

## CONCIENCIA TURÍSTICA PARA FORTALECER LA IDENTIDAD CULTURAL EN LOS POBLADORES DEL DISTRITO MANUEL ANTONIO MESONES MURO – FERREÑAFE

### TOURIST CONCIENCE TO STRENGTHEN CULTURAL IDENTITY IN THE RESIDENTS OF THE DISTRIC OF MANUEL ANTONIO MESONES MURO – FERREÑAFE

 Bella Milagros Córdova Tafur<sup>1a</sup>



Fecha de recepción :16 agosto 2021  
Fecha de aprobación :19 diciembre 2021  
DOI :10.26495/rce.v8i2.2026

#### Resumen

*La presente investigación se desarrolló con la finalidad de fortalecer la identidad cultural en los pobladores del Distrito Manuel Antonio Mesones Muro- Ferreñafe, se observó la escasas de conocimiento e interés de su identidad cultural no fortalecida., más que todo en generaciones jóvenes que se estan perdiendo. Se planteó como objetivo principal, Proponer un programa de conciencia turística para fortalecer la identidad cultural en los pobladores del Distrito; de acuerdo al propósito y problemática de la investigación, se utilizó una investigación de tipo Descriptiva-Propositiva, y a su vez un diseño No Experimental – Transversal, con un enfoque cuantitativo. Para la recolección de información se empleó la técnica de la encuesta y como instrumento el cuestionario, siendo aplicado a una muestra de 369 pobladores, de acuerdo a la base de datos de INEI (2017) ,conformado de 17 preguntas con la escala de Likert, llegando a determinar que el nivel de identidad cultural., se encuentra con un nivel medio de 57.18% con tendencia baja de 26.56%, por lo que se tendría que trabajar en esta variable. Llegando a la conclusión, de que las dos variables se han analizado y se hallaron fallas en la identidad cultural como falta de conocimientos, valores y temas de turismo que se podrían prevenir para garantizar un mejor desarrollo de la misma. Motivo por el cual se propone un programa de conciencia turística.*

**Palabras Clave:** Conciencia Turística, Identidad Cultural y turismo.

#### Abstrac

*The present investigation was developed with the purpose of strengthening the cultural identity in the inhabitants of the Manuel Antonio Mesones Muro-Ferreñafe District, it was observed the lack of knowledge and interest of their non-strengthened cultural identity, especially in young generations that are losing. The main objective was to propose a tourist awareness program to strengthen the cultural identity of the residents of the District; According to the purpose and problem of the research, a Descriptive-Proposal type investigation was used, and in turn a Non-Experimental-Cross-sectional design, with a quantitative approach. To collect information, the survey technique was used and the questionnaire as an instrument, being applied to a sample of 369 inhabitants, according to the INEI database (2017), consisting of 17 questions with the Likert scale, arriving to determine that the level of cultural identity, is with an average level of 57.18% with a downward trend of 26.56%, so it would be necessary to work on this variable. Reaching the conclusion that the two variables have been analyzed and flaws were found in cultural identity such as lack of knowledge, values and tourism issues that could be prevented to ensure a better development of it. Reason for proposing a tourist awareness program.*

**Keywords:** Cultural Identity, Tourist Awareness and tourism.

---

<sup>1</sup>Universidad Señor de Sipán – Pimentel – Chiclayo - Perú

<sup>a</sup> Licenciada en Turismo y Negocios, [ctafurbellamila@crece.uss.edu.pe](mailto:ctafurbellamila@crece.uss.edu.pe)

## 1. Introducción

Para comprender mejor la realidad problemática, la identidad cultural debe definirse y entenderse en el sentido de pertenencia a un grupo que tiene características culturales comunes como costumbres, valores y creencias, manifestaciones materiales y no materiales. La conexión histórica del pasado, presente y futuro; a través de la experiencia diaria del contacto con el entorno y se fueron creando, hitos históricos que le dieron la originalidad cultural de un lugar. Morales y Cabrera (2016), CDMX se dispone, en la última década, que el entorno de la globalización actual, la construcción urbana se ha convertido en una prioridad de los gobiernos de diferentes naciones; una reciente manera de introducir las ciudades en el campo de la competitividad y el mundo de las marcas. Intenta capturar y expresar la singularidad que conforma esta ciudad para apoyar su integración en el ciclo económico internacional, la identidad y cultura de una ciudad, en la compleja interacción de ser producto y productor al mismo tiempo, se convierte en una forma de descubrir y resaltar la particularidad y esencia del lugar; la ciudad debe mantenerse y diferenciarse de otras ciudades ' pilares básicos. El desarrollo y aplicación de marcas de ciudad pretende convertirse en la principal herramienta para entidades y gobiernos que buscan atraer turismo, inversión o mostrar una imagen específica al mundo, así como para residentes que buscan atraer intereses, principalmente económicos.

