

## PROGRAMA DE SENSIBILIZACIÓN COMO PROPUESTA DE FORTALECIMIENTO DE LA CULTURA TURÍSTICA EN LOS POBLADORES DEL DISTRITO DE LAMBAYEQUE

### AWARENESS PROGRAM AS A PROPOSAL TO STRENGTHENING THE TOURIST CULTURE IN THE PEOPLE OF THE DISTRICT OF LAMBAYEQUE

 Jessica Cristina Fiestas Llenque <sup>1a</sup>

Fecha de recepción : 25 marzo 2021  
Fecha de aprobación : 23 junio 2021  
DOI : <https://doi.org/10.26495/rce.v8i1.1636>



#### Resumen

La investigación tiene como objetivo proponer un programa de sensibilización como propuesta de fortalecimiento de la Cultura Turística en los pobladores del Distrito de Lambayeque. La metodología de la investigación es de enfoque mixto, de tipo Descriptivo – Proyectivo y diseño no experimental transversal, la población total fue de 6337, siendo la muestra 102 jóvenes de 15 a 19 años. La técnica que se utilizó para medir la variable dependiente Cultura Turística fue la encuesta dirigida a los jóvenes y para la variable independiente Programa de Sensibilización la entrevista a la autoridad encargada de la oficina de la Subgerencia de promoción y desarrollo Turístico de la Municipalidad Provincial de Lambayeque; para el procesamiento de datos se utilizó como herramienta de análisis el software estadístico SPSS V.25. Los resultados de la variable dependiente respecto a la dimensión cognitiva es que la mayoría desconoce de su cultura y son indiferentes, la dimensión actitudinal la mayor parte de la población no mantienen una actitud positiva y la dimensión comportamental los encuestados no son conscientes de la importancia de participar de manera activa en los temas vinculados a la cultura turística. Y respecto a la entrevista dirigida a la autoridad, menciona que es importante un Programa de Sensibilización para fortalecer la Cultura Turística en los jóvenes. Por lo que, se concluye, que la Municipalidad de Lambayeque debería de ejecutar este programa de sensibilización para fortalecer Cultura Turística de los jóvenes no solo de los que se encuentran en centros de estudio sino para todos.

**Palabras clave:** Cultura Turística, Conciencia Turística, Programa de Sensibilización.

#### Abstract

The objective of the research is to propose an awareness program as a proposal to strengthen the Tourist Culture in the inhabitants of the Lambayeque District. The research methodology is of a mixed approach, Descriptive - Projective type and non-experimental cross-sectional design, the total population was 6337, the sample being 102 young people between 15 and 19 years old. The technique used to measure the dependent variable Tourist Culture was the survey aimed at young people and for the independent variable Awareness Program, the interview with the authority in charge of the office of the Sub-management of Tourism Promotion and Development of the Provincial Municipality of Lambayeque; For data processing, the statistical software SPSS V.25 was used as an analysis tool. The results of the dependent variable with respect to the cognitive dimension is that the majority are unaware of their culture and are indifferent, the attitudinal dimension most of the population do not maintain a positive attitude and the behavioral dimension the respondents are not aware of the importance of participate actively in issues related to tourism culture. And regarding the interview addressed to the authority, he mentions that an Awareness Program is important to strengthen the Tourist Culture in young people. Therefore, it is concluded that the Municipality of Lambayeque should execute this awareness program to strengthen the Tourist Culture of young people, not only those who are in study centers but for everyone.

**Keywords:** Tourist Culture, Tourist Awareness, Awareness Program.

<sup>1</sup> Universidad Señor de Sipán

<sup>a</sup> Egresada de Turismo y Negocios, [fllenquejessica@crece.uss.edu.pe](mailto:fllenquejessica@crece.uss.edu.pe)

## **1. Introducción**

Con el tiempo, el turismo ha evolucionado de manera diversificada representado una oportunidad de crecimiento y desarrollo, en términos económicos, calidad de vida y empleo. Esto quiere decir que la actividad turística favorece a la economía de un determinado país o localidad gracias a su efecto multiplicador, desencadenando la producción de bienes y servicios, de manera que impulsa el emprendimiento de negocios, la planificación del destino, la actividad y actitud positiva frente al turista, entre otras acciones a favor del entorno turístico.

Sin embargo, a nivel internacional en Francia y su ciudad ícono corresponde a París, se percibe una serie de maltratos a los turistas que se manifiesta a través de robos, baja capacidad instalada de baños públicos, intolerancia turística de los mismos parisinos, desplante y maltrato de los vendedores, altas tasas de cobranza, colas de espera, otros. Esto evidencia que, los residentes carecen de actitudes positivas como la hospitalidad debido a la saturación del destino. Sin embargo, la Federación Nacional de Guías, Intérpretes y Conferencistas han tomado la iniciativa de reunir 650 agentes, quienes son los responsables de asistir e informar a los turistas en diferentes partes de la ciudad (Aeropuertos, estaciones, vías más transitadas, etc.), en vista que la Alcaldía no asume las medidas correspondientes. (France, 2019)

Incluso, durante el último Informe transmitido por el Foro Económico Mundial (FEM, 2017) referente al Índice de Competitividad en Viajes y Turismo, Japón lidera la posición del continente asiático y es el cuarto mejor, internacionalmente. No obstante, Tokio no es ajeno a esta realidad, pues los visitantes se quejan de la mordacidad de los conductores y la nula asistencia de los transeúntes cuando se pierden o buscan una dirección. También es frecuente los fraudes por la contratación de servicio de taxis por aplicativos, aparte de que los conductores no dominan idiomas para entablar una comunicación efectiva con el turista; los residentes todavía no asumen el rol protagónico que ejercen en la visita turística, resulta esencial que el gobierno monitoree los vehículos, así como las licencias de los conductores, y en especial programas de sensibilización.

