

*Estudios y Perspectivas
en Turismo*

Estudios y Perspectivas en Turismo

ISSN: 0327-5841

ISSN: 1851-1732

regina.cieturisticos@gmail.com

Centro de Investigaciones y Estudios Turísticos

Argentina

Ruiz Palacios, Miguel; Pozo Trigos, Lilian
CONCIENCIA TURÍSTICA DE LOS POBLADORES EN EL DISTRITO DEL RÍMAC - PERÚ
Estudios y Perspectivas en Turismo, vol. 29, núm. 1, 2020, -Febrero, pp. 312-330
Centro de Investigaciones y Estudios Turísticos
Argentina

Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=180762690018>

- Cómo citar el artículo
- Número completo
- Más información del artículo
- Página de la revista en redalyc.org

UAEM
redalyc.org

Sistema de Información Científica Redalyc
Red de Revistas Científicas de América Latina y el Caribe, España y Portugal
Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso
abierto

CONCIENCIA TURÍSTICA DE LOS POBLADORES EN EL DISTRITO DEL RÍMAC - PERÚ

Miguel Ruiz Palacios*
Universidad Privada del Norte
Universidad César Vallejo
Lima - Perú
Lilian Pozo Trigos**
Universidad César Vallejo
Lima - Perú

Resumen: La presente investigación tuvo como principal objetivo determinar el nivel de conciencia turística de los pobladores del distrito del Rímac (Perú). Se plantearon tres objetivos específicos que contribuyeron a un mejor análisis del mismo, tales como la actitud del poblador frente al turista, la identidad cultural del poblador y la participación de los pobladores en la actividad turística. Asimismo, esta investigación fue de tipo aplicada, de enfoque cuantitativo y de nivel descriptivo, y el diseño de investigación fue no experimental de corte transversal. Se estimó una muestra de 385 personas y la técnica que se aplicó fue la encuesta. 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.

PALABRAS CLAVE: conciencia, identidad, turismo, actitud, participación.

Abstract: Tourist Awareness of the Residents in the Rimac District, Perú. Tourist Awareness of the Residents in the Rimac District, Perú. The main objective of the present investigation was to determine the level of awareness of the residents of the Rimac district. Three objectives were proposed a better analysis of the same, as the attitude of the inhabitant in front of the tourist, the cultural identity of the inhabitant and the participation of the inhabitants in the tourist activity, were proposed. Likewise, this research was of an applied type, with a quantitative approach and a descriptive level; the design was non-experimental of a cross-sectional nature. A sample of 385 people was estimated, and the technique that was applied was the survey. The data were analyzed by the statistical program SPSS 22.0, and it was obtained as a result that 37% of the population of the district of Rimac presents an average level of tourist awareness. In conclusion, the population has been evoked in three important aspects for the development of tourism in the Rimac: attitude, with a medium level; identity, whose result was high and participation, low level.

KEY WORDS: awareness, identity, tourism, attitude, participation.

* Magíster en Administración con mención en Gerencia Empresarial por la Universidad Nacional Pedro Ruiz Gallo, Lambayeque, Perú. Se desempeña como docente investigador de la Universidad César Vallejo y la Universidad Privada del Norte, distrito Los Olivos, Lima, Perú. Dirección Postal: Av. Alfredo Mendiola 6232, Los Olivos 15314, Lima. E-mail: migueldecix@gmail.com

** Magíster en Dirección y Consultoría Turística por la Universidad Europea Miguel de Cervantes, Valladolid, España. Directora Nacional de la Escuela de Administración en Turismo y Hotelería de la Universidad César Vallejo, Lima, Perú. Dirección Postal: Av. Alfredo Mendiola 6232, Los Olivos 15314, Lima. E-mail: lpozot@ucv.edu.pe

INTRODUCCIÓN

En la actualidad el turismo es una de las industrias generadora de divisas más importantes del mundo. De acuerdo a la Organización Mundial del Turismo (2018) el turismo internacional viene creciendo desde 2017 con cifras más que alentadoras. En 2017 un 7% y en el primer semestre de 2018 un 6%. Esto se debe al repunte de la economía global que sustenta el aumento de la demanda de salidas en los mercados emisores del mundo. Por continentes las cifras van de 5% hasta 9% (Europa Meridional y Mediterránea y Asia del Sudeste) respectivamente. En el caso de América del Sur el crecimiento fue de 7%.

En Latinoamérica en la región de Los Lagos, al sur de Chile, desarrollan un tipo de turismo cultural basado en lo que el visitante espera recibir como festivales, concursos de pintura, galerías, museos, monumentos, artesanías, etc. (Oyarzún, 2018; SERNATUR, 2016). En Colombia se ha creado el programa CAT (colegios amigos del turismo) donde los estudiantes participan en temas de conciencia turística a través de los cursos de ciencias sociales y medioambiente, respeto por expresiones culturales, ecoturismo, entre otros (Díaz & Machado, 2016). Brasil ha implementado desde el 2006 el Programa de Regionalización del Turismo que busca la integración entre el gobierno, la sociedad y la empresa privada y cuyo principal aporte fue establecer itinerarios turísticos para los visitantes, aunque la problemática principal fue la falta de dominio profesional de los responsables y la falta de interés de la sociedad (Falcão, Moraes & Medeiros, 2015). En Uruguay, Fernández (2014) manifiesta que se han implementado programas de conciencia turística con el objetivo de fomentar la participación de sus habitantes incluyendo la conservación del patrimonio cultural.

En el Perú el turismo receptivo ha ido creciendo de manera continua, las divisas que aporta la actividad turística ha hecho que se invierta en mejorar la oferta turística local nacional (Plan COPESCO Nacional, 2018). Según PromPerú (2018), que es una institución perteneciente al Ministerio de Comercio Exterior y Turismo del Perú, el turista extranjero tiene 38 años promedio, de origen latinoamericano, 63% masculino, con pareja y universitario (43%), sus ingresos anuales familiares en promedio son de \$44,000 a \$79,999 dólares. El 66% de visitantes en Perú viaja por vacaciones y el 74% usa paquetes turísticos.

Se resalta el proyecto Fortalecimiento Integral del Turismo en el Perú - FIT Perú que se realizó con colaboración del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR, 2006) y la Asociación Española de la Cooperación Internacional para el Desarrollo (AECID), cuya fecha de inicio fue el año 2002 y culminó en 2007. Este proyecto logró beneficiar a las provincias: Piura, Amazonas, Cajamarca, La Libertad, San Martín y Lambayeque mediante capacitaciones, incremento de empleo y sensibilización a la población sobre la importancia del turismo. Asimismo, MINCETUR y PromPerú desde 2010 hasta 2012 realizaron campañas sobre conciencia turística e identidad nacional a través de la publicación de videos y talleres de orientación para la población, los prestadores de servicio y las autoridades, sin embargo aún se mantienen casos en donde la actividad turística trae como

consecuencia cambios en la identidad cultural, poco uso de la lengua nativa y vestimenta, entre otros (Córdova, 2017). En ese sentido para el presente estudio se plantea la pregunta: ¿Cuál es el nivel de conciencia turística de los pobladores en el distrito del Rímac, Perú?

