



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LA AMAZONIA PERUANA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y DE NEGOCIOS
ESCUELA PROFESIONAL DE NEGOCIOS INTERNACIONALES Y
TURISMO



TESIS

Determinar el nivel de conciencia turística en los alumnos de la
Escuela Profesional de Negocios Internacionales y
Turismo - UNAP. 2019

Para optar el título Profesional de Licenciada en Negocios Internacionales y
Turismo.

Presentado por la Bachiller:

Grace Jamileth Gomez Janeiro

Asesora

Dra. Nélide Valencia Coral

Iquitos, PERÚ

2019



UNAP

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y DE NEGOCIOS
FACEN

"OFICINA DE ASUNTOS ACADÉMICOS"

Universidad Nacional de la Amazonía Peruana



ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS

En la ciudad de Iquitos, a los 24 días del mes de Julio del 2019, siendo las 05:00 pm de acuerdo a lo establecido en la Resolución Decanal N° 1109 2019-FACEN-UNAP, se constituyeron en el Auditorio de esta Facultad, el Jurado de la tesis, integrado por los docentes: LIC.ADM. VICTOR RAÚL REÁTEGUI PAREDES, Mgr. (Presidente), LIC.ADM. JORGE LUIS MERA RAMIREZ, Mgr. (Miembro) y LIC.ADM. OMAR ALAIN SALDAÑA ACOSTA (Miembro), y se dio inicio al acto para escuchar la sustentación pública de la tesis: "DETERMINAR EL NIVEL DE CONCIENCIA TURISTICA EN LOS ALUMNOS DE LA ESCUELA PROFESIONAL DE NEGOCIOS INTERNACIONALES Y TURISMO - UNAP. 2019", presentado por la bachiller en Negocios Internacionales y Turismo GRACE JAMILETH GOMEZ JANEIRO, para optar el Título Profesional de LICENCIADA EN NEGOCIOS INTERNACIONALES Y TURISMO, que otorga la Universidad de acuerdo a la Ley y al Estatuto vigente.

Después de haber escuchado con mucha atención y formulado las preguntas necesarias, las cuales fueron respondidas en forma SATISFACTORIA

El Jurado luego de las deliberaciones correspondientes en privado, llegó a la conclusión siguiente:

La Tesis ha sido: APROBADO POR UNANIMIDAD

Siendo las 06:50 pm se dio por terminado el acto PUBLICO

Agradeciendo a la sustentante por su exposición.

LIC.ADM. VICTOR RAÚL REÁTEGUI PAREDES, Mgr.
Presidente

LIC.ADM. JORGE LUIS MERA RAMIREZ, Mgr.
Miembro

LIC.ADM. OMAR ALAIN SALDAÑA ACOSTA
Miembro

Suma la Universidad Licenciada más importante de la Amazonía del Perú, gracias a la acreditación

Calle Nanay N°352-356 - Distrito de Iquitos - Maynas - Loreto
http://www.unap-iqitos.edu.pe - e-mail: facenunap@yahoo.es
Teléfonos: #065-234394 /065-243644 - Decanatura: #065-224342 / 944670264



Jurado

MIEMBROS DEL JURADO



LIC.ADM. VICTOR RAÚL REÁTEGUI PAREDES, Mgr.
Presidente
CLAD-01966



LIC.ADM. JORGE LUIS MERA RAMIREZ, Mgr.
Miembro
CLAD-01950



LIC.ADM. OMAR ALAIN SALDAÑA ACOSTA
Miembro
CLAD-04187



LIC.ADM. NELIDA VALENCIA CORAL, Dra.
Asesora
CLAD-02311

Dedicatoria

El presente trabajo, está dedicado a mi madre y mi abuela, por su total entrega, por su amor, trabajo y sacrificio en todos estos años, gracias a ellas he logrado llegar hasta aquí y convertirme en lo que soy.

A mis amigas de la universidad por estos 5 años compartidos en las aulas.

A todas las personas que me han brindado su apoyo y permitieron que este trabajo se realice con éxito, en especial a aquellos que me abrieron las puertas y compartieron sus conocimientos.

Agradecimiento

Agradezco a mi madre y mi abuela por ser las principales promotoras de mis sueños, por confiar y creer en mis expectativas, por los valores, todos los consejos y principios que me han inculcado desde muy pequeña.

A mis demás familiares, amigos y futuros colegas que me brindaron su ayuda de manera desinteresada y buena voluntad.

Agradezco a los docentes de la Facultad de Ciencias Económicas y de Negocios de la Universidad Nacional de la Amazonia Peruana, por haberme brindando sus conocimientos a lo largo de mi formación profesional, agradecida con cada uno de ellos por la paciencia y dedicación.

