denota un buen grado de involucramiento de la población en la actividad turística de San Vicente de Cañete debido a que muy bajo porcentaje no reconoce la importancia del turismo en el distrito.

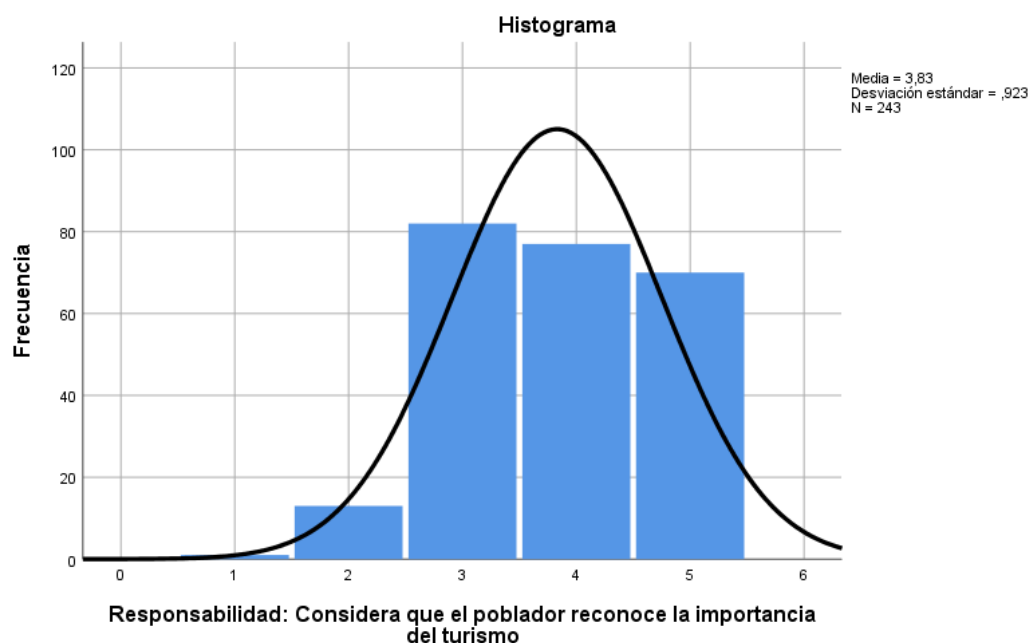


Figura 20: Histograma de Responsabilidad: Considera que el poblador reconoce la importancia del turismo.

Fuente: Propia.

Elaboración: Propia.

Por último, el histograma muestra una curtosis leptocúrtica con respecto de la media y la concentración de la muestra en las categorías “a veces”, “casi siempre” y “siempre”, por lo que se puede afirmar que se presenta una distribución de datos muy cercanos a la media y con una buena confiabilidad en los resultados.

Pregunta 13. Los pobladores participan en el cuidado del patrimonio cultural

Se presenta el resumen del cuadro de estadísticos descriptivos.

ESTADÍSTICA DE RESPONSABILIDAD: LOS POBLADORES PARTICIPAN EN EL CUIDADO DEL PATRIMONIO CULTURAL

Tabla 38: *Estadística de Responsabilidad: Los pobladores participan en el cuidado del patrimonio cultural*

Estadísticos

Responsabilidad: Los pobladores participan en el cuidado del patrimonio cultural

N	Válido	243
	Perdidos	0
Media		3,70
Mediana		4,00
Moda		3
Desv. Desviación		,959
Varianza		,920
Curtosis		-,341
Error estándar de curtosis		,311
Rango		4

Fuente: Propia.

Elaboración: Propia.

Del cuadro anterior se comprende que la media se ubica en el valor de 3.70, entre las opciones “a veces” y “casi siempre” con mayor tendencia hacia esta última, y se aprecia una desviación estándar de 0.959 indicando que las respuestas también abarcan la categoría “siempre” aunque un poco más concentradas en la categoría “casi siempre”. A continuación, se interpretan los resultados porcentuales.

RESPONSABILIDAD: LOS POBLADORES PARTICIPAN EN EL CUIDADO DEL PATRIMONIO CULTURAL

Tabla 39: Responsabilidad: Los pobladores participan en el cuidado del patrimonio cultural

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	4	1,6	1,6	1,6
	Casi nunca	17	7,0	7,0	8,6
	A veces	83	34,2	34,2	42,8
	Casi siempre	82	33,7	33,7	76,5
	Siempre	57	23,5	23,5	100,0
	Total	243	100,0	100,0	

Fuente: Propia.

Elaboración: Propia.

Del cuadro anterior, se aprecia que el 33.7% de la población encuestada afirma que casi siempre participan en el cuidado del patrimonio cultural de San Vicente de Cañete, mientras que un 23.5% indica que siempre lo hace y un 34.2% lo hace a veces. Por otra parte, solo el 8.6% de la población afirma que casi nunca o nunca participan en su cuidado. Por lo tanto, el tercer enunciado de responsabilidad denota un buen grado de involucramiento de la población en la actividad turística de San Vicente de Cañete debido a que muy bajo porcentaje no participa del cuidado del patrimonio cultural del distrito.

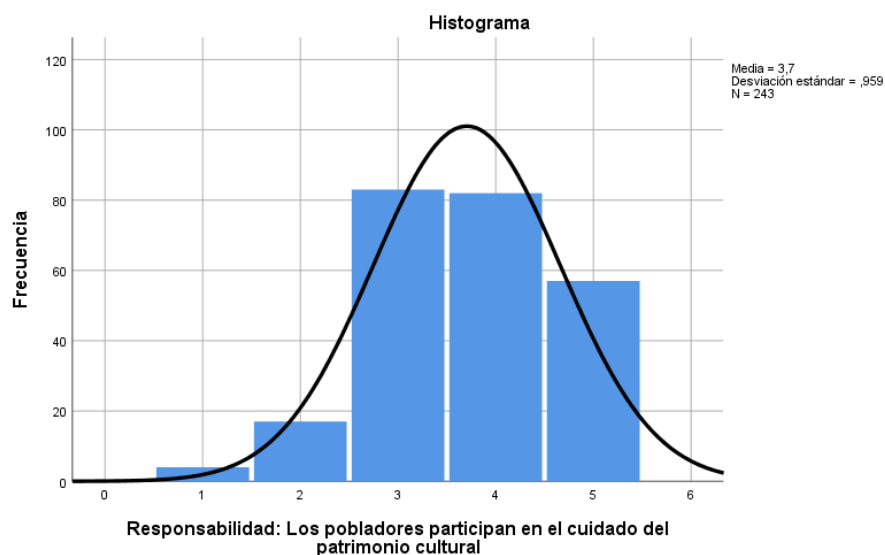


Figura 21: Histograma de Responsabilidad: Los pobladores participan en el cuidado del patrimonio cultural.

Fuente: Propia.

Elaboración: Propia.

Por último, el histograma muestra una curtosis leptocúrtica con respecto de la media y la concentración de la muestra en las categorías “a veces”, “casi siempre” y “siempre”, por lo que se puede afirmar que se presenta una distribución de datos muy cercanos a la media y con una buena confiabilidad en los resultados

Pregunta 14. La actitud del poblador frente al visitante es favorable de tal modo que incentiva su retorno

Se presenta el resumen del cuadro de estadísticos descriptivos.

ESTADÍSTICA DE RESPONSABILIDAD: LA ACTITUD FRENTE A LOS VISITANTES ES FAVORABLE DE TAL MODO QUE INCENTIVE SU RETORNO.

Tabla 40: *Estadística de Responsabilidad: La actitud frente a los visitantes es favorable de tal modo que incentive su retorno.*

Estadísticos

Responsabilidad: La actitud frente a los visitantes es favorable de tal modo que incentive su retorno

N	Válido	243
	Perdidos	0
Media		3,79
Mediana		4,00
Moda		4
Desv. Desviación		,919
Varianza		,844
Curtosis		,229
Error estándar de curtosis		,311
Rango		4

Fuente: Propia.

Elaboración: Propia.

Del cuadro anterior se comprende que la media se ubica en el valor de 3.79, entre las opciones “a veces” y “casi siempre” con mayor tendencia hacia esta última, y se aprecia una desviación estándar de 0.919 indicando que las respuestas también abarcan la categoría “siempre” aunque un poco más concentradas en la categoría “casi siempre”. A continuación, se interpretan los resultados porcentuales.

RESPONSABILIDAD: LA ACTITUD FRENTE A LOS VISITANTES ES FAVORABLE DE TAL MODO QUE INCENTIVE SU RETORNO.

Tabla 41: Responsabilidad: La actitud frente a los visitantes es favorable de tal modo que incentive su retorno.

Responsabilidad: La actitud frente a los visitantes es favorable de tal modo que incentive su retorno

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	5	2,1	2,1	2,1
	Casi nunca	9	3,7	3,7	5,8
	A veces	76	31,3	31,3	37,0
	Casi siempre	95	39,1	39,1	76,1
	Siempre	58	23,9	23,9	100,0
	Total	243	100,0	100,0	

Fuente: Propia.

Elaboración: Propia.

Del cuadro anterior, se aprecia que el 39.1% de la población encuestada afirma que casi siempre su actitud frente al visitante es favorable de tal modo que incentive su retorno a San Vicente de Cañete, mientras que un 23.9% indica que su actitud siempre es favorable y un 31.3% tiene una actitud que a veces es favorable. Por otra parte, solo el 5.8% de la población afirma que casi nunca o nunca tiene una actitud favorable con respecto de los visitantes. Por lo tanto, el cuarto enunciado de responsabilidad denota un buen grado de involucramiento de la población en la actividad turística de San Vicente de Cañete debido a que muy bajo porcentaje tiene una mala actitud frente al visitante en el distrito.

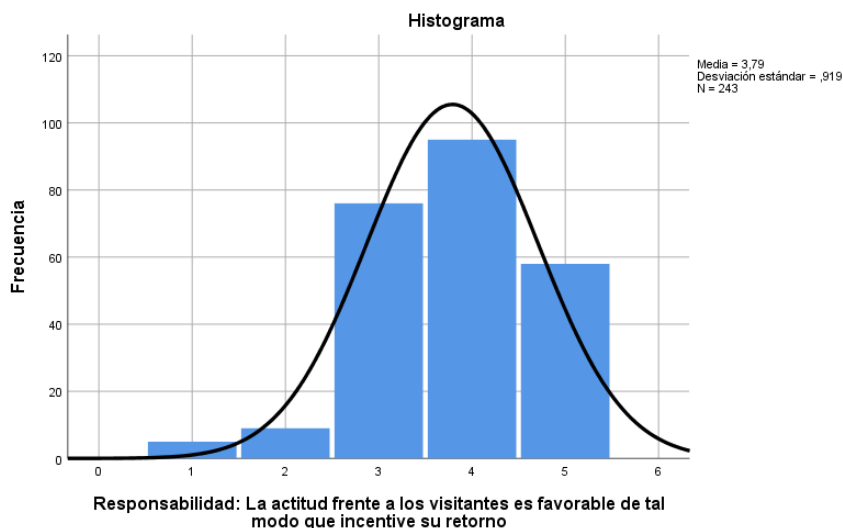


Figura 22: Histograma de Responsabilidad: La actitud frente a los visitantes es favorable de tal modo que incentive su retorno

Fuente: Propia.

Elaboración: Propia.

Por último, el histograma muestra una curtosis leptocúrtica con respecto de la media y la concentración de la muestra en las categorías “a veces”, “casi siempre” y “siempre”, por lo que se puede afirmar que se presenta una distribución de datos muy cercanos a la media y con una buena confiabilidad en los resultados.

Pregunta 15. Considera que los visitantes le han generado beneficios a la ciudad y sus recursos

Se presenta el resumen del cuadro de estadísticos descriptivos.

ESTADÍSTICA DE RESPONSABILIDAD: LOS VISITANTES O TURISTAS LE HAN GENERADO BENEFICIOS A LA CIUDAD Y SUS RECURSOS

Tabla 42: *Estadística de Responsabilidad: Los visitantes o turistas le han generado beneficios a la ciudad y sus recursos.*

Estadísticos

Responsabilidad: Los visitantes o turistas le han generado beneficios a la ciudad y sus recursos

N	Válido	243
	Perdidos	0
Media		3,83
Mediana		4,00
Moda		4
Desv. Desviación		,891
Varianza		,794
Curtosis		-,698
Error estándar de curtosis		,311
Rango		4

Fuente: Propia.

Elaboración: Propia.

Del cuadro anterior se comprende que la media se ubica en el valor de 3.83, entre las opciones “a veces” y “casi siempre” con mayor tendencia hacia esta última, y se aprecia una desviación estándar de 0.891 indicando que las respuestas también abarcan la

categoría “siempre” aunque un poco más concentradas en la categoría “casi siempre”. A continuación, se interpretan los resultados porcentuales.

**RESPONSABILIDAD: LOS VISITANTES O TURISTAS LE HAN
GENERADO BENEFICIOS A LA CIUDAD
Y SUS RECURSOS**

Tabla 43: *Responsabilidad: Los visitantes o turistas le han generado beneficios a la ciudad y sus recursos*

Responsabilidad: Los visitantes o turistas le han generado beneficios a la ciudad y sus recursos

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	1	,4	,4	,4
	Casi nunca	11	4,5	4,5	4,9
	A veces	81	33,3	33,3	38,3
	Casi siempre	85	35,0	35,0	73,3
	Siempre	65	26,7	26,7	100,0
	Total	243	100,0	100,0	

Fuente: Propia.

Elaboración: Propia.

Del cuadro anterior, se aprecia que el 35% de la población encuestada afirma que casi siempre los visitantes generan beneficios a la ciudad de San Vicente de Cañete y sus recursos, mientras que un 26.7% indica que siempre generan beneficios y un 33.3% afirma que lo generan a veces. Por otra parte, solo el 4.9% de la población afirma que casi nunca o nunca los visitantes generan dichos beneficios. Por lo tanto, el quinto enunciado de responsabilidad denota un buen grado de involucramiento de la población en la actividad turística de San Vicente de Cañete debido a que muy bajo porcentaje considera que los visitantes no generan beneficios al distrito y sus recursos.

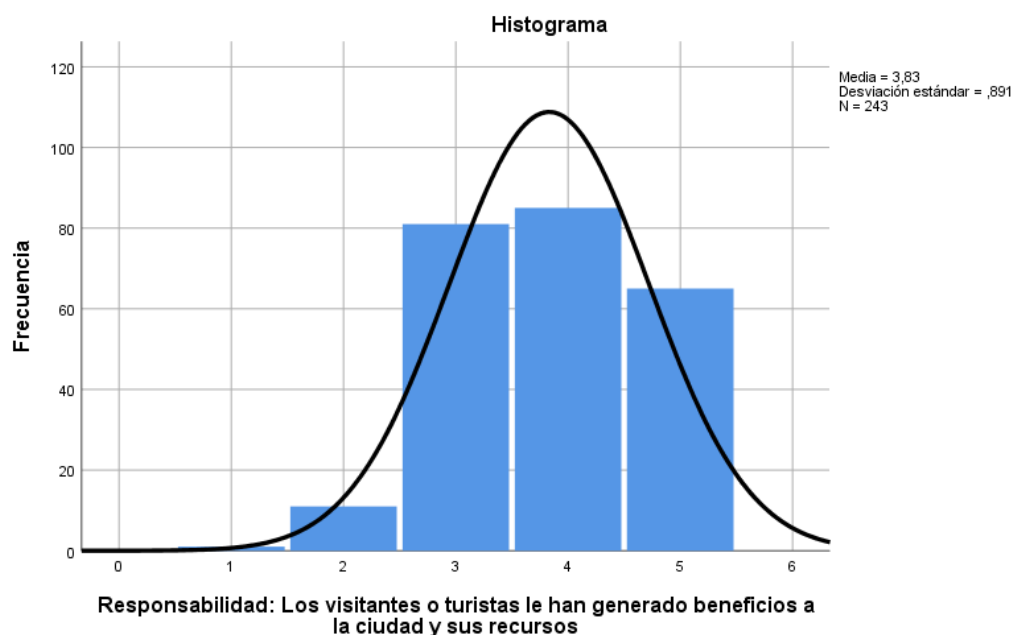


Figura 23: Histograma de Responsabilidad: Los visitantes o turistas le han generado beneficios a la ciudad y sus recursos

Fuente: Propia.

Elaboración: Propia.

Por último, el histograma muestra una curtosis leptocúrtica con respecto de la media y la concentración de la muestra en las categorías “a veces”, “casi siempre” y “siempre”, por lo que se puede afirmar que se presenta una distribución de datos muy cercanos a la media y con una buena confiabilidad en los resultados

En conclusión, se puede observar que la responsabilidad de la población local con respecto de la actividad turística del distrito de San Vicente de Cañete es relativamente alta, aunque dicha afirmación debe ser comprobada mediante método estadístico.

4.1.2. Turismo

Dimensión 3. Oferta turística

La pregunta 5 del cuestionario refiere a la percepción del poblador de San Vicente de Cañete con respecto de la oferta turística en su distrito y su papel en la experiencia turística. Para ello se utilizan cinco enunciados, los cuales son respondidos en una escala de tipo nominal con las siguientes opciones: (1) nunca, (2) casi nunca, (3) a veces, (4) casi siempre y (5) siempre.

Pregunta 16. La producción de alimentos es suficiente para atender a los visitantes

Se presenta el resumen del cuadro de estadísticos descriptivos.

ESTADÍSTICA DE OFERTA TURÍSTICA: LA PRODUCCIÓN DE ALIMENTOS ES SUFICIENTE PARA LOS VISITANTES

Tabla 44: Estadística de Oferta turística: La producción de alimentos es suficiente para los visitantes

Estadísticos

Oferta turística: La producción de alimentos es suficiente para los visitantes

N	Válido	243
	Perdidos	0
Media		3,93
Mediana		4,00
Moda		4
Desv. Desviación		,897
Varianza		,804
Curtosis		,845
Error estándar de curtosis		,311
Rango		4

Fuente: Propia.

Elaboración: propia

Del cuadro anterior se comprende que la media se ubica en el valor de 3.93, entre las opciones “a veces” y “casi siempre” con mayor tendencia hacia esta última, y se aprecia una desviación estándar de 0.897 indicando que las respuestas también abarcan la categoría “siempre” aunque un poco más concentradas en la categoría “casi siempre”. A continuación, se interpretan los resultados porcentuales.

OFERTA TURÍSTICA: LA PRODUCCIÓN DE ALIMENTOS ES SUFICIENTE PARA LOS VISITANTES

Tabla 45: Oferta turística: La producción de alimentos es suficiente para los visitantes

Oferta turística: La producción de alimentos es suficiente para los visitantes

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	5	2,1	2,1	2,1
	Casi nunca	7	2,9	2,9	4,9
	A veces	56	23,0	23,0	28,0
	Casi siempre	108	44,4	44,4	72,4
	Siempre	67	27,6	27,6	100,0
	Total	243	100,0	100,0	

Fuente: Propia.

Elaboración: propia

Del cuadro anterior, se aprecia que el 44.4% de la población encuestada afirma que casi siempre la producción de alimentos en San Vicente de Cañete es suficiente para atender a los visitantes, mientras que un 27.6% indica que siempre es suficiente y un 23% afirma que solo a veces. Por otra parte, solo el 4.9% de la población afirma que casi nunca o nunca hay suficiente producción. Por lo tanto, el primer enunciado de oferta turística denota un buen grado de involucramiento de la población en la actividad turística de San Vicente de Cañete debido a que muy bajo porcentaje considera que la producción de alimentos en el distrito no es suficiente para atender a los visitantes y satisfacer sus demandas alimenticias.