El distrito del Rímac fue declarado Patrimonio Cultural por la UNESCO debido a que contiene el 40% del patrimonio histórico del departamento de Lima declarado patrimonio mundial (El Peruano, 2019). Asimismo, se ampara en los lineamientos generales para la conservación y manejo del centro histórico de Lima que involucra al distrito del Rímac mediante Ordenanza N° 371-MDR donde se menciona que:

La Ordenanza N° 062-MML regula el “Reglamento de la administración del Centro Histórico de Lima” que precisa la intervención del distrito del Rímac como una zona vinculada a la existencia de patrimonio cultural y por lo tanto se infiere que sus autoridades tienen la responsabilidad y el deber de ejercer sus atribuciones administrativas para protección y conservación (El Peruano, 2014: 2).

Entre los monumentos históricos resaltantes están: Alameda de los Descalzos, Plaza de Toros de Acho, Paseo del as Aguas, Cerro San Cristóbal, entre otros (UNESCO, 2018). El objetivo del presente estudio es conocer el nivel de conciencia del poblador del Rímac, bajo tres criterios: actitud, identidad y participación en el ámbito turístico. La comunidad rimense afronta diversos problemas sociales como la delincuencia, la falta de limpieza pública y la informalidad. Dada esta situación es necesario el cambio de mentalidad en los pobladores creando una cultura turística y contribuyendo de manera significativa a brindar un servicio de calidad, responsabilidad, hospitalidad y sustentabilidad en sus actos. Es decir, generar conciencia turística que será el punto clave para asegurar el bienestar de la población a nivel económico y social. De acuerdo con Ortiz (citado por Llontop, 2017), la conciencia basada en una teoría psíquica se origina desde una actividad inconsciente de la mente, relacionada con la información social del ser humano.

La identidad cultural parte de la adaptación de un individuo hacia una nueva cultura. Este proceso depende de la similitud entre las características culturales propias y a las cuales adaptarse y, para quienes pertenecen a la cultura local, el autoconocimiento y aceptación de su propia cultura, como un reflejo de lo que es. Este proceso pasa por cuatro etapas: el shock cultural, el ajuste cultural, el sincretismo neutral y la aculturación (Sussman, 2000). Por otro lado, Morsella *et al.* (2016) en una nueva teoría sobre la conciencia menciona que ésta es pasiva y sirve para interpretar nuestras acciones, muy contrario a otras teorías que señalan más bien que la conciencia es activa y ayuda en la toma de decisiones.

Según Kouassi & Maroto (2016: 265) *“ser consciente turísticamente, es transformar nuestro país en una hermosa “casa”, donde puedan disfrutar todos los visitantes de ella y lograr hacerlo con conducta caracterizada por el cuidado y preservación de nuestro patrimonio cultural y de los recursos naturales”*. Es decir, reconocer la importancia del turismo y el trabajo en conjunto para el desarrollo del

país. Para Varisco, Benseny & Padilla (2016) la conciencia turística aborda las actitudes del poblador hacia el turista y la preservación y respeto de los atractivos del destino turístico. El concepto de conciencia turística es necesario para conseguir que la actividad turística forme parte de la cultura del país y promueva el cuidado medioambiental y el desarrollo sostenible.

Li (2000) menciona que la conciencia turística es el conocimiento cultural mutuo entre turista y población local, vinculado al espacio-tiempo de interacción de ambos actores, partiendo de la aceptación por parte del turista de las manifestaciones culturales tradicionales y actuales de la comunidad visitada, así como la experiencia vivida en el destino. Este proceso debe ser usado por los operadores turísticos para fortalecer el vínculo con el turista, reforzando positivamente la experiencia vivida en momentos determinantes de la visita. La conciencia turística de acuerdo a Morzán (2018) es contar con conocimientos sobre la importancia del turismo y sus beneficios para el país, abarca la hospitalidad al turista y la conservación de los recursos que benefician a una comunidad. Por lo cual, es necesaria la difusión de ésta a través de canales accesibles y que generen aceptación en la población.

Generar conciencia turística no es un acto espontáneo, ya que se requiere de un proceso que debería iniciar en el hogar que es donde el niño aprende costumbres y valores, para luego pasar por la escuela y universidad donde deberán brindarse lecciones referentes al comportamiento hacia el turista; sin olvidar a los medios de prensa y redes sociales como canales muy importantes para promover la conciencia turística (Mireles, 2015).

La ubicación geográfica del distrito del Rímac se encuentra muy cerca del centro de Lima, que alberga patrimonio cultural de gran valor, y limita por el norte con los distritos de San Juan de Lurigancho e Independencia; al sur con el distrito de Lima; por el oeste con los distritos de San Martín de Porres e Independencia; y al este con el distrito de San Juan de Lurigancho, como se puede observar en la Figura 1.

La población residente al ser parte del proceso de toma de decisiones técnico-político-administrativas para la conservación del patrimonio local, equilibra el conflicto de intereses en empresas privadas, toda vez que según sea el caso, se eviten acciones donde se haga uso o modificación del patrimonio material con fines económicos y sin tomar las medidas necesarias que garanticen la conservación del bien; generando decisiones con mayor responsabilidad a través de consensos, acuerdos y soluciones en beneficio social y turístico (Simancas & Ledesma, 2017).

Figura 1: Ubicación del distrito del Rímac



El Rímac limita por el norte con los distritos de San Juan de Lurigancho e Independencia, al sur con el distrito de Lima, por el oeste, con los distritos de San Martín de Porres e Independencia, y al este con el distrito de San Juan de Lurigancho.

Fuente: Google Earth

MARCO TEÓRICO

Baars (citado por Pantani, Tagini & Raffone, 2016) menciona la Teoría del Espacio de Trabajo Global que realiza una distinción entre la conciencia y el proceso consciente. Conciencia es el procesamiento de un determinado evento a través de factores como percepción, memoria, aprendizaje y flexibilidad para adaptarlo hacia un hecho futuro o de acuerdo a las expectativas de cada individuo. Por ejemplo cuando se desea realizar la compra de un paquete turístico y se busca información sobre ello. El proceso inconsciente ocurre cuando el individuo no toma conciencia de determinados eventos como la visualización involuntaria de imágenes promocionales de un destino turístico que activan de manera inconsciente regiones locales del cerebro y que son capaces de influir en la toma de decisiones del individuo.

La participación local tiene beneficios sustanciales para el desarrollo turístico y a la vez como generador de conciencia turística, la correcta intervención de la ciudadanía influye en la calidad de los planes de desarrollo dado que conocen la problemática local, las alternativas de desarrollo, los recursos disponibles como población, etc. Arnstein (citado por Sangkakorn & Suwannarat, 2013) menciona 8 niveles de participación ciudadana descritos en *"The ladder of citizen participation"* (la escalera de participación ciudadana) donde se analiza la manera progresiva en que una comunidad local interviene en las decisiones en materia de turismo.

