



**UNAP**



**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y DE NEGOCIOS  
ESCUELA PROFESIONAL DE NEGOCIOS INTERNACIONALES Y  
TURISMO**

**TESIS**

**“IDENTIDAD CULTURAL Y LA CONCIENCIA TURÍSTICA EN LA  
COMUNIDAD NATIVA DE LOS BORAS DE SAN ANDRÉS – RÍO  
MOMÓN, 2023”**

**PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE  
LICENCIADO(A) EN NEGOCIOS INTERNACIONALES Y TURISMO**

**PRESENTADO POR:**

**VIVIAN XIOMARA GARCIA VARGAS  
MARCELO ENRIQUE TORRES ROJAS**

**ASESOR:**

**Lic. Adm. VÍCTOR RAÚL REÁTEGUI PAREDES, Dr.**

**IQUITOS, PERÚ**

**2024**

# ACTA DE SUSTENTACIÓN



UNAP

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y DE NEGOCIOS  
FACEN  
"COMITÉ CENTRAL DE GRADOS Y TÍTULOS"



## ACTA DE SUSTENTACION DE TESIS VIRTUAL N°140-CCGyT-FACEN-UNAP-2024

En la ciudad de Iquitos, a los 20 días del mes de julio del año 2024, a horas: 04:00 p.m. se dio inicio haciendo uso de la Plataforma Google Meet, la sustentación pública de la Tesis titulada: "IDENTIDAD CULTURAL Y LA CONCIENCIA TURÍSTICA EN LA COMUNIDAD NATIVA DE LOS BORAS EN SAN ANDRÉS – RÍO MOMÓN, 2023", autorizado mediante Resolución Decanal N°1387-2024-FACEN-UNAP, presentado por los Bachilleres en Negocios Internacionales y Turismo VIVIAN XIOMARA GARCIA VARGAS y MARCELO ENRIQUE TORRES ROJAS, para optar el Título Profesional de LICENCIADO (A) EN NEGOCIOS INTERNACIONALES Y TURISMO, que otorga la UNAP de acuerdo a Ley Universitaria N° 30220 y el Estatuto de la Universidad Nacional de la Amazonia Peruana.

El Jurado calificador y dictaminador está integrado por los siguientes profesionales:

Lic. Nit. RILKE CHONG VELA, Dr.	(Presidente)
Lic.RR.II. HECTOR ANIBAL MENACHO ROJAS, Mag.	(Miembro)
Lic. Nit. CLAUDIA PATRICIA LOZANO ROCHA, Mag.	(Miembro)

Luego de haber escuchado con atención y formulado las preguntas necesarias, las cuales fueron respondidas: **SATISFACTORIAMENTE**

El jurado después de las deliberaciones correspondientes, arribó a las siguientes conclusiones: La Sustentación Pública y la Tesis han sido: **APROBADAS** con la calificación **BUENA ( 16 )**.

Estando los Bachilleres aptos para obtener el Título Profesional de Licenciado (a) en Negocios Internacionales y Turismo.

Siendo las 06:00 p.m. del 20 de julio del 2024, se dio por concluido el acto académico.

Lic. Nit. RILKE CHONG VELA, Dr.  
Presidente

Lic.RR.II. HECTOR ANIBAL MENACHO ROJAS, Mag.  
Miembro

Lic. Nit. CLAUDIA PATRICIA LOZANO ROCHA, Mag.  
Miembro

Lic. Adm. VÍCTOR RAÚL REATEGUI PAREDES, Dr.  
Asesor

*Somos la Universidad licenciada más importante de la Amazonia del Perú, rumbo a la acreditación*

Calle Nanay N° 352-356- Distrito de Iquitos – Maynas – Loreto  
<http://www.unapiquitos.edu.pe> - e-mail: [facen@unapiquitos.edu.pe](mailto:facen@unapiquitos.edu.pe)  
Teléfonos: #065-234364 / 065-243644 - Decanatura: #065-224342 / 944670264



**JURADO Y ASESOR**

**JURADO Y ASESOR**



**Lic. Nit. RILKE CHONG VELA, Dr.**  
Presidente  
CLAD- 22275



**Lic. RR. II. HECTOR ANIBAL MENACHO ROJAS, Mag.**  
Miembro  
REGISTRO N°0602



**Lic. Nit. CLAUDIA PATRICIA LOZANO ROCHA, Mag.**  
Miembro  
CLAD - 24173



**Lic. Adm. VICTOR RAÚL REÁTEGUI PAREDES, Dr.**  
Asesor  
CLAD - 01966

## RESULTADO DEL INFORME DE SIMILITUD

NOMBRE DEL TRABAJO

FACEN\_TESIS\_GARCIA VARGAS\_TORRES ROJAS.pdf

AUTOR

GARCIA VARGAS / TORRES ROJAS

RECuento de palabras

**7489 Words**

RECuento de caracteres

**38193 Characters**

RECuento de páginas

**36 Pages**

Tamaño del archivo

**975.3KB**

Fecha de entrega

**Mar 21, 2024 11:31 AM GMT-5**

Fecha del informe

**Mar 21, 2024 11:32 AM GMT-5**

### ● 27% de similitud general

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para cada base de datos.

- 22% Base de datos de Internet
- Base de datos de Crossref
- 20% Base de datos de trabajos entregados
- 1% Base de datos de publicaciones
- Base de datos de contenido publicado de Crossref

### ● Excluir del Reporte de Similitud

- Material bibliográfico
- Coincidencia baja (menos de 10 palabras)

## **DEDICATORIA**

Dedicamos este proyecto a nuestros seres queridos, quienes han sido nuestros pilares para seguir adelante; es para nosotros una gran satisfacción poder dedicarles a ellos que con mucho esfuerzo nos lo hemos ganado.

**Marcelo Torres y Vivian Garcia**

## **AGRADECIMIENTO**

Queremos expresar nuestro agradecimiento en primer lugar a Dios por darnos fuerza para continuar en este proceso.

A nuestros padres, por su amor, trabajo arduo, sacrificio y motivación constante en todos estos años de preparación, gracias a ustedes hemos llegado hasta aquí.

Agradecemos a nuestros docentes de la Universidad Nacional de la Amazonía Peruana por haber aportado sus conocimientos a nosotros a lo largo de nuestra carrera para poder seguir superando nuestros límites.

**Marcelo Torres y Vivian Garcia**

## ÍNDICE GENERAL

	<b>Pág.</b>
PORTADA	i
ACTA DE SUSTENTACIÓN	ii
JURADO Y ASESOR	iii
RESULTADO DEL INFORME DE SIMILITUD	iv
DEDICATORIA	v
AGRADECIMIENTO	vi
ÍNDICE GENERAL	vii
ÍNDICE DE TABLAS	ix
ÍNDICE DE FIGURAS	x
RESUMEN	xi
ABSTRACT	xii
INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I: MARCO TEÓRICO	5
1.1. Antecedentes	5
1.2. Bases teóricas	7
1.3. Definición de términos básicos	11
CAPÍTULO II: HIPÓTESIS Y VARIABLES	12
2.1 Formulación de la hipótesis	12
2.2 Variables y su operacionalización	12
CAPÍTULO III: METODOLOGÍA	14
3.1. Tipo y diseño	14
3.2. Diseño muestral	15
3.3. Procedimientos de recolección de datos	16
3.4. De Procesamiento y análisis de datos	17
3.5. Aspectos éticos	17
CAPÍTULO IV: RESULTADOS	19
CAPÍTULO V: DISCUSIÓN	31

CAPÍTULO VI: CONCLUSIONES	33
CAPÍTULO VII: RECOMENDACIONES	34
CAPÍTULO VIII: FUENTES DE INFORMACIÓN	35
ANEXOS	
1. Matriz de consistencia	
2. Instrumento de recolección de datos	
3. Estadística complementaria	
4. Consentimiento informado	



## ÍNDICE DE TABLAS

	Pág.
Tabla 1 Identidad cultural	19
Tabla 2 Afirmación étnica	20
Tabla 3 Elaboración de identidad étnica	21
Tabla 4 Conducta étnica	22
Tabla 5 Conciencia turística	24
Tabla 6 Actitud hacia los turistas	25
Tabla 7 Respeto a la identidad	26
Tabla 8 Difusión del patrimonio cultural	27
Tabla 9 Protección de atractivos turísticos	28
Tabla 10 Prueba de normalidad de los datos procesados	29
Tabla 11 Relación entre la identidad cultural y la conciencia turística	29

## ÍNDICE DE FIGURAS

	Pág.
Figura 1 Identidad cultural	19
Figura 2 Afirmación étnica	20
Figura 3 Elaboración de identidad étnica	21
Figura 4 Conducta étnica	23
Figura 5 Conciencia turística	24
Figura 6 Actitud hacia los turistas	25
Figura 7 Respeto a la identidad	26
Figura 8 Difusión del patrimonio cultural	27
Figura 9 Protección de atractivos turísticos	28

## RESUMEN

El trabajo de investigación tiene un objetivo donde determina la relación entre la identidad cultural y la conciencia turística en la Comunidad Nativa de los Boras de San Andrés – Río Momón, 2023, en la cual se utilizó un estudio tipo aplicada, nivel descriptivo-correlacional con un diseño no experimental, optando por una población de 120 cabezas de familia, a quienes se les empleó un cuestionario de preguntas para el recojo de información. De acuerdo a los resultados obtenidos, el nivel de identidad cultural es medio (32%), ya que la persona se siente a veces orgullosa de su grupo étnico y conoce el papel que juega en su vida, además de participar en actividades para promover sus tradiciones. En cuanto al nivel de conciencia turística es medio (30%), ya que a veces hay un trato amable al turista y se promueven los recursos turísticos de la región. También se participa ocasionalmente en acciones de conservación y se aplican conocimientos de cuidado del medio ambiente. Por lo tanto, se determina una correlación positiva fuerte entre identidad cultural y conciencia turística, corroborado por coeficiente de Spearman de 0.818 y una sig bilateral de 0,000 siendo estadísticamente significativa.