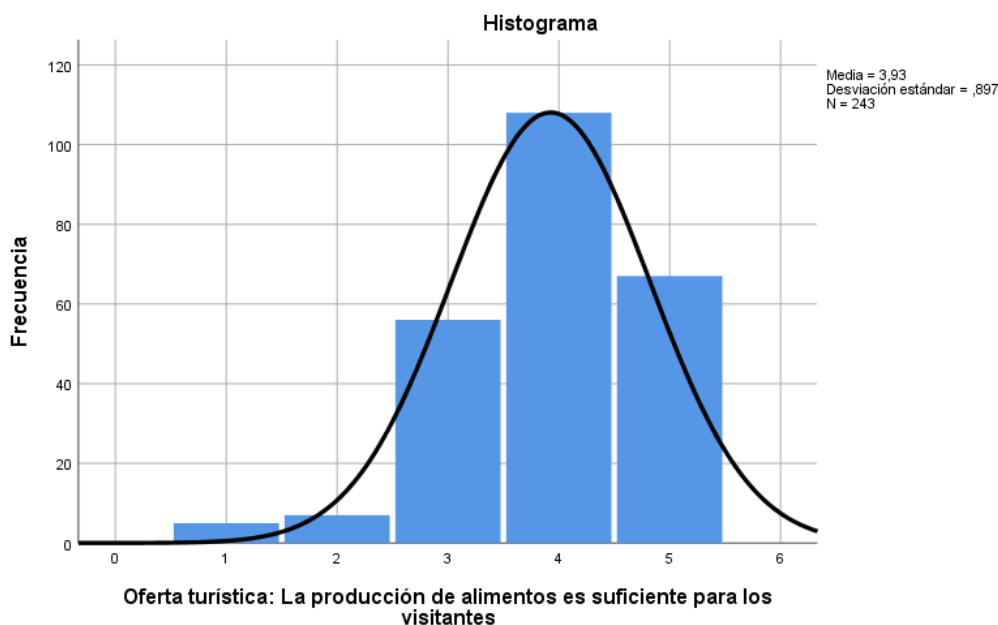


Figura 24: Histograma de Oferta turística: La producción de alimentos es suficiente para los visitantes
Fuente: Propia.
Elaboración: propia

Por último, el histograma muestra una curtosis leptocúrtica con respecto de la media y la concentración de la muestra en las categorías “a veces”, “casi siempre” y “siempre”, por lo que se puede afirmar que se presenta una distribución de datos muy cercanos a la media y con una buena confiabilidad en los resultados

Pregunta 17. Se promueve la gastronomía local con insumos locales

Se presenta el resumen del cuadro de estadísticos descriptivos.

ESTADÍSTICA DE OFERTA TURÍSTICA: SE PROMUEVE LA GASTRONOMÍA LOCAL CON INSUMOS LOCALES

Tabla 46: Estadística de Oferta turística: Se promueve la gastronomía local con insumos locales

Estadísticos

Oferta turística: Se promueve la gastronomía local con insumos locales

N	Válido	243
	Perdidos	0
Media		4,03
Mediana		4,00
Moda		4
Desv. Desviación		,885
Varianza		,784
Curtosis		,267
Error estándar de curtosis		,311
Rango		4

Fuente: Propia.

Elaboración: propia

Del cuadro anterior se comprende que la media se ubica en el valor de 4.03, entre las opciones “a veces” y “casi siempre” con mayor tendencia hacia esta última, y se aprecia una desviación estándar de 0.885 indicando que las respuestas también abarcan la categoría “siempre” aunque un poco más concentradas en la categoría “casi siempre”. A continuación, se interpretan los resultados porcentuales.

OFERTA TURÍSTICA: SE PROMUEVE LA GASTRONOMÍA LOCAL CON INSUMOS LOCALES

Tabla 47: Oferta turística: Se promueve la gastronomía local con insumos locales

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	3	1,2	1,2	1,2
	Casi nunca	5	2,1	2,1	3,3
	A veces	58	23,9	23,9	27,2
	Casi siempre	92	37,9	37,9	65,0
	Siempre	85	35,0	35,0	100,0
	Total	243	100,0	100,0	

Fuente: Propia.

Elaboración: propia

Del cuadro anterior, se aprecia que el 37.9% de la población encuestada afirma que casi siempre se promueve la gastronomía local de San Vicente de Cañete usando insumos locales, mientras que un 35% indica que siempre es promovida y un 23.9% afirma que solo a veces. Por otra parte, solo el 3.3% de la población afirma que casi nunca o nunca se promueve la gastronomía local. Por lo tanto, el segundo enunciado de oferta turística denota un buen grado de involucramiento de la población en la actividad turística de San Vicente de Cañete debido a que muy bajo porcentaje considera que no se promueve la gastronomía local en el distrito y el uso de insumos locales.

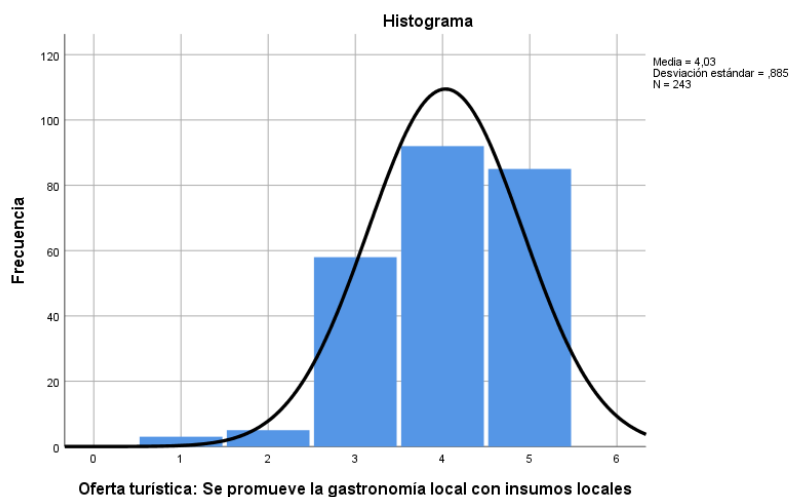


Figura 25: Histograma de Oferta turística: Se promueve la gastronomía local con insumos locales.

Fuente: Propia.

Elaboración: propia

Por último, el histograma muestra una curtosis leptocúrtica con respecto de la media y la concentración de la muestra en las categorías “a veces”, “casi siempre” y “siempre”, por lo que se puede afirmar que se presenta una distribución de datos muy cercanos a la media y con una buena confiabilidad en los resultados

Pregunta 18. La producción de bienes y/o servicios turísticos promueve el empleo en San Vicente de Cañete

Se presenta el resumen del cuadro de estadísticos descriptivos.

ESTADÍSTICA DE OFERTA TURÍSTICA: LA PRODUCCIÓN DE BIENES Y/O SERVICIOS TURÍSTICOS PROMUEVE EL EMPLEO

Tabla 48: Estadística de Oferta turística: La producción de bienes y/o servicios turísticos promueve el empleo.

Estadísticos

Oferta turística: La producción de bienes y/o servicios turísticos promueve el empleo

N	Válido	243
	Perdidos	0
Media		3,91
Mediana		4,00
Moda		4
Desv. Desviación		,923
Varianza		,851
Curtosis		,699
Error estándar de curtosis		,311
Rango		4

Fuente: Propia.

Elaboración: propia

Del cuadro anterior se comprende que la media se ubica en el valor de 3.91, entre las opciones “a veces” y “casi siempre” con mayor tendencia hacia esta última, y se aprecia una desviación estándar de 0.923 indicando que las respuestas también abarcan la categoría “siempre” aunque un poco más concentradas en la categoría “casi siempre”. A continuación, se interpretan los resultados porcentuales.

OFERTA TURÍSTICA: LA PRODUCCIÓN DE BIENES Y/O SERVICIOS TURÍSTICOS PROMUEVE EL EMPLEO

Tabla 49: Oferta turística: La producción de bienes y/o servicios turísticos promueve el empleo.

Oferta turística: La producción de bienes y/o servicios turísticos promueve el empleo

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	6	2,5	2,5	2,5
	Casi nunca	5	2,1	2,1	4,5
	A veces	64	26,3	26,3	30,9
	Casi siempre	98	40,3	40,3	71,2
	Siempre	70	28,8	28,8	100,0
	Total	243	100,0	100,0	

Fuente: Propia.

Elaboración: propia

Del cuadro anterior, se aprecia que el 40.3% de la población encuestada afirma que la producción de bienes y/o servicios para atender al visitante en San Vicente de Cañete casi siempre promueve el empleo, mientras que un 28.8% indica que siempre lo promueve y un 26.3% afirma que solo a veces. Por otra parte, solo el 4.5% de la población afirma que casi nunca o nunca se promueve el empleo a través de dicha producción. Por lo tanto, el tercer enunciado de oferta turística denota un buen grado de involucramiento de la población en la actividad turística de San Vicente de Cañete debido a que muy bajo porcentaje considera que la producción de bienes y servicios para atender al visitante no promueve el empleo en el distrito.

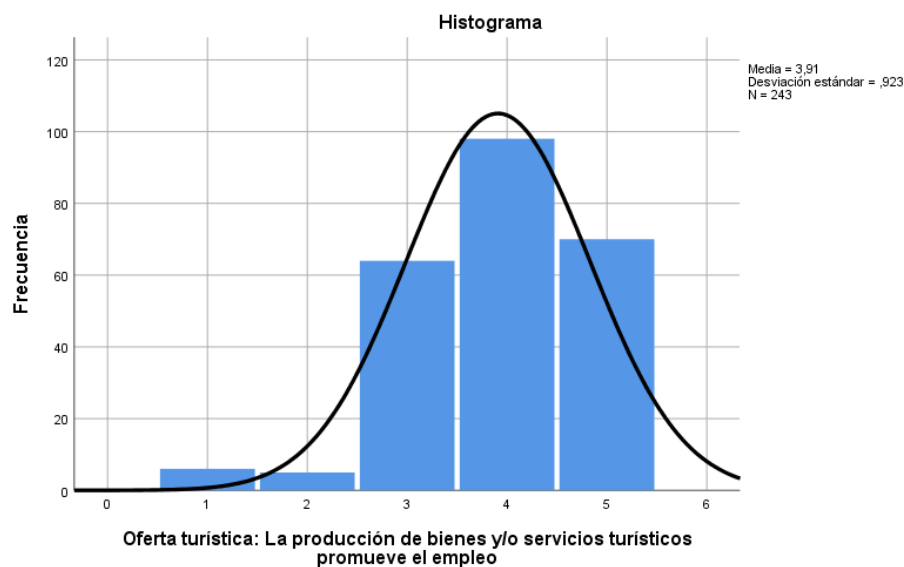


Figura 26: Histograma de Oferta turística: La producción de bienes y/o servicios turísticos promueve el empleo

Fuente: Propia.

Elaboración: propia

Por último, el histograma muestra una curtosis leptocúrtica con respecto de la media y la concentración de la muestra en las categorías “a veces”, “casi siempre” y “siempre”, por lo que se puede afirmar que se presenta una distribución de datos muy cercanos a la media y con una buena confiabilidad en los resultados

Pregunta 19. Es visible la mejora de los ingresos en las familias en San Vicente de Cañete a causa del turismo

Se presenta el resumen del cuadro de estadísticos descriptivos.

ESTADÍSTICA DE OFERTA TURÍSTICA: ES VISIBLE LA MEJORA DE LOS INGRESOS EN LAS FAMILIAS POR EL TURISMO

Tabla 50: Estadística de Oferta turística: Es visible la mejora de los ingresos en las familias por el turismo

Estadísticos

N	Válido	243
	Perdidos	0
Media		3,88
Mediana		4,00
Moda		4
Desv. Desviación		,888
Varianza		,788
Curtosis		,340
Error estándar de curtosis		,311
Rango		4

Fuente: Propia.

Elaboración: propia

Del cuadro anterior se comprende que la media se ubica en el valor de 3.88, entre las opciones “a veces” y “casi siempre” con mayor tendencia hacia esta última, y se aprecia una desviación estándar de 0.888 indicando que las respuestas también abarcan la categoría “siempre” aunque un poco más concentradas en la categoría “casi siempre”. A continuación, se interpretan los resultados porcentuales.

OFERTA TURÍSTICA: ES VISIBLE LA MEJORA DE LOS INGRESOS EN LAS FAMILIAS POR EL TURISMO

Tabla 51: Oferta turística: Es visible la mejora de los ingresos en las familias por el turismo.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	4	1,6	1,6	1,6
	Casi nunca	6	2,5	2,5	4,1
	A veces	69	28,4	28,4	32,5
	Casi siempre	99	40,7	40,7	73,3
	Siempre	65	26,7	26,7	100,0
	Total	243	100,0	100,0	

Fuente: Propia.

Elaboración: propia

Del cuadro anterior, se aprecia que el 40.7% de la población encuestada afirma que la mejora en los ingresos de las familias de San Vicente de Cañete casi siempre es visible a

causa de la actividad turística, mientras que un 26.7% indica que siempre es visible y un 28.4% afirma que solo a veces. Por otra parte, solo el 4.1% de la población afirma que casi nunca o nunca se observa que los ingresos de las familias hayan mejorado a causa del turismo. Por lo tanto, el cuarto enunciado de oferta turística denota un buen grado de involucramiento de la población en la actividad turística de San Vicente de Cañete debido a que muy bajo porcentaje considera que el turismo no impacta positivamente los ingresos de las familias del distrito.

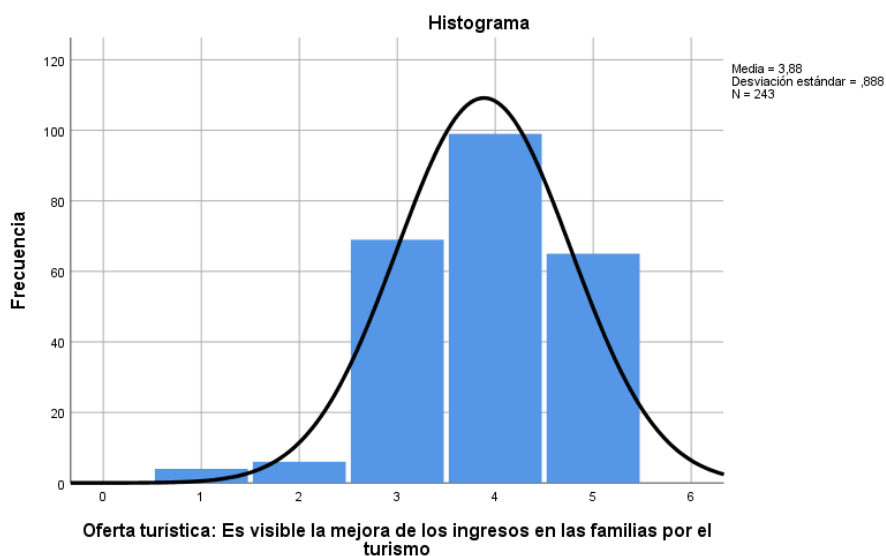


Figura 27: Histograma de Oferta turística: Es visible la mejora de los ingresos en las familias por el turismo.

Fuente: Propia.

Elaboración: propia

Por último, el histograma muestra una curtosis leptocúrtica con respecto de la media y la concentración de la muestra en las categorías “a veces”, “casi siempre” y “siempre”, por lo que se puede afirmar que se presenta una distribución de datos muy cercanos a la media y con una buena confiabilidad en los resultados

Pregunta 20. Se impulsa a incrementar la producción para el turismo a precios justos

Se presenta el resumen del cuadro de estadísticos descriptivos.

ESTADÍSTICA DE OFERTA TURÍSTICA: SE IMPULSA A INCREMENTAR LA PRODUCCIÓN PARA EL TURISMO A PRECIOS JUSTOS

Tabla 52: Estadística de Oferta turística: Se impulsa a incrementar la producción para el turismo a precios justos.

Estadísticos

Oferta turística: Se impulsa a incrementar la producción para el turismo a precios justos

N	Válido	243
	Perdidos	0
Media		3,91
Mediana		4,00
Moda		4
Desv. Desviación		,914
Varianza		,835
Curtosis		,232
Error estándar de curtosis		,311
Rango		4

Fuente: Propia.

Elaboración: propia

Del cuadro anterior se comprende que la media se ubica en el valor de 3.91, entre las opciones “a veces” y “casi siempre” con mayor tendencia hacia esta última, y se aprecia una desviación estándar de 0.914 indicando que las respuestas también abarcan la categoría “siempre” aunque un poco más concentradas en la categoría “casi siempre”. A continuación, se interpretan los resultados porcentuales.

OFERTA TURÍSTICA: SE IMPULSA A INCREMENTAR LA PRODUCCIÓN PARA EL TURISMO A PRECIOS JUSTOS

Tabla 53: Oferta turística: Se impulsa a incrementar la producción para el turismo a precios justos.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	4	1,6	1,6	1,6
	Casi nunca	8	3,3	3,3	4,9
	A veces	65	26,7	26,7	31,7
	Casi siempre	95	39,1	39,1	70,8
	Siempre	71	29,2	29,2	100,0
	Total	243	100,0	100,0	

Fuente: Propia.

Elaboración: propia

Del cuadro anterior, se aprecia que el 39.1% de la población encuestada afirma que en San Vicente de Cañete casi siempre se impulsa el incremento de la producción para atender la demanda turística a precios justos, mientras que un 29.2% indica que siempre se impulsa dicho incremento productivo y un 26.7% afirma que solo a veces. Por otra parte, solo el 4.9% de la población afirma que casi nunca o nunca se observa que en San Vicente de Cañete se impulse tal producción. Por lo tanto, el quinto enunciado de oferta turística denota un buen grado de involucramiento de la población en la actividad turística de San Vicente de Cañete debido a que muy bajo porcentaje considera que el distrito no está incrementando su producción para atender a los visitantes a precios justos.

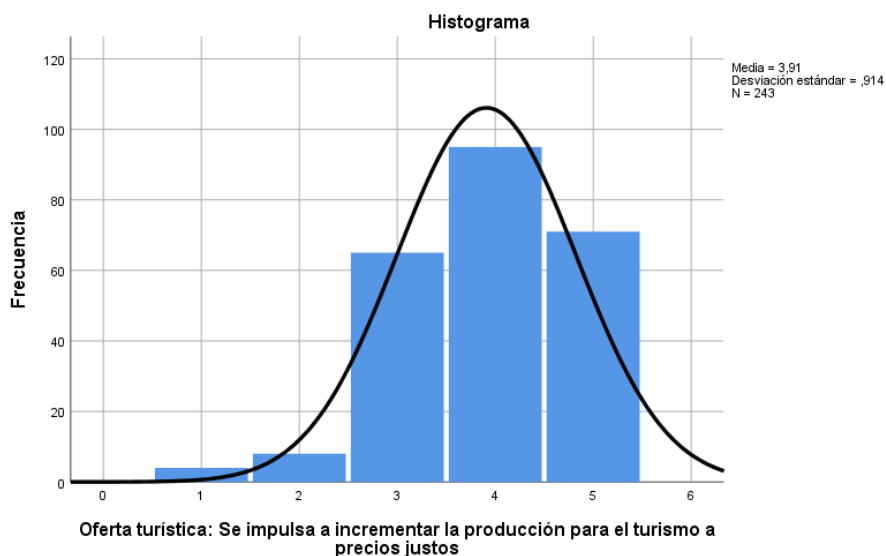


Figura 28: Histograma de Oferta turística: Se impulsa a incrementar la producción para el turismo a precios justos

Fuente: Propia.

Elaboración: propia

Por último, el histograma muestra una curtosis leptocúrtica con respecto de la media y la concentración de la muestra en las categorías “a veces”, “casi siempre” y “siempre”, por lo que se puede afirmar que se presenta una distribución de datos muy cercanos a la media y con una buena confiabilidad en los resultados.

Dimensión 4. Calidad turística

La pregunta 6 del cuestionario refiere a la percepción del poblador de San Vicente de Cañete con respecto de la calidad turística que se brinda en su distrito y su papel en la experiencia turística. Para ello se utilizan cinco enunciados, los cuales son respondidos en una escala de tipo nominal con las siguientes opciones: (1) nunca, (2) casi nunca, (3) a veces, (4) casi siempre y (5) siempre.

Pregunta 21. La atención en los restaurantes es buena y se siguen protocolos de limpieza

Se presenta el resumen del cuadro de estadísticos descriptivos.

ESTADÍSTICA DE CALIDAD TURÍSTICA: LA ATENCIÓN EN LOS RESTAURANTES ES BUENA Y SE SIGUEN PROTOCOLOS DE LIMPIEZA

Tabla 54: *Estadística de Calidad turística: La atención en los restaurantes es buena y se siguen protocolos de limpieza*

Estadísticos

Calidad turística: La atención en los restaurantes es buena y se siguen protocolos de limpieza

N	Válido	243
	Perdidos	0
Media		3,77
Mediana		4,00
Moda		4
Desv. Desviación		,855
Varianza		,732
Curtosis		,061
Error estándar de curtosis		,311
Rango		4

Fuente: Propia.

Elaboración: propia

Del cuadro anterior se comprende que la media se ubica en el valor de 3.77, entre las opciones “a veces” y “casi siempre” con mayor tendencia hacia esta última, y se aprecia una desviación estándar de 0.855 indicando que las respuestas también abarcan la categoría “siempre” aunque un poco más concentradas en la categoría “casi siempre”. A continuación, se interpretan los resultados porcentuales.