En el ámbito nacional, a pesar de que Cusco es el emblema turístico del país y a diario Machu Picchu recibe gran cantidad de turistas; la población local abusa del turista tanto nacional como extranjero, que se demuestra en el cobro superior de las tarifas en servicios de alimentación, uso de tarjetas incluso se aprovechan en subir el monto de la conversión de la moneda extranjera a la nacional. Asimismo, algunos establecimientos no cumplen con entregar facturas, pues no prefieren pagar impuestos a la SUNAT. Si bien es cierto, el turismo dinamiza la economía, pero la comunidad debe ofrecer un servicio a precio justo, sin evadir las leyes y reflexionando acerca del equilibrio y objetivos del desarrollo sostenible. (La republica, 2018)

Y en el ámbito regional, Lambayeque es uno de los pocos lugares en el mundo que vieron nacer grandes civilizaciones, en esta ciudad se conoce una de las culturas más antiguas como es la cultura moche, sin embargo, el Ex-Viceministro de Turismo José Vidal anunció que en el año 2019 en el primer semestre el arribo de turistas a Lambayeque ha disminuido, y esto se debe a que la población carece de educación respecto al trato a los turistas, además a la falta de limpieza adecuado a la ciudad y acotó que la población tiene mucha responsabilidad en ello, también otro punto es la informalidad de las empresas locales y la falta de compromiso de ellas, y por otro lado la disminución se ocasiona por la falta de valoración y descuido de los sitios turísticos por parte de la misma comunidad y las autoridades. Por ello hizo un llamado a los gobiernos locales y regionales, debido a que son ellos que por ley tienen responsabilidad y además expresa que es necesario trabajar con el Plan estratégico y el PE Nacional, además de Programas de sensibilización para que se mejore cada punto que impide el avance del Turismo en Lambayeque. (Vidal Fernández , 2019)

Por otro lado, en antecedentes de ámbito internacional según Díaz y Machado (2016), en su artículo “La formación en cultura turística en instituciones educativas: un aporte del programa colegas amigos del turismo en Colombia” tuvo como objetivos específicos describir la relación entre turismo y

vida cotidiana de los estudiantes como de la población, además de identificar cómo los residentes tratan a los turistas y el grado de conocimiento con respecto a su cultura, en realidad esto tiene que ver con el análisis de la cultura turística de la comunidad educativa, en el que apoyaron las áreas de ciencias sociales y medio ambiente que a partir de la realización del programa sensibilizan utilizando acciones participativas en el ambiente escolar. Colombia cuenta con una amplia oferta turística, a fin de aprovecharla es necesario trabajar en los principios básicos de la cultura turística como la hospitalidad, poseer predisposición para capacitaciones turísticas, conocer el patrimonio, facilitar información verdadera, entre otros.

Hilari (2015), en su investigación “Programa de capacitación y sensibilización turística para las autoridades y población del Municipio de Carabuco – Bolivia” tuvo como propósito ejecutar un PST para impulsar a las autoridades y a la comunidad a participar en el progreso de la actividad turística. Para ello, se realizaron encuestas tanto a las autoridades competentes y a la misma comunidad con el fin de diagnosticar su nivel de cultura turística y obtener información sobre el grado de motivación que tienen para emprender en el ámbito turístico. El programa consistió en tres capacitaciones, el primero se refirió a la interacción del turista con los colaboradores de la municipalidad anfitriona para que las autoridades sepan de los beneficios de la actividad turística tomando en cuenta también a la población, la segunda, a formar a los guías turísticos con respecto al trato con el turista y, por último, dirigido a los prestadores de servicios para que brinden un cálido ambiente y servicio. No cabe duda, que la comunidad es un agente imprescindible no solo en la experiencia del visitante sino en la gestión del destino, además de reconocer el rol de la educación en beneficio de las comunidades.

Fernández (2014), en su investigación “En Busca de Cultura Turística como atractivo turístico en la ciudad de Rojas, Argentina”, afirmó que para que exista desarrollo en un lugar turístico es indispensable la relación directa con la población, de manera que se sienta identificada y demuestre claro interés sobre lo que poseen. Para que aumente el turismo en la ciudad de Rojas debería educarse a la ciudadanía, de manera que los pobladores deben darse cuenta de la riqueza turística que poseen, para realizar proyectos como ideas de negocios que contribuyan al progreso de la sociedad. Por ello destaca el papel que la Municipalidad realiza para poner en camino leyes que apoyen y promuevan así la protección y cuidado de los diferentes recursos, asimismo que esté en sus gestiones el fomento de la cultura turística en los pobladores, siendo éste su principal objetivo. Como consecuencia, se verificó mediante una evaluación oportuna y búsqueda de la retroalimentación de los habitantes y de la labor de la Municipalidad en el tema turístico, que la ciudad de Rojas llegará a manifestar una imagen auténtica turística asumiendo diferentes alianzas concretas y un progreso monetario que admita la prosperidad en la calidad de vida de sus habitantes.

Y en el ámbito nacional García (2018), en su investigación de Maestría en Gestión Pública “Formación de la cultura turística en los pobladores del distrito de Barranco-Lima 2018” obtuvo como objetivos específicos establecer el grado de conciencia turística, conocimiento de turismo, valores turísticos, oferta turística, y estrategias de turismo local del distrito. La investigación descriptiva no experimental, se valió de la técnica de la encuesta con 48 preguntas, que, según su cuadro de variables, presenta dieciséis indicadores que aluden a desarrollo sostenible, conservación del patrimonio, programas de sensibilización turística, programas de turismo local, entre otros. De forma que: La cultura turística de los residentes del distrito es regular, puesto que conceptualiza de forma acorde el turismo y reconoce su importancia. Sin embargo, no se encuentra concientizada en la limpieza de su patrimonio, conjuntamente que no se encuentran preparados para planificar y gestionar a Barranco como un distrito turístico, por el tema de la oferta turística y el desinterés de la labor aunado entre el sector público y privado.

Macchiavello (2017), en su investigación denominada “Análisis del conocimiento histórico y su relación positiva en la cultura turística de los pobladores de la zona monumental del distrito del Rímac al 2017”, tuvo como propósito establecer si el bajo grado de conocimiento de los residentes ha contribuido a la pérdida de la cultura turística y por ende la memoria colectiva. La muestra estuvo conformada por 245. Se valió de dos técnicas de recolección de datos: la encuesta y la observación. La

primera se relacionó las dos variables (conocimiento histórico y cultura turística) mientras que la segunda, consistió en el registro de hechos y anécdotas de la población durante el transcurso del estudio. Antes de plantear un programa de cultura turística, es necesario analizar las necesidades y la situación de la persona desde su interior. Además, la cultura no es solo tratar bien al turista, sino que engloba otras manifestaciones como el conocimiento y la valoración del patrimonio, la iniciativa empresarial, entre otros, hasta conocer el marco legal que rige al turismo.