Índice

Jurado	iii
Dedicatoria	iv
Agradecimiento	v
Índice.....	vi
Índice de Tablas	viii
Índice de Figuras.....	ix
Resumen.....	x
Abstract.....	xi
INTRODUCCIÓN	1
CAPITULO I. MARCO TEÓRICO.....	3
1.1 Antecedentes	3
1.2 Bases teóricas	8
1.3 Definición de términos básicos	13
CAPÍTULO II. HIPÓTESIS Y VARIABLES	17
2.1 Formulación de la Hipótesis.....	17
2.1.1 Hipótesis de investigación o de trabajo	17
2.2 Variables y su operacionalización.....	17
CAPÍTULO III. METODOLOGIA.....	19
3.1 Tipo y diseño	19
3.2 Diseño Muestral.....	19
3.3 Procedimientos de recolección de datos	20
3.4 Procesamiento y análisis de los datos.....	20
3.5 Aspectos éticos.....	21
CAPÍTULO IV: RESULTADOS.....	22
4.1 Descripción univariada de los datos de Control.....	23
4.2 Descripción del Análisis univariado según el Cuestionario.....	27
4.3 Resultado del Análisis global por Indicadores.	36
4.4 Resultados sobre el Análisis de los cálculos promedios de indicadores	40
4.5 Demostración de la Hipótesis.	41
CAPÍTULO V. DISCUSIÓN	42
CAPÍTULO VI: CONCLUSIONES	46
CAPÍTULO VII. RECOMENDACIONES	47

CAPÍTULO VIII. FUENTES DE INFORMACIÓN	49
ANEXOS	51
1. Matriz de Consistencia.....	52
2. Instrumento de Recolección de datos	54

Índice de Tablas

Tabla 1. Nivel de Conocimiento de la Historia de la ciudad de Iquitos.....	27
Tabla 2. Nivel de Conocimiento de la Geografía de Iquitos	27
Tabla 3. Nivel de Conocimiento de los servicios turísticos.....	28
Tabla 4. Nivel de Preparación sobre técnicas de administración turística.....	28
Tabla 5. Nivel de Presión humana o densidad poblacional en la ciudad	29
Tabla 6. Nivel de educación medio ambiental en su formación académica	30
Tabla 7. Nivel de conocimiento referente a la gestión ambiental	30
Tabla 8. Calidad de Accesibilidad a lugares turísticos	31
Tabla 9. Nivel de conocimiento si el poblador de la ciudad valora y respeta al turista.....	31
Tabla 10. Trato con respeto a los turistas y al ambiente	32
Tabla 11. Para usted, la honradez es el eje principal de sus acciones	32
Tabla 12. Asume con Responsabilidad sus estudios y practica sus conocimientos.	33
Tabla 13. Posee vocación de servicio para el turista y del medio ambiente	33
Tabla 14. Trata con mucha cortesía al turista o visitante	34
Tabla 15. Trata con amabilidad al turista local, regional o nacional	34
Tabla 16. Estudia con eficiencia para aplicar en su quehacer diario.....	35
Tabla 17. Actúa con profesionalismo con el turista y el medio ambiente	35

Índice de Figuras

Figura 1. Sexo de alumnos encuestados	23
Figura 2. Edad de los alumnos encuestados	24
Figura 3. Si el encuestado aún está bajo custodia de sus padres.	25
Figura 4. Procedencia de los alumnos Encuestados.....	26
Figura 5. Promedio del Nivel de Conocimientos Culturales	36
Figura 6. Nivel de Conocimientos ambientales	37
Figura 7. Nivel de Valores (Calidez).....	38
Figura 8. Actitudes (calidad).....	39
Figura 9. Promedios Generales según Indicadores	40

Resumen

La investigación se ha desarrollado en la ciudad de Iquitos, tiene como propósito de conocer el nivel de conciencia turística de los alumnos del Quinto nivel, X ciclo de la Escuela Profesional de Negocios Internacionales y Turismo – UNAP-2019; para esto se ha estudiado cuatro indicadores: conocimiento (de la especialidad de turismo), medio ambiente, valores y actitudes.

La metodología utilizada por del tipo de investigación descriptiva, se recolectó los datos en una sola oportunidad, es transeccional y aplicada. El diseño es de un modelo de investigación cuantitativa. La población es el total de alumnos de esta Escuela Profesional que son 450 y la Muestra es de 35, los que están por egresar de la Universidad. El instrumento de recolección de datos es la Encuesta compuesta por dos partes, una es para obtener los datos de control y la siguiente parte es el cuestionario.