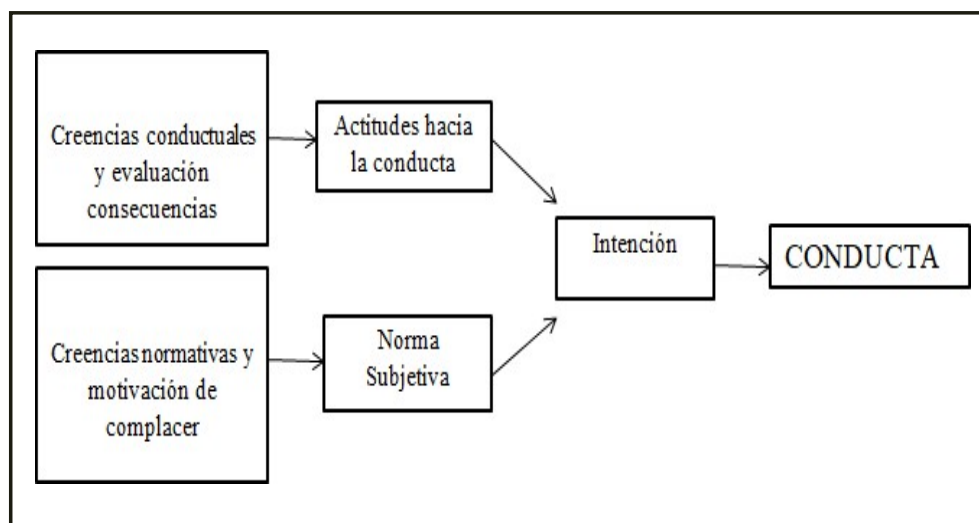
Teorías que sustentan la investigación

Teoría de la Acción Razonada (TAR)

Fishbein (citado por Reyes, 2007) menciona que la TAR explica que las personas al ser racionales, sus acciones parten del conocimiento sobre una situación determinada u objeto. La teoría parte de 2 premisas: primero, el comportamiento humano es racional, es decir a través de la información a su alcance se evalúan los posibles resultados de la realización o no de una acción en concreto. En segundo lugar, las acciones se determinan por la intención de ejecutarlas o no, siempre y cuando sea bajo el control voluntario del sujeto. La actitud de cada individuo frente a una situación particular u objeto está asociada a sus creencias en ese momento específico.

Las personas son conscientes de los actos que realizan y de todo lo relacionado con la ejecución de éstos, pues son capaces de identificarlos. La teoría menciona 2 tipos de personas: quienes evalúan o consideran el resultado de sus actos y las que sólo actúan porque tienen el control de ellos mismos. Según Stefani (2005) como se puede apreciar en la Figura 2, las creencias van a influir en la conducta del individuo, tanto como las creencias normativas y la motivación de complacer influye en la evaluación subjetiva, dado que ambas concepciones son el resultado de la intención ante la conducta previa de valoración del sujeto (positiva o negativa) y si es necesario hacerla o no por presión social.

Figura 2: Factores determinantes de la conducta según la Teoría de la Acción Razonada



Fuente: Reyes (2007)

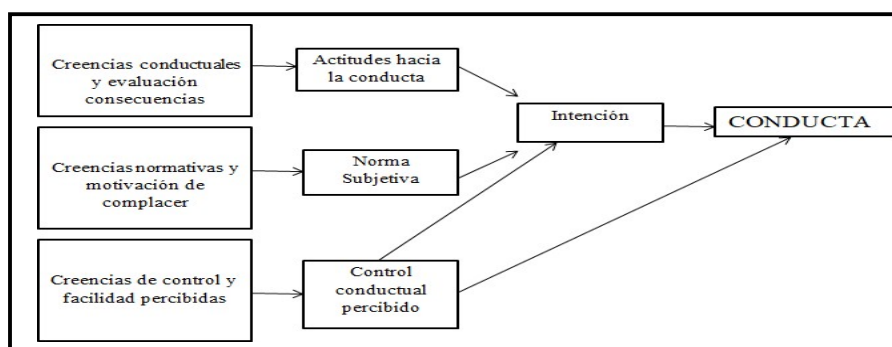
Se puede abstraer del estudio que los ciudadanos del Rímac relacionados voluntaria o involuntariamente al turismo son conscientes de sus actitudes respecto al turista, sin embargo sus creencias podrían estar influyendo en su decisión de participar o no en la actividad turística.

Teoría de la Conducta Planificada

Guzmán, García, Rodríguez & Alonso (2013) explican que las actitudes hacia la conducta, provenientes del conjunto de creencias del individuo y la norma subjetiva (conjunto de creencias que el individuo acepta de parte del grupo social al que pertenece como normas, reglas, comportamientos), son los predictores de la intención conductual. Este análisis agrega un tercer predictor de las intenciones: el control conductual percibido, ya que su finalidad es demostrar que las conductas muchas veces escapan al control voluntario de la persona. Este último predictor junto a las actitudes de la conducta (creencias conductuales y evaluación de consecuencias) y las normas subjetivas (creencias normativas y motivación por complacer), forman la intención conductual, tal como se muestra en la Figura 3. El control conductual consta de 2 polos: en el primero se sitúan las conductas que escapan al control de la persona y en el otro aquellas conductas en las que la persona percibe tener un control total sobre su ejecución.

Algunas formas de comportamiento, en cierta medida, tiene que ver con agentes externos como tiempo, dinero, habilidades (realidad de las personas), entre otros. Mientras la persona tenga mayor éxito en manejar su realidad, será capaz de controlar mejor su comportamiento, si tiene la intención de hacerlo. El comportamiento depende de la motivación (intención) y la capacidad (Ajzen, 1991). Por ello, es necesario conocer qué motiva al poblador local a interrelacionarse con el turista o no, o qué factores inciden en su conducta.

Figura 3: Teoría de la Conducta Planificada



Fuente: Guzmán, García, Rodríguez & Alonso (2013)

Teoría de la Identidad Social

Los individuos cambian su forma de actuar cuando se sienten miembros de un grupo. A través de experimentos se demostró que basta con cambiar un individuo a un grupo social distinto, éste adopta un tipo de comportamiento nuevo con la intención de favorecer los intereses del grupo adherido. Si existiera un grupo minoritario se formarían microculturas, donde dicho grupo muestra su identidad social bajo 2 criterios: emocional y valorativo, haciendo uso de expresiones distintivas dentro del grupo social mayor. La identidad social se construye gracias al significado que otorga una categoría o grupo social

con continuidad histórica o ideológica a una situación concreta, como una manifestación social y que, gracias a ello, un grupo social de multitud, no pierde su identidad; por el contrario, la resalta al diferenciarse de otros grupos por las manifestaciones de las microculturas unificadas dentro de un solo gran grupo social (Reicher citado por Morales, Moya, Gavidia & Cuadrado, 2007).