Sandoval (2016), en su estudio denominado “Nivel de la Cultura Turística de los pobladores y su influencia en el desarrollo turístico del distrito de Jamalca – Amazonas”, tuvo como objetivo identificar el grado de CT de los ciudadanos así como también su influencia en el turismo. Para ello se encuestó a 116 residentes y entrevistó a 4 autoridades municipales. De acuerdo a los resultados el nivel de cultura turística es bajo pues aparte que desconocen del turismo y las actitudes que presentan son negativas, no observan a la actividad turística como fuente de beneficios. Al mismo tiempo, que las autoridades precisan que la población no cuida el patrimonio. En este sentido, los mismos pobladores debido a su escasa visión empresarial no crean empresas turísticas, que sumado a otros factores genera insatisfacción al turista. Por tal razón, el autor planteó una propuesta de Fortalecimiento de la Cultura Turística, alineado al Plan Estratégico Nacional de Turismo, basado en tres pilares: la declaración de la actividad turística como instrumento fundamental para el distrito de Jamalca, producir valores, aptitudes y actitudes vinculados a la cultura turística, a través de programas de sensibilización que contemple jornadas, talleres, charlas, publicidad, etc.

Y en el ámbito regional Ruíz (2016) en su estudio titulado “Programa de Formación de la Cultura Turística para promover la conservación del Santuario Histórico Bosque de Pómac – Lambayeque 2016”, propuso como fin plantear un PF enfocado en la CT para dar a conocer la conservación del SHBP - Lambayeque, además el instrumento que utilizó fue la encuesta aplicada a la personas de la ciudad y por el cual se obtuvo los siguientes resultados: las individuos tienen comprensión de CT y conservación, pero se aplica de una manera errónea puesto que no existen capacitaciones, no existe soporte por parte del estado, autoridades locales y carencia de identidad cultural del mismo poblador, en efecto esto hace que no allá mejoras en la actividad turística. Se sabe que es muy importante tener algunos conocimientos sobre la CT en comparación a no saber nada al respecto, por eso se necesita apoyo por parte de la municipalidad en conjunto con la GERCETUR Lambayeque trabajando de la mano con el tema de CT, para el mejoramiento del mismo y así valorar el tema del turismo en el centro poblado Sipán.

Bravo (2011), en la investigación “Aplicación de un programa Educativo para promover la Cultura Turística en los estudiantes del 5to año de secundaria de la I.E. “Inca Garcilaso de la Vega” del Distrito de Mórrope” enfatizó mucho en un PE que propuso para el fortalecimiento del conocimiento de los estudiantes en el tema de CT. Con dicho programa realizó de un test antes y después, lo que determinó la efectividad del programa educativo propuesto, el mismo que prioriza en clases de aprendizaje tanto teóricos como prácticos y asimismo demostrar que con un manejo apropiado de la investigación y las definiciones claras se logra realzar el nivel de conocimientos de los alumnos en CT, por lo que se debe tener en consideración lo significativo que es la motivación de parte de los docentes en el proceso educativo en argumentos turísticos. Por lo que, es importante que toda IE realice programas turísticos de algún u otro modo, con el objeto de visualizar la importancia, efectos y beneficios hacia la actividad turística y la CT en el avance y prosperidad de la sociedad.

No obstante, según la teoría de Mincetur (s/f) sobre Cultura Turística, indica que es aquel conocimiento, valores y además de las actitudes que poseen los habitantes de una comunidad y que se relaciona con el buen trato que se les brinde a los visitantes, por lo que origina la protección y cuidado hacia su patrimonio, que, por lo tanto, fortalece su identidad, y hace que vean al turismo como elemento de progreso para el país.

Además, Limeta (2013) nos dice que el turismo ha evolucionado de manera considerable y ha ayudado de manera positiva la tecnología, ahora los turistas tienen acceso a más información sobre los

destinos que podrían visitar, hasta de leer experiencias vividas por otras personas. Por tal motivo, que en la actualidad se necesita con mucha más razón que los turistas se lleven una experiencia única con servicios personalizados, de manera eficaz y una intercomunicación con la cultura de la localidad agradable. Ya que la única diferencia es la atención que reciban los turistas en los lugares que visiten porque es ahí donde van a sentir que están como en casa, y recomendaran el lugar. Un turista satisfecho atrae a más turistas. Pero para conseguir que el turista se vaya satisfecho, con una experiencia única vivida es necesario contar con la comunidad la cual debe contribuir participando en un proceso de estudio que les admita estar dispuestas para percibir e informar sobre la actividad turística. Además, contar con personas que trabajen en empresas de servicios ya que necesitamos femeninas y masculinos con disposición, facilidad de servicio, acción positiva emprendedora y eso se concibe si desarrollan una cultura turística adecuada.

También Gonzáles (2012) nos da a entender que es indispensable fortalecer la CT de la ciudad en su situación de anfitriona del turismo, ya que contar con la integración de ellos a la actividad turística es de total importancia para que los visitantes queden satisfechos y felices de haber visitado el lugar. Es así que, define a la cultura turista “como aquella gestión participativa y el efecto multiplicador que se ve reflejada por los pobladores concientizados, ya que es importante tener educación de la cultura turística en las comunidades locales y eso requiere una concientización turística que esté orientada al cambio de las actitudes, de negativas a positivas lo cual posibilita una convivencia conforme y satisfactoria entre el turismo y la comunidad”. (p. 21).

Asimismo, según Rauda (2017), nos dice que hay diez principios de la cultura turística las cuales primero recibe al visitante con cortesía y cordialidad, segundo trata como te gustaría ser tratado, tercero ofrécele siempre una ayuda y apoyo sincero y rápido, cuarto mostrar un interés en aprender continuamente y capacitarse, quinto conocer a su territorio y lugares turísticos para con ello ofrezca una disposición adecuada y confiada, sexto promover con afecto los recursos turísticos que posee la ciudad, séptimo resguarda, salva y custodia los parques, monumentos y lugares de provecho de tu ciudad, octavo comentar a todos la familia, amigos y vecinos que debemos tener en cuenta que brindar una adecuada atención al visitante es trabajo en común, noveno no abusar del visitante haciéndole pagar de más en un producto o servicio, décimo sonreír de la manera más honesta, será siempre la principal carta de presentación de un individuo en una ciudad.

Pero además en el 2012, Gonzales nos dice que el rol social que cumplen los pobladores se les atribuye dependiendo en qué espacio turístico se encuentre ya que hay dos tipos de CT una es la general y otra la especializada. La primera que concierne a población local general, mientras que la segunda interviene ya sea de manera directa o no, en otras palabras, hace mención a los prestadores de servicios.