En ese sentido Serin (2017), manifestó mediante su investigación que la ciudad de Huamachuco-La Libertad- Perú. Es una ciudad histórica famosa, alberga a personas a través de los tiempos primitivos. En todas las etapas de la historia de nuestro país, se pudo observar la falta de identidad cultural y el desarrollo del turismo en esta hermosa ciudad tanto la identidad y la cultura se tiene que resaltar y con la reciente generación se está perdido cada día más, Se alude en que la investigación fue para determinar las características culturales de Huamachuco relacionadas con el desarrollo del turismo y así evaluar y analizar.

La región Lambayeque no es ajena a la situación Lozano (2015), Señala que se puede observar el riesgo de la identidad en Lambayeque, con respecto en la falta de valor de las buenas prácticas culturales, considerando que la globalización ha ejercido influencia como fenómeno cultural a nivel mundial, es importante explicar y rescatar las prácticas sociales culturales y fortalecer la identidad de los habitantes de estas tierras, es decir, sus comportamientos permiten que las sociedades tradicionales marquen la diferencia.

Así mismo el distrito de Manuel Antonio Mesones Muro, donde se centra la investigación, Es tierra llena de costumbres y tradiciones, posee muchos recursos turísticos naturales y culturales, como sitios arqueológicos, huacas y jagüeyes. Finalmente, la selección a los pobladores de dicho distrito se pudo observar los escasos de conocimiento e interés de su identidad cultural no fortalecida

En la presente investigación se propone un programa de conciencia turística, lo cual permitirá el fortalecimiento de identidad cultural en los pobladores y autoridades de dicho distrito. ofreciendo así un trabajo integrado y participativo por parte la población hacia el visitante.

Luego de mencionar la realidad problemática, se plantea el siguiente problema de investigación: ¿De qué manera la conciencia turística fortalecerá la identidad cultural en los pobladores del Distrito Manuel Mesones Muro – Ferreñafe?. Teniendo como objetivo principal, Proponer un programa de conciencia turística para fortalecer la identidad cultural en los pobladores del Distrito de Manuel Mesones Muro- Ferreñafe; y Objetivos Específicos: Determinar el nivel de identidad cultural en los pobladores del Distrito de Manuel Mesones Muro- Ferreñafe; Diagnosticar la situación actual que presenta la conciencia turística en los pobladores del Distrito de Manuel Mesones Muro- Ferreñafe; Diseñar un programa de conciencia turística para fortalecer la identidad cultural en los pobladores del distrito Manuel Mesones Muro y por último Validar el programa por juicio de expertos teniendo en cuenta que la conciencia turística fortalecerá la identidad cultural en los pobladores del distrito Manuel Mesones Muro.

En consecuencia, se formuló una Hipótesis, si se propone un programa de conciencia turística, entonces se fortalecerá la identidad cultural en los pobladores Manuel Mesones Muro – Ferreñafe. La justificación de la presente investigación, está orientada en tres criterios: En Justificación Teórica, las dos variables: dependiente e independiente, que son identidad cultural y conciencia turística, de la cuál

en la Variable Dependiente se logrará solucionar con la Variable Independiente. En justificación metodológica, donde para medir el nivel de identidad cultural y medir la situación actual de la conciencia turística, se aplicó la técnica de la Encuesta, utilizando la escala de Lickert, la misma que servirá como aporte para las futuras investigaciones que realicen los interesados de este tema. y por último en justificación práctica, es que el presente estudio de investigación y de acuerdo a sus objetivos, tiene la finalidad de una propuesta de un programa de conciencia turística que pretende contribuir y fortalecer la identidad cultural en los pobladores y mantener viva la cultura, costumbres, folclore, tradiciones, gastronomía y artesanías que se poseen en la zona.