Palabras clave: Identidad cultural; Conciencia turística

## ABSTRACT

The research work has an objective of determining the relationship between cultural identity and tourist awareness in the Native Community of Boras de San Andrés – Río Momón, 2023, in which an applied type study was used, descriptive-correlational level with a non-experimental design, opting for a population of 120 heads of family, to whom a questionnaire of questions was used to collect information. According to the results obtained, the level of cultural identity is medium (32%), since the person sometimes feels proud of their ethnic group and knows the role it plays in their life, in addition to participating in activities to promote their traditions. . Regarding the level of tourist awareness, it is medium (30%), since sometimes there is friendly treatment to tourists and the tourist resources of the region are promoted. They also occasionally participate in conservation actions and apply knowledge of environmental care. Therefore, a strong positive correlation is determined between cultural identity and tourist awareness, corroborated by Spearman's coefficient of 0.818 and a bilateral sig of 0.000 being statistically significant.

Keywords: Cultural identity; Tourist awareness

## INTRODUCCIÓN

El turismo se ha convertido en un negocio continuo en el mundo globalizado, convirtiéndose en uno de los principales actores en el comercio y una de las principales fuentes de ingresos en numerosas naciones en desarrollo. Su expansión está vinculada al aumento de la variedad y la competitividad entre los destinos (World Tourism Organization, 2023). Sin embargo, deben enfrentar un enorme desafío al momento de conservar la identidad cultural de los lugares lo que puede restar valor a la experiencia turística.

En ese sentido países de América Latina, han desarrollado diferentes estrategias para mantener la identidad cultural y alcanzar un alto nivel de conciencia turística, por lo que Colombia ha creado un programa en los colegios donde los estudiantes tocan temas de conciencia mediante cursos que respeten las expresiones culturales, por su parte Brasil ha creado el programa de racionalización, en el que busca la integración del gobierno, las empresas privadas y la sociedad, debido a los problemas encontrados como la falta de interés de la sociedad, sumada a ello la influencia de las costumbres del turista extranjero, quienes al visitar estos lugares llevan consigo creencias y costumbres, contradiciendo la importancia de las tradiciones locales, y generando desintegración de la identidad cultural de la comunidad (Ruiz y Pozo, 2020).

El turismo es uno de los sectores económicos más significativos en Perú, no solo por los puestos de trabajo que genera, sino porque favorece el crecimiento económico y promueve la preservación cultural, el cuidado ambiental y el desarrollo descentralizado. Dicho crecimiento se observa en el

flujo de turistas que aumentó 680.4% en el 2022, respecto al año anterior (Sociedad de comercio exterior del Perú, 2022). Si bien, la amplia y diversa cultura del país, favorece el crecimiento turístico, también se ve afectada por la desafiante globalización, la incorporación de elementos foráneos, el sentimiento de desarraigo y la pérdida de costumbres. La falta de conciencia turística es otro problema que se visibiliza, por la mala gestión de los recursos turísticos, la falta de respeto por el entorno natural, y tradiciones, el abuso de precios y servicios turísticos (Gladyshev *et al.*, 2019). Por su parte, Córdova (2021), a través de un estudio realizado en Lambayeque, logró identificar que tanto la identidad cultural como la conciencia turística en la región está en riesgo, por la falta de valor de las buenas prácticas culturales, pues es un territorio de costumbres y tradiciones, con gran diversidad de recursos naturales y culturales, que se ve afectada por la falta de conocimiento e interés de los pobladores (Córdova, 2021)

La Comunidad Nativa de los Boras de San Andrés – Río Momón, constituye un pueblo indígena cuyo lenguaje pertenece a la familia lingüística de Bora, y se destaca por utilizar un sistema de comunicación que permite transmitir mensaje a larga distancia entre las familias, siendo el manguaré, el instrumento de comunicación que forma parte de su cultura. No obstante han enfrentado grandes obstáculos para afirmar su identidad cultural y desarrollar una conciencia turística, ello en parte se debe a la falta de recursos y servicios básicos, la debilidad en su economía, la falta de apoyo del gobierno, que ha realizado limitadas acciones para ayudar a la comunidad, pocos programas para fomentar la conciencia turística y la carente orientación, por falta de

educación adecuada sobre la cultura local, son algunos factores que impiden a los miembros de la comunidad desarrollar una visión turística integral.

Ante esta problemática se formuló como problema general: ¿Cuál es la relación entre la identidad cultural y la conciencia turística en la Comunidad Nativa de los Boras de San Andrés – Río Momón, 2023? Así como problemas específicos: ¿Cuál es el nivel de identidad cultural en la Comunidad Nativa de los Boras de San Andrés – Río Momón, 2023? ¿Cuál es el nivel de conciencia turística en la Comunidad Nativa de los Boras de San Andrés – Río Momón, 2023?

En la misma línea, se estableció como objetivo general: Determinar la relación entre la identidad cultural y la conciencia turística en la Comunidad Nativa de los Boras de San Andrés – Río Momón, 2023. Al igual que objetivos específicos: Conocer el nivel de identidad cultural en la Comunidad Nativa de los Boras de San Andrés – Río Momón, 2023. Conocer el nivel de conciencia turística en la Comunidad Nativa de los Boras de San Andrés – Río Momón, 2023.

El estudio pasado fue de suma importancia, ya que reveló la relación entre dos variables y cómo podrían haber influido positivamente en el crecimiento social de una comunidad. La justificación teórica se respaldó en la información de diversos autores con amplia experiencia, quienes señalaron que la educación es fundamental para la formación de individuos que se identifiquen con su cultura y comprendan la importancia de la conciencia turística. Esto es crucial para entender cómo los turistas pueden influir en una cultura local y cómo las comunidades locales pueden afectar la experiencia de los turistas.

En la justificación práctica, los principales beneficiarios fueron los habitantes de la comunidad y los visitantes. La evaluación de las variables proporcionó nuevos conocimientos que les permitieron aplicar estrategias relacionadas con la identidad cultural y la conciencia turística. Además, la investigación se justificó metodológicamente al aportar elementos de recopilación de datos e información confiables que servirán como referencia para investigaciones futuras, contribuyendo a abordar problemas similares.

La viabilidad de la investigación se respaldó por la disponibilidad de recursos materiales y económicos. Es esencial que los investigadores cuenten con suficientes fondos para llevar a cabo sus estudios de manera eficaz. Los recursos económicos son indispensables para garantizar que los investigadores realicen sus estudios sin restricciones. Se contó con recursos materiales que ayudaron a cubrir los costos administrativos y del personal.

Durante el desarrollo de la investigación, se presentaron limitaciones, como la desconfianza de los pobladores al proporcionar información, la cual se abordó mediante una breve explicación sobre la importancia del estudio. También se enfrentó la limitación del acceso a la comunidad Bora Bora debido a su ubicación remota.



## **CAPÍTULO I: MARCO TEÓRICO**

### **1.1. Antecedentes**

En el 2022, se realizó una investigación de tipo aplicada y diseño no experimental, tomando como población de estudio a 170 estudiantes; por ello tuvo como objeto identificar en los estudiantes de I.E. Fermín Tangüis el grado de conciencia turística. Los autores concluyeron, que el 76.3% tienen un nivel alto de conciencia turística, el 21.3% un nivel medio, por lo que demuestran que al momento de interactuar con un turista le tratan con amabilidad y le ofrecen ayuda demostrando empatía hacia el visitante (Cajo y Illescas, 2022).

En el 2021, se realizó un estudio de tipo aplicada con diseño no experimental, conformada por 6,242 agentes de la actividad turística la población; donde busco identificar si la conciencia turística influye en la conservación del área natural protegida del sector Llanganuco - Huascarán. En conclusión, el 86% de los turistas son nacionales; el 44% indica que siempre debe tenerse en cuenta para una mejor conservación del área natural, por lo que se determina que la conciencia del turismo contribuye a la conservación porque es fundamental para el desarrollo responsable de los recursos del sector Llanganuco (Collas, 2021)

En el 2021, se realizó una indagación tipo aplicada con diseño no experimental, siendo 100 personas la población; este estudio busco hallar la relación entre identidad cultural y conciencia turística. El autor concluyó que, el 50% de los encuestados revelan que la identidad cultural de las personas es regular, ya que no todas las personas se

identifican con sus culturas y tradiciones. Por su parte, la conciencia turística en las personas es regular en un 50%, pues no todos tienen conocimiento sobre la importancia del turismo en la ciudad. Respecto a la correlación se evidenció que si existe una relación positiva moderada presentada por un coeficiente de  $\rho=0.580$  (Ramos, 2021).

En el 2020, se ejecutó un estudio tipo aplicada de diseño no experimental-transversal, constituida por una población de 67 estudiantes; teniendo como objetivo proponer programas de conciencia turística para fortalecer la identidad cultural de los estudiantes. En conclusión, el 95% de los estudiantes son conscientes de lo que realmente ayudaba a fortalecer la identidad cultural de su ciudad. Sin embargo, la conciencia turística es casi inexistente, la identificación de sus culturas así lo demuestra el 62%. Deduciendo que es importante que en los colegios brinden programas para concientizar a los estudiantes en cuanto a su identidad cultural, a fin de demostrar la importancia de conocerle y que tan beneficioso es para nuestra ciudad donde vivimos (Rosillo, 2020).

En el 2019, se elaboró una investigación aplicada nivel descriptivo-correlacional con diseño no experimental, conformada por una población de estudio de 40 estudiantes; teniendo como objetivo establecer el nivel de conciencia turística de los estudiantes. Llegando a la conclusión que de acuerdo a los resultados obtenidos el 92.50% indican que brindan un trato amable al visitante que acude al lugar (Caballero, 2019).

## **1.2. Bases teóricas**

### **Variable 1. Identidad cultural**

De acuerdo con Hong et al. en el año 2000, en su teoría “constructivista dinámica de la cultura”, citado en Moreno y Arbiza (2020) estos sistemas culturales frecuentemente funcionan de manera subconsciente, pero cognición directa cuando están disponibles. Cuando las personas tienen encuentros directos o indirectos con una cultura específica, pueden desarrollarse tales representaciones cognitivas de un esquema cultural; esto ha llevado a la conclusión de que las identidades culturales son mutables, sin aspiraciones y paradójicas.