Además, Gonzales (2012) nos indica que “la CT general de la ciudad anfitriona debe tener características por rasgos esenciales como el conocimiento holístico es decir un todo del ambiente en el que habita, además identificarse con la problemática del turismo en su localidad, también en desarrollar sus competencias comunicativas, en tener arraigo de la identidad cultural y autenticidad, demostrar sus valores y mostrar participación y protagonismo auto gestionada”. (p.22)

Incluso Gonzales (2012) indica que el concepto de cultura turística presenta 3 dimensiones e indicadores, los cuales se presentan a continuación: (p. 24)

D. cognitiva: La cual consiste en que el poblador debe tener los conocimientos para dar informar referente al turismo y sus efectos que este podría tener. Bajo este contexto la dimensión cognitiva lo podemos mencionar con sus siguientes indicadores:

- Conocimientos fundamentados en historia, geografía, cultura y ambiente del territorio
- Conocimiento en el ámbito de turismo, su importancia y sus impactos.
- Conocimiento sobre los problemas del turismo en la población
- Conocimiento referente a la gestión municipal respecto al turismo.

D. actitudinal: Se basa en que la población debe implicar sus valores personales y sociales para el desarrollo del turismo.

Destreza e interés para solucionar problemas y contribuir a la mejora de la localidad

Actitud pasiva y activa ante el desarrollo turístico y a los visitantes

Cumplir y poner en práctica sus valores

Dimensión comportamental: La población local anfitriona debe mantener modos y acciones de actuar amables para que este tenga un efecto multiplicador hacia los demás ya sea sus propias familias o un particular.

Participación a las acciones que se realizan en su localidad

Realizar un efecto multiplicador ante la familia y comunidad sobre lo que se está realizando.

Además según Lavella (2016) define al programa de sensibilización como aquellas acciones que permite y procuran influir sobre las ideas, juicios y conceptos de las personas, para así estimular un cambio de actitudes en las prácticas sociales, personales y grupales de las personas.

Además, nos dice que para realizar una sensibilización es importante tener en claro un punto de partida ya que es quien nos va a marcar unas direcciones claras para ir definiendo un punto de llegada, es importante que el transcurso veamos la realidad, y saber a qué grupo de personas queremos sensibilizar.

También Reinlein (2018) define a la sensibilización como aquellas actividades que se realizan para que las personas tomen conciencia sobre un determinado tema que está pasando en su comunidad, para ello se puede realizar estas diversas acciones como: charlas, conferencias, exposiciones, capacitaciones, talleres, formación de grupo, concursos, juegos, eventos deportivos, o también acciones directas en el campo de acción. El cual con estas acciones se busca que la personas perciban una emoción y los estimule a realizar cosas de manera solidaria y positiva.

Por lo que se procede a formular el problema de investigación, que es la siguiente: ¿De qué manera la propuesta de un programa de Sensibilización contribuirá a fortalecer la cultura turística en los pobladores del distrito de Lambayeque?

Del mismo modo, se tiene como objetivo general: Proponer un Programa de Sensibilización como propuesta de fortalecimiento de la cultura turística en los pobladores del Distrito de Lambayeque

Y como específicos: Determinar el nivel de cultura turística de los pobladores entre 15 a 19 años del Distrito de Lambayeque, además de Identificar la percepción de la autoridad encargada de la Sub Gerencia de Promoción y Desarrollo Turístico de la MPL en relación al programa de sensibilización para fortalecer la CT de los jóvenes del Distrito de Lambayeque, asimismo Diseñar un programa de sensibilización como propuesta de fortalecimiento de la cultura turística de los pobladores del Distrito de Lambayeque y por ultimo Validar por expertos el programa de sensibilización como propuesta de fortalecimiento de la cultura turística de los pobladores del Distrito de Lambayeque

Asimismo, la investigación se justifica de manera teórica puesto que se basará en autores que respaldan esta investigación el cual está enfocado a mejorar la problemática de los pobladores del Distrito de Lambayeque, que es la falta de cultura turística, y los resultados serán verificados teóricamente y comparados con otros estudios; y de manera metodológica puesto que se aplicará las técnicas e instrumentos mencionados, además de manera social porque servirá de ayuda y apoyo para que las instituciones que estén introducidas a este rubro que es la Municipalidad de Lambayeque y los prestadores de servicios puedan realizarlo para así mejorar la cultura turística en los pobladores y así ver mejores resultados en la satisfacción del visitante.

## 2. Material y métodos

La investigación es de enfoque mixto de tipo descriptivo – proyectivo porque según el autor Hernández, Fernández, & Baptista (2014) este estudio busca especificar las características, costumbres y actitudes de una población, lugar o proceso social; y proyectiva porque es aquella investigación que consiste en la elaboración de una propuesta que busca dar solución a un problema.

Y es de diseño no experimental – transversal porque no se aplicará. Según Hernández et al. (2010), el diseño lo que hace es observar el fenómeno de estudio que es la muestra, para después analizarlo, y transversal porque se recopila información en un solo momento.

Asimismo, la investigación considero a 2 tipos de poblaciones: la población 01: a los jóvenes de las edades de 15 a 19 años que según el reporte de INEI (2017) está conformado por un total de 6,337 lambayecanos. Y la población 02: se consideró a la persona encargada del Área de Turismo de la Municipalidad Provincial de Lambayeque. Y la muestra está conformada por 102 jóvenes de 15 a 19 años.

Como técnica se usó la encuesta y la entrevista, y como instrumento el cuestionario y la guía de entrevista. Para validar el instrumento se consideró el juicio de expertos.

## 3. Resultados.

**Tabla 1:**

*Edad*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	15	15	14,7	14,7	14,7
	16	28	27,5	27,5	42,2
	17	26	25,5	25,5	67,6
	18	16	15,7	15,7	83,3
	19	17	16,7	16,7	100,0
	Total	102	100,0	100,0	

*Fuente: Elaboración propia exportada del SPSS V.25*

Tabla 1: Respecto a la muestra de la investigación el 27,5% fueron de la edad de 16 años siendo este el de mayor porcentaje de encuestados, siguiendo con el 25,5% de la edad 17 años, con el 16,7% jóvenes de la edad 19 años, el 15,7% de la edad de 18 años y el 14,7% de la edad de 15 años siendo esta edad el menor número de encuestados.

En relación a la dimensión 1: Cognitiva, cabe recalcar que se realizó de manera separada las preguntas para poder medir el nivel de CT de la población.