CALIDAD TURÍSTICA: LA ATENCIÓN EN LOS RESTAURANTES ES BUENA Y SE SIGUEN PROTOCOLOS DE LIMPIEZA

Tabla 55: *Calidad turística: La atención en los restaurantes es buena y se siguen protocolos de limpieza*

Calidad turística: La atención en los restaurantes es buena y se siguen protocolos de limpieza

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	3	1,2	1,2	1,2
	Casi nunca	7	2,9	2,9	4,1
	A veces	84	34,6	34,6	38,7
	Casi siempre	98	40,3	40,3	79,0
	Siempre	51	21,0	21,0	100,0
	Total	243	100,0	100,0	

Fuente: Propia.

Elaboración: propia

Del cuadro anterior, se aprecia que el 40.3% de la población encuestada afirma que los restaurantes de San Vicente de Cañete casi siempre brindan una atención buena y siguen protocolos de limpieza, mientras que un 21% indica que siempre lo hacen y 34.6% afirma que solo lo hacen a veces. Por otra parte, solo el 4.1% de la población afirma que casi nunca o nunca los restaurantes en San Vicente de Cañete brindan una buena atención y siguen protocolos de limpieza. Por lo tanto, el primer enunciado de calidad turística denota un buen grado de involucramiento de la población y los prestadores de servicios en la actividad turística de San Vicente de Cañete debido a que muy bajo porcentaje considera que los restaurantes no brindan una buena atención al visitante.

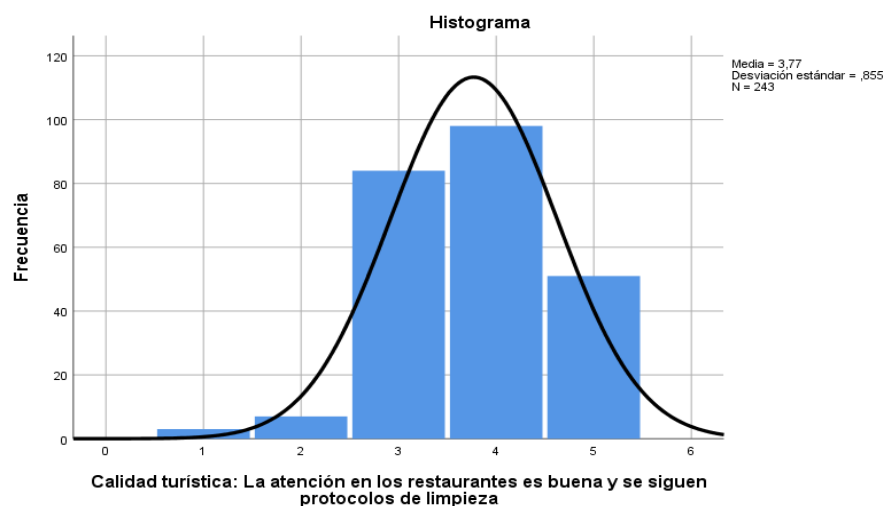


Figura 29: Histograma de Calidad turística: La atención en los restaurantes es buena y se siguen protocolos de limpieza

Fuente: Propia.

Elaboración: propia

Por último, el histograma muestra una curtosis leptocúrtica con respecto de la media y la concentración de la muestra en las categorías “a veces”, “casi siempre” y “siempre”, por lo que se puede afirmar que se presenta una distribución de datos muy cercanos a la media y con una buena confiabilidad en los resultados.

Pregunta 22. Los servicios higiénicos en los restaurantes son limpios y se encuentran equipados para ofrecer un buen servicio

Se presenta el resumen del cuadro de estadísticos descriptivos.

ESTADÍSTICA DE CALIDAD TURÍSTICA: LOS SERVICIOS HIGIÉNICOS EN LOS RESTAURANTES SON LIMPIOS Y EQUIPADOS PARA UN BUEN SERVICIO

Tabla 56: Estadística de Calidad turística: Los servicios higiénicos en los restaurantes son limpios y equipados para un buen servicio

N	Válido	243
	Perdidos	0
Media		3,79
Mediana		4,00
Moda		3
Desv. Desviación		,899
Varianza		,809
Curtosis		-,798
Error estándar de curtosis		,311
Rango		4

Fuente: Propia.

Elaboración: propia

Del cuadro anterior se comprende que la media se ubica en el valor de 3.79, entre las opciones “a veces” y “casi siempre” con mayor tendencia hacia esta última, y se aprecia una desviación estándar de 0.899 indicando que las respuestas también abarcan la categoría “siempre” aunque un poco más concentradas en la categoría “casi siempre”. A continuación, se interpretan los resultados porcentuales.

CALIDAD TURÍSTICA: LOS SERVICIOS HIGIÉNICOS EN LOS RESTAURANTES SON LIMPIOS Y EQUIPADOS PARA UN BUEN SERVICIO.

Tabla 57: *Calidad turística: Los servicios higiénicos en los restaurantes son limpios y equipados para un buen servicio.*

Calidad turística: Los servicios higiénicos en los restaurantes son limpios y equipados para un buen servicio

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	1	,4	,4	,4
	Casi nunca	11	4,5	4,5	4,9
	A veces	89	36,6	36,6	41,6
	Casi siempre	78	32,1	32,1	73,7
	Siempre	64	26,3	26,3	100,0
	Total	243	100,0	100,0	

Fuente: Propia.

Elaboración: propia

Del cuadro anterior, se aprecia que el 32.1% de la población encuestada afirma que los servicios higiénicos de los restaurantes de San Vicente de Cañete casi siempre se encuentran limpios y bien equipados para brindar un buen servicio al visitante, mientras que un 26.3% indica que siempre se encuentran en perfectas condiciones y 36.6% afirma que solo a veces lo están. Por otra parte, solo el 4.9% de la población afirma que casi nunca o nunca los servicios higiénicos de los restaurantes en San Vicente de Cañete se encuentran aptos para brindar una buena atención. Por lo tanto, el segundo enunciado de calidad turística denota un buen grado de involucramiento de la población y los prestadores de servicios en la actividad turística de San Vicente de Cañete debido a que muy bajo porcentaje considera que los servicios higiénicos de los restaurantes no brindan una buena atención al visitante.

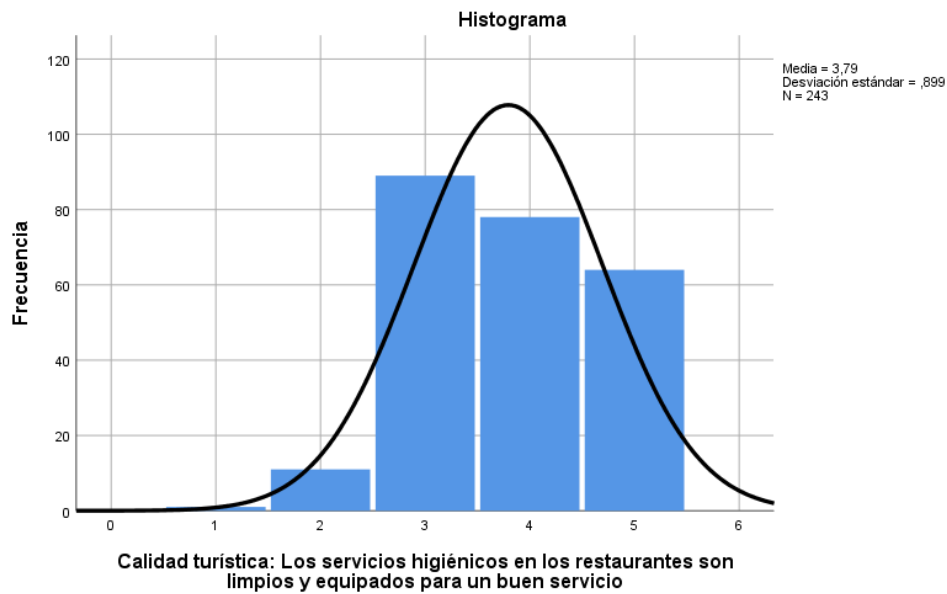


Figura 30: Histograma de Calidad turística: Los servicios higiénicos en los restaurantes son limpios y equipados para un buen servicio

Fuente: Propia.

Elaboración: propia

Por último, el histograma muestra una curtosis leptocúrtica con respecto de la media y la concentración de la muestra en las categorías “a veces”, “casi siempre” y “siempre”, por lo que se puede afirmar que se presenta una distribución de datos muy cercanos a la media y con una buena confiabilidad en los resultados.

Pregunta 23. La atención en los servicios de alojamiento es adecuada y está orientada a brindar confort al visitante

Se presenta el resumen del cuadro de estadísticos descriptivos.

ESTADÍSTICA DE CALIDAD TURÍSTICA: LA ATENCIÓN EN LOS SERVICIOS DE ALOJAMIENTO SON LIMPIOS Y ORIENTADA A BRINDAR CONFORT

Tabla 58: Estadística de Calidad turística: La atención en los servicios de alojamiento son limpios y orientada a brindar confort.

Estadísticos

Calidad turística: La atención en los servicios de alojamiento son limpios y orientada a brindar confort

N	Válido	243
	Perdidos	0
Media		3,87
Mediana		4,00
Moda		4
Desv. Desviación		,879
Varianza		,773

Curtosis	,050
Error estándar de curtosis	,311
Rango	4

Fuente: Propia.

Elaboración: propia

Del cuadro anterior se comprende que la media se ubica en el valor de 3.87, entre las opciones “a veces” y “casi siempre” con mayor tendencia hacia esta última, y se aprecia una desviación estándar de 0.879 indicando que las respuestas también abarcan la categoría “siempre” aunque un poco más concentradas en la categoría “casi siempre”. A continuación, se interpretan los resultados porcentuales.

CALIDAD TURÍSTICA: LA ATENCIÓN EN LOS SERVICIOS DE ALOJAMIENTO SON LIMPIOS Y ORIENTADA A BRINDAR CONFORT

Tabla 59: *Calidad turística: La atención en los servicios de alojamiento son limpios y orientada a brindar confort.*

Calidad turística: La atención en los servicios de alojamiento son limpios y orientada a brindar confort

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	3	1,2	1,2	1,2
	Casi nunca	7	2,9	2,9	4,1
	A veces	72	29,6	29,6	33,7
	Casi siempre	97	39,9	39,9	73,7
	Siempre	64	26,3	26,3	100,0
	Total	243	100,0	100,0	

Fuente: Propia.

Elaboración: propia

Del cuadro anterior, se aprecia que el 39.9% de la población encuestada afirma que la atención en los servicios de alojamiento de San Vicente de Cañete casi siempre es adecuada y está orientada a brindar confort al visitante, mientras que un 26.3% indica que siempre se encuentran en perfectas condiciones y 29.6% afirma que solo a veces lo están. Por otra parte, solo el 4.1% de la población afirma que casi nunca o nunca la atención en los alojamientos de San Vicente de Cañete es adecuada. Por lo tanto, el tercer enunciado de calidad turística denota un buen grado de involucramiento de la población y los prestadores de servicios en la actividad turística de San Vicente de Cañete debido a que muy bajo porcentaje considera que los establecimientos de hospedaje del distrito no brindan una buena atención al visitante.

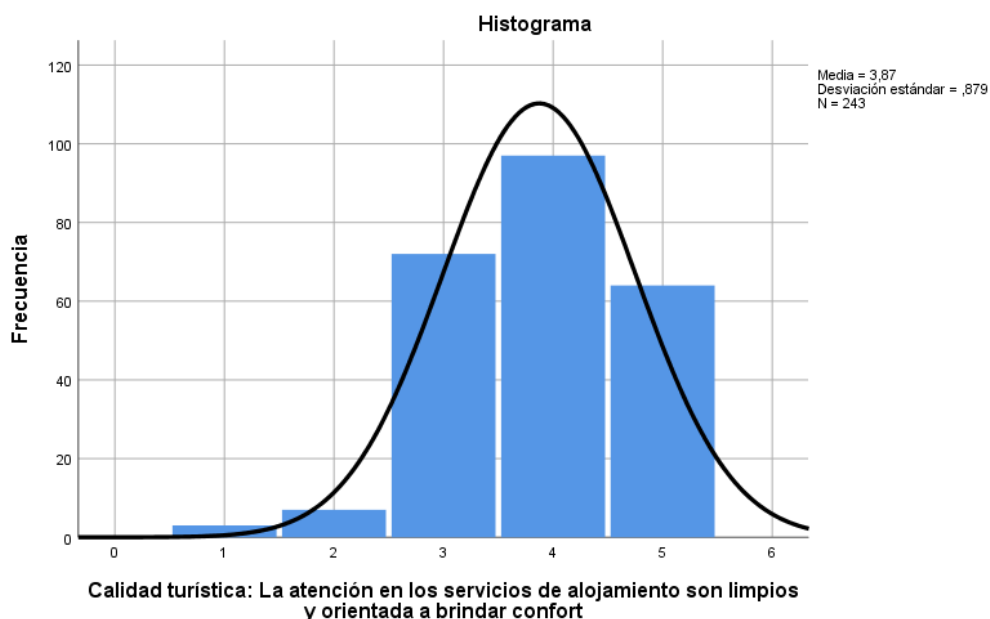


Figura 31: Histograma de Calidad turística: La atención en los servicios de alojamiento son limpios y orientada a brindar confort

Fuente: Propia.

Elaboración: propia

Por último, el histograma muestra una curtosis leptocúrtica con respecto de la media y la concentración de la muestra en las categorías “a veces”, “casi siempre” y “siempre”, por lo que se puede afirmar que se presenta una distribución de datos muy cercanos a la media y con una buena confiabilidad en los resultados.

Pregunta 24. En San Vicente de Cañete se difunden las normas de manejo de alimentos y las condiciones de atención al visitante

Se presenta el resumen del cuadro de estadísticos descriptivos.

ESTADÍSTICA DE CALIDAD TURÍSTICA: SE DIFUNDEN LAS NORMAS DE MANEJO DE LOS ALIMENTOS Y CONDICIONES DE ATENCIÓN

Tabla 60: Estadística de Calidad turística: Se difunden las normas de manejo de los alimentos y condiciones de atención.

Estadísticos

Calidad turística: Se difunden las normas de manejo de los alimentos y condiciones de atención

N	Válido	243
	Perdidos	0
Media		3,76
Mediana		4,00
Moda		4

Desv. Desviación	,897
Varianza	,804
Curtosis	-,652
Error estándar de curtosis	,311
Rango	4

Fuente: Propia.

Elaboración: propia

Del cuadro anterior se comprende que la media se ubica en el valor de 3.76, entre las opciones “a veces” y “casi siempre” con mayor tendencia hacia esta última, y se aprecia una desviación estándar de 0.897 indicando que las respuestas también abarcan la categoría “siempre” aunque un poco más concentradas en la categoría “casi siempre”. A continuación, se interpretan los resultados porcentuales.

CALIDAD TURÍSTICA: SE DIFUNDEN LAS NORMAS DE MANEJO DE LOS ALIMENTOS Y CONDICIONES DE ATENCIÓN

Tabla 61: *Calidad turística: Se difunden las normas de manejo de los alimentos y condiciones de atención*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	1	,4	,4	,4
	Casi nunca	15	6,2	6,2	6,6
	A veces	83	34,2	34,2	40,7
	Casi siempre	87	35,8	35,8	76,5
	Siempre	57	23,5	23,5	100,0
	Total	243	100,0	100,0	

Fuente: Propia.

Elaboración: propia

Del cuadro anterior, se aprecia que el 35.8% de la población encuestada afirma que en San Vicente de Cañete casi siempre se difunden las normas de manejo de alimentos y las condiciones de atención al visitante, mientras que un 23.5% indica que siempre se difunden y 34.2% afirma que ello se realiza a veces. Por otra parte, solo el 6.6% de la población afirma que casi nunca o nunca se difunden dichas normas. Por lo tanto, el cuarto enunciado de calidad turística denota un buen grado de involucramiento de la población y los prestadores de servicios en la actividad turística de San Vicente de Cañete debido a que muy bajo porcentaje considera que las normas de manejo de alimentos y las condiciones de atención al visitante no son difundidas adecuadamente en el distrito.

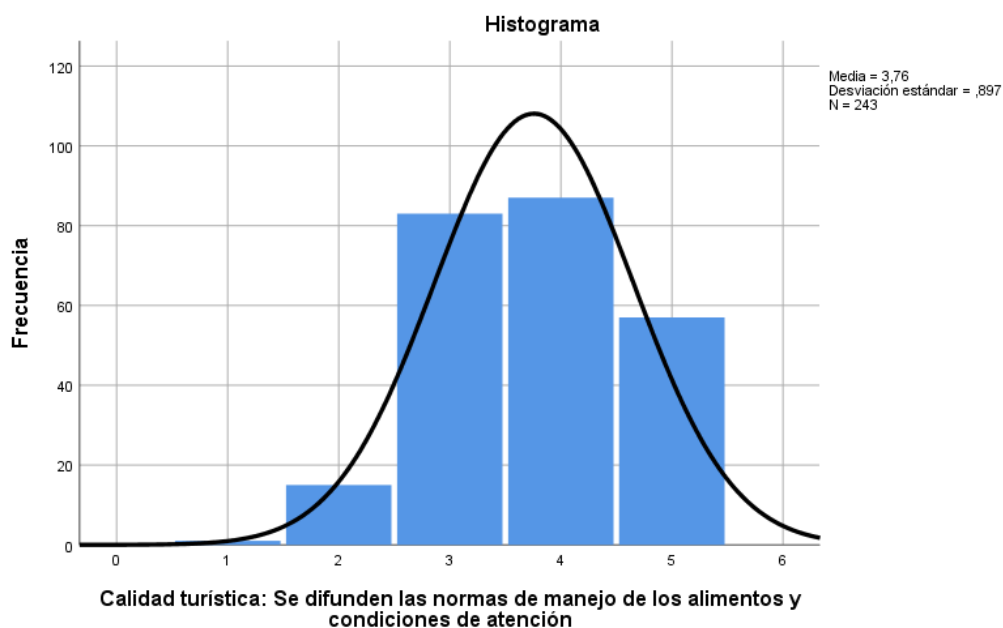


Figura 32: Histograma de Calidad turística: Se difunden las normas de manejo de los alimentos y condiciones de atención

Fuente: Propia.

Elaboración: propia

Por último, el histograma muestra una curtosis leptocúrtica con respecto de la media y la concentración de la muestra en las categorías “a veces”, “casi siempre” y “siempre”, por lo que se puede afirmar que se presenta una distribución de datos muy cercanos a la media y con una buena confiabilidad en los resultados.

Pregunta 25. El poblador contribuye a una buena atención en los diferentes servicios turísticos en San Vicente de Cañete

Se presenta el resumen del cuadro de estadísticos descriptivos.

ESTADÍSTICA DE CALIDAD TURÍSTICA: EL POBLADOR CONTRIBUYE A UNA BUENA ATENCIÓN EN LOS DIFERENTES SERVICIOS TURÍSTICOS

Tabla 62: *Estadística de Calidad turística: El poblador contribuye a una buena atención en los diferentes servicios turísticos*

Estadísticos

N	Válido	243
	Perdidos	0
Media		3,90
Mediana		4,00
Moda		4
Desv. Desviación		,827
Varianza		,684

Curtosis	-1,080
Error estándar de curtosis	,311
Rango	3

Fuente: Propia.

Elaboración: propia

Del cuadro anterior se comprende que la media se ubica en el valor de 3.90, entre las opciones “a veces” y “casi siempre” con mayor tendencia hacia esta última, y se aprecia una desviación estándar de 0.827 indicando que las respuestas también abarcan la categoría “siempre” aunque un poco más concentradas en la categoría “casi siempre”. A continuación, se interpretan los resultados porcentuales.

CALIDAD TURÍSTICA: EL POBLADOR CONTRIBUYE A UNA BUENA ATENCIÓN EN LOS DIFERENTES SERVICIOS TURÍSTICOS

Tabla 63: *Calidad turística: El poblador contribuye a una buena atención en los diferentes servicios turísticos*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Casi nunca	5	2,1	2,1	2,1
	A veces	81	33,3	33,3	35,4
	Casi siempre	90	37,0	37,0	72,4
	Siempre	67	27,6	27,6	100,0
	Total	243	100,0	100,0	

Fuente: Propia.