Teniendo en cuenta los trabajos previos, se especificarán a continuación de acuerdo al ámbito internacional, nacional y local, los cuales son:

En el ámbito internacional, Bermeo (2015). realizó su tesis titulada “Plan de concientización turística dirigido a los prestadores de servicios turísticos de la ciudad de Catamayo, provincia de Loja”, Ecuador; Su propósito es inspirar el cambio. Comportamientos positivos de los proveedores de servicios turísticos en Guangzhou Catamayo, atención y servicio al turista en cuanto a calidad y principios de calidad Calidez, moralidad y honestidad. La muestra consta de 58 personas entre el propietario y el administrador Agencias de servicios turísticos en las ciudades mencionadas, tecnología Además de las entrevistas y observaciones directas, también se aplican encuestas. El estudio concluyó que existen muchas debilidades y deficiencias en los siguientes aspectos: El trabajo diario de un proveedor de servicios de viajes . Lo más preocupante es: falta de conocimientos técnicos Bajo nivel de formación en actividades turísticas, higiene y procedimientos de manipulación. La calidad de la comida y las infracciones que atraen la atención de turistas y turistas. A su vez, el autor nos dice que ha establecido su identidad, es decir Los servicios de viajes muestran motivación para la formación, por lo que el 91% Todos los entrevistados acordaron desarrollar. La conciencia de los turistas, estos resultados solo se pueden mantener Apoyo de entidades responsables de la actividad turística.

Rodríguez (2017) realizó un estudio denominado “Conciencia Turística de los pobladores aledaños de los Humedales de Ventanilla, Callao en el año 2017”, refiere como objetivo determinar la conciencia turística de los pobladores cercanos al humedal de Ventanilla en 2017. Para lograr este objetivo, se realizó una técnica de medición (encuesta) a un determinado número de personas, calculada mediante fórmulas estadísticas cualitativas, y se obtuvo 196. La encuesta en escala Likert se incorporó a la versión SPSS 22 del programa para determinar metas y determinar dimensiones de escala baja, media y alta. Teniendo los siguientes efectos obtenidos, que muestran que el 56% de la población tiene una conciencia turística "media", lo que significa que la conciencia turística en los alrededores es muy buena.

Y por último en el ámbito local, Chunga y Mogollon (2018). la tesis “Fortalecimiento de la identidad cultural para el desarrollo de la actividad turística en el caserío de bodegones, San José – Lambayeque”, Dijeron que lo hicieron porque los habitantes del centro poblado de Bodegones no estaban de acuerdo con las creencias populares que les dejaron sus antepasados, entre ellas: costumbres, relatos, leyendas, y tradiciones. Del mismo modo, es lamentable el desinterés por la protección del medio ambiente y la práctica de la cultura turística, y los habitantes de este pueblo no se dan cuenta. De igual forma, este estudio utiliza como variables las actividades turísticas, y la identidad cultural que es uno de los pilares principales del desarrollo del turismo en la región, por pertenecer a un gran legado cultural que tenemos que estar orgullosos de nuestras costumbres y tradiciones ancestrales. El turismo es una de las industrias más prometedoras de todo el país, debido a que contamos con muchos recursos para el desarrollo, esta actividad puede mostrar mejor al mundo las diversas experiencias que nos hacen tener patrimonio cultural. El tipo de investigación es cuantitativa y su objetivo general es mejorar las características culturales de la vereda San José-Lambayeque Bodegones, estimulando la conciencia de cada población adinerada, fortaleciendo así la protección de las tradiciones y costumbres urbanas. Concluye que la comunidad Bodegones están perdiendo sus costumbres e identidad cultural, por lo que brindando la información necesaria para fortalecer sus conocimientos para que se sientan comprometidos en su comunidad y contribuyan al mejoramiento y desarrollo de la misma.

Las teorías utilizadas en cada una de las variables se detallan a continuación: Según Marulanda (1996). La identidad cultural es la legitimidad de una persona, con todos los valores de su nacimiento, su ubicación geográfica y sus propias características que la hacen única; por ello, se identifica con su propia obra y se expresa a través de la obra.