**Tabla 2:**

*¿Qué entiendes por Cultura Turística?*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Conocimientos, valores y actitudes que tienen con los demás y se relaciona al buen trato	18	17,6	17,6	17,6
Aquel intercambio de experiencias entre los turistas	27	26,5	26,5	44,1
Aquellas políticas que rigen los comportamientos de los turistas	19	18,6	18,6	62,7
Desconozco	38	37,3	37,3	100,0
Total	102	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia exportada del SPSS V.25

Tabla 2: Con respecto a la pregunta ¿Qué entiendes por cultura turística? que se realizó a los jóvenes del Distrito de Lambayeque, los resultados indican que el 37,3% de los encuestados desconoce cuándo se habla de cultura turística en términos o definiciones reales, identificando este resultado como el mayor porcentaje, por otro lado, el 26,5% de los jóvenes dicen que la respuesta correcta es el aquel intercambio de experiencias entre los turistas, y el 18,6% marcaron como respuesta a aquellas políticas que rigen los comportamientos de los turistas, y solo el 17,6% respondieron correctamente seleccionando que son aquellos conocimientos, valores y actitudes que tienen con los demás y se relaciona al buen trato.

**Tabla 3:**

*¿Sabes a qué cultura pertenece el Tumi de Lambayeque?*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Cultura Mochica	8	7,8	7,8	7,8
Cultura Sicán	13	12,7	12,7	20,6
Cultura Chimú	44	43,1	43,1	63,7
Desconozco	37	36,3	36,3	100,0
Total	102	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia exportada del SPSS V.25

Tabla 3: Para la pregunta si el poblador sabe a qué cultura pertenece el Tumi de Lambayeque, un 43,1% de los jóvenes respondieron a la cultura chimú, seguido del 36,3% de los jóvenes que desconoce, el 12,7% respondieron a la cultura Sicán indicando con ello la respuesta correcta. Lo que simboliza que la gran mayoría de encuestados no cuenta con los conocimientos básicos para informar referente a su cultura, considerando que este es un punto importante para la buena atención al visitante.

**Tabla 4:**

*¿Sabes cuál es el impacto negativo más significativo que trae el Turismo?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	La contaminación ambiental	17	16,7	16,7	16,7
	La delincuencia	42	41,2	41,2	57,8
	La pérdida de la identidad cultural	15	14,7	14,7	72,5
	El aumento de vicios sociales	28	27,5	27,5	100,0
	Total	102	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia exportada del SPSS V.25

Tabla 4: Referente a la interrogante ¿Sabes cuál es el impacto negativo más significativo que trae el Turismo?, el 41,2% de los jóvenes encuestados respondió que la delincuencia, el 27,5% los vicios sociales, el 16,7% indicaron que es la contaminación ambiental, siendo conscientes de la importancia de mantener limpia su ciudad, y solo el 14,7% supieron reconocer que uno de los impactos negativos es la pérdida de la IC. Por lo que, frente a los resultados nos indica que hay pocos jóvenes que consideran que la pérdida de identidad cultural es un impacto negativo y otros algo insignificante.

**Tabla 5:**

*¿Cuál cree que sea el problema que impide desarrollar el turismo en su localidad?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Por falta de presupuesto	43	42,2	42,2	42,2
	Por el desinterés de las autoridades	20	19,6	19,6	61,8
	Por la falta de conciencia de la población	5	4,9	4,9	66,7
	Falta de infraestructuras y servicios generales	33	32,4	32,4	99,0
	Otros	1	1,0	1,0	100,0
	Total	102	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia exportada del SPSS V.25

Tabla 5: El mayor porcentaje de jóvenes encuestados con un 42,2% dicen que el problema que impide desarrollar el turismo en su localidad es por falta de presupuesto, el 32,4% respondió por falta de infraestructura y servicios generales, el 19,6% indicó que, por el desinterés de las autoridades, y solo el 4,9% creen que por la falta de conciencia de la población. Por lo tanto, hay muchos factores donde la población considera que hay impactos negativos que impiden desarrollar el turismo en Lambayeque.

**Tabla 6:**

*¿Cree que la Municipalidad está realizando gestiones de turismo?*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Ferias o concursos	53	52,0	52,0	52,0
	Otros Ninguna de las anteriores	49	48,0	48,0	100,0
	Total	102	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia exportada del SPSS V.25

Tabla 6: El 52,0% de los jóvenes representando a más de la mitad respondieron que mayormente se realizan ferias o concursos, considerando que lo jóvenes ven solo como gestiones de turismo a la feria del King Kong o las actividades de la semana santa que mayormente se realiza en Lambayeque, pero cabe recalcar que turismo no solo se relaciona a ello, sino que comprende mucho más. Por otro lado, el 48% marcaron otros o ninguna de las anteriores, seleccionando con ello que la Municipalidad no toma mayor interés a las gestiones de Turismo. Fueron estas dos respuestas consideradas por los encuestados.

Para la dimensión 2: Actitudinal si se logra la tabla agrupada porque se mide a través de la escala de Liker.

**Tabla 7:**

*Suma\_Dimensión2: Actitudinal (Agrupada)*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	NIVEL BAJO	23	22,5	22,5	22,5
	NIVEL MEDIO	70	68,6	68,6	91,2
	NIVEL ALTO	9	8,8	8,8	100,0
	Total	102	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia exportada del SPSS V.25

Tabla 7: De la encuesta aplicada a 102 jóvenes del Distrito de Lambayeque, el 68,6% de los encuestados presenta una actitud de nivel medio frente al visitante; el 22,5% presenta un nivel bajo y solo el 8,8% nivel alto. Lo que demuestra que la mayor parte de encuestados tienen muy poca actitud en el tema de Cultura Turística. Es por ello que en la agrupación de la dimensión actitudinal sale como resultado que los jóvenes en actitud son indiferentes.

Igualmente, para la dimensión 3: Comportamental si se logra la tabla agrupada porque se mide a través de la escala de Liker.

**Tabla 8:**

*Suma Dimensión3: Comportamental (Agrupada)*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	NIVEL BAJO	37	36,3	36,3	36,3
	NIVEL MEDIO	49	48,0	48,0	84,3
	NIVEL ALTO	16	15,7	15,7	100,0
	Total	102	100,0	100,0	

*Fuente: Elaboración propia exportada del SPSS V.25*

Tabla 8: De la encuesta aplicada a 102 jóvenes del Distrito de Lambayeque, el 48% de los encuestados presenta comportamiento de nivel medio frente al visitante; además, con el 36,3% nivel bajo y solo el 15,7% nivel alto. Lo que demuestra que la mayor parte de encuestados tienen un comportamiento no tan agradable en el tema de Cultura Turística. Es por ello que en la agrupación de la dimensión comportamental sale como resultado que los jóvenes son indiferentes.