Identidad cultural se describe como un conjunto de valores, tradiciones, prácticas, creencias, lenguaje y patrones de comportamiento que distingue a una sociedad; esta identidad difiere entre las agrupaciones sociales y es el producto de una síntesis de la cultura de origen y la cultura de la adopción (Melo, 2020). Las identidades culturales son las distintas identidades de personas o grupos en categorías culturales o subculturales y grupos sociales, las categorías que conforman las identidades culturales incluyen el género, la religión, la etnia, la clase social o la región (Vargas y Pérez, 2019).

La identidad cultural es importante porque nos ayuda a comprender nuestro pasado, a tener un sentido de pertenencia a un grupo, a comprender nuestra propia forma de ser y a sentirnos conectados con los demás. Esta conexión con nuestra cultura nos ayuda a desarrollarnos como personas y nos aporta un sentido de identidad y de pertenencia.

La identidad cultural también nos ayuda a comprender mejor otras culturas y a respetar sus diferencias. Esto nos permite construir relaciones interculturales solidarias y respetuosas (De Guzmán y González-Martínez, 2023).

De igual manera, Pertegal-Felices et al. (2020) exponen que, la identidad cultural o étnica se refiere a la percepción de uno mismo como parte de un grupo particular basado en un compartido conjunto de creencias, costumbres, tradiciones, lenguaje y otros atributos culturales. Ante ello, precisan la importancia de tomar en cuenta como base para la evaluación de la identidad, la afirmación étnica, la elaboración de la identidad y la conducta étnica.

De acuerdo a lo anterior, Pertegal-Felices et al. (2020) sustenta que la afirmación étnica está centrada en el comportamiento de las personas para demostrar su sentido de pertenencia y enlace con la cultura local. En cuanto a la elaboración de la identidad étnica, está comprendida por la preocupación de los pobladores para conocer e indagar sobre sus costumbres, tradiciones y/o manifestaciones. La conducta étnica denota el comportamiento para involucrarse en el desarrollo de las actividades culturales del grupo étnico.

## **Variable 2. Conciencia turística**

Según el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo – Mincetur (2023), la conciencia turística es más que una actitud positiva hacia los objetivos de la industria turística; es un motivador para un conjunto de valores esenciales para el proceso de desarrollo, como la administración

ambiental, el desarrollo sostenible, la tolerancia, la solidaridad y la preocupación por los valores culturales indígenas.

La conciencia turística es una forma de comprender la importancia de la preservación de los destinos turísticos, así como; la responsabilidad de los visitantes y viajeros al cuidar y respetar el entorno, puesto que se trata de entender el impacto de los viajes en un lugar específico y tomar decisiones informadas para minimizar el daño que se puede causar (Caballero-Copara, 2021). Además, es una característica que refleja el compromiso activo de la comunidad para promover la realización de un entorno adecuado para el crecimiento y el desarrollo del turismo en un área (Ruiz y Pozo, 2020).

La conciencia turística es fundamental para promover el bienestar de la comunidad local, la administración ambiental y el desarrollo a largo plazo. El turismo responsable es un modo de viaje consciente en el que los visitantes respetan los lugares turísticos y participan activamente en la protección de los recursos naturales y culturales; esto incluye respetar las culturas ajenas. Al promover el respeto y la responsabilidad, los viajeros pueden ayudar a preservar el patrimonio cultural, así como ayudar a las comunidades locales a desarrollar economías sostenibles (García et al., 2019).

Además, la conciencia turística consiste en principios, los cuales son: 1) Modificar sus hábitos y mentalidad para tratar a los visitantes con calidez, amabilidad y atención individual. 2) La naturaleza, la identidad nacional y las costumbres del destino que se visita deben ser respetadas y

protegidas. 3) Apoyar los esfuerzos que realizan los sectores público y comercial para fomentar la inversión, la diversificación de la oferta y el desarrollo de infraestructura (Franco, 2022).

En cuanto a Caballero-Copara (2021) la conciencia turística se refiere a una comprensión compartida de la importancia de los destinos turísticos, la conservación de los recursos naturales y culturales, el respeto a la diversidad de los turistas, la promoción de prácticas de viaje responsables y la protección de los destinos turísticos. Esta conciencia implica la responsabilidad de todos los involucrados, incluidos los turistas, los operadores turísticos, los gobiernos y las comunidades locales, para promover el desarrollo sostenible (Luo et al., 2020). Esto incluye el respeto a los turistas, la difusión de información sobre los destinos turísticos y la protección de los recursos naturales y culturales.

Ante ello, Caballero-Copara (2021) expone que; la actitud hacia el turista implica buen trato, el respeto mutuo y la orientación de lugares atractivos para su visita. Además, el respeto a la identidad está centrada en la valoración de la cultura, la identificación de la multidiversidad de culturas de los turistas, así como la difusión de los recursos. En cuanto a la difusión del patrimonio cultural implica la participación en campañas y el desarrollo de acciones de conservación ambiental. En lo que respecta a la protección de atractivos turísticos, se centra en la valoración de las campañas, el conocimiento de jornadas de conservación organizada por las entidades públicas y la aplicación de conocimientos para el cuidado del medio ambiente.

### 1.3. Definición de términos básicos

**Cognición directa.** Es el proceso mental de recopilar información sin el uso de la razón. Se relaciona con la intuitiva y la experiencia directa (Caballero, 2019).

**Conciencia turística.** La conciencia turística es la comprensión y el respeto por la cultura y el entorno de los destinos turísticos (Caballero-Copara, 2021).

**Desarrollo del turismo.** Es el proceso de creación, planificación y gestión de experiencias turísticas y de alojamiento para los visitantes (Cajo y Illescas, 2022).

**Etnia.** Una etnia es un grupo de personas que comparten una cultura común, una lengua común y un origen geográfico común (Collas, 2021).

**Empatía.** La empatía es la habilidad de comprender y percibir los sentimientos, ideas y actitudes de otra persona (De Guzmán y González-Martínez, 2023).

**Identidad cultural.** La identidad cultural es una forma de autoidentificación que deriva de la cultura a la que uno pertenece (Decreto Supremo N° 002-2023-MINCETUR, 2023).

**Paradójicas.** Las paradojas son ideas contradictorias que, sin embargo; pueden ser ciertas (Franco, 2022).

**Patrimonio cultural.** El patrimonio cultural se refiere a los bienes tangibles e intangibles que una cultura ha pasado de generación en generación (Melo, 2020).

## **CAPÍTULO II: HIPÓTESIS Y VARIABLES**

### **2.1 Formulación de la hipótesis**

#### **Hipótesis general**

**Hi:** Existe relación significativa entre la identidad cultural y la conciencia turística en la Comunidad Nativa de los Boras de San Andrés – Río Momón, 2023.

#### **Hipótesis específicas**

**Hi<sub>1</sub>:** El nivel de identidad cultural en la Comunidad Nativa de los Boras de San Andrés – Río Momón, 2023, es bajo.

**Hi<sub>2</sub>:** El nivel de conciencia turística en la Comunidad Nativa de los Boras de San Andrés – Río Momón, 2023, es bajo.

### **2.2 Variables y su operacionalización**

#### **Variables**

Variable 1: Identidad cultural

Variable 2: Conciencia turística



## Operacionalización de variables

Variable	Definición	Tipo por su naturaleza	Dimensiones	Indicadores	Escala de medición	Categorías	Valores de las categorías	Medio de verificación
Identidad cultural	Identidad cultural o étnica se refiere a la percepción de uno mismo como parte de un grupo particular basado en un compartido conjunto de creencias, costumbres, tradiciones, lenguaje y otros atributos culturales (Pertegal-Felices et al., 2020).	Cualitativa	Afirmación étnica	Felicidad con el grupo	Ordinal	Nunca Casi nunca A veces Casi siempre Siempre	1 2 3 4 5	Encuesta a los pobladores de la comunidad
				Pertenencia				
				Compromiso				
				Sentimiento de tradiciones				
				Orgullo étnico				
			Elaboración de identidad étnica	Dedicación				
				Conciencia étnica				
				Comprensión				
				Preocupación por aprender				
				Indagación de la cultura				
				Significado étnico				
			Conducta étnica	Contribución a la vida				
				Interrelación cultural				
Participación cultural								
				Actividades tradicionales				
Conciencia turística	Se refiere a una comprensión compartida de la importancia de los destinos turísticos, la conservación de los recursos naturales y culturales, el respeto a la diversidad de los turistas y la protección de los destinos turísticos (Caballero-Copara, 2021).	Cualitativa	Actitud hacia los turistas	Trato al turista	Ordinal	Nunca Casi nunca A veces Casi siempre Siempre	1 2 3 4 5	Encuesta a los pobladores de la comunidad
				Aceptación mutua				
				Orientación de lugares				
			Respeto a la identidad	Valoración cultural				
				Multidiversidad				
				Difusión turística				
			Difusión del patrimonio cultural	Participación en campañas				
				Acciones de conservación				
			Protección de atractivos turísticos	Valoración de campañas				
				Conocimiento de jornadas				
Cuidado ambiental								

## CAPÍTULO III: METODOLOGÍA

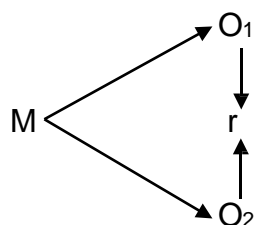
### 3.1. Tipo y diseño

La investigación fue de tipo aplicada, pues es una forma de investigación científica que se orientó a la solución de problemas específicos y a la mejora de algunos aspectos de una determinada situación, orientada a la práctica y tiene como propósito la producción de resultados directamente aplicables (Baena, 2017).

Asimismo, el estudio fue de nivel descriptivo, pues tiene como propósito describir situaciones, o manifestación en un tiempo determinado, así como también buscó especificar las propiedades de cada fenómeno. También fue correlacional, por lo que se encargó de medir el grado de relación que existe entre las variables (Arias y Covinos, 2021).