La demostración de la hipótesis estadística, H_1 El grado de conciencia turística de los alumnos del quinto nivel de Negocios Internacionales y Turismo al año 2019, es significativo. En la contratación de la hipótesis se arribó a los siguientes resultados: a) Indicador Conocimientos ambientales = 77% Moderado. Se rechaza la hipótesis porque no es significativo. b) Indicador Conocimientos culturales = 71% Moderado. Se rechaza la hipótesis porque no es significativo. c) Indicador Valores (calidez) = 51% Muy alto. Se acepta la hipótesis porque es significativo, d) Indicador Actitudes (calidad) = 51% Alto. Se acepta la hipótesis porque es significativo.

Palabras clave: conciencia turística, conocimientos ambientales, cultura, valores, actitud.

Abstract

The research has been developed in the city of Iquitos, has as purpose to know the level of tourist awareness of the students of the fifth level, X cycle of the Professional School of International Business and Tourism - UNAP-2019; For this, four indicators have been studied: knowledge (of the specialty of tourism), environment, values and attitudes.

The methodology used by the type of descriptive research, the data was collected in a single opportunity, is transectional and applied. The design is of a quantitative research model. The population is the total of students of this Professional School that are 450 and the Sample is of 35, those that are about to leave the University. The data collection instrument is the Survey composed of two parts, one is to obtain the control data and the next part is the questionnaire.

The demonstration of the statistical hypothesis, H_1 The degree of tourist awareness of the students of the fifth level of International Businesses and Tourism to the year 2019, is significant. In the hiring of the hypothesis, the following results were reached: a) Indicator Environmental knowledge = 77% Moderate. The hypothesis is rejected because it is not significant. b) Indicator Cultural knowledge = 71% Moderate. The hypothesis is rejected because it is not significant. c) Indicator Values (warmth) = 51% Very high. The hypothesis is accepted because it is significant, d) Indicator Attitudes (quality) = 51% High. The hypothesis is accepted because it is significant.

Key words: tourism awareness, environmental knowledge, culture, values, attitude.

INTRODUCCIÓN

La investigación o tesis, se ha desarrollado en la ciudad de Iquitos, tiene como título “determinar el nivel de conciencia turística de los alumnos del Quinto nivel, X ciclo de la Escuela Profesional de Negocios Internacionales y Turismo – UNAP-2019”; para esto se ha estudiado cuatro indicadores: nivel de conocimiento (de la especialidad de turismo), nivel de conocimiento del medio ambiente, valores (calidez) y actitudes (calidad).

La metodología utilizada por del tipo de investigación descriptiva, se recolectó los datos en una sola oportunidad, es transeccional y aplicada. El diseño es de un modelo de investigación cuantitativa con el estudio de una sola variable independiente. La población es el total de alumnos de esta Escuela Profesional que son 450 y la Muestra es de 35, los que están cursando el X ciclo y están por egresar de la Universidad. El instrumento de recolección de datos es la Encuesta compuesta por dos partes, una es para obtener los datos de control y la siguiente parte es el cuestionario.

Es así que, se ha realizado la investigación con indicadores como los conocimientos culturales en los cuales se ha aplicó a los alumnos para conocer el nivel o grado del aspecto conceptual de su formación es el conocimiento de la Historia de la ciudad de Iquitos y de la Amazonía peruana, que opine sobre el grado de conocimiento sobre la geografía de la ciudad de Iquitos y de la Amazonía, el grado de conocimiento del alumno sobre los servicios turístico o del turismo y finalmente en este indicador es conocer si el alumna considera si es que está preparado para aplicar técnicas de administración turística en las empresas del rubro de servicios.

Referente a los conocimientos ambientales, se ha preguntado al alumno que nivel es la presión humana o densidad poblacional de la ciudad de Iquitos y de la región, también se le preguntó el grado de educación medio ambiental recibida en su formación académica, si es que domina el conocimiento referente a la gestión medio ambiental, de cómo califica la accesibilidad a lugares turísticos desde la

ciudad de Iquitos a los diferentes atractivos turísticos y finalmente si el alumno conoce al poblador de la ciudad y si éste valora y respeta al turista.

Referente al Indicador Valores (calidez), se describe preguntas relacionado a los valores que practica como estudiante frente al turismo o conciencia turística, si trata con respeto a los turistas y al ambiente, si la honradez es el eje principal en su quehacer diario, si asume la responsabilidad en sus estudios y pone en práctica sus conocimientos y finalmente en este indicador se le preguntó si tiene la certeza que posee vocación de servicio para el turista o del medio ambiente.