Luhmann & de Giorgi (citados por Osorio, 2007) mencionan que el macro entorno siempre es más complejo que el sistema, un elemento del sistema envía respuestas selectivas a los muchos insumos del entorno (selectividad del sistema). Por ejemplo, un elemento social del sistema del destino sólo recibirá del entorno elementos sociales, interactuando con algunos de ellos y descartando otros (enfoque de contingencia), junto con los políticos, económicos, etc. que no tienen relación. Contar con un análisis de la sociedad del destino bajo un sistema, hará que la superestructura logre identificar códigos de comunicación social producto de su interacción.

Teoría de la Interfaz

Formulada por Hoffman & Prakash (2015) plantea que el sujeto que percibe su entorno físico también considera dentro de su percepción a la ilusión que él mismo construye como un escenario completo (percepciones, realidad e ilusiones). Es decir, no todo lo percibido tiene que ser real y tiene que ser observable, medible o demostrable; además se considera el sustento teórico de la evolución para entender la percepción; asimismo la intencionalidad, dentro de la cual es posible que aunque se transmita algo contundente y real (dentro de la perspectiva de la evolución) no tiene por qué ser recibido de la misma manera por un sujeto particular, ya que éste elige consciente o inconscientemente la forma en cómo recibe la información o si desea aceptarla o rechazarla.

Como otro punto relevante resaltan la importancia de la interpretación del sujeto dentro del espacio-tiempo debido a que un evento puede ocurrir en presencia de la persona que percibe dicha actividad y la recepción de la información será distinta de otra que no estuvo allí e incluso que aún estando presente, puede interpretar el suceso de manera diferente de otros, en función a aspectos internos propios. A ello hay que sumarle las leyes de la Psicología Gestalt como la de proximidad y semejanza, de la simetría o los principios de la forma (Hernández, 2016).

Entonces, evaluar la interacción de los agentes que intervienen en el desarrollo turístico local, debe pasar por un criterio realista, perceptible y con conocimiento del entorno físico (Hoffman & Prakash citados por Klaus, 2018).

Teoría de la Conciencia

Edelman & Tonini (2002) resumen que la teoría de la conciencia aborda 2 supuestos: en el primero mencionan que la presente teoría es parte de una más general o global sobre el cerebro dado que la persona va a confrontar el hecho de que la realidad fisiológica de cada individuo es distinta (inteligencia,

habilidad, emociones) y la dependencia de sistemas de valores también lo es. El segundo supuesto se sustenta en reconocer los principios de la física y respetarlos rigurosamente. Los autores afirman la existencia de 2 tipos de conciencia: la de orden superior, que hace referencia a tener un yo nombrable, conocido y autodefinido hacia la sociedad y, la conciencia primaria, que es el resultado de las interacciones en el cerebro. Lo que se busca es entender que la conciencia se relaciona con las posibilidades que tiene el ser humano para autoconocerse a través de sus estados internos o acciones al igual que los límites de su valor moral.

Finalmente, se debe considerar, al momento de relacionarse con los actores involucrados en turismo, de preferencia a quienes se va a dirigir o capacitar (población local, representantes de organizaciones afines, etc.), que cada individuo es capaz de darse cuenta si lo que hace es correcto o no; por ende, evaluará sus actos internamente de acuerdo a la moral, a su creencia (religiosa o códigos de comportamiento propio), al sentimiento de culpa que le genere la consecuencia de un acto (Risse, 2001), logrando así un mejor entendimiento del sistema y reduciendo las brechas de comunicación.

Teoría de la Conducta

Santacreu, Hernández, Adarraga & Márquez (2002) sostienen que la teoría de la conducta define los acontecimientos del entorno como prioridad y asimismo son necesarios para explicar el comportamiento psicológico, que se deriva de los cambios en el entorno social. La forma de expresar los comportamientos parte de la manera en que se dice y se hacen las cosas y esto es observado por otros sujetos. La experiencia del individuo se manifiesta en tendencias de respuestas y proposiciones lingüísticas o reglas.

Esta teoría plantea que para saber por qué una persona se comporta de una determinada manera en un momento dado, se necesitan observar e identificar los elementos del entorno en el que se desarrollan ciertos comportamientos. Pues la conducta tiene relación con el cerebro. Esto quiere decir que, antes de realizar un acto, se tiene en mente lo que se quiere expresar y hacer y en ello influirá la personalidad y la reacción.

La atención consciente del individuo es un conjunto de experiencias subjetivas acompañadas de acciones motoras inconscientes originadas antes de tomar una decisión, es decir, un individuo recibe información consciente o inconsciente del exterior a través de elementos sensoriales (visuales, auditivos, kinestésicos) que podrían aumentar su atención o disminuirla (Haladjian & Montemayor, 2014). Las teorías relacionadas con la conciencia ayudan a facilitar el entendimiento de cómo se podría hacer para que la población local fije el conocimiento de lo que se quiere que interiorice.

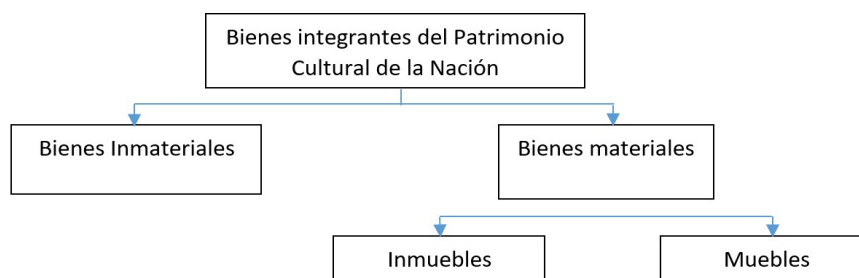
El patrimonio cultural del Perú

En el Perú se cuenta con la Ley General del Patrimonio Cultural de la Nación N° 28296, la cual define al patrimonio cultural de la siguiente manera.

“Se entiende por bien integrante del Patrimonio Cultural de la Nación a toda manifestación del quehacer humano –material o inmaterial- que, por su importancia, valor y significado paleontológico, arqueológico, arquitectónico, histórico, artístico, militar, social, antropológico o intelectual, sea expresamente declarado como tal o sobre el que exista la presunción legal de serlo. Dichos bienes tienen la condición de propiedad pública o privada con las limitaciones que establece la presente Ley” (Ministerio de Cultura, 2019: 3).

El Instituto Nacional del Cultura (INC, 2007) considera al patrimonio como la herencia legada por los padres, que se obtiene por derecho y no está sujeta a discusión, entendiendo no sólo desde el campo familiar, sino también como nación e involucra la herencia sobre bienes materiales e inmateriales y espirituales que caracteriza, diferencia y tipifica a un grupo humano, como se observa en la Figura 4 de la clasificación de los bienes integrantes del Patrimonio Cultural de la Nación.