Elaboración: propia

Del cuadro anterior, se aprecia que el 37% de la población encuestada afirma que los pobladores de San Vicente de Cañete casi siempre contribuyen a una buena atención al visitante en los diferentes servicios turísticos que disfruta, mientras que un 27.6% indica que siempre contribuyen y 33.3% afirma que ello se realiza a veces. Por otra parte, solo el 2.1% de la población afirma que casi nunca o nunca los pobladores contribuyen en una adecuada atención al visitante. Por lo tanto, el quinto enunciado de calidad turística denota un buen grado de involucramiento de la población y los prestadores de servicios en la actividad turística de San Vicente de Cañete debido a que muy bajo porcentaje considera que los pobladores no brindan un servicio de calidad y una atención orientada a satisfacer a los visitantes del distrito.

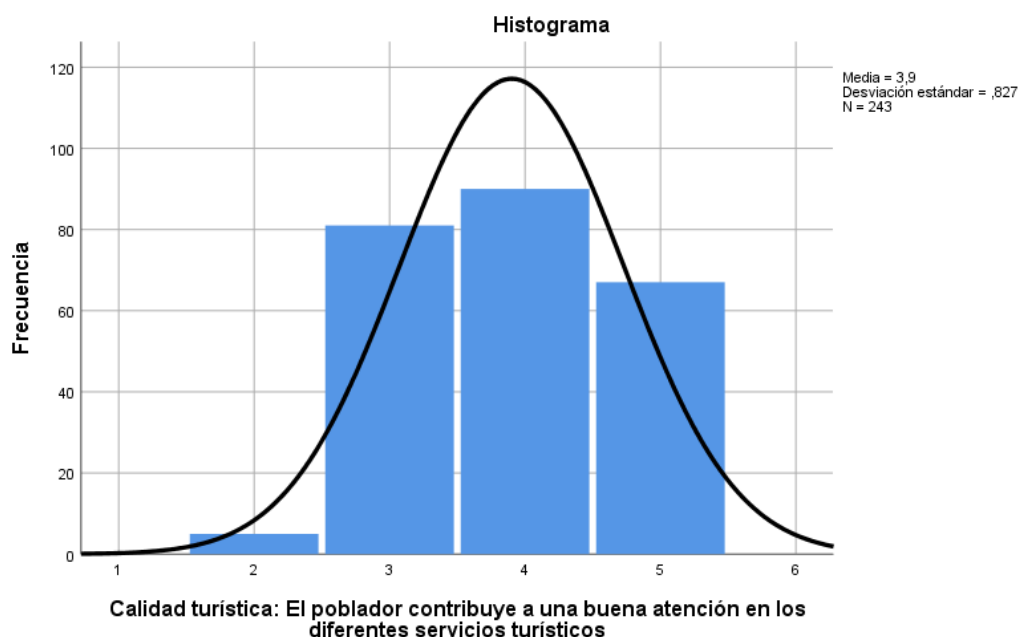


Figura 33: Histograma de Calidad turística: El poblador contribuye a una buena atención en los diferentes servicios turísticos

Fuente: Propia.

Elaboración: propia

Por último, el histograma muestra una curtosis leptocúrtica con respecto de la media y la concentración de la muestra en las categorías “a veces”, “casi siempre” y “siempre”, por lo que se puede afirmar que se presenta una distribución de datos muy cercanos a la media y con una buena confiabilidad en los resultados.

En conclusión, se puede observar que el involucramiento de la población local y prestadores de servicios turísticos del distrito de San Vicente de Cañete con respecto de la atención al visitante es relativamente alto, aunque dicha afirmación debe ser comprobada mediante método estadístico.

4.1.3. Conciencia ambiental

Dimensión 5. Recursos

La pregunta 7 del cuestionario refiere a la percepción del poblador de San Vicente de Cañete con respecto del uso de los recursos naturales en su distrito y su papel en la experiencia turística. Para ello se utilizan cinco enunciados, los cuales son respondidos en una escala de tipo nominal con las siguientes opciones: (1) nunca, (2) casi nunca, (3) a veces, (4) casi siempre y (5) siempre.

Pregunta 26. Los recursos naturales se aprovechan para desarrollar el turismo en Cañete

Se presenta el resumen del cuadro de estadísticos descriptivos.

ESTADÍSTICA DE RECURSOS: LOS RECURSOS NATURALES SE EXPLOTAN PARA DESARROLLAR EL TURISMO EN CAÑETE

Tabla 64: *Estadística de Recursos: Los recursos naturales se explotan para desarrollar el turismo en Cañete*

Estadísticos

Recursos: Los recursos naturales se explotan para desarrollar el turismo en Cañete

N	Válido	243
	Perdidos	0
Media		3,99
Mediana		4,00
Moda		4
Desv. Desviación		,860
Varianza		,740
Curtosis		-,559
Error estándar de curtosis		,311
Rango		4

Fuente: Propia.

Elaboración: propia

Del cuadro anterior se comprende que la media se ubica en el valor de 3.99, entre las opciones “a veces” y “casi siempre” con mayor tendencia hacia esta última, y se aprecia una desviación estándar de 0.860 indicando que las respuestas también abarcan la categoría “siempre” aunque un poco más concentradas en la categoría “casi siempre”. A continuación, se interpretan los resultados porcentuales.

RECURSOS: LOS RECURSOS NATURALES SE EXPLOTAN PARA DESARROLLAR EL TURISMO EN CAÑETE

Tabla 65: *Recursos: Los recursos naturales se explotan para desarrollar el turismo en Cañete*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	1	,4	,4	,4
	Casi nunca	6	2,5	2,5	2,9
	A veces	67	27,6	27,6	30,5
	Casi siempre	90	37,0	37,0	67,5
	Siempre	79	32,5	32,5	100,0
	Total	243	100,0	100,0	

Fuente y elaboración: Propia.

Del cuadro anterior, se aprecia que el 37% de la población encuestada afirma que los recursos naturales de San Vicente de Cañete casi siempre se aprovechan para atender a la demanda turística, mientras que un 32.5% indica que siempre se aprovechan para dicha tarea y 27.6% afirma que ello se realiza a veces. Por otra parte, solo el 2.9% de la población afirma que casi nunca o nunca el uso de los recursos naturales del distrito contribuye en el desarrollo turístico. Por lo tanto, el primer enunciado de recursos denota un buen grado de involucramiento de la población y los prestadores de servicios en la actividad turística de San Vicente de Cañete debido a que muy bajo porcentaje considera que el uso de los recursos naturales del distrito no contribuye al desarrollo de su actividad turística.

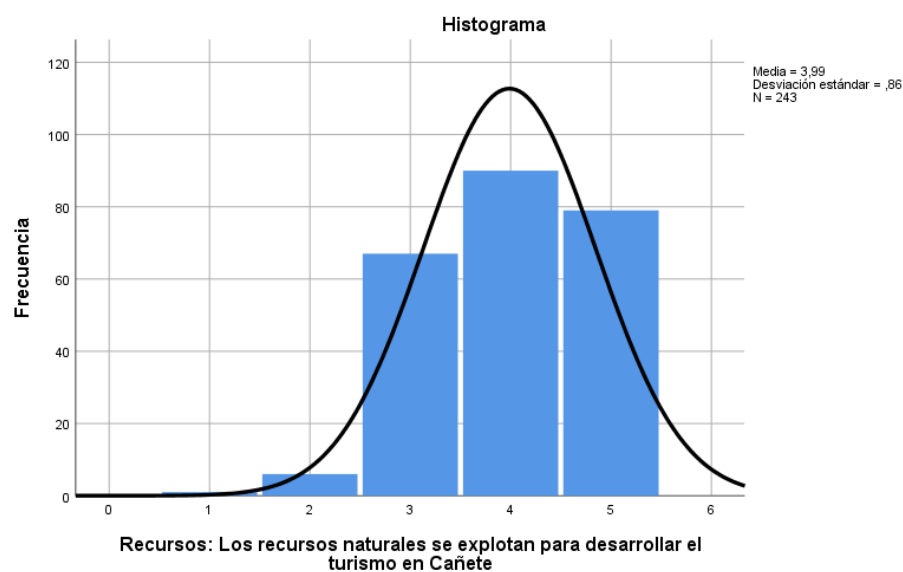


Figura 34: Histograma de Recursos: Los recursos naturales se explotan para desarrollar el turismo en Cañete

Fuente: Propia.

Elaboración: propia

Por último, el histograma muestra una curtosis leptocúrtica con respecto de la media y la concentración de la muestra en las categorías “a veces”, “casi siempre” y “siempre”, por lo que se puede afirmar que se presenta una distribución de datos muy cercanos a la media y con una buena confiabilidad en los resultados.

Pregunta 27. La explotación de los recursos naturales actualmente genera procesos de mejora de los stocks

Se presenta el resumen del cuadro de estadísticos descriptivos.

ESTADÍSTICA DE RECURSOS: LA EXPLOTACIÓN DE LOS RECURSOS NATURALES ACTUALMENTE GENERA PROCESOS DE MEJORA DE LOS STOCKS

Tabla 66: *Estadística de Recursos: La explotación de los recursos naturales actualmente genera procesos de mejora de los stock.*

Estadísticos

N	Válido	243
	Perdidos	0
Media		3,88
Mediana		4,00
Moda		4
Desv. Desviación		,950
Varianza		,902
Curtosis		-,303
Error estándar de curtosis		,311
Rango		4

Fuente: Propia.

Elaboración: propia

Del cuadro anterior se comprende que la media se ubica en el valor de 3.88, entre las opciones “a veces” y “casi siempre” con mayor tendencia hacia esta última, y se aprecia una desviación estándar de 0.950 indicando que las respuestas también abarcan la categoría “siempre” aunque un poco más concentradas en la categoría “casi siempre”. A continuación, se interpretan los resultados porcentuales.

RECURSOS: LA EXPLOTACIÓN DE LOS RECURSOS NATURALES ACTUALMENTE GENERA PROCESOS DE MEJORA DE LOS STOCKS

Tabla 67: *Recursos: La explotación de los recursos naturales actualmente genera procesos de mejora de los stocks*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	3	1,2	1,2	1,2
	Casi nunca	13	5,3	5,3	6,6
	A veces	69	28,4	28,4	35,0
	Casi siempre	84	34,6	34,6	69,5
	Siempre	74	30,5	30,5	100,0
	Total	243	100,0	100,0	

Fuente: Propia.

Elaboración: propia

Del cuadro anterior, se aprecia que el 34.6% de la población encuestada afirma que la explotación de los recursos naturales de San Vicente de Cañete casi siempre genera procesos de mejora de los stocks, mientras que un 30.5% indica que siempre se genera y 28.4% afirma que ello se realiza a veces. Por otra parte, solo el 6.6% de la población afirma que casi nunca o nunca el uso de los recursos naturales del distrito contribuye a procesos de mejora de los stocks. Por lo tanto, el segundo enunciado de recursos denota un buen grado de involucramiento de la población y los prestadores de servicios en la actividad turística de San Vicente de Cañete debido a que muy bajo porcentaje considera que el uso de los recursos naturales del distrito no contribuye al desarrollo de su actividad turística.

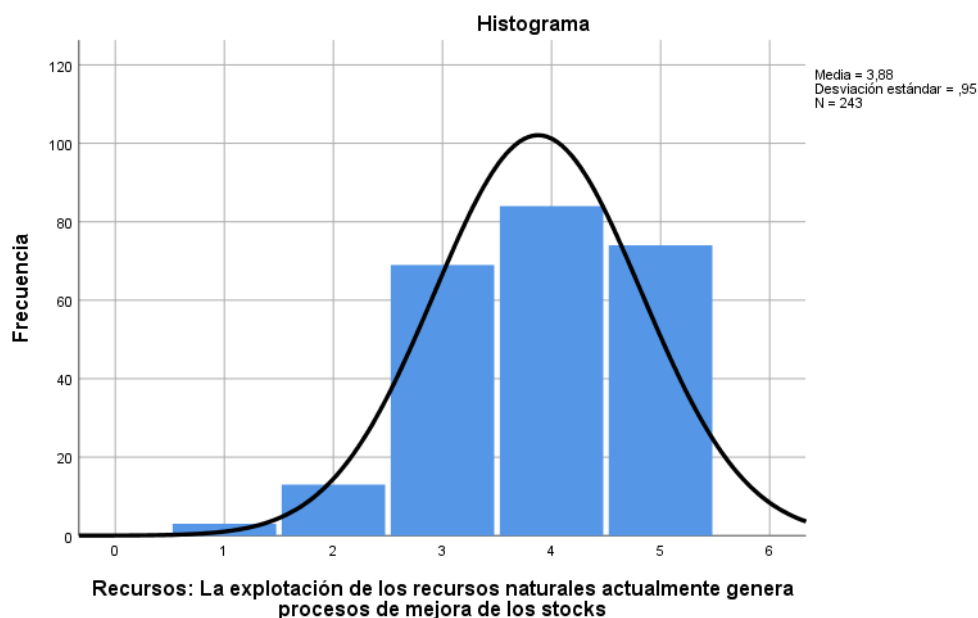


Figura 35: Histograma de Recursos: La explotación de los recursos naturales actualmente genera procesos de mejora de los stocks

Fuente: Propia.

Elaboración: propia.

Por último, el histograma muestra una curtosis leptocúrtica con respecto de la media y la concentración de la muestra en las categorías “a veces”, “casi siempre” y “siempre”, por lo que se puede afirmar que se presenta una distribución de datos muy cercanos a la media y con una buena confiabilidad en los resultados.

Pregunta 28. La oferta turística actual respeta el cuidado de los recursos

Se presenta el resumen del cuadro de estadísticos descriptivos.

ESTADÍSTICA DE RECURSOS: LA OFERTA TURÍSTICA ACTUAL RESPETA EL CUIDADO DE LOS RECURSOS

Tabla 68: *Estadística de Recursos: La oferta turística actual respeta el cuidado de los recursos.*

Estadísticos

Recursos: La oferta turística actual respeta el cuidado de los recursos

N	Válido	243
	Perdidos	0
Media		3,76
Mediana		4,00
Moda		4
Desv. Desviación		,936
Varianza		,877
Curtosis		-,153
Error estándar de curtosis		,311
Rango		4

Fuente: Propia.

Elaboración: propia

Del cuadro anterior se comprende que la media se ubica en el valor de 3.76, entre las opciones “a veces” y “casi siempre” con mayor tendencia hacia esta última, y se aprecia una desviación estándar de 0.936 indicando que las respuestas también abarcan la categoría “siempre” aunque un poco más concentradas en la categoría “casi siempre”. A continuación, se interpretan los resultados porcentuales.

RECURSOS: LA OFERTA TURÍSTICA ACTUAL RESPETA EL CUIDADO DE LOS RECURSOS

Tabla 69: *Recursos: La oferta turística actual respeta el cuidado de los recursos*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	4	1,6	1,6	1,6
	Casi nunca	13	5,3	5,3	7,0
	A veces	79	32,5	32,5	39,5
	Casi siempre	88	36,2	36,2	75,7
	Siempre	59	24,3	24,3	100,0
	Total	243	100,0	100,0	

Fuente: Propia.

Elaboración: propia

Del cuadro anterior, se aprecia que el 36.2% de la población encuestada afirma que la oferta turística de San Vicente de Cañete (prestadores de servicios turísticos) casi siempre

respetar el cuidado de los recursos naturales, mientras que un 24.3% indica que siempre lo hacen y 32.5% afirma que ello se realiza a veces. Por otra parte, solo el 7% de la población afirma que casi nunca o nunca la oferta turística respeta el cuidado de los recursos naturales del distrito. Por lo tanto, el tercer enunciado de recursos denota un buen grado de involucramiento de la población y los prestadores de servicios en la actividad turística de San Vicente de Cañete debido a que muy bajo porcentaje considera que no aprovechan los recursos naturales del distrito para la mejora de la actividad turística.

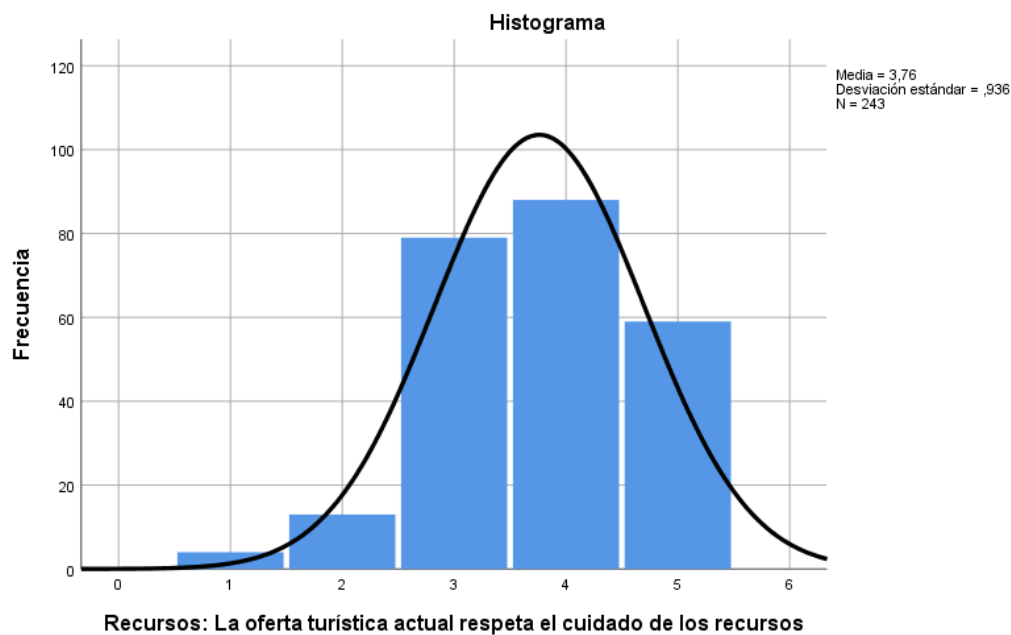


Figura 36: Histograma de Recursos: La oferta turística actual respeta el cuidado de los recursos

Fuente: Propia.

Elaboración: propia

Por último, el histograma muestra una curtosis leptocúrtica con respecto de la media y la concentración de la muestra en las categorías “a veces”, “casi siempre” y “siempre”, por lo que se puede afirmar que se presenta una distribución de datos muy cercanos a la media y con una buena confiabilidad en los resultados.

Pregunta 29. Se difunden programas y/o actividades para el cuidado de los recursos

Se presenta el resumen del cuadro de estadísticos descriptivos.

ESTADÍSTICA DE RECURSOS: SE DIFUNDEN PROGRAMAS Y/O ACTIVIDADES PARA EL CUIDADO DE LOS RECURSOS

Tabla 70: *Estadística de Recursos: Se difunden programas y/o actividades para el cuidado de los recursos*

Estadísticos

N	Válido	243
	Perdidos	0
Media		3,69
Mediana		4,00
Moda		4
Desv. Desviación		,957
Varianza		,917
Curtosis		-,303
Error estándar de curtosis		,311
Rango		4

Fuente: Propia.

Elaboración: propia

Del cuadro anterior se comprende que la media se ubica en el valor de 3.69, entre las opciones “a veces” y “casi siempre” con mayor tendencia hacia esta última, y se aprecia una desviación estándar de 0.957 indicando que las respuestas también abarcan la categoría “siempre” aunque un poco más concentradas en la categoría “casi siempre”. A continuación, se interpretan los resultados porcentuales.

RECURSOS: SE DIFUNDEN PROGRAMAS Y/O ACTIVIDADES PARA EL CUIDADO DE LOS RECURSOS

Tabla 71: *Recursos: Se difunden programas y/o actividades para el cuidado de los recursos*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	4	1,6	1,6	1,6
	Casi nunca	19	7,8	7,8	9,5
	A veces	79	32,5	32,5	42,0
	Casi siempre	87	35,8	35,8	77,8
	Siempre	54	22,2	22,2	100,0
	Total	243	100,0	100,0	

Fuente: Propia.

Elaboración: propia

Del cuadro anterior, se aprecia que el 35.8% de la población encuestada afirma que en San Vicente de Cañete casi siempre se difunden programas y/o actividades para el

cuidado de los recursos naturales, mientras que un 22.2% indica que siempre son difundidos y 32.5% afirma que ello se realiza a veces. Por otra parte, el 9.5% de la población afirma que casi nunca o nunca se difunden programas y/o actividades para el cuidado de los recursos naturales del distrito (resultado negativo ligeramente superior a los anteriormente registrados, aunque aún dentro de un margen menor aceptable). Por lo tanto, el cuarto enunciado de recursos denota un buen grado de involucramiento de la población y los prestadores de servicios en la actividad turística de San Vicente de Cañete debido a que muy bajo porcentaje considera que no se difunden programas y proyectos orientados al cuidado de los recursos naturales del distrito y su aprovechamiento en la actividad turística.