Por consiguiente, la presente investigación toma como dimensiones: Grupo Social, Sentido de Pertenencia, Costumbres y tradiciones y Educación.

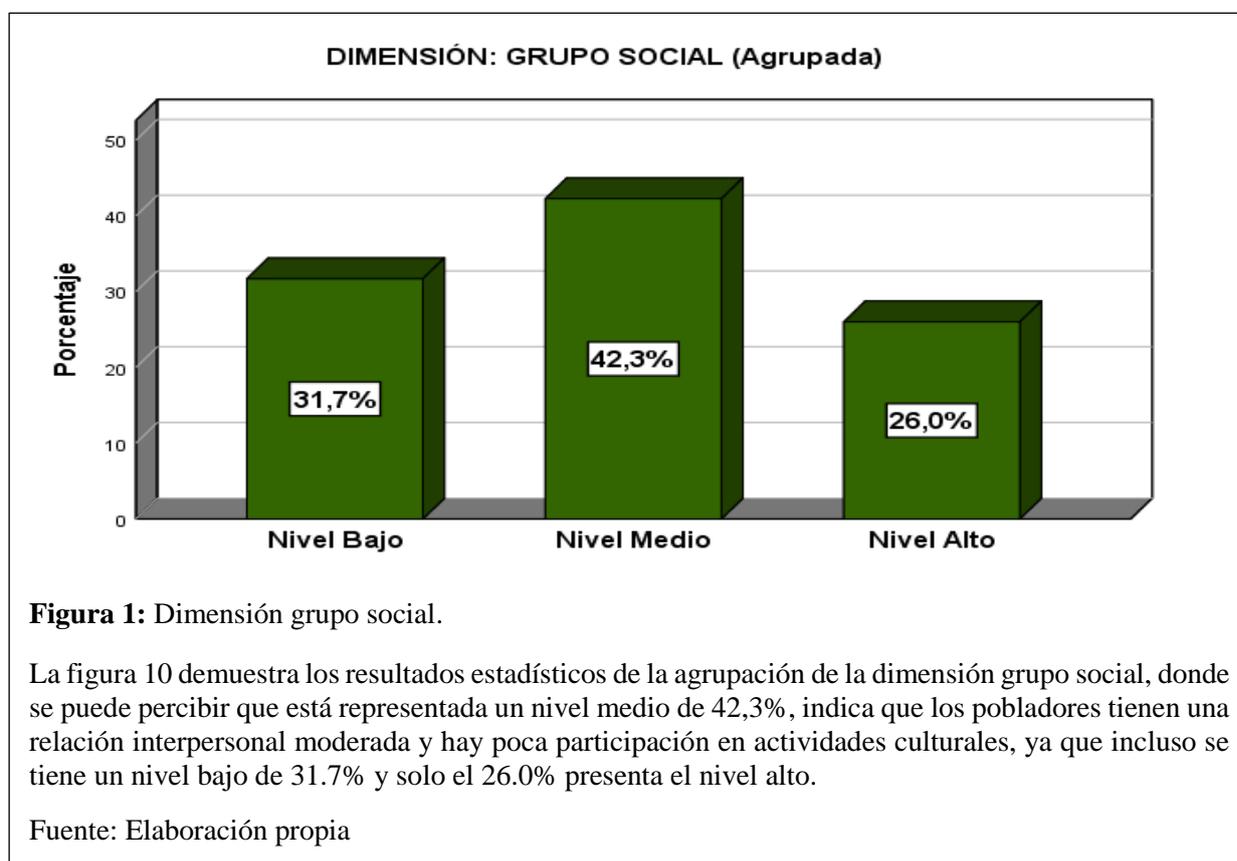
Según (Ramírez, 1994). La conciencia turística señala que se tiene en cuenta estrategias centradas en crear una actitud mental positiva de la colectividad humana para mejorar y conservar todos aquellos elementos que conforman la oferta turística de un país.