Figura 4: Bienes integrantes del Patrimonio Cultural de la Nación



Fuente: Elaboración propia en base al Ministerio de Cultura (2016)

Actualmente el Perú y los países miembros de la Organización Mundial del Turismo con quienes se trabaja en conjunto las tendencias y escenarios globales de la actividad turística, y de donde surgió la necesidad de identificar y clasificar a los recursos turísticos de un país. Bajo este escenario, el Perú a través del MINCETUR (2012) cuenta con la siguiente clasificación:

1. Sitios Naturales: agrupa áreas naturales cuyos atributos particulares son parte del potencial turístico peruano. Se mencionan algunos: montañas, planicies, valles, ríos, aguas minero medicinales, grutas, cavernas y cuevas, otros.
2. Manifestaciones Culturales: son las diversas expresiones culturales del Perú, desde épocas ancestrales tales como lugares arqueológicos, sitios históricos, otros.
3. Folclore: tradiciones, costumbres, leyendas, riqueza gastronómica, etc.

4. Realizaciones Contemporáneas: obras actuales que muestran la cultura peruana, civilización y tecnología relacionadas al turismo.
5. Acontecimientos Programados: conjunto de eventos actuales o tradicionales que motivan o llaman la atención al turista como espectador o actor.

Esta clasificación es adaptada de la propuesta de la Organización de los Estados Americanos (OEA): Sitios naturales, Museos y manifestaciones culturales históricas, Folklore, Realizaciones técnicas, científicas y artísticas contemporáneas y Acontecimientos programados (Cámara & Morcate, 2014). En este sentido El Perú acoge la propuesta de la OEA dado que coincide con su realidad nacional. Por ejemplo, contiene el punto 3 (Folclore) como una clasificación distinta de Manifestaciones Culturales, dado la representatividad e importancia a nivel nacional.

METODOLOGÍA

La presente investigación es de tipo aplicada con un enfoque cuantitativo. El diseño es no experimental – descriptivo y de corte transversal. La población estuvo conformada por 88.829 pobladores de entre 18 y 50 años según reportes estadísticos del Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI, 2019), en el censo nacional 2017. El muestreo fue de tipo probabilístico teniendo como resultado una muestra constituida por 385 pobladores. Se aplicó la técnica de encuesta y un cuestionario con escala tipo Likert. Para realizar el análisis de los datos obtenidos de la encuesta, se utilizó el programa estadístico SPSS 22, logrando el análisis de la variable conciencia turística para la realización de cuadros estadísticos. Asimismo se determinó la confiabilidad del instrumento a través de la prueba del Alfa de Crombach, lo cual dió como resultado un 0,891 demostrando que el instrumento es confiable. Para establecer los niveles alto, medio y bajo, se procedió a realizar un baremos en Microsoft Excel, determinando los valores máximos y mínimos de las escalas, para así determinar los niveles según los rangos hallados. En la Tabla 1 se muestran los detalles metodológicos del presente estudio.

Tabla 1: Detalles técnicos de la investigación desarrollada

Universo	Población residente del distrito del Rímac
Ámbito	Urbana, distrito del Rímac (Perú)
Método de recogida de la información	Encuesta individual con cuestionario estructurado
Unidad muestral	Pobladores del distrito del Rímac
Tamaño de la población	88 829 habitantes
Tamaño de la muestra	385 unidades de análisis
Tipo de muestreo	No probabilístico, por conveniencia.
Nivel de confianza	95% (z= 1.96)
Error muestral	5% (e= 0.05)
Trabajo de campo	Mes de Octubre 2018
Número de encuestas válidas realizadas	385

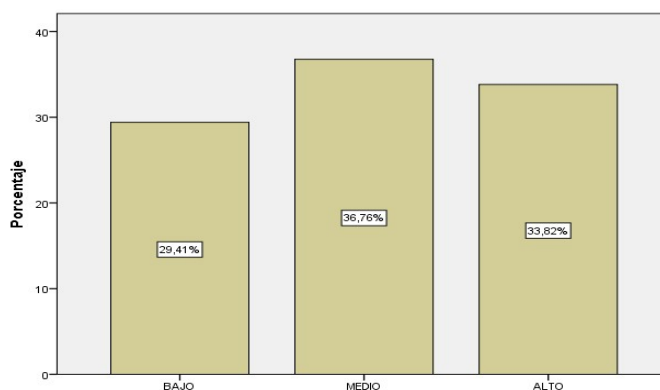
Fuente: Adaptado de Prada-Trigo, Armijos, Crespo & Torres (2017)

RESULTADOS

A continuación, se presentan los resultados obtenidos en la investigación realizada, donde se muestra que el nivel de conciencia turística de los pobladores del distrito del Rímac en general es medio, esta evaluación es producto de analizar las actitudes, identidad cultural y participación en la actividad turística por parte de los pobladores.

Del total de encuestados para la medición de la conciencia turística, el 37% se encuentra en un nivel medio seguido del nivel alto con 34% y el nivel bajo con sólo 29%. Se determinó que el nivel de conciencia turística que poseen los pobladores del Rímac es de grado medio. En los pobladores existe el conocimiento de la importancia del turismo en el distrito, pero su impacto en la actividad turística como agente interviniente aún se da sólo en grupos menores. En el Gráfico 1 se muestra el nivel de conciencia turística de los pobladores del distrito del Rímac.

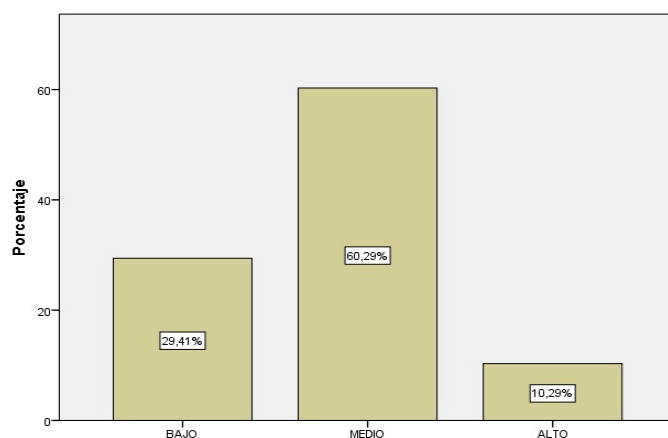
Gráfico 1: Nivel de conciencia turística de pobladores distrito del Rímac



Fuente: Elaboración propia

En el nivel de actitud de los pobladores hacia el turista, el 60% obtuvo un nivel medio, el nivel bajo fue del 29% y el alto del 10.9%. El nivel medio se debería a que en su mayoría son conscientes de que el turismo es una actividad constante en la zona y que, frente a ello, hay predisposición a ser partícipe de dicha actividad. El Gráfico 2 muestra la actitud de los pobladores del distrito del Rímac hacia el turista.