Del mismo modo, el diseño de investigación fue no experimental, por lo tanto, se realizó el estudio sin manipular directamente las variables, por el contrario, se observó y midió los patrones existentes, con el objetivo de obtener información que facilite al investigador comprender los problemas presentes (Arias y Covinos, 2021).

El esquema de diseño se muestra de la siguiente manera:



#### Dónde:

**M:** Muestra del estudio.

**O<sub>1</sub>:** Identidad cultural

**O<sub>2</sub>:** Conciencia turística

**r:** Relación estadística entre las variables valuadas.

### **3.2. Diseño muestral**

#### **Población:**

La población estuvo compuesta por 120 cabezas de familias de la Comunidad Nativa de los Boras de San Andrés – Río Momón.

#### **Criterio de selección:**

#### **Criterio de inclusión**

- Pobladores considerados cabezas de familia
- Pobladores (cabezas de familia) que quieran participar en la investigación.

#### **Criterio de exclusión**

- Pobladores mayores de 65 años.
- Mujeres
- Pobladores en general
- Cabezas de familia que no quieran participar en la investigación.

#### **Muestra:**

La muestra estuvo compuesta por la totalidad de la población, en este caso, solo representa las 120 cabezas de familia de la Comunidad Nativa de los Boras de San Andrés – Río Momón.

#### **Muestreo:**

El tipo de muestreo fue censal, pues toda la población formó parte del estudio.

### 3.3. Procedimientos de recolección de datos

Como parte del procedimiento para la recolección de datos, inicialmente se determinó el número de población y muestra que fue evaluada, posteriormente. En ese sentido, se reunió con los traductores de la comunidad nativa y así identificar al jefe de cada clan familiar, de esa manera pedir el permiso correspondiente para realizar el trabajo de campo, en lo que respecta a la aplicación de encuesta y recolección de información. Con el apoyo de los traductores, se procedió a leer las indicaciones y la forma de calificar el cuestionario, de tal manera la población tenga conocimiento y confianza en la actividad que se realizó.

Se utilizó como **técnica** la encuesta, cuyo propósito es recoger información precisa y detallada sobre el problema de estudio, en tanto, la percepción del poblador es importante respecto a la identidad cultural y conciencia turística.

Del mismo modo, el **instrumento** ha utilizar es el cuestionario, un documento que estuvo compuesto por preguntas redactadas de forma coherente, organizada, estructurada y secuenciadas, con base en una planificación previa, con el propósito de que sus respuestas, brinden la información que se necesita. Para el caso de la variable identidad cultural, se formuló 15 ítems, y para la variable conciencia turística 11 ítems, ambas situaciones se manejó bajo la escala Likert con cinco alternativas de respuesta.

La **validación** de datos, se realizó bajo la cordura de expertos, quienes tienen el deber de evaluar, calificar, eliminar y mejorar las preguntas propuestas en el instrumento de recolección de datos (cuestionario).

Finalmente, la **confiabilidad**, de los datos, fue determinado a través del programa SPSS, con el Alfa de Cronbach el cual establece un margen óptimo de 0.7. Por lo tanto, se establece un Alfa de Cronbach de 0.883 para la variable identidad cultural, mientras que la variable conciencia turística presenta un Alfa de Cronbach de 0.857.

#### **3.4. De Procesamiento y análisis de datos**

El procesamiento y análisis de datos, se desarrolló a través de las herramientas estadísticas, como el Excel, es una herramienta de procesamiento y análisis de datos muy versátil, en el cual se puede usarse para organizar, filtrar y manipular datos, además, se presentó la información resumida en tablas y figuras, proporcionando la comprensión de los datos. Por otro lado, se utilizó el programa SPSS, para determinar la confiabilidad de los datos, la normalidad de las variables y la correlación de las mismas. En ese sentido al ser una población mayor a 50 personas, se utilizó la estadística de Kolmogorov-Smirnov.

#### **3.5. Aspectos éticos**

La investigación se fundamentó bajo los valores éticos, como el respeto a los derechos humanos y la dignidad de la población participante, por lo que se respetó la confiabilidad de la información proporcionada por los mismos. Del mismo modo, se valoró la libertad de elegir, en ese caso la

población tendrá la opción de decidir si participa o no en el estudio, finalmente está la transparencia de la información, por tanto, los resultados no fueron manipulados de ninguna forma, de esa manera sirvan como base para futuras investigaciones.

## CAPÍTULO IV: RESULTADOS

### RESULTADOS DESCRIPTIVOS

**Conocer el nivel de identidad cultural en la Comunidad Nativa de los Boras de San Andrés – Río Momón, 2023.**

**Tabla 1**

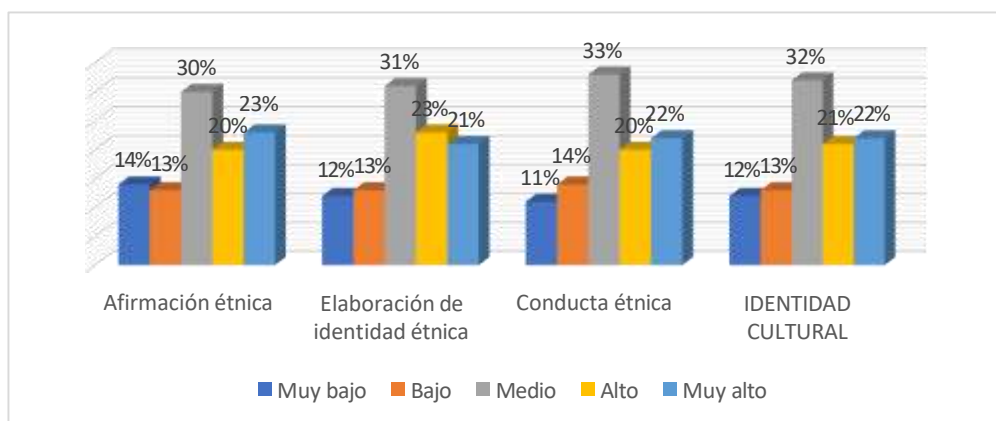
*Identidad cultural*

	Muy bajo		Bajo		Medio		Alto		Muy alto	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
Afirmación étnica	17	14%	16	13%	36	30%	24	20%	27	23%
Elaboración de identidad étnica	14	12%	16	13%	37	31%	27	23%	26	21%
Conducta étnica	13	11%	17	14%	40	33%	24	20%	26	22%
<b>IDENTIDAD CULTURAL</b>	<b>15</b>	<b>12%</b>	<b>16</b>	<b>13%</b>	<b>38</b>	<b>32%</b>	<b>25</b>	<b>21%</b>	<b>26</b>	<b>22%</b>

Fuente: encuesta a familias de la Comunidad Nativa de los Boras de San Andrés

**Figura 1**

*Identidad cultural*



Fuente: encuesta a familias de la Comunidad Nativa de los Boras de San Andrés

Según los resultados obtenidos de la primera variable, se ha podido identificar que un 32% de las familias de la Comunidad Nativa de los Boras de San

Andrés - Río Momón percibe su identidad cultural como medio, mientras que un 22% la considera como muy alta, y un 21% la considera alta. Estos datos reflejan la importancia que la comunidad le otorga a su identidad cultural. A continuación, se analizarán de manera individual las diferentes dimensiones que conforman dicha identidad.

**Tabla 2**

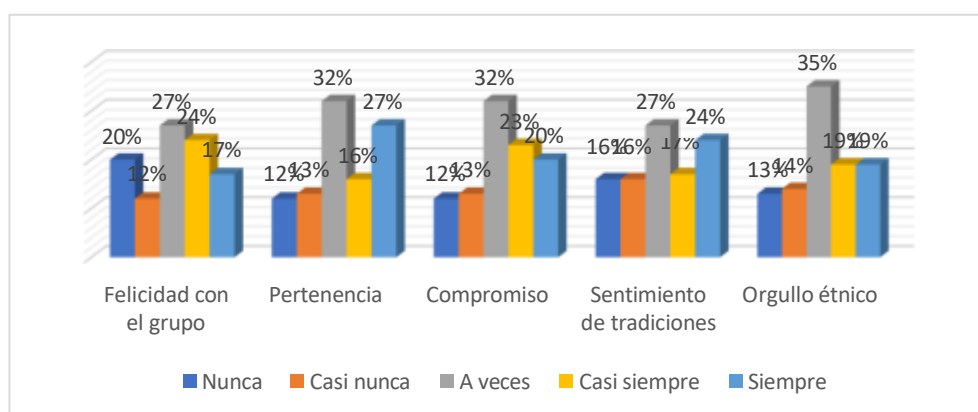
*Afirmación étnica*

	N		Cn		Av		Cs		S	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
Felicidad con el grupo	24	20%	14	12%	32	27%	29	24%	21	17%
Pertenencia	14	12%	15	13%	38	32%	19	16%	34	27%
Compromiso	14	12%	15	13%	38	32%	28	23%	25	20%
Sentimiento de tradiciones	19	16%	19	16%	32	27%	20	17%	30	24%
Orgullo étnico	15	13%	17	14%	42	35%	23	19%	23	19%

Fuente: encuesta a familias de la Comunidad Nativa de los Boras de San Andrés

**Figura 2**

*Afirmación étnica*



Fuente: encuesta a familias de la Comunidad Nativa de los Boras de San Andrés

En esta dimensión se logra identificar que el 27% de las familias encuestadas indican que a veces están feliz de ser miembro de su grupo étnico. De la



misma forma, el 32% de los encuestados sostienen que a veces se sienten fuertemente ligado(a) a su grupo étnico. Asimismo, el 32% de la familia revela que a veces se siente muy comprometido(a) con su grupo étnico. Por su parte, el 27% de los encuestados señala que a veces se siente muy bien con mi tradición étnica o cultural. Y el 35% considera que a veces está muy orgulloso(a) de su grupo étnico.