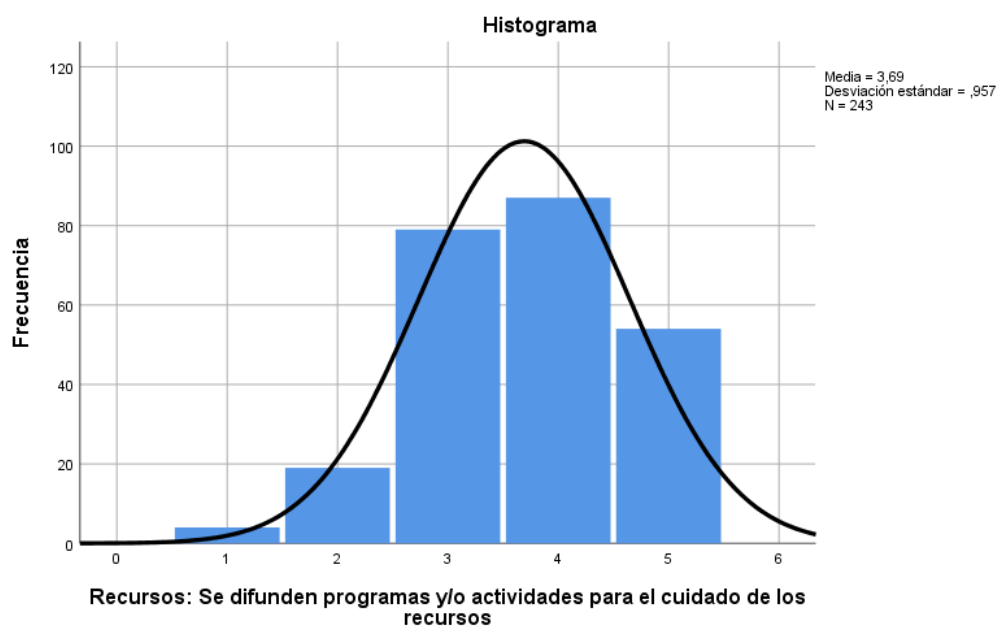


Figura 37: Histograma de Recursos: Se difunden programas y/o actividades para el cuidado de los recursos

Fuente: Propia.

Elaboración: propia

Por último, el histograma muestra una curtosis leptocúrtica con respecto de la media y la concentración de la muestra en las categorías “a veces”, “casi siempre” y “siempre”, por lo que se puede afirmar que se presenta una distribución de datos muy cercanos a la media y con una buena confiabilidad en los resultados.

Pregunta 30. El poblador considera que el cuidado de los recursos naturales tiene prioridad en la actitud de la población

Se presenta el resumen del cuadro de estadísticos descriptivos.

ESTADÍSTICA DE RECURSOS: CONSIDERA QUE EL CUIDADO DE LOS RECURSOS NATURALES TIENE PRIORIDAD EN LA ACTITUD DE LA POBLACIÓN

Tabla 72: Estadística de Recursos: Considera que el cuidado de los recursos naturales tiene prioridad en la actitud de la población

Estadísticos

Recursos: Considera que el cuidado de los recursos naturales tiene prioridad en la actitud de la población

N	Válido	243
	Perdidos	0
Media		3,81
Mediana		4,00
Moda		4
Desv. Desviación		,983
Varianza		,967
Curtosis		,063
Error estándar de curtosis		,311
Rango		4

Fuente: Propia.

Elaboración: propia

Del cuadro anterior se comprende que la media se ubica en el valor de 3.81, entre las opciones “a veces” y “casi siempre” con mayor tendencia hacia esta última, y se aprecia una desviación estándar de 0.983 indicando que las respuestas también abarcan la categoría “siempre” aunque un poco más concentradas en la categoría “casi siempre”. A continuación, se interpretan los resultados porcentuales.

RECURSOS: CONSIDERA QUE EL CUIDADO DE LOS RECURSOS NATURALES TIENE PRIORIDAD EN LA ACTITUD DE LA POBLACIÓN

Tabla 73: Recursos: Considera que el cuidado de los recursos naturales tiene prioridad en la actitud de la población.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	6	2,5	2,5	2,5
	Casi nunca	14	5,8	5,8	8,2
	A veces	67	27,6	27,6	35,8
	Casi siempre	90	37,0	37,0	72,8
	Siempre	66	27,2	27,2	100,0
	Total	243	100,0	100,0	

Fuente: Propia.

Elaboración: propia

Del cuadro anterior, se aprecia que el 37% de la población encuestada afirma que casi siempre consideran que el cuidado de los recursos naturales tiene prioridad en su actitud, mientras que un 27.2% indica que siempre es prioridad y 27.6% afirma que solo a veces. Por otra parte, el 8.2% de la población afirma que casi nunca o nunca el cuidado de los recursos naturales del distrito ha sido prioridad (resultado negativo ligeramente superior a los anteriormente registrados, aunque aún dentro de un margen menor aceptable). Por lo tanto, el quinto enunciado de recursos denota un buen grado de involucramiento de la población en la actividad turística de San Vicente de Cañete debido a que muy bajo porcentaje considera que no consideran una prioridad el cuidado de los recursos naturales del distrito.

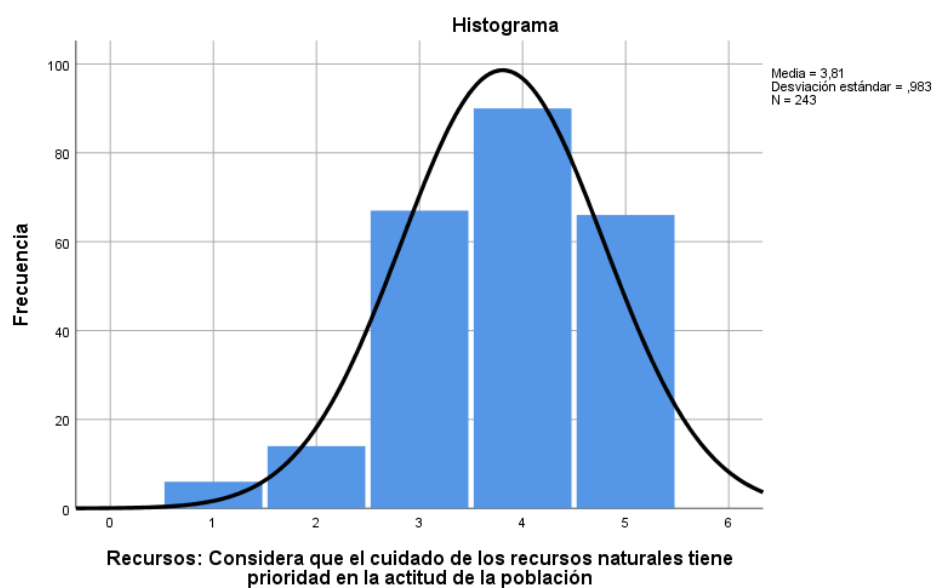


Figura 38: Histograma de Recursos: Considera que el cuidado de los recursos naturales tiene prioridad en la actitud de la población

Fuente: Propia.

Elaboración: propia

Por último, el histograma muestra una curtosis leptocúrtica con respecto de la media y la concentración de la muestra en las categorías “a veces”, “casi siempre” y “siempre”, por lo que se puede afirmar que se presenta una distribución de datos muy cercanos a la media y con una buena confiabilidad en los resultados.

En conclusión, se puede observar que el involucramiento de la población local y prestadores de servicios turísticos del distrito de San Vicente de Cañete con respecto del cuidado y preservación de los recursos naturales del distrito es relativamente alto, aunque dicha afirmación debe ser comprobada mediante método estadístico.

Dimensión 6. Servicios urbanos

La pregunta 8 del cuestionario refiere a la percepción del poblador de San Vicente de Cañete con respecto del uso de los servicios urbanos en su distrito y su papel en la experiencia turística. Para ello se utilizan cinco enunciados, los cuales son respondidos en una escala de tipo nominal con las siguientes opciones: (1) nunca, (2) casi nunca, (3) a veces, (4) casi siempre y (5) siempre.

Pregunta 31. Le preocupa el actual ordenamiento urbano

Se presenta el resumen del cuadro de estadísticos descriptivos.

ESTADÍSTICA DE SERVICIOS URBANOS: LE PREOCUPA EL ACTUAL ORDENAMIENTO URBANO

Tabla 74: Estadística de Servicios urbanos: Le preocupa el actual ordenamiento urbano.

Estadísticos

N	Válido	243
	Perdidos	0
Media		3,99
Mediana		4,00
Moda		4
Desv. Desviación		,927
Varianza		,859
Curtosis		,057
Error estándar de curtosis		,311
Rango		4

Fuente: Propia.

Elaboración: propia

Del cuadro anterior se comprende que la media se ubica en el valor de 3.99, entre las opciones “a veces” y “casi siempre” con mayor tendencia hacia esta última, y se aprecia una desviación estándar de 0.927 indicando que las respuestas también abarcan la categoría “siempre” aunque un poco más concentradas en la categoría “casi siempre”. A continuación, se interpretan los resultados porcentuales.

SERVICIOS URBANOS: LE PREOCUPA EL ACTUAL ORDENAMIENTO URBANO

Tabla 75: Servicios urbanos: Le preocupa el actual ordenamiento urbano

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	3	1,2	1,2	1,2
	Casi nunca	10	4,1	4,1	5,3
	A veces	57	23,5	23,5	28,8
	Casi siempre	89	36,6	36,6	65,4
	Siempre	84	34,6	34,6	100,0
	Total	243	100,0	100,0	

Fuente: Propia.

Elaboración: propia

Del cuadro anterior, se aprecia que el 36.6% de la población encuestada afirma que casi siempre le preocupa el actual ordenamiento urbano de San Vicente de Cañete, mientras que un 34.6% indica que siempre le preocupa y 23.5% afirma que se preocupa a veces. Por otra parte, solo el 5.3% de la población afirma que casi nunca o nunca le preocupa la situación actual del ordenamiento urbano de la ciudad. Por lo tanto, el primer enunciado de servicios urbanos denota un buen grado de involucramiento de la población en la actividad turística de San Vicente de Cañete debido a que muy bajo porcentaje no le preocupa el actual ordenamiento urbano, componente importante para el desarrollo de la actividad turística.

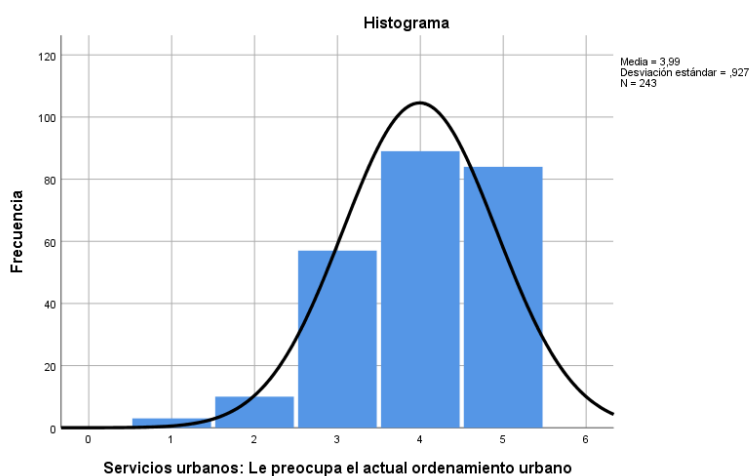


Figura 39: Histograma de Servicios urbanos: Le preocupa el actual ordenamiento urbano

Fuente: Propia.

Elaboración: propia

Por último, el histograma muestra una curtosis leptocúrtica con respecto de la media y la concentración de la muestra en las categorías “a veces”, “casi siempre” y “siempre”, por lo que se puede afirmar que se presenta una distribución de datos muy cercanos a la media y con una buena confiabilidad en los resultados.

Pregunta 32. Para mejorar el ordenamiento urbano, la población participa en programas de limpieza y ornato

Se presenta el resumen del cuadro de estadísticos descriptivos.

ESTADÍSTICA DE SERVICIOS URBANOS: PARA MEJORAR EL ORDENAMIENTO URBANO, LA POBLACIÓN PARTICIPA EN PROGRAMAS DE LIMPIEZA Y ORNATO

Tabla 76: *Estadística de Servicios urbanos: Para mejorar el ordenamiento urbano, la población participa en programas de limpieza y ornato*

Estadísticos

Servicios urbanos: Para mejorar el ordenamiento urbano, la población participa en programas de limpieza y ornato

N	Válido	243
	Perdidos	0
Media		3,66
Mediana		4,00
Moda		4
Desv. Desviación		,972
Varianza		,945
Curtosis		-,372
Error estándar de curtosis		,311
Rango		4

Fuente: Propia.

Elaboración: propia

Del cuadro anterior se comprende que la media se ubica en el valor de 3.66, entre las opciones “a veces” y “casi siempre” con mayor tendencia hacia esta última, y se aprecia una desviación estándar de 0.972 indicando que las respuestas también abarcan la categoría “siempre” aunque un poco más concentradas en la categoría “casi siempre”. A continuación, se interpretan los resultados porcentuales.

SERVICIOS URBANOS: PARA MEJORAR EL ORDENAMIENTO URBANO, LA POBLACIÓN PARTICIPA EN PROGRAMAS DE LIMPIEZA Y ORNATO

Tabla 77: *Servicios urbanos: Para mejorar el ordenamiento urbano, la población participa en programas de limpieza y ornato.*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	4	1,6	1,6	1,6
	Casi nunca	24	9,9	9,9	11,5
	A veces	74	30,5	30,5	42,0
	Casi siempre	90	37,0	37,0	79,0
	Siempre	51	21,0	21,0	100,0
	Total	243	100,0	100,0	

Fuente: Propia.

Elaboración: propia

Del cuadro anterior, se aprecia que el 37% de la población encuestada afirma que casi siempre participa de programas de limpieza y ornato con la finalidad de mejorar el ordenamiento urbano de San Vicente de Cañete, mientras que un 21% indica que siempre participa y 30.5% afirma que participa a veces. Por otra parte, el 11.5% de la población afirma que casi nunca o nunca participa en dichos programas para la mejora del actual del ordenamiento urbano de la ciudad (resultado negativo ligeramente superior a los registrados anteriormente). Por lo tanto, el segundo enunciado de servicios urbanos denota un buen grado de involucramiento de la población en la actividad turística de San Vicente de Cañete debido a que muy bajo porcentaje no participa en programas para la mejora del actual ordenamiento urbano, componente importante para el desarrollo de la actividad turística.

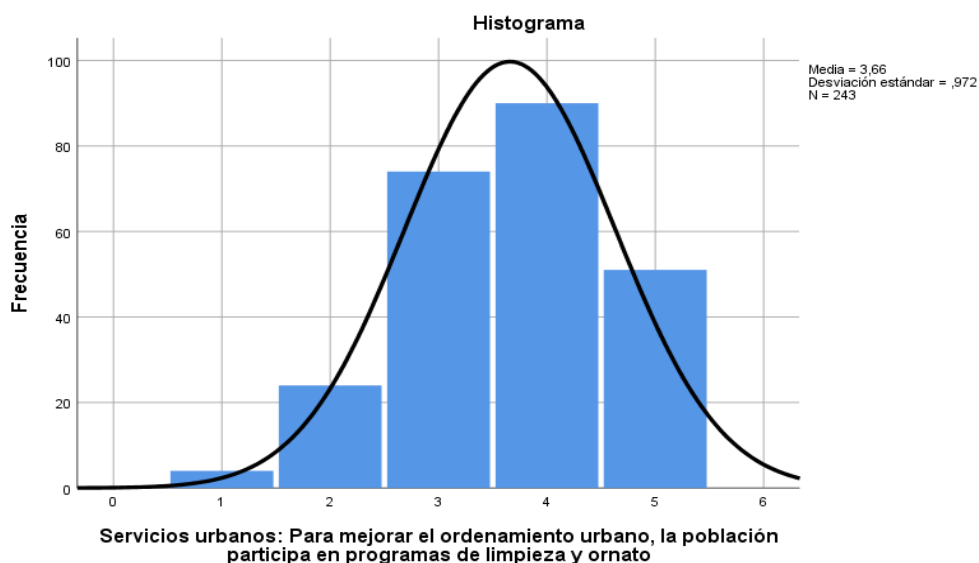


Figura 40: Histograma de Servicios urbanos: Para mejorar el ordenamiento urbano, la población participa en programas de limpieza y ornato

Fuente: Propia.

Elaboración: propia

Por último, el histograma muestra una curtosis leptocúrtica con respecto de la media y la concentración de la muestra en las categorías “a veces”, “casi siempre” y “siempre”, por lo que se puede afirmar que se presenta una distribución de datos muy cercanos a la media y con una buena confiabilidad en los resultados.

Pregunta 33. Los visitantes manejan adecuadamente sus residuos sólidos de tal forma que no afectan los servicios urbanos en San Vicente de Cañete

Se presenta el resumen del cuadro de estadísticos descriptivos.

ESTADÍSTICA DE SERVICIOS URBANOS: LOS VISITANTES MANEJAN ADECUADAMENTE SUS RESIDUOS SÓLIDOS DE TAL FORMA QUE NO AFECTAN LOS SERVICIOS

Tabla 78: Estadística de Servicios urbanos: Los visitantes manejan adecuadamente sus residuos sólidos de tal forma que no afectan los servicios

Estadísticos

N	Válido	243
	Perdidos	0
Media		3,75
Mediana		4,00
Moda		4
Desv. Desviación		1,055
Varianza		1,112
Curtosis		-,328

Error estándar de curtosis	,311
Rango	4

Fuente: Propia.

Elaboración: propia

Del cuadro anterior se comprende que la media se ubica en el valor de 3.75, entre las opciones “a veces” y “casi siempre” con mayor tendencia hacia esta última, y se aprecia una desviación estándar de 1.055 indicando que las respuestas también abarcan la categoría “siempre” aunque un poco más concentradas en la categoría “casi siempre”. A continuación, se interpretan los resultados porcentuales.

**SERVICIOS URBANOS: LOS VISITANTES MANEJAN
ADECUADAMENTE SUS RESIDUOS SÓLIDOS DE TAL
FORMA QUE NO AFECTAN LOS SERVICIOS**

Tabla 79: *Servicios urbanos: Los visitantes manejan adecuadamente sus residuos sólidos de tal forma que no afectan los servicios*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	7	2,9	2,9	2,9
	Casi nunca	21	8,6	8,6	11,5
	A veces	67	27,6	27,6	39,1
	Casi siempre	78	32,1	32,1	71,2
	Siempre	70	28,8	28,8	100,0
	Total	243	100,0	100,0	

Fuente: Propia.

Elaboración: propia

Del cuadro anterior, se aprecia que el 32.1% de la población encuestada afirma que casi siempre los visitantes manejan adecuadamente sus residuos sólidos para no afectar los servicios públicos de San Vicente de Cañete, mientras que un 28.8% indica que siempre lo hacen y 27.6% afirma que lo hacen a veces. Por otra parte, el 11.5% de la población afirma que los visitantes casi nunca o nunca gestionan adecuadamente sus residuos sólidos (resultado negativo ligeramente superior a los registrados anteriormente). Por lo tanto, el tercer enunciado de servicios urbanos denota un buen grado de involucramiento de la población en la actividad turística de San Vicente de Cañete debido a que muy bajo porcentaje indica que los visitantes no gestionan adecuadamente sus residuos sólidos para la mejora del actual ordenamiento urbano, componente importante para el desarrollo de la actividad turística.