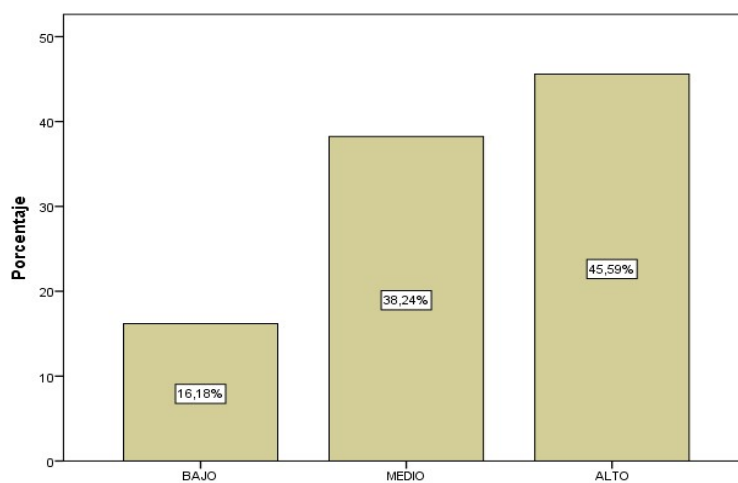
Gráfico 2: Actitud hacia el turista por parte de los pobladores del distrito del Rímac



Fuente: Elaboración propia

Del total de encuestados para la medición de la identidad cultural del poblador, el 46% se encuentra en el nivel alto, seguido del nivel medio con 38% y el bajo con sólo 16%. Esto se debería al aumento de identidad del poblador gracias a las capacitaciones y cuidado y puesta en valor del patrimonio, a cargo de la superestructura. En el Gráfico 3 se muestra la identidad cultural del poblador del distrito del Rímac.

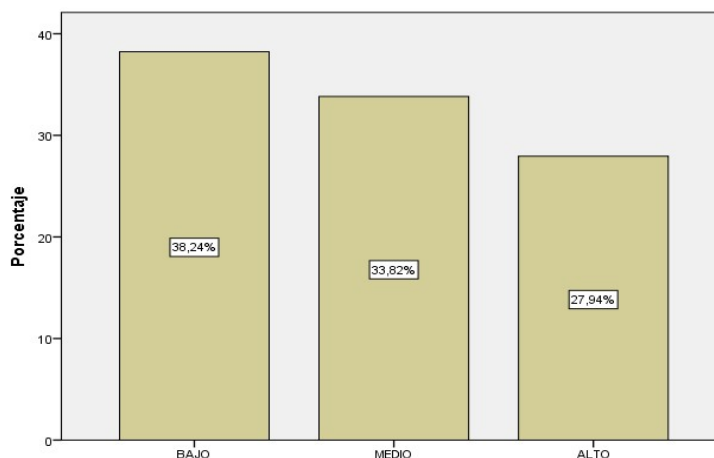
Gráfico 3: Identidad cultural del poblador del distrito del Rímac



Fuente: Elaboración propia

Del total de encuestados, el 38% se encuentra en un nivel bajo, seguido del nivel medio con 34% y el alto con sólo 28%. El nivel bajo se debería a que la mayoría de los pobladores trabaja en otro rubro o fuera de su distrito. En el Gráfico 4 se muestra la participación de los pobladores del Rímac en la actividad turística.

Gráfico 4: Participación en la actividad turística de los pobladores del distrito del Rímac



Fuente: Elaboración propia

DISCUSIÓN

Según los resultados obtenidos la población del distrito del Rímac presenta un nivel medio de conciencia turística (37%), lo cual indica que la mayoría de la población local reconoce al turismo como una actividad relevante en el distrito. Dicha actividad genera participación de una parte de la sociedad, quienes son conscientes del beneficio que reciben del turismo y del distrito del Rímac en sí. En relación a ello, Santacreu, Hernández, Adarraga & Márquez (2002) afirman que la actitud consciente del individuo es resultado de lo que él capta de manera subjetiva del entorno a través de los medios sensoriales que dispone, por ende es probable que la actividad turística del Rímac sea percibida por un sector de la población como un suceso aislado y ajeno a ellos.

La actitud hacia el visitante, cuyo resultado fue de nivel medio (60% del total), muestra a los pobladores del Rímac con predisposición y voluntad de interactuar y ayudar al turista si presentara alguna dificultad. Aunque el nivel medio es elevado, no podría significar que existe alta predisposición, sino más bien como una actitud casual o circunstancial. Esto se refuerza con Fishbein (citado por Reyes, 2007) quien afirma a través de la Teoría de la Acción Razonada que los individuos antes de tomar una decisión evalúan la información a su alcance, los posibles resultados de la acción, el autocontrol y sus creencias en ese momento específico. La actitud del poblador influye en la impresión que se lleve el turista del destino. Por lo cual, es necesario que el residente conozca los beneficios del turismo y se sienta motivado a poner en práctica e incorporar actitudes que contribuyan al desarrollo turístico local.

La identidad cultural de la población del distrito del Rímac es alta (46% de encuestados), evalúa la conservación y protección de los atractivos turísticos, el cuidado del patrimonio y práctica de tradiciones y costumbres propias. En este aspecto el resultado ha sido óptimo pues un sector de la población residente vive, frecuenta y disfruta de sus atractivos turísticos, además el gobierno municipal y otros agentes nacionales e internacionales contribuyen a la conservación del patrimonio cultural mediante

acciones de promoción y valoración en el Rímac, dado que posee el 40% del patrimonio mundial de Lima (El Peruano, 2019). En relación a ello Hoffman & Prakash (2015) en su teoría de la interfaz sostienen que un individuo percibe consciente o inconscientemente aquellos mensajes de preservar el patrimonio a su alrededor (lo cual ha interpretado correctamente). Retomando lo mencionado por Hernández (2016) visualmente el impacto del patrimonio cultural del Rímac sobre el sujeto (visitante o residente) en cuanto a su proximidad, semejanza o simetría, ha contribuido a que valore el patrimonio cultural del Rímac.

La población del distrito del Rímac presenta un nivel bajo de participación en la actividad turística (38%), esto implica participar en actividades, conocer la situación actual del turismo en el Rímac y promocionar sus atractivos. Esta realidad se debería al interés de la ciudadanía en cuanto a asumir la responsabilidad de ser partícipe de la gestión distrital del Rímac, además al dedicarse a otras actividades económicas son reacios a actividades nuevas y alternativas como es el turismo y por ende la participación en promocionar al distrito no les es llamativo. En relación a ello, los estudios de Reicher (citado por Morales, Moya, Gavidia & Cuadrado, 2007) afirman que los individuos pueden cambiar su forma de actuar si cambian de grupo social, de modo que fortalezcan su identidad a través de una nueva valoración. En ese sentido, los pobladores deberían ser incluidos como agentes de desarrollo turístico local, de modo que participen de la actividad turística progresivamente y modifiquen con ello su conducta.

En las comunidades donde los residentes no participan ni perciben beneficios de la actividad turística, los visitantes no están seguros, ante esto la comunidad se torna ajena y se ralentiza el desarrollo turístico. Por ello, es importante involucrar a la población en la gestión turística, motivando el aporte de ideas y proyectos que mejoren la imagen del destino (Morales, 2016).