**Tabla 3**

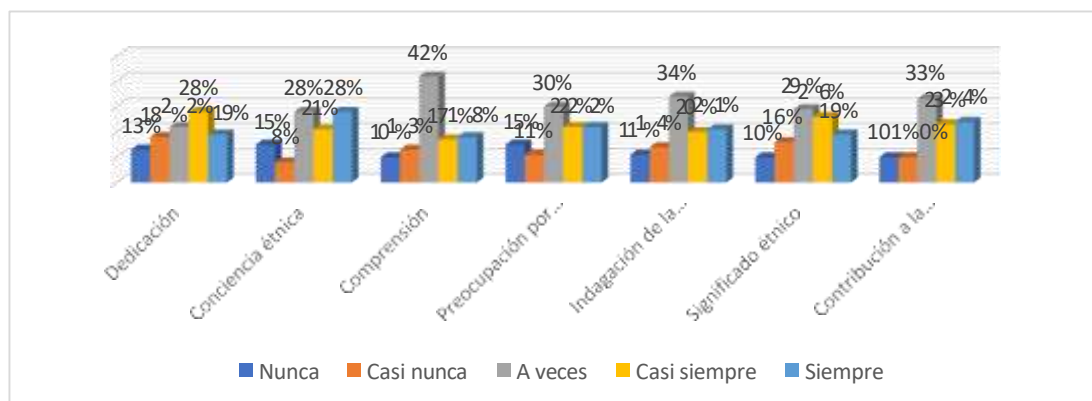
*Elaboración de identidad étnica*

	N		Cn		Av		Cs		S	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
Dedicación	16	13%	22	18%	26	22%	33	28%	23	19%
Conciencia étnica	18	15%	10	8%	34	28%	25	21%	33	28%
Comprensión	12	10%	16	13%	50	42%	20	17%	22	18%
Preocupación por aprender	18	15%	13	11%	36	30%	26	22%	27	22%
Indagación de la cultura	13	11%	17	14%	41	34%	24	20%	25	21%
Significado étnico	12	10%	19	16%	35	29%	31	26%	23	19%
Contribución a la vida	12	10%	12	10%	39	33%	28	23%	29	24%

Fuente: encuesta a familias de la Comunidad Nativa de los Boras de San Andrés

**Figura 3**

*Elaboración de identidad étnica*



Fuente: encuesta a familias de la Comunidad Nativa de los Boras de San Andrés

En la tabla y figura 3 se observa que, el 28% de las familias de la Comunidad Nativa de los Boras de San Andrés encuestadas refieren que a veces se han dedicado a conocer más sobre la historia, tradiciones y costumbres de su grupo étnico. No obstante, el 28% sostiene que siempre es consciente de sus raíces étnicas y de lo que estas significan para mí. Mientras que el 42% de los encuestados manifiesta que realmente a veces sabe cuál es el papel que juega su grupo étnico en su vida. Asimismo, el 30% señala que la verdad es que a veces se ha preocupado por aprender más sobre la cultura e historia de su grupo étnico. De la misma forma, el 34% de las familias da a conocer que, con el fin de aprender más sobre su tradición cultural, a veces ha conversado con otras personas acerca de su grupo étnico. Por otro lado, el 29% sostiene que a veces entendió perfectamente lo que significa pertenecer a su grupo étnico. Por último, el 33% de los encuestados revela que a veces piensan sobre como su vida se ve fortificada por el hecho de pertenecer a su grupo étnico.

**Tabla 4**

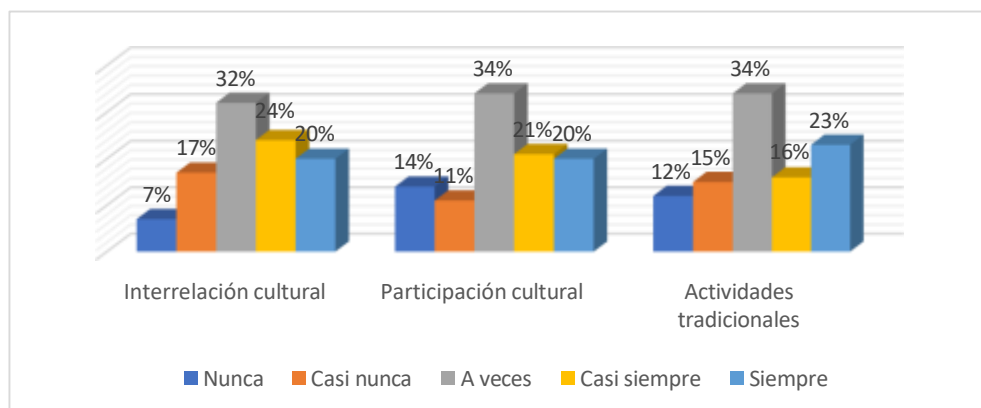
*Conducta étnica*

	N		Cn		Av		Cs		S	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
Interrelación cultural	8	7%	20	17%	38	32%	29	24%	25	20%
Participación cultural	17	14%	13	11%	41	34%	25	21%	24	20%
Actividades tradicionales	14	12%	18	15%	41	34%	19	16%	28	23%

Fuente: encuesta a familias de la Comunidad Nativa de los Boras de San Andrés

## Figura 4

### Conducta étnica



Fuente: encuesta a familias de la Comunidad Nativa de los Boras de San Andrés

Finalmente, en esta dimensión el 32% de las familias encuestadas señala que a veces asiste a grupos y organizaciones que están compuestos, en su mayoría, por personas de su grupo étnico. Por su parte, el 34% de los encuestados refieren que a veces participa activamente de las tradiciones de su grupo étnico, como, por ejemplo, de su música, comida, idioma, etc. Para terminar, el 34% sostiene que a veces asiste a organizaciones y participa en actividades en donde se promueven las tradiciones de su grupo étnico.

**Conocer el nivel de conciencia turística en la Comunidad Nativa de los Boras de San Andrés – Río Momón, 2023.**

**Tabla 5**

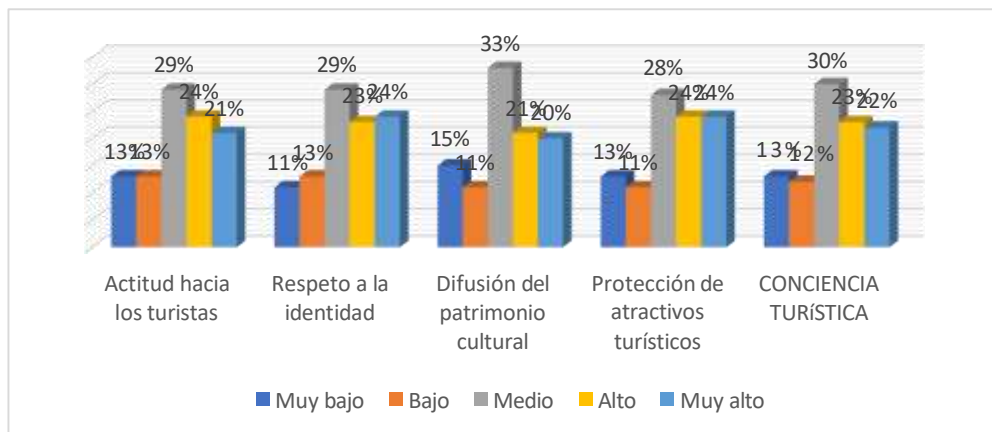
*Conciencia turística*

	Muy bajo		Bajo		Medio		Alto		Muy alto	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
Actitud hacia los turistas	16	13%	15	13%	35	29%	29	24%	25	21%
Respeto a la identidad	13	11%	16	13%	35	29%	28	23%	28	24%
Difusión del patrimonio cultural	18	15%	13	11%	40	33%	25	21%	24	20%
Protección de atractivos turísticos	16	13%	13	11%	34	28%	29	24%	28	24%
<b>CONCIENCIA TURÍSTICA</b>	<b>16</b>	<b>13%</b>	<b>14</b>	<b>12%</b>	<b>36</b>	<b>30%</b>	<b>28</b>	<b>23%</b>	<b>26</b>	<b>22%</b>

Fuente: encuesta a familias de la Comunidad Nativa de los Boras de San Andrés

**Figura 5**

*Conciencia turística*



Fuente: encuesta a familias de la Comunidad Nativa de los Boras de San Andrés

En la Comunidad Nativa de los Boras de San Andrés-Río Momón, se ha evaluado la conciencia turística de las familias y se ha determinado que en general se encuentra en un nivel medio, con un 30% de las familias refiriéndose a este nivel. Por otra parte, un 23% de las familias la califica como

alta, y solamente un 22% considera que es muy alta. A continuación, se detallan las dimensiones que se han analizado para llegar a estas conclusiones.

**Tabla 6**

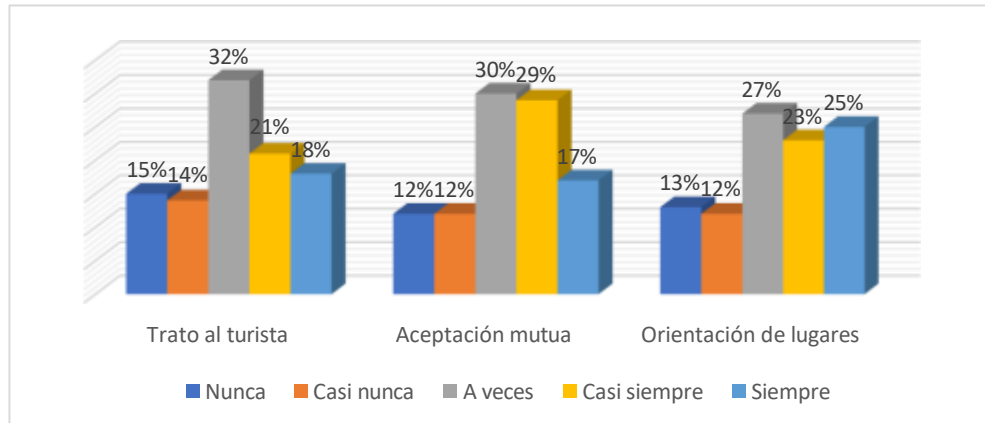
*Actitud hacia los turistas*

	N		Cn		Av		Cs		S	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
Trato al turista	18	15%	17	14%	38	32%	25	21%	22	18%
Aceptación mutua	14	12%	14	12%	36	30%	35	29%	21	17%
Orientación de lugares	16	13%	14	12%	32	27%	27	23%	31	25%

Fuente: encuesta a familias de la Comunidad Nativa de los Boras de San Andrés

**Figura 6**

*Actitud hacia los turistas*



Fuente: encuesta a familias de la Comunidad Nativa de los Boras de San Andrés

En la primera dimensión se esta variable, se observa que, el 32% de las familias encuestados indican que a veces brinda un trato amable al turista o visitante. Igualmente, el 30% de los encuestados sostienen que a veces acepta y respeta la cultura del turista o visitante. De la misma forma, el 27%

de los encuestados refieren que a veces brinda orientación e información de los lugares de interés.