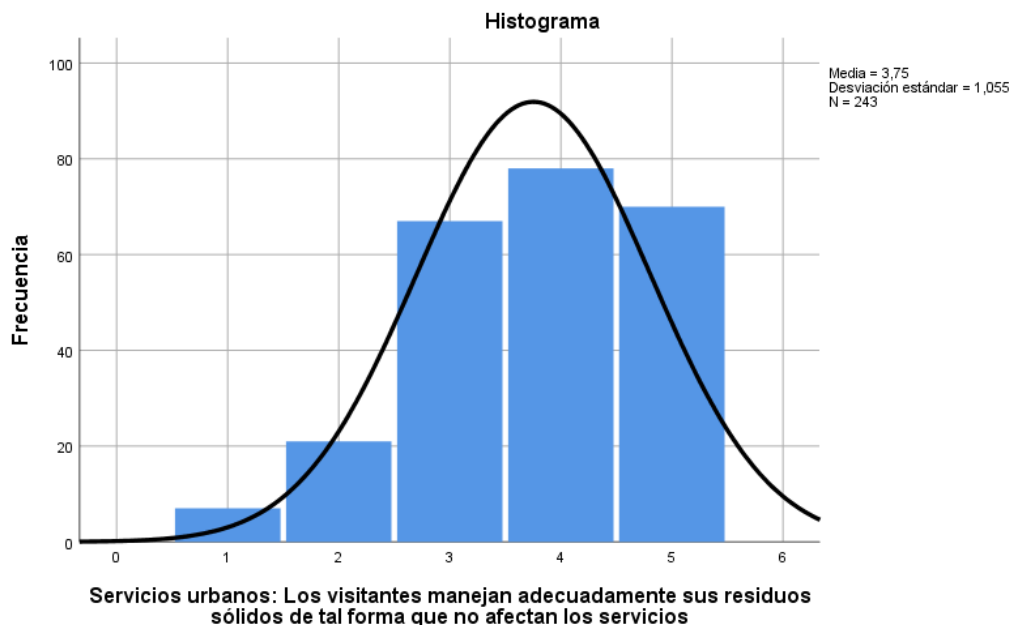


Figura 41: Histograma de Servicios urbanos: Los visitantes manejan adecuadamente sus residuos sólidos de tal forma que no afectan los servicios.

Fuente: Propia.

Elaboración: propia

Por último, el histograma muestra una curtosis leptocúrtica con respecto de la media y la concentración de la muestra en las categorías “a veces”, “casi siempre” y “siempre”, por lo que se puede afirmar que se presenta una distribución de datos muy cercanos a la media y con una buena confiabilidad en los resultados.

Pregunta 34. La organización de actividades por la población da resultados favorables para la comunidad de San Vicente de Cañete

Se presenta el resumen del cuadro de estadísticos descriptivos.

ESTADÍSTICA DE SERVICIOS URBANOS: LA ORGANIZACIÓN DE ACTIVIDADES POR LA POBLACIÓN DA RESULTADOS FAVORABLES PARA LA COMUNIDAD

Tabla 80: *Estadística de Servicios urbanos: La organización de actividades por la población da resultados favorables para la comunidad.*

Estadísticos

Servicios urbanos: La organización de actividades por la población da resultados favorables para la comunidad

N	Válido	243
	Perdidos	0
Media		3,85
Mediana		4,00
Moda		4
Desv. Desviación		,911
Varianza		,829
Curtosis		-,043
Error estándar de curtosis		,311
Rango		4

Fuente: Propia.

Elaboración: propia

Del cuadro anterior se comprende que la media se ubica en el valor de 3.85, entre las opciones “a veces” y “casi siempre” con mayor tendencia hacia esta última, y se aprecia una desviación estándar de 0.911 indicando que las respuestas también abarcan la categoría “siempre” aunque un poco más concentradas en la categoría “casi siempre”. A continuación, se interpretan los resultados porcentuales.

SERVICIOS URBANOS: LA ORGANIZACIÓN DE ACTIVIDADES POR LA POBLACIÓN DA RESULTADOS FAVORABLES PARA LA COMUNIDAD

Tabla 81: *Servicios urbanos: La organización de actividades por la población da resultados favorables para la comunidad.*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	3	1,2	1,2	1,2
	Casi nunca	12	4,9	4,9	6,2
	A veces	67	27,6	27,6	33,7
	Casi siempre	97	39,9	39,9	73,7
	Siempre	64	26,3	26,3	100,0
	Total	243	100,0	100,0	

Fuente: Propia.

Elaboración: propia

Del cuadro anterior, se aprecia que el 39.9% de la población encuestada afirma que casi siempre las actividades organizadas por la comunidad de San Vicente de Cañete generan resultados favorables para el distrito, mientras que un 26.3% indica que siempre brindan resultados favorables y 27.6% afirma que lo hacen a veces. Por otra parte, solo el 6.2% de la población afirma que dichas actividades casi nunca o nunca gestionan resultados favorables. Por lo tanto, el cuarto enunciado de servicios urbanos denota un buen grado de involucramiento de la población en la actividad turística de San Vicente de Cañete debido a que muy bajo porcentaje indica que las actividades dirigidas por la comunidad brinden pocos resultados para la mejora del actual ordenamiento urbano, componente importante para el desarrollo de la actividad turística.

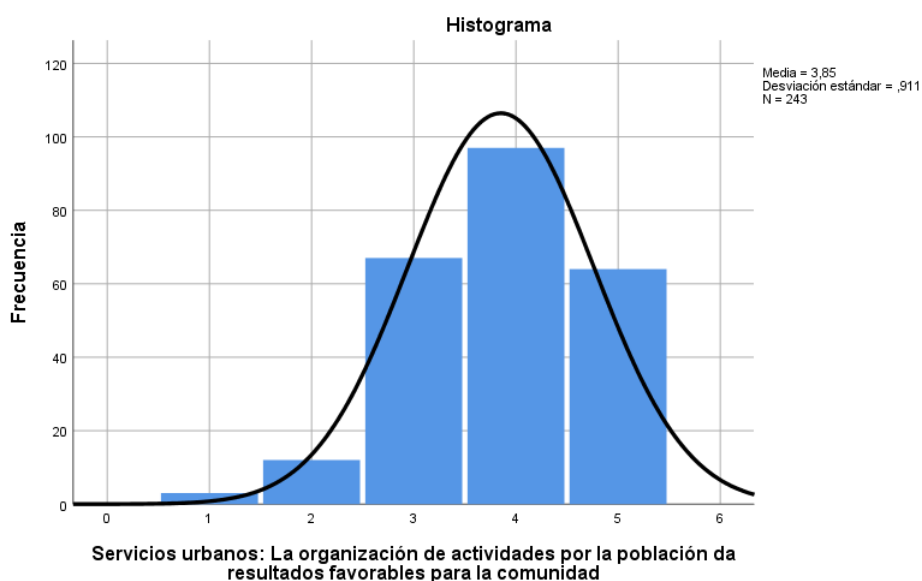


Figura 42: Histograma de Servicios urbanos: La organización de actividades por la población da resultados favorables para la comunidad

Fuente: Propia.

Elaboración: propia

Por último, el histograma muestra una curtosis leptocúrtica con respecto de la media y la concentración de la muestra en las categorías “a veces”, “casi siempre” y “siempre”, por lo que se puede afirmar que se presenta una distribución de datos muy cercanos a la media y con una buena confiabilidad en los resultados.

Pregunta 35. La población muestra actitudes para contribuir al cuidado del ambiente

Se presenta el resumen del cuadro de estadísticos descriptivos.

ESTADÍSTICA DE SERVICIOS URBANOS: LA POBLACIÓN MUESTRA ACTITUDES PARA CONTRIBUIR AL CUIDADO DEL AMBIENTE.

Tabla 82: *Estadística de Servicios urbanos: La población muestra actitudes para contribuir al cuidado del ambiente.*

Estadísticos

N	Válido	243
	Perdidos	0
Media		3,78
Mediana		4,00
Moda		4
Desv. Desviación		,982
Varianza		,965
Curtosis		-,399
Error estándar de curtosis		,311
Rango		4

Fuente: Propia.

Elaboración: propia

Del cuadro anterior se comprende que la media se ubica en el valor de 3.78, entre las opciones “a veces” y “casi siempre” con mayor tendencia hacia esta última, y se aprecia una desviación estándar de 0.982 indicando que las respuestas también abarcan la categoría “siempre” aunque un poco más concentradas en la categoría “casi siempre”. A continuación, se interpretan los resultados porcentuales.

SERVICIOS URBANOS: LA POBLACIÓN MUESTRA ACTITUDES PARA CONTRIBUIR AL CUIDADO DEL AMBIENTE

Tabla 83: *Servicios urbanos: La población muestra actitudes para contribuir al cuidado del ambiente.*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	4	1,6	1,6	1,6
	Casi nunca	16	6,6	6,6	8,2
	A veces	77	31,7	31,7	39,9
	Casi siempre	78	32,1	32,1	72,0
	Siempre	68	28,0	28,0	100,0
	Total	243	100,0	100,0	

Fuente: Propia.

Elaboración: propia

Del cuadro anterior, se aprecia que el 32.1% de la población encuestada afirma que casi siempre muestran actitudes para contribuir al cuidado del medio ambiente, mientras que un 28% indica que siempre se cuenta con dichas actitudes y 31.7% afirma que lo hacen a veces. Por otra parte, solo el 8.2% de la población afirma que la población no cuenta con las actitudes para contribuir al desarrollo ambiental. Por lo tanto, el quinto enunciado de servicios urbanos denota un buen grado de involucramiento de la población en la actividad turística de San Vicente de Cañete debido a que muy bajo porcentaje indica que la población del distrito no muestre actitudes para el cuidado del ambiente.

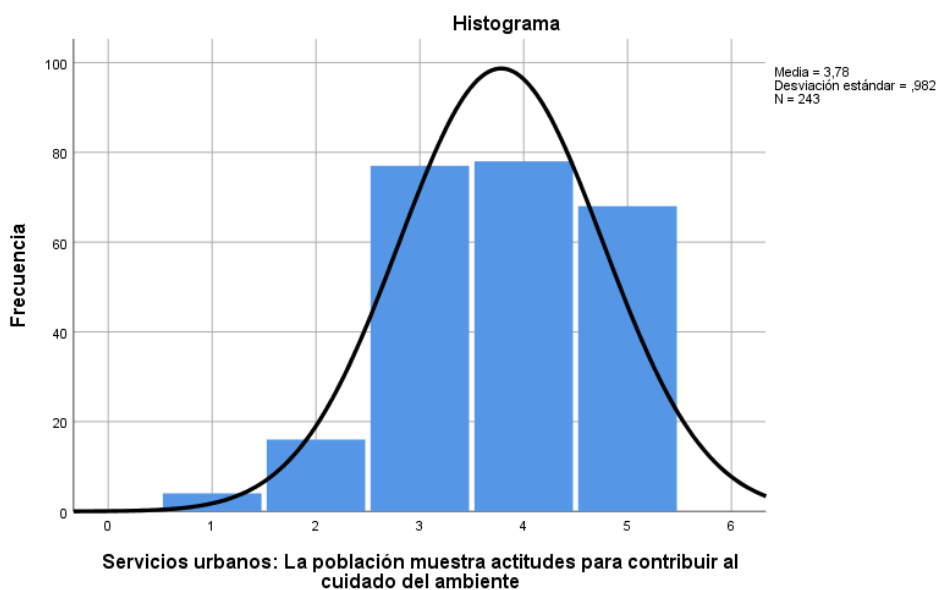


Figura 43: Histograma de Servicios urbanos: La población muestra actitudes para contribuir al cuidado del ambiente

Fuente: Propia.

Elaboración: propia

Por último, el histograma muestra una curtosis leptocúrtica con respecto de la media y la concentración de la muestra en las categorías “a veces”, “casi siempre” y “siempre”, por lo que se puede afirmar que se presenta una distribución de datos muy cercanos a la media y con una buena confiabilidad en los resultados.

En conclusión, se puede observar que el involucramiento de la población local y prestadores de servicios turísticos del distrito de San Vicente de Cañete con respecto de los servicios públicos del distrito es relativamente alto, aunque dicha afirmación debe ser comprobada mediante método estadístico.

4.2. Análisis de los resultados o discusión de resultados

Conciencia turística

El 38% de los pobladores “nunca”, “casi nunca” y “a veces” promueve al turismo y el 35%, casi siempre. Esta situación también se expresa que el 34% (nunca, casi nunca, a veces), no orienta a los turistas o visitantes cuando es requerido. Así mismo el 22% (casi nunca, nunca, a veces), brinda un trato con atención y amabilidad.

También se aprecia que el 35%, el 37% y 31%, casi siempre promueve el turismo, orienta al turista y brinda un trato con atención y amabilidad. Lo expresado, demuestra la relación directa que se da entre la actitud de identificación, dimensión de la conciencia turística, con los resultados de su responsabilidad.

Otro elemento que se debe considerar en el indicador de responsabilidad, desde el 39% considera que “nunca”, “casi nunca” el poblador realiza actividades que favorezcan el turismo. Así mismo el 9% “nunca” o “casi nunca” a participado en el cuidado del patrimonio cultural.

Turismo

Se considera que el 44% de la producción turística de bienes y servicios es suficiente a los requerimientos de los visitantes y también que la producción turística no genera el empleo permanente (el 31% “nunca”, “casi nunca”). Lo cual se contrasta con la opinión de los pobladores que 32% (4% “nunca”, 28% “casi nunca”) considera que no es visible la mejora de los ingresos por el turismo.

Es importante indicar que el 38% de los pobladores “nunca”, “casi nunca” y “a veces”, promueve el turismo. Esto aumenta la oferta y demanda turística. En lo referente a la calidad turística, considera que el 5% que “nunca” se da atención en los restaurantes y alojamiento, con limpieza y buen servicio. Pero también el 32% considera que sí se da un buen servicio.

Conciencia ambiental

De los recursos naturales, el más crítico es el crustáceo camarón, el cual es uno de los insumos más significativos a la gastronomía en Cañete y da alcance a cada unidad de producción de tal modo que no afecte al precio del producto, sino a la calidad del servicio. La opinión de los pobladores es que opinan que “nunca”, “casi nunca” y “a veces”, la explotación del mencionado recurso, no beneficiarán: 3% y 29%, respectivamente. Lo indicado, da pautas sobre la importancia de la participación de los pobladores en el cuidado de los recursos naturales.

Otra expresión del manejo del ambiente es analizada por el nivel del ordenamiento urbano, por la participación de los pobladores y de la actitud para contribuir al cuidado del ambiente. Al respecto, el 8% y el 32% de la población considera que “nunca”, “casi nunca”, que no hay muestra de actitud.

En la investigación realizada por Camarena, Del Castillo, Ramírez y Zambrano en el año 2013, en el informe correspondiente de resultados de la investigación “Una revisión literaria del impacto del turismo en el desarrollo económico notifican la relación entre turismo, crecimiento y económico y el bienestar de la población, como parte del proceso de desarrollo sostenible.

Asimismo, en la investigación sobre concientización turística como frutos de desarrollo sostenible en la población de Coracora en la región Ayacucho en el 2017; evidencian en la población una actitud favorable al turismo en base al análisis de la identidad cultural, el desarrollo ambiental, social y económica.”

Un aspecto similar en la investigación de Gutiérrez (2019) sobre la conciencia turística para el desarrollo de un turismo sostenible en la zona de Las Lomas de Lanchay en Lima, concluye que la conciencia turística contribuye con el desarrollo sostenible.

En la investigación realizada por Ruiz y Pozo (2020) para conocer el nivel de la conciencia turística de los pobladores del distrito del Rímac, Lima. La referida

población tiene un nivel medio en actitud, identidad con un nivel alto y la participación de nivel bajo.

En las mencionadas investigaciones se establece que la conciencia turística está operacionalizar en indicadores que permitan su medición o cualificación. De ahí, que los indicadores de identificación, responsabilidad participación, actitud y pertenencia son clases para conceptualizar y operacionalizar la conciencia turística y ambiental en el desarrollo turístico cuyo entorno estratégico son los recursos humanos expresada en los pobladores.

Finalmente, las conclusiones referidas evalúan los resultados de la investigación de conciencia turística, conciencia ambiental y turismo en San Vicente de Cañete.

4.3. Prueba de Hipótesis

Como resultado del análisis estadístico descriptivo se conoce los niveles de percepción respecto de las dimensiones de la investigación. Sin embargo, es imperante calcular el valor de las variables independientes (conciencia turística y conciencia ambiental) y la variable dependiente (turismo) para realizar la comprobación de las hipótesis de la investigación. Para ello, a continuación, se desarrolla el cálculo y demostración de correlación entre las variables, así como su comprobación mediante el programa estadístico SPSS.

Cálculo de la variable Conciencia Turística

La primera variable independiente es Conciencia Turística, la cual se compone de dos dimensiones: Identificación (diez enunciados) y Responsabilidad (cinco enunciados). Para su cálculo se sumarán las respuestas de los puntajes Likert de cada enunciado. Así tenemos:

CÁLCULO DE LA VARIABLE CONCIENCIA TURÍSTICA

Tabla 84: *Cálculo de la Variable Conciencia Turística.*

Puntaje Likert		Dimensión Identificación	Dimensión Responsabilidad	Variable Conciencia Turística
1	Nunca	68	12	80
2	Casi nunca	113	65	178
3	A veces	634	399	1,033
4	Casi Siempre	898	419	1,317
5	Siempre	717	320	1,037
Total		2,430	1,215	3,645

Fuente: Propia.

Elaboración: propia

Como se aprecia en la tabla anterior, el valor estadístico de la variable se construye con la sumatoria de todos los puntajes Likert por cada dimensión. Así, por ejemplo, la dimensión Identificación registra 68 respuestas con puntaje Likert 1 “Nunca”. Esto quiere decir que esas 68 respuestas resultan de la revisión de sus diez enunciados.

De la misma manera, fueron calculados todos los valores que comprenden la variable Conciencia Turística. Esta información será importante para construir las correlaciones con las otras variables.

Cálculo de la Variable Conciencia Ambiental

La variable Conciencia Ambiental es la segunda variable independiente en estudio y comprende las dimensiones Recursos y Servicios Urbanos, cada una compuesta por cinco enunciados Likert. Su cálculo responde al mismo procedimiento que el cálculo anterior para la variable Conciencia Turística.

CÁLCULO DE LA VARIABLE CONCIENCIA AMBIENTAL

Tabla 85: *Cálculo de la Variable Conciencia Ambiental*

Puntaje Likert		Dimensión Recursos	Dimensión Servicios Urbanos	Variable Conciencia Ambiental
1	Nunca	18	21	39
2	Casi nunca	65	83	148
3	A veces	361	342	703
4	Casi siempre	439	432	871
5	Siempre	332	337	669
Total		1,215	1,215	2,430

Fuente: Propia.

Elaboración: propia

Cálculo de la Variable Turismo

La variable Turismo es la variable dependiente del estudio y comprende las dimensiones oferta y calidad turísticas, cada una compuesta de cinco enunciados Likert. El cálculo responde al mismo procedimiento.

CÁLCULO DE LA VARIABLE TURISMO

Tabla 86: *Cálculo de la Variable Turismo*

Puntaje Likert		Dimensión Oferta Turística	Dimensión Calidad Turística	Variable Turismo
1	Nunca	22	8	30
2	Casi nunca	31	45	76
3	A veces	312	409	721
4	Casi siempre	492	450	942

5	Siempre	358	303	661
Total		1,215	1,215	2,430

Fuente: Propia.

Elaboración: propia

Contrastación de Hipótesis

Una vez calculadas las tres variables del estudio, a continuación, se realiza la contrastación de la hipótesis general de la investigación y las dos hipótesis específicas.

Hipótesis Específica 1

H0: No existe correlación entre las variables Conciencia Turística y el Turismo

H1: Existe correlación entre las variables Conciencia Turística y el Turismo

A continuación, se realizan dos pruebas: el desarrollo de la correlación de las variables y el análisis mediante software SPSS para comprobar el valor de la correlación.

DESARROLLO DE LA CORRELACIÓN DE VARIABLES

Tabla 87: *Desarrollo de la correlación de variables*

Puntaje Likert		Variable Conciencia Turística	Variable Turismo
1	Nunca	80	30
2	Casi nunca	178	76
3	A veces	1,033	721
4	Casi siempre	1,317	942
5	Siempre	1,037	661
Total		3,645	2,430

Fuente: Propia.

Elaboración: propia

En la tabla se aprecia que las cifras que se obtienen por cada puntaje Likert entre ambas variables presentan un crecimiento proporcional. A continuación, se presenta la gráfica en plano cartesiano de ambas variables para demostrar la correlación.