CONCLUSIONES

El nivel de conciencia turística en general que poseen los pobladores del Rímac es medio (37%). Se han evaluado en conjunto actitudes, participación e identidad. La actitud de los pobladores frente a los turistas que visitan el distrito del Rímac es de nivel medio (60%). El resultado medio sugiere que un grupo de pobladores reconocen la importancia del turismo en el distrito y otro lo ve ajeno a ellos, aunque estaría predispuesto a participar, evaluando primero el costo de oportunidad entendido desde la teoría de la conducta planificada.

La identidad cultural de los pobladores del distrito del Rímac es de nivel alto, esto se justifica con que el Rímac cuenta con el 40% del patrimonio histórico de la ciudad de Lima. Además, un sector de la población pone en práctica sus tradiciones y costumbres. Entender la diversidad de pensamiento, inteligencia, habilidades, emociones y todo un conjunto de valoraciones propias de la teoría de la conciencia del sujeto es relevante para aumentar dichos niveles.

El nivel de participación de los pobladores en la actividad turística del distrito del Rímac es bajo, esto porque sólo un grupo de la población es consciente del beneficio de la actividad turística y participan en ella, mientras que la mayoría de los pobladores aún no encuentra un motivo relevante que justifique su participación en la actividad turística local. Según la teoría de la conducta planificada, se deben evaluar las creencias, normas e intenciones de un individuo.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Ajzen, I.** (1991) "The theory of planned behavior". *Organizational Behavior and Human Decision Processes* 50(2): 179-211. D.O.I.: [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Cámara, C. & Morcate, F.** (2014) "Metodología para la identificación, clasificación y evaluación de los recursos territoriales turísticos del centro de ciudad de Fort-de-France". *Arquitectura y Urbanismo* 35(1): 48-67. Disponible en: http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1815-58982014000100005. Acceso el 8/03/2019
- Córdova, F.** (2017) "Incidencias del turismo receptivo en los cambios de identidad cultural de los pobladores de la localidad de Raqchi Sicuani Cusco – 2017". Tesis de licenciatura de la facultad de Ciencias y Humanidades, Cusco, Perú. Disponible en: http://repositorio.uandina.edu.pe/bitstream/UAC/1512/3/Flor_Tesis_bachiller_2017.pdf. Acceso el 28/12/2018
- Díaz, A. & Machado, R.** (2016) "La formación en cultura turística en instituciones educativas: un aporte del programa "Colegios Amigos Del Turismo" en Colombia. *Turismo y Sociedad* XIX: 49-71. D.O.I.: <dx.doi.org/10.18601/01207555.n19.04>
- Edelman, G. & Tonini, G.** (2002) "El universo de la conciencia, cómo la materia se convierte en imaginación". Disponible en: <http://www.psicologosclinicos.com/wp-content/uploads/El-universo-de-la-conciencia.pdf>. Acceso el 05/03/2019
- El Peruano** (2014) "Reglamento de la Administración del Centro Histórico de Lima". Lima, Disponible en: <http://www.munlima.gob.pe/images/descargas/licencias-de-funcionamiento/legislacion/25-ORDENANZA-062-MML.pdf>. Acceso el 26/01/2019
- El Peruano** (2019) "Organizan paseos en zona monumental del Rímac". Lima, Disponible en: <https://elperuano.pe/noticia-organizan-paseos-zona-monumental-del-rimac-56234.aspx>. Acceso el 10/01/2019
- Falcão, C.; Moraes, D. & Medeiros, L.** (2015) "Políticas públicas de turismo en Brasil. Una evaluación en 65 municipios". *Estudios y Perspectivas en Turismo* 24 (1): 76-95. Disponible en: http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1851-17322015000100005. Acceso el 08/03/2019
- Fernández, E.** (2014) "El turismo sostenible en Uruguay". Disponible en: <http://www.cipetur.com/index.php/espacio-de-socios/item/1192-investigaci%C3%B3n-%E2%80%99Cel-turismo-sostenible-en-uruguay%E2%80%99D>. Acceso el 11/12/2018

- Guzmán, F.; García, B.; Rodríguez, L. & Alonso, M.** (2013) "Actitud, norma subjetiva y control conductual como predictores del consumo de drogas en jóvenes de zona marginal del norte de México". *Frontera Norte* 26(51): 53-74
- Haladjian, H. & Montemayor, C.** (2014) "On the evolution of conscious attention". *Psychonomic Bulletin & Review* 22(3): 595–613
- Hernández, F.** (2016) "Teoría de la Percepción (ingredients)". DI-TEC, Cartago. Disponible en: https://repositoriotec.tec.ac.cr/bitstream/handle/2238/7313/teoria%20de%20la%20percepcion%20_%20hernandez-castro%20_%202017.01.27.pdf?sequence=1&isAllowed=y Acceso el 26/12/2018
- Hoffman, D.; Singh, M. & Prakash, C.** (2015) "The interface Theory of Perception". *Psychonomic Bulletin & Review* 22(6): 1480–1506. D.O.I.: 10.3758/s13423-015-0890-8
- Instituto Nacional de Cultura** (2007) "Documentos fundamentales para el patrimonio cultural. Textos internacionales para su recuperación, repatriación, conservación, protección y difusión". Disponible en <http://www.cultura.gob.pe/sites/default/files/archivosadjuntos/2016/08/iiidocumentosfundamentales2.pdf>. Acceso el 26/12/2018
- Instituto Nacional de Estadística e Informática** (2019) "Censos Nacionales 2017: XII de Población, VII de Vivienda y III de Comunidades Indígenas". Disponible en: <https://www.inei.gob.pe/estadisticas/censos/>. Acceso el 20/11/2018
- Klaus, F.** (2018) "Hoffman's interface theory from a bio-psychological perspective". *NeuroQuantology* 16(10): 92-101. D.O.I.: 10.14704/nq.2018.16.10.1872
- Kouassi, C. & Maroto, J.** (2016) "Educación, capacitación y conciencia turística en Costa de Marfil: un estado de la cuestión. Educación, capacitación y cultura". Disponible en <http://www.eumed.net/libros-gratis/actas/2016/desigualdad/26.pdf>. Acceso el 7/03/2019
- Li, Y.** (2000) "Geographical consciousness and tourism experience." *Annals of Tourism Research* 27(4): 863-883. D.O.I.: [https://doi.org/10.1016/S0160-7383\(99\)00112-7](https://doi.org/10.1016/S0160-7383(99)00112-7)
- Llontop, D.** (2017) "Dos teorías informacionales de la conciencia". Disponible en: <https://revistas.ulima.edu.pe/index.php/Persona/article/viewFile/1744/1768>. Acceso el 07/03/2019
- MINCETUR - Ministerio de Comercio Exterior y Turismo** (2006) "Plan Estratégico Institucional del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo 2007–2011". Disponible en: http://transparencia.mincetur.gob.pe/documentos/newweb/Portals/0/PEI_2007_2011.pdf. Acceso el 20/01/2019
- MINCETUR - Ministerio de Comercio Exterior y Turismo** (2012) "Manual para la formulación del inventario de recursos turísticos a nivel nacional". Disponible en: <https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/turismo/consultorias/directoriosManuales/Manual-Formulacion-InventarioRecursosTuristicos-NivelNacional.pdf>. Acceso el 22/01/2019
- Ministerio de Cultura** (2019) "Marco legal de protección del patrimonio cultural". Disponible en: <http://www.cultura.gob.pe/sites/default/files/archivosadjuntos/2016/08/marcolegalokversiondigital.pdf>. Acceso el 10/01/2019
- Ministerio de Cultura** (2016) "Marco legal de protección del patrimonio cultural". Disponible en: <http://www.cultura.gob.pe/sites/default/files/archivosadjuntos/2016/08/marcolegalokversiondigital.pdf>. Acceso el 9/01/2019