**Tabla 7**

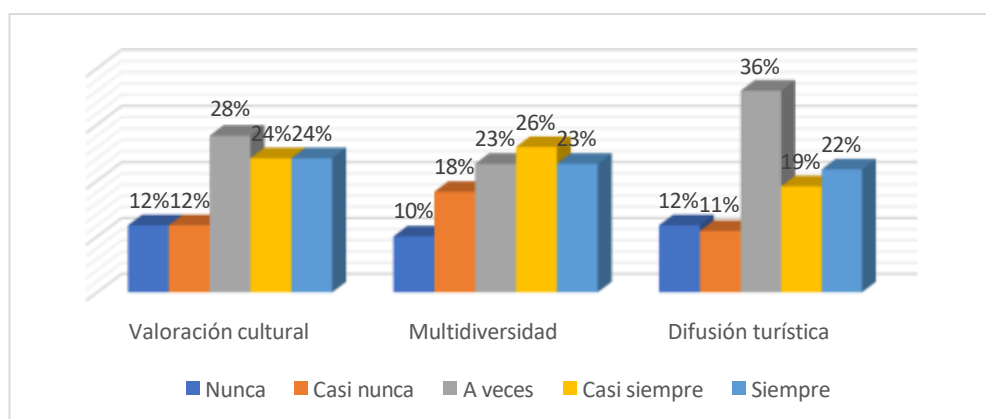
*Respeto a la identidad*

	N		Cn		Av		Cs		S	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
Valoración cultural	14	12%	14	12%	34	28%	29	24%	29	24%
Multidiversidad	12	10%	21	18%	28	23%	31	26%	28	23%
Difusión turística	14	12%	13	11%	43	36%	24	19%	26	22%

Fuente: encuesta a familias de la Comunidad Nativa de los Boras de San Andrés

**Figura 7**

*Respeto a la identidad*



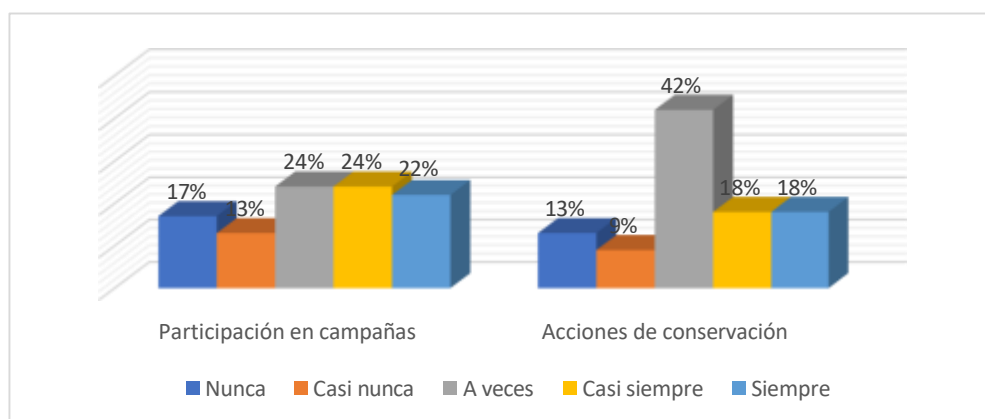
Fuente: encuesta a familias de la Comunidad Nativa de los Boras de San Andrés

En la tabla y figura 7 se evidencia que, el 28% de las familias encuestadas manifiesta que a veces valoran las costumbres y tradiciones de su localidad y/o región. Sin embargo, el 26% de los encuestados señalan que casi siempre identifica la multidiversidad de la cultura peruana en los turistas. Por su parte, el 36% de las familias sostienen que a veces difunden y promueven los recursos turísticos de la región de acuerdo a tu alcance.

**Tabla 8***Difusión del patrimonio cultural*

	N		Cn		Av		Cs		S	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
Participación en campañas	20	17%	15	13%	29	24%	29	24%	27	22%
Acciones de conservación	15	13%	11	9%	50	42%	22	18%	22	18%

Fuente: encuesta a familias de la Comunidad Nativa de los Boras de San Andrés

**Figura 8***Difusión del patrimonio cultural*

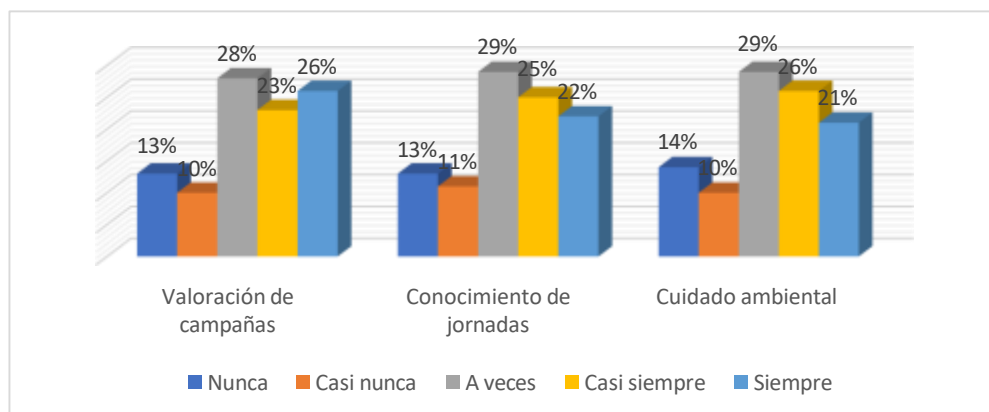
Fuente: encuesta a familias de la Comunidad Nativa de los Boras de San Andrés

En la tabla y figura 8 se identifica que, el 24% de las familias encuestadas consideran que casi siempre participa en campañas que promueven la conciencia turística que organiza los municipios, gobiernos regionales, Mincetur, etc, y el 24% a veces. Por su parte, el 42% revela que a veces participa en acciones de conservación de recursos turísticos y el 18% casi siempre.

**Tabla 9***Protección de atractivos turísticos*

	N		Cn		Av		Cs		S	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
Valoración de campañas	16	13%	12	10%	33	28%	27	23%	32	26%
Conocimiento de jornadas	16	13%	13	11%	35	29%	30	25%	26	22%
Cuidado ambiental	17	14%	12	10%	35	29%	31	26%	25	21%

Fuente: encuesta a familias de la Comunidad Nativa de los Boras de San Andrés

**Figura 9***Protección de atractivos turísticos*

Fuente: encuesta a familias de la Comunidad Nativa de los Boras de San Andrés

Por último, el 28% de las familias del centro poblado señalan que a veces valoran las campañas de conservación del medio ambiente. De la misma forma, el 29% de los encuestados manifiestan que a veces conocen de programas, campañas o algún tipo de jornada de conservación de los recursos y/o atractivos turísticos que organizan la DIRCETUR, Ministerio de cultura o gobierno local. Por su parte, el 29% sostiene que a veces aplica sus conocimientos del cuidado del medio ambiente.



## RESULTADOS INFERENCIALES

**Tabla 10**

*Prueba de normalidad de los datos procesados*

	Kolmogorov-Smirnov <sup>a</sup>		
	Estadístico	gl	Sig.
Identidad cultural	.170	120	.000
Conciencia turística	.169	120	.000

a. Corrección de la significación de Lilliefors  
Fuente: datos procesados en el programa SPSS

Los resultados de la prueba de normalidad Kolmogorov-Smirnov indican que tanto la variable de Identidad cultural como la variable de Conciencia turística no siguen una distribución normal. Esto significa que los datos no se distribuyen de manera simétrica alrededor de la media y que no se cumple la suposición de normalidad para realizar pruebas estadísticas paramétricas. En este caso, se ha utilizado el Rho de Spearman como una alternativa no paramétrica para analizar la relación entre estas variables.

**Tabla 11**

*Relación entre la identidad cultural y la conciencia turística*

		Rho de Spearman
	Coeficiente de correlación	.818**
Identidad cultural	Sig. (bilateral)	.000
Conciencia turística	N	120

\*\* . La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).  
Fuente: datos procesados en el programa SPSS

El coeficiente de correlación de 0.818 indica que existe una correlación positiva fuerte entre las variables estudiadas. Además, el valor de significancia de 0.000 indica que la correlación encontrada es estadísticamente

significativa, lo que respalda aún más la relación entre la identidad cultural y la conciencia turística. Por lo tanto, se puede determinar que existe una relación significativa entre la identidad cultural y la conciencia turística en la Comunidad Nativa de los Boras de San Andrés – Río Momón en el año 2023, respaldando la hipótesis de investigación planteada.

## CAPÍTULO V: DISCUSIÓN

La identidad cultural y la conciencia turística son dos conceptos fundamentales en el mundo del turismo actual, ya que su comprensión y promoción pueden ser clave para el éxito sostenible de las comunidades turísticas. En particular, la comunidad nativa de los Bora de San Andrés - Río Momón ha sido un caso de estudio interesante, ya que su rica identidad cultural y la creciente conciencia turística han sido elementos decisivos en su desarrollo turístico.