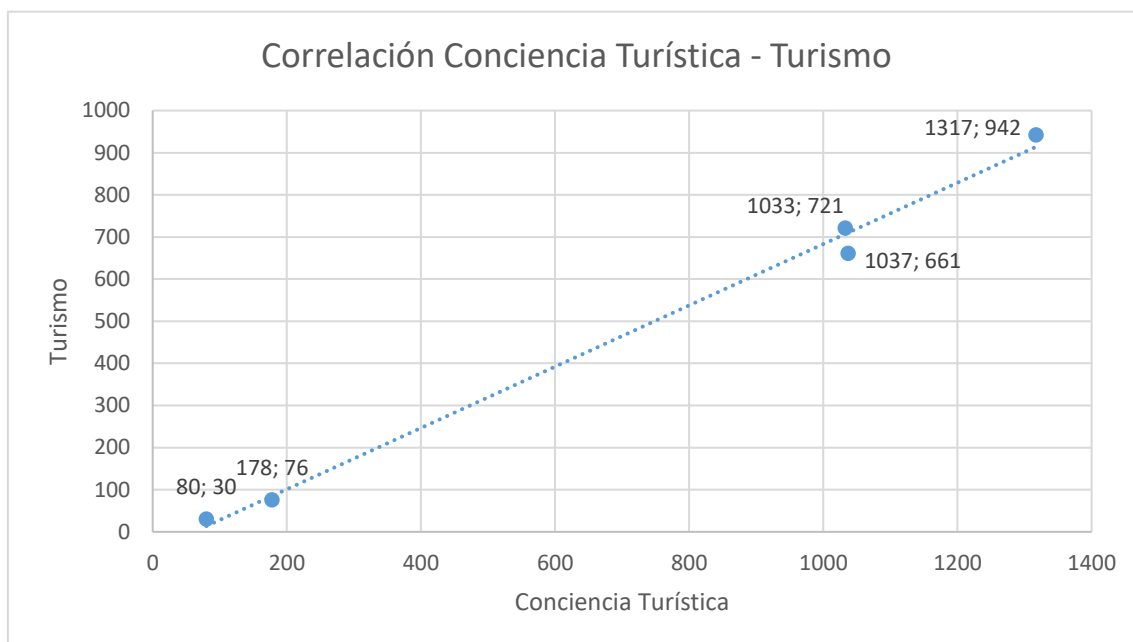


Figura 44: Correlación Conciencia Turística - Turismo

Fuente: Propia.

Elaboración: propia

Como se aprecia en la ilustración, existe una correlación fuerte entre las variables Conciencia Turística (variable independiente) y Turismo (variable dependiente).

ANÁLISIS SPSS DE CORRELACIÓN DE VARIABLES

Tabla 88: *Análisis SPSS de correlación de variables*

		Variable Independiente 1 Conciencia Turística	Variable Dependiente Turismo
Variable Independiente 1 Conciencia Turística	Correlación de Pearson	1	0.878
	Sig. (bilateral)		.000
	N	243	243
Variable Dependiente Turismo	Correlación de Pearson	0.878	1
	Sig. (bilateral)	.000	
	N	243	243

Fuente: Propia.

Elaboración: propia

De acuerdo con los resultados del programa estadístico SPSS, se obtiene una Correlación de Pearson de 0.878, un indicador sólido que demuestra una fuerte correlación entre las variables Conciencia Turística y Turismo. Asimismo, se observa que el nivel de significancia (sig. Bilateral o de dos variables) es 0.000, menor a 0.05, por lo tanto, se acepta la hipótesis alterna H1 Existe correlación entre las variables Conciencia Turística y el Turismo.

Hipótesis Específica 2

H0: No existe correlación entre las variables Conciencia Ambiental y el Turismo

H1: Existe correlación entre las variables Conciencia Ambiental y el Turismo

A continuación, se realizan dos pruebas: el desarrollo de la correlación de las variables y el análisis mediante software SPSS para comprobar el valor de la correlación.

DESARROLLO DE LA CORRELACIÓN DE VARIABLES

Tabla 89: *Desarrollo de la correlación de variables*

Puntaje Likert		Variable Conciencia Ambiental	Variable Turismo
1	Nunca	39	30
2	Casi nunca	148	76
3	A veces	703	721
4	Siempre	871	942
5	Casi siempre	669	661
Total		2,430	2,430

Fuente: Propia.

Elaboración: propia

En la tabla se aprecia que las cifras que se obtienen por cada puntaje Likert entre ambas variables presentan un crecimiento proporcional. A continuación, se presenta la gráfica en plano cartesiano de ambas variables para demostrar la correlación.

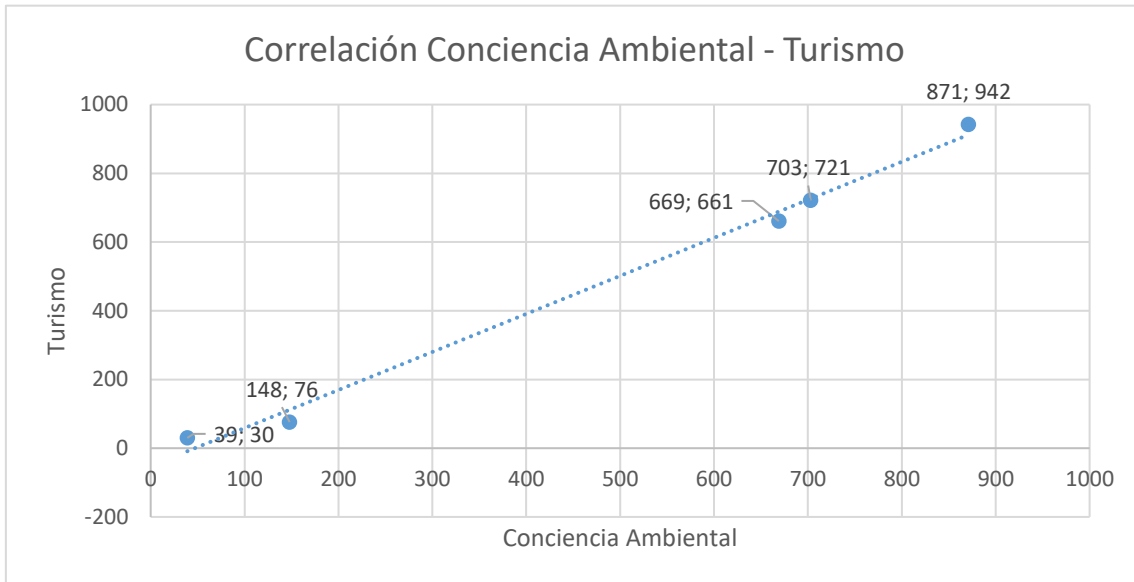


Figura 45: Correlación Conciencia Ambiental-Turismo

Fuente: Propia.

Elaboración: propia

Como se aprecia en la ilustración, existe una correlación fuerte entre las variables Conciencia Ambiental (variable independiente) y Turismo (variable dependiente).

ANÁLISIS SPSS DE CORRELACIÓN DE VARIABLES

Tabla 90: Análisis SPSS de correlación de variables

		Variable Independiente 2 Conciencia Ambiental	Variable Dependiente Turismo
Variable Independiente 2 Conciencia Ambiental	Correlación de Pearson	1	0.810
	Sig. (bilateral)		.000
	N	243	243
Variable Dependiente Turismo	Correlación de Pearson	0.810	1
	Sig. (bilateral)	.000	
	N	243	243

Fuente: Propia.

Elaboración: propia

De acuerdo con los resultados del programa estadístico SPSS, se obtiene una Correlación de Pearson de 0.810, un indicador sólido que demuestra una fuerte correlación entre las variables Conciencia Ambiental y el Turismo. Asimismo, se observa que el nivel de significancia (sig. Bilateral o de dos variables) es 0.000, menor a 0.05, por lo tanto, se acepta la hipótesis alterna H1 Existe correlación entre las variables Conciencia Ambiental y el Turismo.

Hipótesis Estadística General

H0: No existe correlación entre las variables Conciencia Turística Ambiental y el Turismo

H1: Existe correlación entre las variables Conciencia Turística Ambiental y el Turismo

A continuación, se realizan dos pruebas: el desarrollo de la correlación de las variables y el análisis mediante software SPSS para comprobar el valor de la correlación.

DESARROLLO DE LA CORRELACIÓN DE VARIABLES

Tabla 91: *Desarrollo de la correlación de variables*

Puntaje Likert		Variable Conciencia Turística Ambiental	Variable Turismo
1	Nunca	119	30
2	Casi nunca	326	76
3	A veces	1,736	721
4	Siempre	2,188	942
5	Casi siempre	1,706	661
Total		6,075	2,430

Fuente: Propia.

Elaboración: propia

En la tabla se aprecia que las cifras que se obtienen por cada puntaje Likert entre ambas variables presentan un crecimiento proporcional. A continuación, se presenta la gráfica en plano cartesiano de ambas variables para demostrar la correlación.

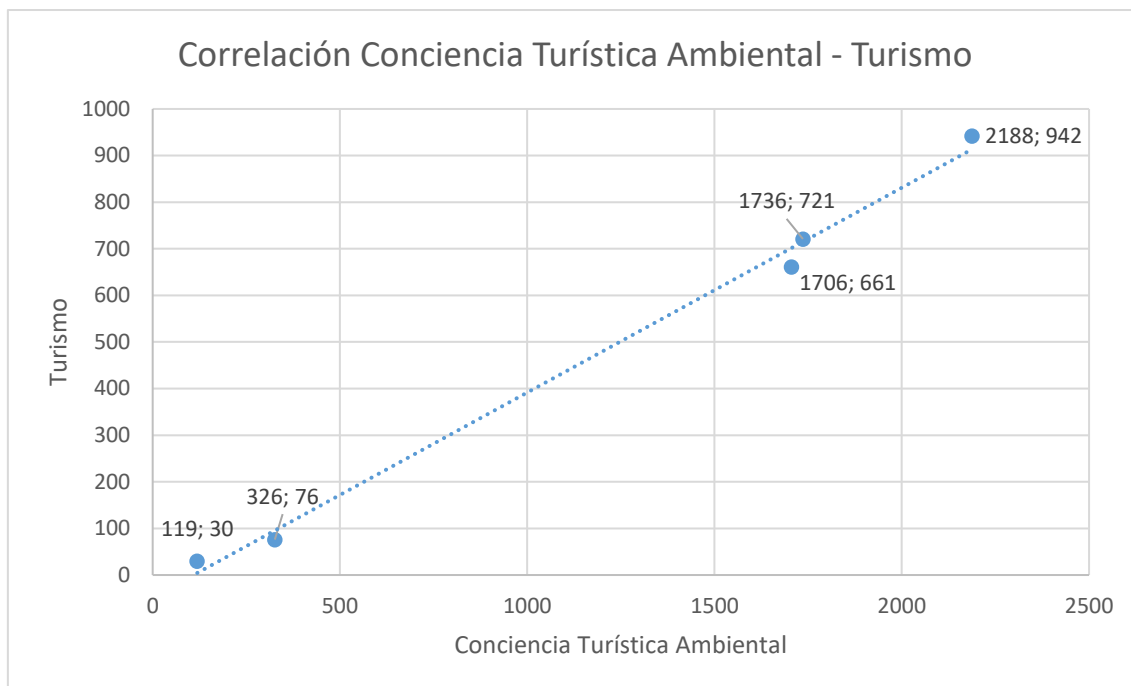


Figura 46: Correlación Conciencia Turística Ambiental-Turismo

Fuente: Propia.

Elaboración: propia

Como se aprecia en la ilustración, existe una correlación fuerte entre las variables Conciencia Ambiental (variable independiente) y Turismo (variable dependiente).

ANÁLISIS SPSS DE CORRELACIÓN DE VARIABLES

Tabla 92: *Análisis SPSS de correlación de variables*

		Variable Conciencia Turística Ambiental (HG)	Variable Dependiente Turismo
Variable Conciencia Turística Ambiental (HG)	Correlación de Pearson	1	0.860
	Sig. (bilateral)		.000
	N	243	243
Variable Dependiente Turismo	Correlación de Pearson	0.860	1
	Sig. (bilateral)	.000	
	N	243	243

Fuente: Propia.

Elaboración: propia

De acuerdo con los resultados del programa estadístico SPSS, se obtiene una Correlación de Pearson de 0.860, un indicador sólido que demuestra una fuerte correlación entre las

variables Conciencia Turística Ambiental y el Turismo. Asimismo, se observa que el nivel de significancia (sig. Bilateral o de dos variables) es 0.000, menor a 0.05, por lo tanto, se acepta la hipótesis alterna **H1 Existe correlación entre las variables Conciencia Turística Ambiental y el Turismo.**

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

CONCLUSIONES

1. El turismo como actividad económica social, cultural, ambiental está inmersa o presente en el crecimiento económico, desarrollo económico, desarrollo sostenible y desarrollo ambiental, llegando a ser un actividad crítica que depende fundamentalmente de los recursos humanos, no solo en el proceso de producción y consumo, sino en el contexto expresado en pobladores como base para garantizar su desarrollo mediante la identificación, responsabilidad, participación, cuidado de los recursos naturales y actitud en desarrollar actividades favorables a la comunidad expresadas en la conciencia turística y conciencia ambiental como relación básica para el turismo. Por lo expresado, se concluye que la conciencia turística de los pobladores del distrito de San Vicente presenta un nivel bajo (12 %), nivel medio (34 %) y un nivel alto (54 %). En conciencia ambiental se tiene un nivel bajo (12 %), medio (32 %) y alto (56 %).
2. El nivel de la conciencia turística (variable) expresada en base a las dimensiones de identificación y responsabilidad, se encontró que la identidad en un nivel:

Bajo: 37 %

Medio: 32 %

Alto: 31 %

En relación a la Dimensión de Responsabilidad los niveles encontrados muestran.

Bajo 9 %

Medio 34 %

Alto 57 %

3. Los resultados encontrados en el nivel de conciencia Ambiental son los siguientes
Recursos
Bajo 10 %
Medio 32 %
Alto 58 %
Servicios urbanos
Bajo 12 %
Medio 32 %
Alto 56 %
4. La relación de la conciencia turística es directa para el turismo, lo cual se determina por la correlación de Pearson de 0.878
5. La relación de conciencia ambiental es directa para el turismo de acuerdo con el valor de correlación de Pearson 0.810
6. La conciencia turística-ambiental constituye una relación directa con el turismo lo cual fue determinado por el índice de correlación de Pearson, 0.860

RECOMENDACIONES

Para viabilizar el fortalecimiento de la conciencia turística y conciencia ambiental como factores fundamentales del turismo y el desarrollo sostenible se recomienda acciones de mediano plazo y corto plazo de conciencia turística y conciencia ambiental, siguientes:

- 1.** El estado de situación de los programas, proyectos de conciencia turística y conciencia ambiental, en los planes, programas y proyectos que están aprobados y en ejecución o parcialmente en ejecución para determinar el grado de consistencia, coherencia y financiamiento.
- 2.** Establecer el Plan de conciencia turística de corto plazo y mediano plazo formulado por los pobladores de cañete y los agentes económicos y sociales del desarrollo sostenible.
- 3.** Priorizar al sector educación en la formación y desarrollo de la conciencia turística y conciencia ambiental.
- 4.** Fomentar el financiamiento del programa de concientización con recursos directos provenientes de la actividad turística.

Para el desarrollo integral del distrito de San Vicente de Cañete, en base al Turismo y a la agricultura de exportación, se requiere impulsar planes, programas y proyectos que fomenten la concientización en general y en forma prioritaria, la conciencia turística y conciencia ambiental. Para lo cual es fundamental integrar a los diferentes planes de desarrollo sostenible y proyectos de inversión para desarrollar infraestructura turística y social, programas de conciencia turística en lo concerniente a la identificación, pertenencia, responsabilidad; así como la conciencia ambiental en los pobladores y en los visitantes.

REFERENCIAS

Bibliografía

- Alva, M. (2016). *El turismo interno y su influencia en el crecimiento de restaurantes del distrito de San Vicente en la provincia de Cañete* (Tesis de Maestría). Universidad de San Martín de Porres, Perú. Recuperado de https://repositorio.usmp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12727/2709/ALVA_EM.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Arias, J. y López, R. (2020). *Conciencia turística de los pobladores del AA. HH Valle Verde acerca de los Humedales de Ventanilla, Callao, 2020* (Tesis de Grado). Universidad César Vallejo, Lima, Perú. Recuperado de https://alicia.concytec.gob.pe/vufind/Record/UCVV_e8d480ec1017a62eb567019261b1f4e6/Description#tabnav
- Arias, J. (2019). *Influencia del plan de acción de escuela ecológica en la conciencia ambiental de los estudiantes del Instituto de Formación Bancaria IFB CERTUS - Lima* (Tesis de Maestría). Universidad Nacional Federico Villareal, Lima, Perú. Recuperado http://repositorio.unfv.edu.pe/bitstream/handle/UNFV/3495/Arias_Le%c3%b3n_Jeny_Emperatriz_Maestr%c3%ada_2019.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Bembibre, C. (2011). Concientizar. Definición ABC. Recuperado de <https://www.definicionabc.com/general/concientizar.php>
- Camarena, S., Del Castillo, B., Ramírez, B. & Zambrano, C. (2013). Una revisión literaria del impacto del turismo en el desarrollo económico. (Tesis de Maestría). Pontificia Universidad Católica del Perú, Lima, Perú. Recuperado <https://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/handle/20.500.12404/8705>
- Canales, E. (2008) *Gestión estratégica del gobierno local para el desarrollo sustentable caso Lunahuaná (2003-2006)* (Tesis de Maestría). Universidad Mayor de San Marcos, Lima, Perú. Recuperado de <https://cybertesis.unmsm.edu.pe/handle/20.500.12672/2127>
- Cárdenas, M. (2008). *El enfoque de sistemas*. Internacional Training Center, San Diego-California.
- Castillo, B., Carhuacho, I. M., & Moreno, R. A. (2020). *Políticas en la agricultura familiar, Cañete – 2018*. INNOVA Research Journal, 5(1), 218-233. <https://doi.org/10.33890/innova.v5.n1.2020.1169>


- Cavero, N. (2018). *La conciencia y cultura turística en el desarrollo de servicios turísticos de la región Ica* (Tesis de Maestría). Universidad Nacional de Educación Enrique Guzmán y Valle, Lima, Perú. Recuperado de <https://repositorio.une.edu.pe/handle/UNE/3056>
- Cobeñas, P. (2014) *Ordenamiento territorial para el desarrollo sostenible del turismo del balneario Tortugas de Casma* (Tesis de Maestría). Universidad Ricardo Palma, Lima, Perú. Recuperado de <http://repositorio.urp.edu.pe/handle/urp/1134>
- Concha, L. (2004). *La economía del Perú y los desafíos del futuro:[los modelos de desarrollo económico]*. Recuperado de <https://www.econbiz.de/Record/la-econom%C3%ADa-del-per%C3%BA-y-los-desaf%C3%ADos-del-futuro-los-modelos-de-desarrollo-econ%C3%B3mico-concha-sequeiros-luis/10000998400>
- La Rosa, N. y Zavala, A. (2018). Complejo Ecoturístico de la Sidra en San Pedro de mala, Cañete – Lima. Perú (Tesis de Título Profesional). Universidad Ricardo Palma, Lima, Perú. Recuperado de <http://repositorio.urp.edu.pe/handle/URP/1899>,
- Cueva, D. y Velásquez, C. (2017). Concientización turística como factor de desarrollo sostenible en la población del distrito de Coracora, provincia de Parinacochas – Región Ayacucho. *Logos*, 7 (2). Recuperado de <http://revistas.uap.edu.pe/ojs/index.php/LOGOS/article/view/1474>
- Febles, M. (2004). *Sobre La Necesidad de la Formación de Una conciencia Ambiental*. Facultad de Psicología. Universidad de La Habana.
- Guanilo, E. y Sánchez-Bermúdez, A. (2021). *Experiencia en la gestión de eventos internacionales de turismo de reuniones en Perú, España y la República Popular China, 2018* (Tesis de Maestría). Universidad Ricardo Palma, Lima, Perú. Recuperado de <https://repositorio.urp.edu.pe/handle/URP/4198>
- Gutierrez, A. (2019). *Contribución de la conciencia turística para un turismo sostenible en los pobladores de las lomas de Lachay, Lima, 2019*. (Tesis de Grado). Universidad César Vallejo, Lima, Perú. Recuperado de https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/52438/Gutierrez_TA-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y
-
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (12 de 09 de 2014). *Metodología de la investigación* (Quinta ed.). (M. G. S.A., Ed.) México, México: McGraw Hill.