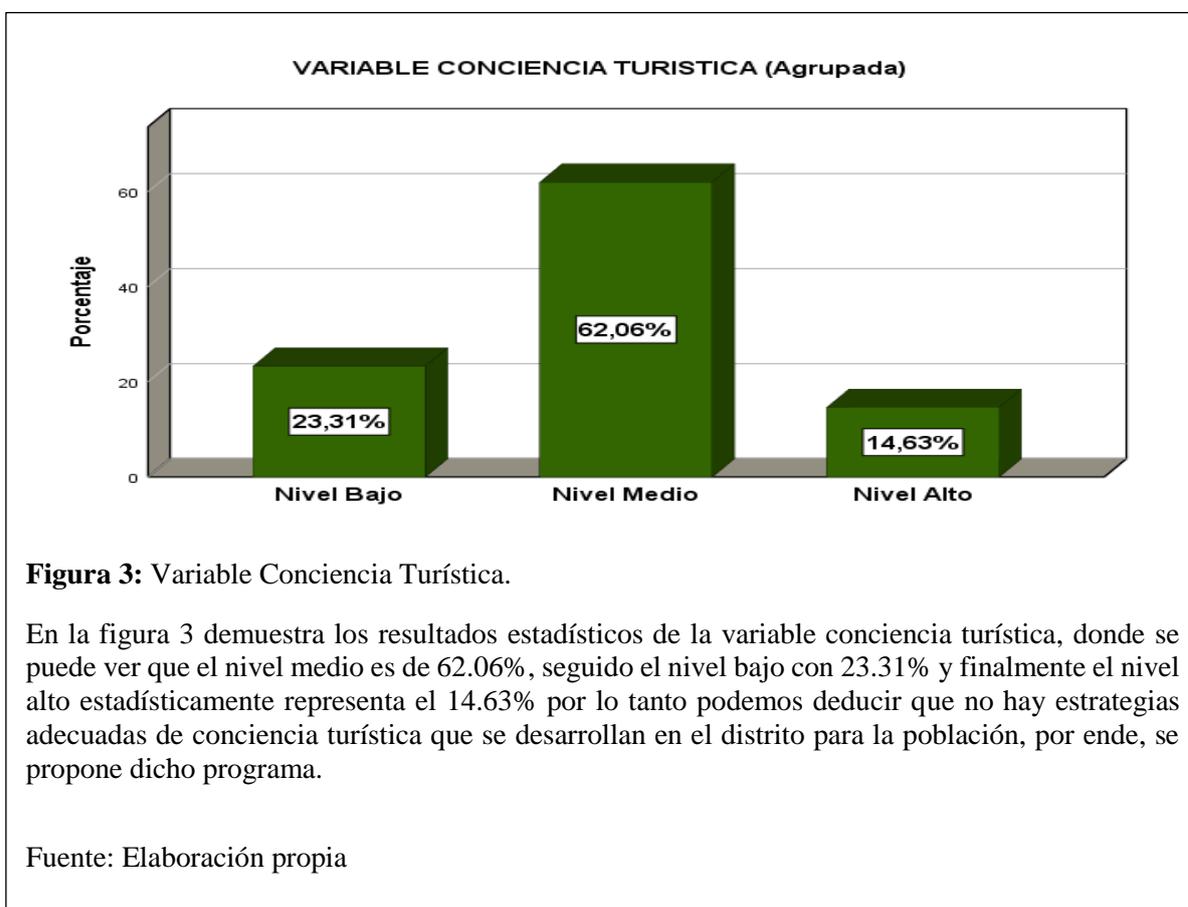
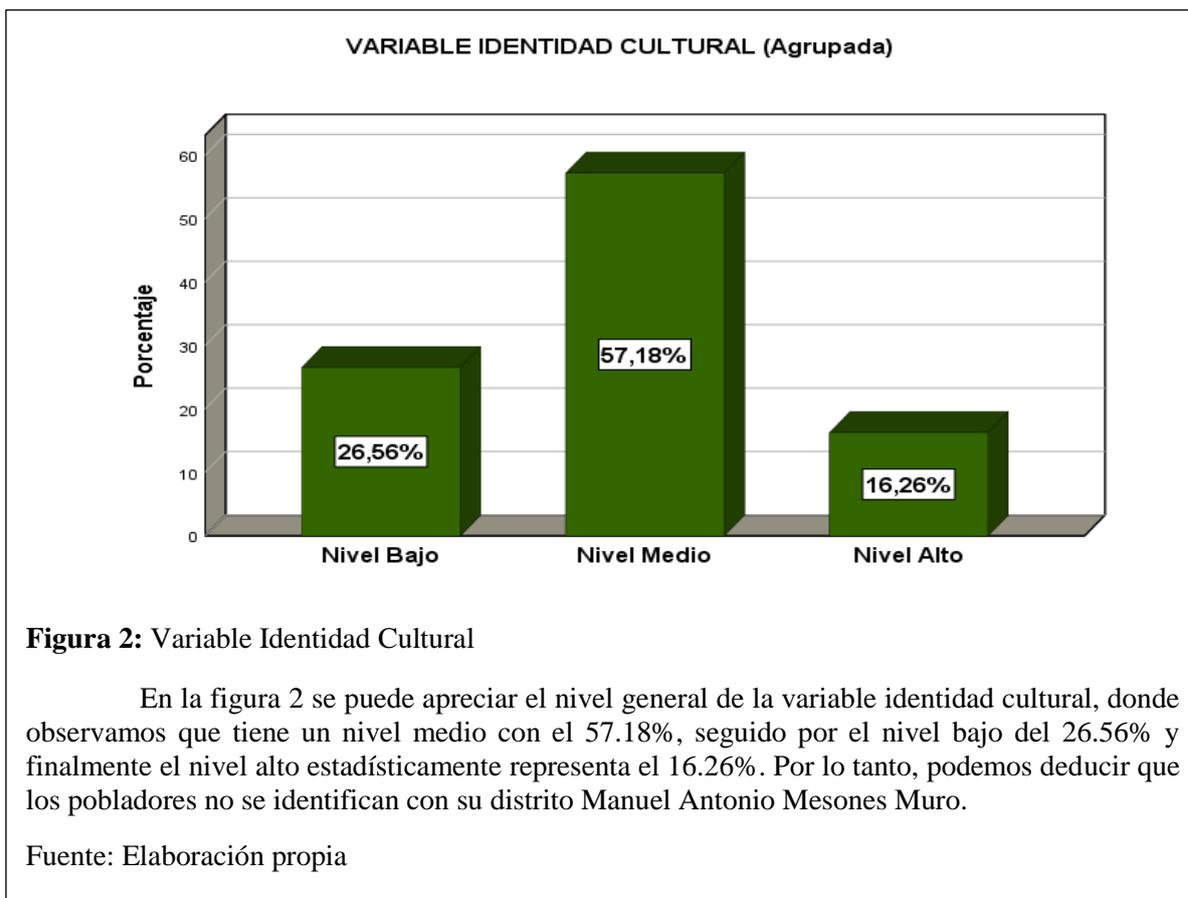
Por lo tanto, se considera las siguientes dimensiones: Características de la Conciencia Turística, Sentido de pertinencia, Conciencia de dominio de espacio e Importancia del Turismo