Dado a los resultados obtenidos las familias encuestadas indican que la identidad cultural es medio con un 32%, esto se debe a que a veces está muy orgulloso(a) de su grupo étnico; así como a veces sabe cuál es el papel que juega su grupo étnico en su vida; también a veces asiste a organizaciones y participa en actividades en donde se promueven las tradiciones de su grupo étnico. Estos hallazgos no coinciden con el estudio de Ramos (2021) quien menciona que la conciencia turística en las personas es regular en un 50%, pues no todos tienen conocimiento sobre la importancia del turismo en la ciudad. Sin embargo, estos resultados no se asemejan al estudio de Rosillo (2020) quien menciona que el 95% de los estudiantes son conscientes de lo que realmente ayudada a fortalecer la identidad cultural de su ciudad.

En cuanto a la evaluación de la conciencia turística en la Comunidad Nativa de los Boras de San Andrés – Río Momón es medio (30%), ya que a veces brinda un trato amable al turista o visitante; y difunden y promueven los recursos turísticos de la región de acuerdo a tu alcance; también a veces participa en acciones de conservación de recursos turísticos; finalmente a

veces aplica sus conocimientos del cuidado del medio ambiente. Estos resultados no concuerdan con la investigación de Cajo y Illescas (2022) quienes manifiestan que el 76.3% tienen un nivel alto de conciencia turística, por lo que demuestran que al momento de interactuar con un turista le tratan con amabilidad y le ofrecen ayuda demostrando empatía hacia el visitante. En base a este contexto, se evidencia resultados similares a la investigación de Ramos (2021) quien revela que la conciencia turística en las personas es regular en un 50%, pues no todos tienen conocimiento sobre la importancia del turismo en la ciudad. Por su parte, Rosillo (2020) señala que la conciencia turística es casi inexistente la identificación de sus culturas así lo demuestra el 62%.

El resultado de la prueba Rho de Spearman indica un coeficiente de correlación de 0.818, lo cual indica una relación positiva fuerte entre la identidad cultural y la conciencia turística en la Comunidad Nativa de los Boras de San Andrés - Río Momón. Además, la significancia bilateral es de 0.000, lo cual es menor a 0,05. Por lo tanto, se pudo establecer que existe una relación estadísticamente significativa entre las variables estudiadas. En base a estos resultados, se aceptó la hipótesis de investigación planteada. Ante ello, resultados similares se evidencia en la investigación de Ramos (2021) pues expone que respecto a la correlación entre la identidad cultural y conciencia turística se evidenció que si existe una relación positiva moderada presentada por un coeficiente de  $\rho=0.580$ . Además, Caballero-Copara (2021) explica que aspectos importantes de la conciencia turística es respetar la identidad local centrada en la valoración de la cultura, la identificación de la multidiversidad de culturas de los turistas, así como la difusión de los recursos.

## **CAPÍTULO VI: CONCLUSIONES**

Se determinó que el nivel de identidad cultural de las familias de la Comunidad Nativa de los Boras de San Andrés- Río Momón es medio con un 32%, esto se debe a que a veces está muy orgulloso(a) de su grupo étnico; así como a veces sabe cuál es el papel que juega su grupo étnico en su vida; también a veces asiste a organizaciones y participa en actividades en donde se promueven las tradiciones de su grupo étnico.

Los resultados indican que el nivel de conciencia turística en la Comunidad Nativa de los Boras de San Andrés – Río Momón es medio (30%), puesto que a veces brinda un trato amable al turista o visitante; y difunden y promueven los recursos turísticos de la región de acuerdo a tu alcance; también a veces participa en acciones de conservación de recursos turísticos; finalmente a veces aplica sus conocimientos del cuidado del medio ambiente.

De manera general, el coeficiente de correlación de Spearman es de 0.818, lo cual indica una correlación positiva fuerte. Además, el valor de significancia es de 0,000 y confirma que la correlación encontrada es estadísticamente significativa. Por lo tanto, se puede concluir que hay una relación significativa entre la identidad cultural y la conciencia turística en la Comunidad Nativa de los Boras de San Andrés – Río Momón en el año 2023.

## **CAPÍTULO VII: RECOMENDACIONES**

A las familias de la Comunidad Nativa de los Boras de San Andrés – Río Momón, se le recomienda promover las tradiciones y costumbres a través de actividades culturales como festivales, así como fomentar la preservación de su entorno natural y la práctica de un turismo ecológico, enseñando a los visitantes a ser conscientes de la importancia de respetar y cuidar el medio ambiente en la Comunidad.

A los pobladores de la Comunidad Nativa de los Boras de San Andrés – Río Momón, se les sugiere participar constantemente en actividades en donde se promueven las tradiciones de su grupo étnico, esto con la finalidad de mantener vivas sus costumbres y prácticas culturales.

A los pobladores de la Comunidad Nativa de los Boras de San Andrés – Río Momón, se recomienda participar de las campañas que promueven la conciencia turística que organiza los municipios, gobiernos regionales, Mincetur, esto a fin de mejorar sus habilidades de interacción con los turistas, aprender a promocionar adecuadamente sus tradiciones culturales y artesanías, y beneficiarse de la economía del turismo.

## CAPÍTULO VIII: FUENTES DE INFORMACIÓN

- Arias, J. L., & Covinos, M. (2021). *Diseño y metodología de la investigación*. Lima, Perú: Enfoques Consulting EIRL. Obtenido de <http://hdl.handle.net/20.500.12390/2260>
- Baena, G. (2017). *Metodología de la investigación*. México: Grupo Editorial Patria. Obtenido de [http://www.biblioteca.cij.gob.mx/Archivos/Materiales\\_de\\_consulta/Drogas\\_de\\_Abuso/Articulos/metodologia%20de%20la%20investigacion.pdf](http://www.biblioteca.cij.gob.mx/Archivos/Materiales_de_consulta/Drogas_de_Abuso/Articulos/metodologia%20de%20la%20investigacion.pdf)
- Caballero, L. (2019). *Conciencia turística y su relación en el rendimiento académico de los estudiantes del ix ciclo de la eap de turismo y hotelería de la unheval, 2019*. Tesis de Maestría, Universidad Nacional Hermilio Valdizán, Huánuco, Perú. Obtenido de <https://repositorio.unheval.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13080/5624/PIDS00258C12.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Caballero-Copara, L. (2021). Conciencia turística y su relación en el rendimiento académico de los estudiantes de pregrado. *Revista identidad*, 7(1), 43-47. doi:<https://doi.org/10.46276/rifce.v7i1.1139>
- Cajo, A., & Illescas, K. (2022). *Nivel de conciencia turística en los estudiantes de la Institución Educativa Fermín Tangüis, Ica 2022*. Tesis pregrado, Universidad César Vallejo, Trujillo, Perú. Obtenido de [https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/107535/Cajo\\_GAG-Illescas\\_GKM-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/107535/Cajo_GAG-Illescas_GKM-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

- Collas, W. (2021). *Conciencia turística y conservación del área natural protegida - Sector Llanganuco del Parque Nacional Huascarán*. Tesis pregrado, Universidad Católica los Angeles Chimbote, Chimbote, Perú. Obtenido de [http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13032/31638/CONCIENCIA\\_TURISTICA\\_WALDEMAR\\_%20COLLAS\\_%20HENOSTROZA.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13032/31638/CONCIENCIA_TURISTICA_WALDEMAR_%20COLLAS_%20HENOSTROZA.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Córdova, B. (2021). Conciencia turística para fortalecer la identidad cultural en los pobladores del distrito manuel antonio mesones muro Ferreñafe. *Rev. Horizonte Empresarial*, 8(1), 629-635. Obtenido de <https://revistas.uss.edu.pe/index.php/EMP/article/view/2026/2578>
- De Guzmán, G., & González-Martínez, E. (2023). La música tradicional ecuatoriana como elemento fortalecedor de la identidad cultural en estudiantes de quinto año de educación básica. *Revista cognosis*, 8(1), 39-54. doi:<https://doi.org/10.33936/cognosis.v6i0.3098>
- Decreto Supremo N° 002-2023-MINCETUR. (2023). *Ministerio de Comercio Exterior y Turismo*. Perú. Obtenido de <https://busquedas.elperuano.pe/normaslegales/disponen-la-no-aplicacion-de-la-medida-de-salvaguardia-defin-decreto-supremo-n-002-2023-mincetur-2156037-7/>
- Franco, A. (2022). Políticas públicas que determinan el desarrollo del producto de turismo comunitario. *Revista De Empresa Y Gobierno*, 2(4), 43–54. doi:<https://doi.org/10.35622/j.rg.2022.04.004>
- García, D., Vargas, H., & Restrepo, J. (2019). El turismo de naturaleza: educación ambiental y beneficios tributarios para el desarrollo del



Caquetá. *AGLALA ISSN*, 11(1), 107-132. Obtenido de [https://www.researchgate.net/profile/Heriberto-Vargas-2/publication/344169121\\_El\\_turismo\\_de\\_naturaleza\\_educacion\\_ambiental\\_y\\_beneficios\\_tributarios\\_para\\_el\\_desarrollo\\_de\\_Caqueta/links/5f5913d64585154dbbc3e4ce/El-turismo-de-naturaleza-educacion-ambiental-y](https://www.researchgate.net/profile/Heriberto-Vargas-2/publication/344169121_El_turismo_de_naturaleza_educacion_ambiental_y_beneficios_tributarios_para_el_desarrollo_de_Caqueta/links/5f5913d64585154dbbc3e4ce/El-turismo-de-naturaleza-educacion-ambiental-y)

Gladyshev, V., Miliaeva, E., Meniaeva, M., & Veveleva, V. (2019). Yes-tradition and no-tradition in the reproduction of cultural forms and cultural identity in conditions of globalization. *Shs web of conferences*, 72, 1-5. doi:<https://doi.org/10.1051/shsconf>

Melo, D. (2020). Pérdida de identidad cultural: un retroceso para las comunidades indígenas y, por ende, para el turismo. *Universidad Autónoma de San Luis Potosí*, 1(1), 947-956. Obtenido de <https://www.eumed.net/actas/20/desarrollo-empresarial/66-perdida-de-identidad-cultural.pdf>

Moreno, S., & Arbiza, M. (2020). El uso de la identidad cultural en los anuncios publicitarios para afianzar la relación consumidormarca. Campaña “Tenemos Barrio, Tenemos Mundial” de cerveza Cristal. *Revista de Comunicación*, 19(2), 285-301. doi:<https://doi.org/10.26441/RC19.2-2020-A16>