- INEI (2014). *Capítulo I: Estructura Empresarial del Departamento de Lima*. Recuperado de: https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1263/cap01.pdf
- INEI (2017). *Censos Nacionales 2017: XII de Población, VII de Vivienda y III de Comunidades Indígenas*. Recuperado de: https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1539/libro.pdf
- INEI (2018) *Perú: Proyecciones de Población, Según Departamento, Provincia y Distrito, 2018- 2020*. Boletín Especial N° 26. Recuperado de: https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1715/libro.pdf
- Marca, R. (2014). *La biblioteca como centro de difusión de actividades turísticas y culturales* (Tesis de Grado). Universidad Mayor de San Andrés, La Paz, Bolivia. Recuperado de <https://repositorio.umsa.bo/bitstream/handle/123456789/14344/TD-3174.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Mateo, J. (2018). *El desarrollo socio-cultural como pilar de la conciencia turística de la población del cantón La Libertad, caso Malecón* (Tesis de Grado). Universidad Estatal Península de Santa Elena, La Libertad, Ecuador. Recuperado de: <https://repositorio.upse.edu.ec/xmlui/bitstream/handle/46000/4363/UPSE-TDT-2018-0006.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Merino, M. & Pérez, J. (2009). *Conciencia social*. Definición.de. Recuperado de: <https://definicion.de/conciencia-social/>
- Mireles, A. (1987). *Concientización turística*. México: Limusa.
- Municipalidad Provincial de Cañete-San Vicente de Cañete. (2018) *Ficha de Análisis Multianual de Gestión Fiscal*.
- Negro, S. (2009). *El poco conocido y no gestionado patrimonio material del Valle Bajo de Cañete*. Recuperado de: <https://www.urp.edu.pe/pdf/id/7134/n/el-poco-conocido-patrimonio-material-valle-bajo-canete.pdf>
- Ñaupas, H., Mejía, E., Novoa, E., & Villagómez, A. (2014). *Metodología de la Investigación*. Colombia: Ediciones de la U.

- OMT (2015). La fiscalidad del turismo desde una perspectiva internacional. *Revista Castellano-Manchega de Ciencias Sociales*, 20 (1), pp.147-160. <http://dx.doi.org/10.20932/barataria.v0i20.18>
- Martín, J. (2018). Desarrollo local en los espacios rurales. Polis. *Revista Latinoamericana*, 2 (1). Recuperado de: <https://journals.openedition.org/polis/7803>
- OMT (2021). *Glosario de término de turismo*. Recuperado de: [https://www.cambridge.org/cambridgespanish/files/6414/0906/1947/Sample_Chapter -- Temas de Turismo.pdf](https://www.cambridge.org/cambridgespanish/files/6414/0906/1947/Sample_Chapter_-_Temas_de_Turismo.pdf)
- Palacios, J. y Garay, R. (2014). El turismo y su relación con el desarrollo sostenible del distrito de Cerro Azul Cañete, 2013. *Ciencia y Desarrollo*, 17(1), 63-76. Recuperado de: <http://revistas.uap.edu.pe/ojs/index.php/CYD/article/view/1104>
- Ramírez, M. (1994). *Deontología y conciencia turística*. México D. F., México: Editorial Diana. Recuperado de <https://www.entornoturistico.com/wp-content/uploads/2018/04/Deontologia-y-conciencia-tur%C3%ADstica-de-Manuel-R.-Blanco.pdf>
- Romero, H. (1977). *Sociopsicología del turismo*. México: Ediciones Daimon de México.
- Ruiz, M. y Pozo, L. (2020). Conciencia turística de los pobladores en el distrito del Rímac-Perú. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 29, 312–330. Recuperado de 180762690018.pdf (redalyc.org)
- Santa-Pinter, J. (1971). Conciencia turística. *Estudios Turísticos*, 30. 87-96. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2217484>
- Taleb, R. (2017). Tourism: Committed to Preserving Life below Water. *United Nations*. Recuperado de: <https://www.un.org/en/chronicle/article/tourism-committed-preserving-life-below-water>
- Varisco, C., Benseny, G. y Padilla, N. (Mayo 19-20, 2016). *Concientización turística y ambiental. De la teoría a la acción territorial* [Sesión de comunicación]. V Jornadas de Extensión del Mercosur. Tandil, Argentina. Recuperado de: <http://nulan.mdp.edu.ar/2490/>

ANEXOS

Anexo 01: Declaración de autenticidad

	Universidad Ricardo Palma	Escuela de Posgrado
DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD Y NO PLAGIO		
DECLARACIÓN DEL GRADUANDO		
Por el presente, el graduando: <i>(Apellidos y nombres)</i>		
Durand Chocano, Hugo Aurelio		
en condición de egresado del Programa de Posgrado:		
Maestría en Turismo y Hotelería con Mención en Administración Turística y Hotelera		
deja constancia que ha elaborado la tesis intitulada:		
Conciencia turística-ambiental y su relación con el turismo en el distrito de San Vicente de Cañete, de la provincia de Cañete - Lima del 2018 - 2020		
<p>Declara que el presente trabajo de tesis ha sido elaborado por el mismo y no existe plagio/copia de ninguna naturaleza, en especial de otro documento de investigación (tesis, revista, texto, congreso, o similar) presentado por cualquier persona natural o jurídica ante cualquier institución académica, de investigación, profesional o similar.</p> <p>Deja constancia que las citas de otros autores han sido debidamente identificadas en el trabajo de investigación, por lo que no ha asumido como suyas las opiniones vertidas por terceros, ya sea de fuentes encontradas en medios escritos, digitales o de la Internet.</p> <p>Asimismo, ratifica que es plenamente consciente de todo el contenido de la tesis y asume la responsabilidad de cualquier error u omisión en el documento y es consciente de las connotaciones éticas y legales involucradas.</p> <p>En caso de incumplimiento de esta declaración, el graduando se somete a lo dispuesto en las normas de la Universidad Ricardo Palma y los dispositivos legales vigentes.</p>		
Hugo Aurelio Durand Chocano		09/09/21
Firma del graduando		Fecha

Anexo 02: Matriz de consistencia

PROBLEMA GENERAL	OBJETIVO GENERAL	HIPOTESIS GENERAL	VARIABLES GENERALES	TIPO DE VARIABLE GENERAL	INDICADORES GENERAL	METODOLOGÍA
¿Cuál es la relación de la conciencia turística-ambiental y el turismo en el distrito de San Vicente de Cañete?	Conocer la relación de la conciencia turística-ambiental y el turismo en el distrito de San Vicente de Cañete	La conciencia turística-ambiental constituye una relación con el turismo en el distrito de San Vicente de Cañete	Conciencia turística-ambiental Turismo	Independiente Variable dependiente	Escala Likert	Estadísticas descriptivas Análisis inferencial
PROBLEMAS ESPECÍFICOS	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	HIPÓTESIS ESPECÍFICAS	VARIABLES ESPECÍFICAS	TIPO DE VARIABLES ESPECÍFICAS	INDICADORES ESPECÍFICOS	METODOLOGÍA
¿Cuál es la relación que se da de la conciencia turística y el turismo en el distrito de San Vicente de Cañete?	Conocer la relación de la conciencia turística y el turismo en el distrito de San Vicente de Cañete	La relación de la conciencia turística es directa para el turismo en el distrito de San Vicente de Cañete	Conciencia turística Turismo	Independiente Variable dependiente	Escala Likert	Estadísticas descriptivas Análisis inferencial
¿Cuál es la relación que se da de la conciencia ambiental y el turismo en el distrito de San Vicente de Cañete?	Conocer la relación de la conciencia ambiental con el turismo en el distrito de San Vicente de Cañete	La relación de la conciencia ambiental es directa para el turismo en el distrito de San Vicente de Cañete	Conciencia ambiental Turismo	Independiente Variable dependiente	Escala Likert	Estadísticas descriptivas Análisis inferencial

Anexo 03: Anexo de correlaciones

CORRELACIONES Y PRUEBAS DE HIPÓTESIS

Hipótesis General - La conciencia turística- ambiental constituye una relación con el turismo en el distrito de San Vicente de Cañete.

Correlaciones			
		Variable Conciencia Turística Ambiental (HG)	Variable Dependiente Turismo
Variable Conciencia Turística Ambiental (HG)	Correlación de Pearson	1	0.860
	Sig. (bilateral)		.000
	N	243	243
Variable Dependiente Turismo	Correlación de Pearson	0.860	1
	Sig. (bilateral)	.000	
	N	243	243

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

Existe una fuerte correlación entre las variables conciencia turística ambiental (independiente) y turismo (dependiente)

Se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis general del investigador

HIPÓTESIS ESPECÍFICAS

Correlaciones			
		Variable Independiente 1 Conciencia Turística	Variable Dependiente Turismo
Variable Independiente 1 Conciencia Turística	Correlación de Pearson	1	0.878
	Sig. (bilateral)		.000
	N	243	243
Variable Dependiente Turismo	Correlación de Pearson	0.878	1
	Sig. (bilateral)	.000	
	N	243	243

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

Existe una fuerte correlación entre las variables conciencia turística (independiente) y turismo (dependiente)

Se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis específica del investigador

HE2 La relación de la conciencia ambiental es directa para el turismo del distrito de San Vicente de Cañete.

Correlaciones

		Variable Independiente 2 Conciencia Ambiental	Variable Dependiente Turismo
Variable Independiente 2 Conciencia Ambiental	Correlación de Pearson	1	0.810
	Sig. (bilateral)		.000
	N	243	243
Variable Dependiente Turismo	Correlación de Pearson	0.810	1
	Sig. (bilateral)	.000	
	N	243	243

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

Existe una fuerte correlación entre las variables conciencia ambiental (independiente) y turismo (dependiente)

Se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis específica del investigador

Anexo 04: PERÚ: POBLACIÓN CENSADA, OMITIDA Y TOTAL SEGÚN CENSOS REALIZADOS, 1940 - 2017

PERÚ: POBLACIÓN CENSADA, OMITIDA Y TOTAL SEGÚN CENSOS REALIZADOS, 1940 - 2017

AÑO	POBLACIÓN		
	CENSADA	OMITIDA	TOTAL
1940	6 207 967	815 144	7 023 111
1961	9 906 746	513 611	10 420 357
1972	13 538 208	583 356	14 121 564
1981	17 005 210	757 021	17 762 231
1993	22 048 356	591 087	22 639 443
2007	27 412 157	808 607	28 220 764
2017	29 381 884	1 855 501	31 237 385

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática - Censos Nacionales de Población y Vivienda.

Anexo 05: PERÚ: POBLACIÓN TOTAL Y TASA DE CRECIMIENTO PROMEDIO ANUAL, 1940 - 2017

PERÚ: POBLACIÓN TOTAL Y TASA DE CRECIMIENTO PROMEDIO ANUAL, 1940 - 2017

AÑO	TOTAL	INCREMENTO INTERCENSAL	INCREMENTO ANUAL	TASA DE CRECIMIENTO PROMEDIO ANUAL (%)
1940	7 023 111	3 397 246	161 774	1.9
1961	10 420 357	3 701 207	336 473	2.8
1972	14 121 564	3 640 667	404 519	2.6
1981	17 762 231	4 877 212	406 434	2.8
1993	22 639 443	5 581 321	398 666	1.6
2007	28 220 764	3 016 621	361 662	1
2017	31 237 385			

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática - Censos Nacionales de Población y Vivienda.

Anexo 06: PERÚ: POBLACIÓN CENSADA, SEGÚN DEPARTAMENTO, 1981-2017

PERÚ: POBLACIÓN CENSADA, SEGÚN DEPARTAMENTO, 1981-2017

DEPARTAMENTO	1981	2007	2017
Total	17 005 210	27 412 157	29 381 884
Amazonas	254 560	375 993	379 384
Áncash	826 399	1 063 459	1 083 519
Apurímac	323 346	404 190	405 759
Arequipa	706b580	1 152 303	1 382 730
Ayacucho	503 392	612 489	616 176
Cajamarca	1 026 444	1 387 809	1 341 012
Prov. Const. del Callao	443 413	879 679	994 494
Cusco	832 504	1 171 403	1 205 527
Huancavelica	346 797	454 797	347 639
Huánuco	477 650	762 223	721 047
Ica	433 897	711 932	850 765
Junín	852 238	1 225 474	1 246 038
La Libertad	982 074	1 617 050	1 778 080
Lambayeque	674 442	1 112 868	1 197 260
Lima	4 745 877	8 442 409	9 485 405
Loreto	482 829	891 732	883 510
Madre de Dios	33 007	109 555	141 070
Moquegua	101 610	161 533	174 863
Pasco	212 145	280 449	254 065
Piura	1 125 865	1 676 315	1 856 809
Puno	890 258	1 268 441	1 172 697
San Martín	319 751	728 808	813 381
Tacna	143 085	288 781	329 332
Tumbes	103 839	200 306	224 863
Ucayali	163 208	432 159	496 459
Provincia de Lima 1/	4 164 597	7 602 940	8 574 974
Región Lima 2/	581 280	839 469	910 431

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática– Censos Nacionales de Población y Vivienda.

Anexo 07: PERÚ: POBLACIÓN LIMA - PROVINCIA, 1993-2017

PERÚ: POBLACIÓN LIMA - PROVINCIA, 1993-2017

DEPARTAMENTO	1993	2007	2017
LIMA	6 386 308	8 442 409	9 485 405
Resto de Dptos.	15 662 048	18 969 748	19 896 479
Total	22 048 356	27 412 157	29 381 884

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática – Censos Nacionales de Población y Vivienda.

Anexo 08: PERÚ: POBLACIÓN CENSADA DE LAS 20 PROVINCIAS MÁS POBLADAS, 1993-2017

PERÚ: POBLACIÓN CENSADA DE LAS 20 PROVINCIAS MÁS POBLADAS, 1993-2017

PROVINCIA	POBLACIÓN		
	1993	2007	2017
LIMA	5 706 127	7 605 742	8 574 974
AREQUIPA	676 790	864 250	1 080 635
PROV. CONST. DEL CALLAO	639 729	876 877	994 494
TRUJILLO	631 989	811 979	970 016
CHICLAYO	617 881	757 452	799 675
PIURA	544 907	665 991	799 321
HUANCAYO	437 391	466 346	545 615
MAYNAS	393 496	492 992	479 866
CUZCO	270 324	367 791	447 588
SANTA	338 951	396 434	435 807
ICA	244 741	321 332	391 519
CORONEL PORTILLO	248 449	333 890	384 168
CAJAMARCA	230 049	316 152	348 433
SULLANA	234 562	287 680	311 454
SAN ROMÁN	168 534	240 776	307 417
TACNA	188 759	262 731	306 363
LAMBAYEQUE	210 537	259 274	300 170
HUÁNUCO	223 339	270 233	293 397
HUAMANGA	163 197	221 469	282 194
CAÑETE	152 378	200 662	240 013

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática – Censos Nacionales de Población y Vivienda.

Anexo 09: PERÚ: POBLACIÓN CENSADA EN LA PROVINCIA DE CAÑETE, CENSO 2017

PERÚ: POBLACIÓN CENSADA EN LA PROVINCIA DE CAÑETE, CENSO 2017

DISTRITO	POBLACIÓN CENSADA	VIVIENDAS PARTICULARES
San Vicente de Cañete	54775	26400
Imperial	38925	12070
Mala	32717	10183
Nuevo Imperial	26233	9717
Chilca	21573	6821
Quilmaná	16091	6530
San Luis	13436	4367
Asia	9784	6324
Cerro Azul	8328	5263
Lunahuaná	4393	2249
San Antonio	4343	2800
Santa Cruz de Flores	3103	1588
Calango	2269	1344
Pacarán	1686	859
Zúñiga	1314	693
Coayllo	1043	1102
Total	240 013	98 310

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática - Censos Nacionales de Población y Vivienda.

Anexo 10: PERÚ: POBLACIÓN CENSADA EN EL DISTRITO DE SAN VICENTE DE CAÑETE, CENSO 2017

PERÚ: POBLACIÓN CENSADA EN EL DISTRITO DE SAN VICENTE DE CAÑETE, CENSO 2017

CENTROS POBLADOS	POBLACIÓN CENSADA
Total	54 775
Resto de poblados	7 867
Urbanos	
San Vicente de Cañete	31 219
Herbay Alto	2 884
Herbay Bajo	724
Hipólito Unanue (Cerro Blanco)	1 342
Hualcará (Experimental agrícola)	1 489
Nuevo Ayacucho	1 586
Valle Hermoso - Santa Rosa	2 830
Rurales	
Agua Dulce	184
Arena Alta	1 197
Cochahuasi-Playa Hermosa	1 998
Cuiva	299
Encañada	178
Espíritu Santo de Palo	347
Isla Alta	180
Isla Baja	53
La Esmeralda	154
La Pampilla	416
Los Girasoles	568
Montejiato	493
Nuevo Cañete	2 557
Pampa Castilla	427
Pedro de Cruz	99
San Carlos Alto	59
San Juan	169
Santa Angela	114
Santa Rosa Baja	273
Santa Rosa Alta	451
Santa Teresa	181
Ungara	89

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática-Censos Nacionales de Población y Vivienda.

Anexo 11: RESTAURANTES EN SAN VICENTE DE CAÑETE

RESTAURANTES EN SAN VICENTE DE CAÑETE

NOMBRE	TIPO
La Anchoqueta Azul	Marina
Deli Bakery	Comida Rápida
Chacra Restaurant	Familiar
Casa Nostra	Familiar
Café Koinonía	Cafetería
Bar D' Maced	Bar
Oceanía	Marina
Sol Pizza Restaurant	Comida Rápida
Romi's Fuego y Sazónazon	Familiar
El Tambo Cañetano	Familiar
Rincón del Uruguay	Temático
Restaurant Delicias Juanfra	Familiar
Rancho Grande	Familiar
Restaurante Vegetariano Siloe	De especialidad

Fuente: Tripadvisor (Buenos restaurantes, hoteles y viajes)

Anexo 12: HOTELES EN SAN VICENTE DE CAÑETE

HOTELES EN SAN VICENTE DE CAÑETE

NOMBRE	PUNTUACIÓN
Hospedaje Luna Llena	7,0
Hotel Roussean	7,9
Hotel Vallehermoso Cañete	5,7
Suite Hotel Camelia	8,4
Casa Cañete	4,2
Huarco Hotel & Restaurant-Bar	9,8
Hotel Las Flores-Cañete	8,7

Fuente: Booking.com: Hoteles en San Vicente de Cañete Puntuación de 0 a 10, siendo 0 una muy mal puntuación y 10 una muy buena puntuación.

Anexo 14: CORRELACIÓN DE HIPÓTESIS

Prueba de Hipótesis			
HE1 La relación de la conciencia turística es directa para el turismo en el distrito de San Vicente de Cañete.			
Correlaciones			
		Variable Independiente 1 Conciencia Turística	Variable Dependiente Turismo
Variable Independiente 1 Conciencia Turística	Correlación de Pearson Sig. N	1 243	0.878 .000 243
Variable Dependiente Turismo	Correlación de Pearson Sig. N	0.878 .000 243	1 1 243
** La correlación es significativa en el nivel 0,01 (2 colas).			
Existe una fuerte correlación entre las variables conciencia turística (independiente) y turismo (dependiente)			
Se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis específica del investigador			
Ho: No Existe correlación entre las variables Conciencia turística y turismo			
H1: Existe correlación entre las variables Conciencia turística y turismo			
HE2 La relación de la conciencia ambiental es directa para el turismo del distrito de San Vicente de Cañete.			
Correlaciones			
		Variable Independiente 2 Conciencia Ambiental	Variable Dependiente Turismo
Variable Independiente 2 Conciencia Ambiental	Correlación de Pearson Sig. N	1 243	0.810 .000 243
Variable Dependiente Turismo	Correlación de Pearson Sig. N	0.810 .000 243	1 1 243
** La correlación es significativa en el nivel 0,01 (2 colas).			
Existe una fuerte correlación entre las variables conciencia ambiental (independiente) y turismo (dependiente)			
Se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis específica del investigador			
Ho: No Existe correlación entre las variables Conciencia ambiental y turismo			
H1: Existe correlación entre las variables Conciencia ambiental y turismo			
Hipótesis General - La conciencia turística- ambiental constituye una relación con el turismo en el distrito de San Vicente de Cañete.			
Correlaciones			
		Variable Conciencia Turística Ambiental (HG)	Variable Dependiente Turismo
Variable Conciencia Turística Ambiental (HG)	Correlación de Pearson Sig. N	1 243	0.860 .000 243
Variable Dependiente Turismo	Correlación de Pearson Sig. N	0.860 .000 243	1 1 243
** La correlación es significativa en el nivel 0,01 (2 colas).			
Existe una fuerte correlación entre las variables conciencia turística ambiental (independiente) y turismo (dependiente)			
Se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis general del investigador			
Ho: No Existe correlación entre las variables Conciencia-ambiental y turismo			
H1: Existe correlación entre las variables Conciencia turística-ambiental y turismo			

Anexo 15: LÓGICA DE HIPÓTESIS