### 3. Discusión

De acuerdo a los resultados adquiridos, para el objetivo específico Determinar el nivel de cultura turística en los pobladores del Distrito de Lambayeque se confirmó que los jóvenes de esta Ciudad carecen de CT, pero para ello se muestra que respecto al género, más de la mitad de los encuestados son del sexo femenino, correspondiente a la edad el mayor porcentaje de encuestados fue de 16 años, cabe recalcar que la encuesta que se realizó fue exclusivamente a jóvenes de 15 a 19 años Por lo que a continuación se hará mención al nivel de CT de los jóvenes considerando a la información ya mencionada.

Correspondiente a la dimensión cognitiva, uno de los resultados logrados en la tabla 02 ¿Qué entiendes por cultura turística? el 37,3% desconoce y solo el 17,6% de los encuestados alega que son aquellos conocimientos, valores, y actitudes que se tiene con los demás y se relaciona al buen trato. Por ello podemos decir que la mayor parte de los jóvenes encuestados no conoce que es CT por lo que es muy lamentable porque teniendo esa edad deberían de poner más atención a esos temas que son para el bien de todos, como lo menciona MINCETUR (s/f) en su definición conocer sobre CT origina en el individuo la protección y cuidado de lo que tienen, tal es así como lo manifiesta en su investigación Fernández (2014) en el que resalta lo indispensable que es para los jóvenes saber sobre CT, para que con ello aprendan a identificarse con lo suyo y a demostrar los valores que poseen.

El otro resultado se halla en la tabla 03 en que el 43,1% de encuestados ostentan que el Tumi de Lambayeque pertenece a la cultura Chumí, y el 7.8% a la Cultura Mochica. Esto quiere decir que el menor porcentaje de encuestados conoce sobre la historia de su Distrito. Por ello de acuerdo a lo dicho por Macchiavello (2017) en su tesis indica que uno de los causantes de la pérdida de la CT es el bajo conocimiento de historia de una ciudad por parte de los moradores. Y que sería factible realizar programas para concientizarlos.

También, en la tabla 04 nos dice que el 41,2% declara que el impacto negativo más significativo que trae el turismo es la delincuencia y el 14,7% la pérdida de la identidad cultural, y en la tabla 05 el 42,2% de los encuestados creen que el problema que impide desarrollar el turismo en su localidad es por falta de presupuesto, mientras el 4.9% considera que es por falta de conciencia de la población. Lo que demuestra que el menor número de la población encuestada ha sentido a la pérdida de identidad cultural y la deficiente conciencia turística como algo perjudicial respecto al avance del turismo en su localidad, por lo que según Ruiz (2016) en su investigación revela que la carencia de la IC y la CT causa que no allá mejoras en el turismo y no sea valorado en el sentido de la conservación de sus lugares de

interés turístico, por lo plantea que se necesita apoyo por parte de las autoridades en conjunto con la GERCETUR para que trabajen en común esos temas.

De la misma forma en la tabla 06 ¿Cree que la Municipalidad está realizando gestiones de turismo?, el 52% respondió que la Municipalidad mayormente realiza ferias o concursos y el 48% otros, considerando que fueron las 2 opciones tomadas por los encuestados. Cabe resaltar que el turismo no solo se basa en realizar ferias o concursos, sino más bien va más a fondo como lo sustenta Hilari (2015) en su investigación aplicada en el que enfatiza que el aporte por parte de la Municipalidad debe ser activa con la población ejecutando proyectos de interés turístico y/o programas de capacitación inculcando con ello la participación de todos en el mejoramiento del turismo, resaltando que la comunidad es una pieza imprescindible no solo en la experiencia del visitante sino también en la gestión del destino.

Por otro lado, según los resultados alcanzados en la tabla 7 para la dimensión actitudinal, un 68,6% tiene un nivel medio en actitud frente a la CT, siendo este más de la mitad de la población encuestada, por otro lado, con un 22,5% nivel bajo y solo el 8,8% nivel alto, lo que demuestra que los ciudadanos no son conscientes que mostrar interés en saber los problemas de su localidad, tener habilidades para ayudar a solucionar dichos inconvenientes, que ayudar de manera amable a un visitante que se encuentra desorientado o perdido es valioso para que regrese, que mostrar un buen trato al visitante, garantiza que se vaya satisfecho, y que si tuviera un negocio o le gustaría emprender uno y llegue un visitante a su establecimiento, en vez de mostrar una acción de abuso en cobrarle de más, al contrario demostrar sus valores y cobrar el precio justo de los productos o servicios que se le está vendiendo, esto causa que el visitante se encuentre tranquilo y confiado del lugar que escogió visitar. Como lo demuestra Díaz y Machado (2016) en su artículo que tuvo objetivo describir la relación entre turismo y vida cotidiana de los estudiantes como de la población; nos indica que la clave para avanzar en el tema turístico de una localidad es trabajar primero en los principios básicos de la CT como es la hospitalidad, conocer el patrimonio que poseen y facilitar información verdadera. Asimismo, el autor Gonzales (2012) respalda lo dicho anteriormente asegurando que no hay nada más indispensable que fortalecer la CT de una población en una ciudad en pleno desarrollo turístico, porque ocasionara que los visitantes queden satisfechos y aptos para recomendar o volver al lugar no solo por sus recursos sino también por el calor de su gente.

Por otra parte, según resultados obtenidos en la tabla 08 en relación a la dimensión comportamental, el 48% de los encuestados muestra un nivel medio, mientras el 36,3% nivel bajo y solo el 15,7% nivel alto. Por lo que se concibe que pocos jóvenes expresan hasta la actualidad interés en promover en su comunidad la práctica del buen trato al visitante, por otro lado, la mayor parte de encuestados con un 29,4% asegura estar totalmente en desacuerdo, es decir no ha participado en alguna ocasión de capacitaciones que ayudan a fortalecer su CT, por el contrario, en la tabla 18, el 29% indica estar TA y el 28% de A, en que si participaría en programas de sensibilización como fortalecimiento de la CT en el Distrito de Lambayeque, asimismo en la tabla 19 enseña que el 30,4% se muestra indiferente al considerar que comentar a sus amigos y familiares que está participando en algunas mejoras para fortalecer la CT en su comunidad, está inculcando su participación. Por lo que, según lo que se expone la Municipalidad especialmente el Área de Turismo debería de considerar en sus trabajos programas de capacitación dirigidos a los jóvenes de su comunidad independientemente que se encuentren en un centro de estudios o no, para que de esta manera el progreso del turismo sea eficiente y de calidad frente al visitante como lo demuestra Hilari (2015) en su investigación “Programa de capacitación y sensibilización turística para las autoridades y población del Municipio de Carabuco” en la que después de haber realizado las capacitaciones concluye diciendo que no hay duda, que para brindar una buena experiencia al visitante y para que se desarrolle una adecuada gestión del Distrito, la comunidad es un agente necesario por lo que requiere estar en constantes capacitaciones e indica que las autoridades no solo deberían saber los beneficios que trae el turismo sino también cuanto influye la participación de la población en ella. Así como también lo revela el autor Limeta (2013) expresando que es necesario contar con la comunidad, contribuyendo en la participación activa en los procesos de estudio que les

permita estar dispuestas para dar información sobre turismo de su Ciudad, demostrando de esta manera una CT asertiva.