- Mireles, A.** (2015) "La conciencia turística una tarea pendiente". Academia de Turismo, México. Disponible en: http://www.academia.edu/19434046/Turismo_La_Concientizaci%C3%B3n_Tur%C3%ADstica_una_Tarea_Pendiente. Acceso el 20 de junio del 2018
- Morales, A.** (2016) "Estrategias de desarrollo turístico en la ciudad de Belén, Catamarca, a partir de la planificación participativa". Tesis para licenciatura del Departamento de Geografía y Turismo, Bahía Blanca. Disponible en: <http://repositoriodigital.uns.edu.ar/bitstream/123456789/3324/1/TESIS%20TERMINADA%20ALDANA%202016.pdf>. Acceso el 07/03/2019
- Morales, F.; Moya, M.; Gavidia, E. & Cuadrado, I.** (2007) "Psicología social". McGraw-Hill, Madrid
- Morsella, E.; Gotwin, C.; Jantz, T. & Krieger, S.** (2016) "Homing in on consciousness in the nervous system: An action – based synthesis". Behavioral and Brain Sciences 39: 1-70. D.O.I.: <https://doi.org/10.1017/S0140525X15000643>
- Morzán, B.** (2018) "Relación entre conciencia turística, conservación y patrimonio cultural en el distrito de San Martín de Porres, 2018". Tesis para licenciatura de la facultad de Ciencias de la Comunicación, Turismo y Psicología, Universidad de San Martín de Porres (USMP), Lima, Perú. Disponible en: http://www.repositorioacademico.usmp.edu.pe/bitstream/usmp/3653/3/morzan_aba.pdf. Acceso el 02/02/2019
- Organización Mundial de Turismo** (2018) "Ranking de principales destinos turísticos del mundo". Disponible en: <https://www.dinero.com/economia/articulo/ranking-de-principales-destinos-turisticos-del-mundo/254169>. Acceso el 7/01/2019
- Osorio, M.** (2007) "El carácter social del turismo. Un análisis sistémico sobre su complejidad". Estudios y Perspectivas en Turismo 16(4): 464-492
- Oyarzún M.** (2018) "El turismo cultural, potencialidades y riesgos en la región de Los Lagos, Chile". Disponible en: <http://revistas.uach.cl/pdf/gestur/n2/art03.pdf>. Acceso el 10/12/2018
- Pantani, M.; Tagini, A. & Raffone, A.** (2016) "Phenomenal consciousness, access consciousness and self across waking and dreaming: Bridging phenomenology and neuroscience. Phenomenology and the Cognitive Science 17(1): 175-197. D.O.I.: <https://doi.org/10.1007/s11097-016-9491-x>
- Plan COPESCO Nacional** (2018) "Obras en ejecución. Obras ejecutadas". Disponible en <https://www.planopesconacional.gob.pe/>. Acceso el 20/01/2019
- Prada-Trigo, J.; Armijos, D.; Crespo, A. & Torres, L.** (2017) "Destinos turísticos culturales y satisfacción. Diferencias en la intención de regreso". Estudios y Perspectivas en Turismo 26 (4): 864-883. Disponible en: http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1851-17322017000400006&lng=es&tlng=es. Acceso el 08/03/2019
- PromPéru - Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo** (2018) "Perfil del turista extranjero". Disponible en: <https://www.promperu.gob.pe/TurismoIN//sitio/VisorDocumentos?titulo=Perfil%20Del%20Turista%20Extranjero&url=Uploads/publicaciones/2028/PROMPERUPT17.pdf&nombObjeto=Publicaciones&back=/TurismoIN/sitio/Publicaciones&issuuid=0>. Acceso el 25/01/2019

- Reyes, L.** (2007) "La Teoría de la Acción Razonada. Implicaciones para el estudio de las actitudes". *Investigación Educativa Duranguense* (7): 66-77. Disponible en: https://www.researchgate.net/publication/28175060_La_Teoria_de_la_Accion_Razonada_Implicacion_es_para_el_estudio_de_las_actitudes. Acceso el 08/03/2019
- Risse, M.** (2001) "The second treatise in the genealogy of morality: Nietzsche on the origin of the bad conscience". *European Journal of Philosophy* 9(1): 55–81. D.O.I.:10.1111/1468-0378.00130
- Santacreu, J.; Hernández, J.; Adarraga, P. & Márquez, O.** (2002) "La personalidad en el marco de una Teoría del Comportamiento Humano". Pirámide, Madrid
- Sangkakorn, K. & Suwannarat, S.** (2013) "Local people participation in tourism development: The case study of Chiang Mai". Disponible en: https://www.researchgate.net/publication/260312061_Local_People_Participation_in_Tourism_Development_The_Case_Study_of. Acceso el 20/01/2019
- SERNATUR** (2016) "Programa de conciencia turística". Disponible en: <https://biblioteca.sernatur.cl/documentos/153.796.16S491i.2017.pdf>. Acceso el 10/01/2019
- Simancas, M. & Ledesma, O.** (2017) "El papel de los stakeholders en los procesos de gobernanza y renovación de las áreas turísticas de litoral". *Estudios y Perspectivas en Turismo* 26(2): 348-369
- Stefani, D.** (2005) "Teoría de la Acción Razonada: Una propuesta de evaluación cuali-cuantitativa de las creencias acerca de la institucionalización geriátrica". Disponible en: <https://revistas.unc.edu.ar/index.php/revaluar/article/viewFile/538/478>. Consultado el 15 de enero del 2019
- Sussman, N.** (2000) "The dynamic nature of cultural identity throughout cultural transitions: Why home is not sweet". *Personality and Social Psychology* 4(4): 355-373. D.O.I.: <https://doi.org/10.1006/jado.2000.0341>
- UNESCO - Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura** (2018) "Historic centre of Lima". Disponible en: <https://whc.unesco.org/en/list/500>. Consultado el 10 de enero del 2019
- Varisco, C.; Benseny, G. & Padilla, N.** (2016) "Concientización turística y ambiental". Portal de Promoción y Difusión Pública del Conocimiento Académico y Científico. Disponible en <http://nulan.mdp.edu.ar/2490/1/varisco.etal.2016.pdf>. Consultado el 7 de enero del 2019

Recibido el 22 de enero de 2019

Reenviado el 03 de marzo de 2019

Aceptado el 09 de marzo de 2019

Arbitrado anónimamente