Pertegal-Felices, M. L., Espín-León, A., & Jimeno-Morenilla, A. (2020). Diseño de un instrumento para medir identidad cultural indígena: caso de estudio sobre la nacionalidad amazónica Waorani. *Revista de Estudios Sociales*, 51–67. doi:<https://doi.org/10.7440/res71.2020.05>

- Ramos, S. (2021). *Identidad cultural y conciencia turística en Lima Metropolitana, 2021*. Tesis pregrado, Universidad César Vallejo, Lima, Perú. Obtenido de [https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/86760/Ramos\\_FSC-SD.pdf?sequence=4&isAllowed=y](https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/86760/Ramos_FSC-SD.pdf?sequence=4&isAllowed=y)
- Rosillo, J. (2020). *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*. Tesis pregrado, Chiclayo, Perú. Obtenido de [https://repositorio.udl.edu.pe/bitstream/UDL/346/1/Rosillo%20Chincha y%20-%20Tesis%20AT.pdf](https://repositorio.udl.edu.pe/bitstream/UDL/346/1/Rosillo%20Chincha%20-%20Tesis%20AT.pdf)
- Ruiz, M., & Pozo, L. (2020). Conciencia turística de los pobladores en el distrito del rímac - Perú. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 29(1), 312 – 330. Obtenido de <http://www.scielo.org.ar/pdf/eypt/v29n1/v29n1a17.pdf>
- Vargas, D., & Pérez, K. (2019). El sistema educativo peruano y la pérdida de identidad cultural andina en la región Puno. *Revista Innova Educación*, 1(2), 244-251. doi:<https://doi.org/10.35622/j.rie.2019.02.010>
- World Tourism Organization. (2023). *El turismo: un fenómeno económico y social*. Obtenido de <https://www.unwto.org/es/turismo#:~:text=El%20turismo%20se%20ha%20convertido,la%20competencia%20entre%20los%20destinos.>

# **ANEXOS**

## 1. Matriz de consistencia

Título de la investigación	Pregunta de investigación	Objetivos de la investigación	Hipótesis	Tipo y diseño de estudio	Población de estudio y procesamiento	Instrumento de recolección
<p>Identidad cultural y la conciencia turística en la Comunidad Nativa Bora Bora, 2023</p>	<p><b>Problema general</b> ¿Cuál es la relación entre la identidad cultural y la conciencia turística en la Comunidad Nativa de los Boras de San Andrés – Río Momón, 2023?</p> <p><b>Problemas específicos</b> ¿Cuál es el nivel de identidad cultural en la Comunidad Nativa de los Boras de San Andrés – Río Momón, 2023? ¿Cuál es el nivel de conciencia turística en la Comunidad Nativa Bora Bora, 2023?</p>	<p><b>Objetivo general</b> Determinar la relación entre la identidad cultural y la conciencia turística en la Comunidad Nativa de los Boras de San Andrés – Río Momón, 2023.</p> <p><b>Objetivos específicos</b> - Conocer el nivel de identidad cultural en la Comunidad Nativa de los Boras de San Andrés – Río Momón, 2023. - Conocer el nivel de conciencia turística en la Comunidad Nativa de los Boras de San Andrés – Río Momón, 2023.</p>	<p><b>Hipótesis general</b> <b>Hi:</b> Existe relación significativa entre la identidad cultural y la conciencia turística en la Comunidad Nativa de los Boras de San Andrés – Río Momón, 2023.</p> <p><b>Hipótesis específicas</b> <b>Hi<sub>1</sub>:</b> El nivel de identidad cultural en la Comunidad Nativa de los Boras de San Andrés – Río Momón, 2023, es bajo. <b>Hi<sub>2</sub>:</b> El nivel de conciencia turística en la Comunidad Nativa de los Boras de San Andrés – Río Momón, 2023, es bajo.</p>	<p><b>Tipo de estudio:</b> Aplicada Nivel descriptivo-correlacional</p> <p><b>Diseño de estudio:</b> No experimental</p>	<p><b>Población:</b> Conformada por 120 cabezas de familia de la Comunidad Nativa de los Boras de San Andrés – Río Momón.</p> <p><b>Muestra:</b> Conformada por 120 cabezas de familia.</p> <p><b>Procesamiento de datos:</b> Programa Excel y SPSS</p>	<p><b>Instrumento:</b> El cuestionario</p>

## 2. Instrumento de recolección de datos

### CUESTIONARIO DE IDENTIDAD CULTURAL

Estimado poblador, se presenta el cuestionario con el propósito de conocer su percepción sobre la identidad cultural para con su Comunidad Nativa de los Boras de San Andrés – Río Momón, para la cual se le pide responda con total sinceridad a los enunciados que se precisan, tomando en cuenta la siguiente escala de medición:

Nunca	Casi nunca	A veces	Casi siempre	Siempre
N	CN	AV	CS	S

Nº	Ítems	RESPUESTA				
		N	CN	AV	CS	S
<b>Afirmación étnica</b>						
1	Estoy feliz de ser miembro de mi grupo étnico.					
2	Me siento fuertemente ligado(a) a mi grupo étnico.					
3	Me siento muy comprometido(a) con mi grupo étnico					
4	Me siento muy bien con mi tradición étnica o cultural.					
5	Estoy muy orgulloso(a) de mi grupo étnico.					
<b>Elaboración de identidad étnica</b>		N	CN	AV	CS	S
6	Últimamente me he dedicado a conocer más sobre la historia, tradiciones y costumbres de mi grupo étnico.					
7	Estoy consciente de mis raíces étnicas y de lo que estas significan para mí.					
8	Realmente sé cuál es el papel que juega mi grupo étnico en mi vida.					
9	La verdad es que me he preocupado por aprender más sobre la cultura e historia de mi grupo étnico					
10	Con el fin de aprender más sobre mi tradición cultural, he conversado con otras personas acerca de mi grupo étnico.					
11	Entiendo perfectamente lo que significa para mí pertenecer a mi grupo étnico.					
12	Me pongo a pensar mucho sobre cómo mi vida se ve fortalecida por el hecho de pertenecer a mi grupo étnico.					
<b>Conducta étnica</b>		N	CN	AV	CS	S
13	Asisto a grupos y organizaciones que están compuestos, en su mayoría, por personas de mi grupo étnico.					
14	Participó activamente de las tradiciones de mi grupo étnico, como, por ejemplo, de su música, comida, idioma, etc.					
15	Asisto a organizaciones y participo en actividades en donde se promueven las tradiciones de mi grupo étnico.					

## CUESTIONARIO DE CONCIENCIA TURÍSTICA

Estimado poblador, se presenta el cuestionario con el propósito de conocer su percepción sobre la conciencia turística en la Comunidad Nativa de los Boras de San Andrés – Río Momón, para la cual se le pide responda con total sinceridad a los enunciados que se precisan, tomando en cuenta la siguiente escala de medición:

Nunca	Casi nunca	A veces	Casi siempre	Siempre
N	CN	AV	CS	S

Nº	Ítems	RESPUESTA				
<b>Actitud hacia los turistas</b>		N	CN	AV	CS	S
1	¿Brindas un trato amable al turista o visitante?					
2	¿Aceptas y respetas la cultura del turista o visitante?					
3	¿Brindas orientación e información de los lugares de interés?					
<b>Respeto a la identidad</b>		N	CN	AV	CS	S
4	¿Valoras las costumbres y tradiciones de su localidad y/o región?					
5	¿Identificas la multidiversidad de la cultura peruana en los turistas?					
6	¿Difundes y promueves los recursos turísticos de la región de acuerdo a tu alcance?					
<b>Difusión del patrimonio cultural</b>		N	CN	AV	CS	S
7	¿Participas en campañas que promueven la conciencia turística que organiza los municipios, gobiernos regionales, Mincetur, etc.?					
8	¿Participas en acciones de conservación de recursos turísticos?					
<b>Protección de atractivos turísticos</b>		N	CN	AV	CS	S
9	¿Valoras las campañas de conservación del medio ambiente?					
10	¿Conoces de programas, campañas o algún tipo de jornada de conservación de los recursos y/o atractivos turísticos que organizan la DIRCETUR, Ministerio de cultura o gobierno local?					
11	¿Aplicas tus conocimientos del cuidado del medio ambiente?					

### 3. Estadística complementaria

#### Análisis de fiabilidad

##### Variable 1: Identidad cultural

<b>Resumen del procesamiento de los casos</b>		
	N	%
Válidos	120	100,0
Casos Excluidos <sup>a</sup>	0	,0
Total	120	100,0

a. Eliminación por lista basada en todas las variables del procedimiento.

<b>Estadísticos de fiabilidad</b>	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,883	15

##### Variable 2: Conciencia turística

<b>Resumen del procesamiento de los casos</b>		
	N	%
Válidos	120	100,0
Casos Excluidos <sup>a</sup>	0	,0
Total	120	100,0

a. Eliminación por lista basada en todas las variables del procedimiento.

<b>Estadísticos de fiabilidad</b>	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,857	11

#### 4. Consentimiento informado

Por la presente declaro que he leído cuestionario de la investigación titulada:

.....  
.....

....., del Sr.....tiene como objetivo medir .....

He tenido la oportunidad de preguntar sobre ella y se me ha contestado satisfactoriamente las preguntas que he realizado.

Consiento voluntariamente participar en esta investigación como participante.

**Nombre del participante:**

.....

Su participación en este estudio no implica ningún riesgo de daño físico ni psicológico para usted. Es así que todos los datos que se recojan, serán estrictamente **anónimos y de carácter privados**. Asimismo, los datos entregados serán absolutamente **confidenciales** y sólo se usarán para los fines científicos de la investigación. El responsable de esto, en calidad de **custodio de los datos**, será el Investigador Responsable del proyecto, quien tomará todas las medidas necesarias para cautelar el adecuado tratamiento de los datos, el resguardo de la información registrada y la correcta custodia de estos.

Desde ya le agradecemos su participación.

.....

NOMBRE

Investigador Responsable