No obstante, respecto al objetivo específico 02 Identificar la percepción de la autoridad en relación al programa de sensibilización para fortalecer la CT de los jóvenes del Distrito de Lambayeque; las respuestas adquiridas en la entrevista que se efectuó a la encargada de la Subgerencia de Promoción y Desarrollo Turístico, a la señorita Lorena Lisset Granados Lloclla, referente al indicador cognitivo, considera que efectivamente los conocimientos de CT si pueden fortalecerse en los jóvenes mediante un PS enfocándose en qué les falta mejorar, cuales son los temas que desconocen de manera concurrente, cuales son los puntos que no manejan y con qué se identifican más, además reveló que con ello se incentivarían a conocer más sobre la historia de Lambayeque y sobre los impactos tanto negativos como positivos que trae el turismo, y ostento que en relación a la interrogante sobre lo que están haciendo como autoridad para que los jóvenes conozcan sobre la importancia de la CT, revela que en la actualidad se están enfocando a sensibilizar con reportajes de los Distritos, porque al transmitir están llegando a más personas para que valoren y cuiden lo suyo, además de los protocolos que ahora no solo es asistir a un lugar, sino que ya es tener toda una cultura de visita, y esto está ayudando a tomar en cuenta el tema del orden, de la limpieza, de la higiene, y del cuidado que deben tener; también a futuro analizar el tema del año escolar 2021, si se manejará de manera virtual o no, porque el año pasado han tenido una iniciativa de parte de la municipalidad de generar una red de escolares para el turismo, que básicamente eran escolares de cada uno de las instituciones educativas a los que se le daban charlas sobre el tema de CT, y era importante porque se empezaba a inculcar a los jóvenes ese tema, entonces este año por el tema de la pandemia ha sido un poco tedioso poder continuar, pero esperan que el próximo año se pueda realizar de manera presencial o virtual, cabe recalcar que son jóvenes de los últimos años de primaria y los primero de secundaria. Bravo (2011) a diferencia de lo mencionado anteriormente en su investigación considera que las Instituciones Públicas para fortalecer temas de CT y CT tienen que obtener la participación de todas las personas estén estudiando o no, porque el desarrollo depende de todos, y en su teoría Reintein (2018) nos dice que es tan significativo que una persona sino no conoce se informa para que pueda entregar datos reales, es por eso que define a la CT como aquellos principios y responsabilidad que la población debe acoger y practicar. Por otro lado, en el indicador actitudinal la señorita Lorena considera que los jóvenes muy poco se interesan en saber las problemáticas de la ciudad y cuando sucede la población no ayuda de manera activa a resolverlos sino tiende a quejarse y se entiende porque hay muchas deficiencias en la ciudad como la contaminación, la infraestructura, la accesibilidad, la iluminación y el tránsito. Y respecto a los valores, manifiesta que mayormente lo demuestran los adultos – ancianos, pero de parte de los jóvenes muy poco. Es por ello que si considera que con un PS se preocuparían y ayudarían a resolver problemas en su comunidad, pero además de ello ostentó que como autoridades deben dar a conocer los problemas para que los jóvenes puedan aportar y tener criterio para dar soluciones u opiniones; es por ello que considera que el tema de sensibilización es lo que más impulsa a participar en cualquier tema y ahora más que nunca que se necesita para que los jóvenes comiencen también a practicar sus valores de manera adecuada con las personas, como un joven mototaxista que le brinde un buen servicio a su cliente. Para ello, García (2018) en su tesis de Maestría en Gestión Pública “Formación de la cultura turística en los pobladores del distrito de Barranco-Lima 2018” también resalta que para mantener una CT y CT, conocimientos y valores es primordial e importante concientizar a la población en este caso mayormente joven que son el futuro de grandes ideales para el bien de la comunidad. Pero a la vez Rauda (2017) dice que para desarrollar CT se deben tener principios como cordialidad, amabilidad, seguridad, bienestar, entre otros, para que sean tomados como ejemplo para todos. Y en el indicador comportamental considera que la población si participaría en un PS, pero en la actualidad es más valioso que se organice de manera llamativa, al mismo tiempo dijo que ellos si participarían de los eventos o acciones de mejora por el bien de su comunidad, pero no le ve tanto interés que los jóvenes apoyen a difundir; por otro lado, si se llegara a realizar actividades de trabajo, o se propondría realizar capacitaciones de sensibilización, se cree que los jóvenes fomentarían la participación de sus familiares, vecinos y amigos. Por lo que, según Sandoval (2016) después de haber realizado los estudios de su tesis comenta que el comportamiento que muestre la población encuestada es decisivo para que se realicen acciones para mejorar en los temas respecto a la CT. Tal es así, como

lo menciona el autor Gonzales (2012) que indica que hay dos tipos de CT, la general (la población general) y la especializada (los prestadores de servicios), en el que ambos deben mostrar participación y protagonismo en los temas del Turismo. Por lo que de manera general esto se asimila a las conclusiones que da en su investigación Fernández (2014) el cual tomo el tema CT como atractivo turístico, y menciono que para que exista progreso turístico en una ciudad debería de concientizarse a la población para que así valoren, cuiden y aprovechen lo que tienen, pero para ello la Municipalidad tiene una responsabilidad importante porque debe de realizar gestiones y PS para que fomenten la CT en los pobladores porque es indispensable el vínculo directo que tienen ellos con los visitantes, y eso contribuirá a tener una imagen turística autentica de la ciudad. Tal es así como lo manifiesta Gonzales (2012) acotando que es una característica importante que la población tenga conocimiento de su ciudad y la importancia del trato que se le brinde al visitante, además de identificarse con los problemas que suscitan y que desarrolle sus competencias comunicativas con el fin de demostrar sus valores, participación y compromiso con su comunidad.