## 2. Material y métodos

La presente investigación es de tipo descriptiva, propositiva con un enfoque cuantitativo, con un diseño no experimental transversal. En cuanto a la población 4222 según INEI (2017) y muestra está formada por 369 pobladores del distrito de Manuel Antonio Mesones Muro. Las variables estudiadas en esta investigación son: Variable Dependiente (Identidad Cultural) y la Variable Independiente (Conciencia Turística). Para la validez y confiabilidad, se trabajó de la siguiente manera: Validez se recurrió al juicio de expertos que tengan el grado de Magister o Doctorado, para la validación del instrumento el cual podemos concluir que es fiable. Y para establecer la confiabilidad se empleó el método del alfa de Cronbach, mediante el programa SPSS v25.

## 3. Resultados





#### **4. Discusión.**

- La dimensión grupo social, se encuentra en un nivel medio con 42.3% con tendencia baja de 31.7% Es decir indica que los pobladores tiene una relación interpersonal moderada y tienen que trabajar más para mejorar la integración.

- La variable Identidad Cultural, estadísticamente representa un nivel medio de 57.18% y un 26.56% de nivel bajo, donde se puede indicar el nivel de identidad cultural del distrito de Manuel Mesones Muro es de condición regular siendo indispensable algunos ajustes para fortalecer la identidad. Del mismo modo, Rosillo (2020) indicó en su investigación "Programa de conciencia turística para fortalecer la identidad cultural en los estudiantes del 6° grado de la Institución Educativa Primaria N° 11017 "Nicolas la Torre García" – Chiclayo, cual tuvo como propósito proponer un programa de sensibilización turística denominado "Turismo, Cultura y Educación", que contribuirá a fortalecer el tema de la identidad cultural de los estudiantes de sexto grado de la institución educativa, el cual pudo concluir que los alumnos poseen un nivel de 95% muestran que hay escasez de identidad cultural, y está íntimamente relacionada con la construcción de la conciencia turística de los estudiantes de la institución.

En la variable conciencia turística, se puede apreciar un nivel medio de 62.06% con tendencia baja del 23.31% por lo tanto podemos deducir que no hay estrategias adecuadas de conciencia turística que se desarrollan en el distrito para la población, por ende, se propone dicho programa.. por ejemplo, Llanovarcid. (2016) en su tema "Identidad cultural y conciencia turística en los ciudadanos de la localidad de Huancavelica, 2016", cuyo objetivo determinar la relación entre la identidad cultural de los habitantes de Huancavelica y la conciencia turística en 2016, donde concluyó que el 71% de nivel medio en identidad cultural en Huancavelica y un nivel bajo al 29% un nivel bajo. Respecto al nivel de conciencia turística en Huancavelica se determinó un nivel bajo al 95%. Por otro lado, la identidad cultural se relaciona positivamente con la conciencia turística, es decir la conciencia turística mostrará mayor efectividad a medida que la identidad cultural se fortalece.

#### **5. Conclusiones.**

Se concluye que la dimensión grupo social, se tiene que mejorar la participación de actividades culturales para que haya más integración entre pobladores y autoridades tanto interno como externo.

Se concluye que se determinó el nivel de la identidad cultural cuyo resultado fue muy bajo es decir hay escases de falta de identidad por parte de los pobladores del distrito de Manuel Antonio Mesones Muro, las nuevas generaciones no practican estas costumbres.

Se concluye que se diagnosticó la situación actual que presenta con respecto la conciencia turística que se sitúa en un nivel medio con tendencia bajo, es decir no hay estrategias adecuadas por parte la municipalidad, ni instituciones, ni asociaciones que incentiven a fortalecer la identidad cultural, en el distrito de Manuel Mesones Muro.

## 6. Referencias

- Bermeo (2015). "Plan de concientización turística dirigido a los prestadores de servicios turísticos de la ciudad de Catamayo, provincia de Loja". Universidad Internacional del Ecuador.
- Chunga y Mogollón (2018). "Fortalecimiento de la identidad cultural para el desarrollo de la actividad turística en el caserío de bodegones, San José – Lambayeque". Universidad Señor de Sipán. Lambayeque.
- Morales y Cabrera (2016). Imagen e identidad, unidad clave en el logro de la marca ciudad de México [Artículo Científico, Universidad Autónoma del Estado de México]. Recuperado de <https://www.redalyc.org/jatsRepo/4779/477950133015/html/index.html> Navarro, A. L. (05 de Abril de 2019). *Arellano*. Obtenido de <https://www.arellano.pe/tendencia-hacia-lo-natural/>
- Llanovarced (2016). "Identidad cultural y conciencia turística en los ciudadanos de la localidad de Huancavelica, 2016". Universidad Nacional de Huancavelica. Huancavelica – Perú.
- Rodriguez, (2017). "Conciencia Turística de los pobladores aledaños de los Humedales de Ventanilla, Callao en el año 2017". Universidad Cesar Vallejo. Lima – Perú.
- Rosillo (2020). "Programa de conciencia turística para fortalecer la identidad cultural en los estudiantes del 6° grado de la institución educativa primaria N° 11017 "Nicolasa la Torre García" – Chiclayo". Universidad de Lambayeque.
- Serin, (2017). "La identidad cultural y su contribución al incremento del desarrollo turístico en la ciudad de Huamachuco, 2017". Universidad Cesar Vallejo. Perú.