Por consiguiente, en el objetivo 03 Proponer un programa de sensibilización se planteó con la finalidad de fortalecer de la CT en los pobladores del Distrito de Lambayeque teniendo en cuenta los resultados obtenidos en el momento que se investigó en qué nivel de CT estaban los jóvenes para con ello ahondar más en los temas que indicaría estaban bajos. Por lo que los resultados tienen afinidad con la investigación de Hilari (2015), en su investigación “Programa de capacitación y sensibilización turística para las autoridades y población del Municipio de Carabuco – Bolivia” que tuvo como propósito ejecutar un programa de sensibilización turística para incentivar a las autoridades y a la comunidad a participar en el progreso de la actividad turística.

Por lo tanto, la propuesta de un programa de Sensibilización fue validado por un experto.

#### **4. Conclusiones**

El joven de 15 a 19 años del Distrito de Lambayeque carece de cultura turística según las dimensiones estudiadas que son la cognitiva, actitudinal y la comportamental, corroborando con ello lo dicho por el ex viceministro de Turismo José Vidal en el que argumentaba que, por falta de conocimiento e integración de los residentes y de las autoridades, había una disminución de visitantes y una insatisfacción de ellos.

La percepción de la encargada de la Subgerencia de Promoción de Desarrollo Turístico de la MPL en relación al Programa de Sensibilización, nos dice que es de vital importancia porque ayudara fortalecer la CT en los pobladores del Distrito de Lambayeque, tomando en cuenta los tres indicadores, tanto en su conocimiento sobre su Ciudad, en las actitudes frente al visitante ayudando a mejorar en la comunicación y servicio, y por otro lado, en lo comportamental que de acuerdo a lo expuesto por la encuestada coincide en que si participarían de programas o capacitaciones respecto a la CT, además ayudará a que ellos participen y se preocupen por los problemas de su comunidad.

A través del programa de sensibilización se pretende fortalecer, incentivar e incrementar la participación en los temas de CT en los jóvenes de 15 a 19 años para que con ello se vea reflejado una buena hospitalidad hacia los visitantes.

La propuesta realizada fue validada por juicio de expertos

#### **6. Referencias**

- Díaz , A., & Machado, R. (2016). *La formación en cultura Turística en instituciones educativas: un aporte del programa "colegios amigos del Turismo"* . Colombia : file:///C:/Users/Hp/Downloads/4814-Texto%20de%20art%C3%ADculo-21263-1-10-20170127%20(1).pdf.
- FEM. (13 de Noviembre de 2017). *Japón alcanza record de turistas en 2017*. Obtenido de Telesur : <https://www.telesurtv.net/news/Japon-alcanza-record-de-turistas-en-2017-20180113-0009.html>

- Fernández, N. (2014). *En busca de la identidad cultural como atractivo turístico*. Argentina: <http://imgbiblio.vaneduc.edu.ar/fulltext/files/TC115806.pdf>.
- France. (3 de Julio de 2019). *Guías turísticas denuncian maltratos a sus clientes en París*. Obtenido de Portal de noticias: <https://www.france24.com/es/20190703-guias-maltrato-turistas-paris>
- García, C. (2018). *Formación de la Cultura Turística en los pobladores del Distrito de Barranco - Lima 2018*. Lima: Repositorio UCV.
- González, M. (2012). *Cultura turística de la población anfitriona residentes en destinos urbanos*. Publicado en Alemania : Academia española. Recuperado: <http://www.manuelgonzalezherrera.com/articulos/2.%20Cultura%20tur%20C3%ADstica%20poblaci%C3%B3n%20anfitriona%202012.pdf>.
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2014). *Metodología de la investigación*. México: Mc Graw Hill recuperado de: <http://observatorio.epacartagena.gov.co/wp-content/uploads/2017/08/metodologia-de-la-investigacion-sexta-edicion.compressed.pdf>.
- Hilari, G. (2015). *Programa de capacitación y sensibilización turística para las autoridades y población del Municipio de Carabuco*. La paz - Bolivia : Recuperado: <https://repositorio.umsa.bo/bitstream/handle/123456789/13977/PG-3572.pdf?sequence=1&isAllowed=y>.
- INEI - Estructura empresarial. (15 de noviembre de 2019). *Perú: Estructura empresarial, 2018*. Obtenido de [https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones\\_digitales/Est/Lib1703/libro.pdf](https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1703/libro.pdf)
- La república. (15 de Diciembre de 2018). *Machupicchu pueblo: los negocios y abusos con turistas en Cusco*. Obtenido de <https://larepublica.pe/economia/1376810-machupicchu-pueblo-negocios-abusos-turistas/>
- Lavella, D. (14 de Enero de 2016). *Concepto de sensibilización*. Obtenido de Youtube : <https://www.youtube.com/watch?v=Sh5bkJed84w>
- Limeta, Ó. (12 de Abril de 2013). *Secretaría de Turismo*. Obtenido de [https://moodle2.unid.edu.mx/dts\\_cursos\\_md/lic/AET/TC/AM/02/Breviario.pdf](https://moodle2.unid.edu.mx/dts_cursos_md/lic/AET/TC/AM/02/Breviario.pdf)
- Macchiavello, C. (2017). *Análisis del conocimiento histórico y su relación positiva en la cultura turística de los pobladores de la zona monumental del Distrito del Rímac*. Lima: Repositorio Académico USMP.
- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. (s/f). *MINCETUR*. Obtenido de [www.mincetur.gob.pe](http://www.mincetur.gob.pe): <https://www.mincetur.gob.pe/turismo/lineas-de-intervencion/cultura-turistica/>
- Rauda Calderon, W. (7 de Enero de 2017). *Entorno Turístico*. Obtenido de Hablemos de turismo : <https://www.entornoturistico.com/que-es-la-cultura-turistica-y-diez-principios-basicos/>
- Reinlein, F. (Julio de 2018). *Sensibilización*. Obtenido de UNHCR: <https://eacnur.org/blog/sensibilizacion-por-que-es-necesaria/>
- Ruiz, A. (2016). *Programa de Formación de la Cultura Turística para promover la conservación del Santuario Histórico Bosque de Pómac*. Lambayeque: Repositorio USS.
- Sandoval, J. (2016). *Nivel de la Cultura Turística de los pobladores y su influencia en el desarrollo turístico del Distrito de Jamalca*. Jamalca: Repositorio Digital UNTRM.
- Vidal Fernández, J. (12 de Octubre de 2019). *La Industria*. Obtenido de El gran diario del norte: <https://www.laindustriadechiclayo.pe/noticia/1571089728-disminuye-el-arribo-de-turistas-a-lambayeque>