Finalmente, en las actitudes (calidad) del alumno se ha investigado si trata con mucha cortesía al turista o visitante que arriba a la ciudad, Si su trato es amable al turista sea local, regional o nacional que visita la ciudad, se preguntó al alumno si ha estudiado las asignaturas con eficiencia con la finalidad de aplicar en su quehacer diario. Por último, si actúa con mucho profesionalismo con el turista y con el medio ambiente.

La demostración de la hipótesis estadística, H_1 = El grado de conciencia turística de los alumnos del quinto nivel de Negocios Internacionales y Turismo al año 2019, es significativo. En la contratación de la hipótesis se arribó a los siguientes resultados: a) Indicador Conocimientos ambientales = 77% Moderado. Se rechaza la hipótesis porque no es significativo. b) Indicador Conocimientos culturales = 71% Moderado. Se rechaza la hipótesis porque no es significativo. c) Indicador Valores (calidez) = 51% Muy alto. Se acepta la hipótesis porque es significativo, d) Indicador Actitudes (calidad) = 51% Alto. Se acepta la hipótesis porque es significativo.

CAPITULO I. MARCO TEÓRICO

1.1 Antecedentes

(Malca Roque, 2012). En su tesis *Análisis de conciencia turística en los agentes turísticos del centro Monumental Histórico de la ciudad de Chiclayo*, el autor se refiere a la Conciencia Turística que, además de ser el comportamiento de observación de las buenas intenciones en planteamientos expresivos o deseos de cumplimiento en el futuro, se describe a las actividades reales consignadas el sector turístico, es así que esta actividad trata no solo de las decisiones y alcances por medio de autoridades comprometidas, si no de acciones con participación de la comunidad, con la finalidad de proteger los atractivos turísticos, preservándolos; por otro lado, se debe dar un lugar importante en el quehacer, actitud y acción al turista en cualquier momento y circunstancia que requiera.

El estudio concluye que, la Conciencia Turística es tener discernimiento con certeza de lo importante que es esta actividad que hace grande un lugar o un país; por lo tanto, es trabajo de todos y compromiso hasta lograr su alcance. Si se recibe a los turistas con educación y gentileza, con la solidaridad personal, sin pensar que cumpliendo ciertos valores no es que se vuelva servil, tampoco que se tenga interés, es sencillamente que el pueblo o comunidad tienen conciencia turística, porque se muestra el respeto hacia los visitantes, haciéndoles sentir que son bienvenidos, que tendrán la seguridad y ser agradecidos por sus visitas.

(Varisco, Cristina, Benseny Graciela, & Padilla, Noelia, 2016). Los autores, Conceptualizan a la Conciencia Turística en sus tesis: *Concientización turística y ambiental: De la teoría a la Acción territorial*, que se requiere rumbos, el primero se dirige al turista o visitante y el segundo a los pobladores. Analizando el primer aspecto se describe la forma de tratar

de los pobladores de una localidad a los turistas o visitantes en un determinado destino turístico; es así que, la conciencia turística en este primer aspecto está inmersa en la extensión del medio ambiente y se transforma en un material para optimizar toda actividad relacionada con el turismo.

Inicialmente, la conciencia turística, se une al comportamiento como a los valores de respeto y sencillez hacia el visitante o turista por parte de los pobladores de la localidad conocidos como anfitriones. El “buen trato” a los turistas es un atributo muy importante y necesario en cada destino turístico.

Los autores finalizan sus conclusiones afirmando que, es importante contribuir a expandir una imagen positiva, esto se plasma en buena atención para volver a visitarle o para que se refieran de buen agrado del lugar, esto es, como describe sobre el tema, Jorge Guitelman, se refiere a la cultura de la hospitalidad: “esa cultura no es otra cosa que el conjunto de manifestaciones, hábitos y prácticas de una comunidad que sabe que su identidad turística pasa por el compromiso asumido en la relación que establece con el visitante” (1997:40). Luego diferencia el *trato comercial*, como base de un buen servicio, del *trato familiar*, que implica la calidez humana como principio fundamental y es la base de su propuesta”.

(Ishuiza Tapullima & Flores Ramírez, 2008). En la investigación titulada: *Conciencia turística y su contribución al desarrollo del turismo en la provincia de San Martín*, se describe a la conciencia turística como una innovación de la mentalidad, pues, es importante no concebir la acción de explotar al turista o visitante, muy por el contrario se debe mirar con otra óptica muy familiar, de tal manera que, cuando se vaya o regrese a su lugar o país de origen, sea quien se refiera de las cualidades y atributos del destino, y de las personas con las que pudo conversar durante su visita a una localidad. Este cambio de conducta será el inicio de oportunidades laborales nuevas y se beneficiará la localidad visitada por el incremento de trabajo en la población.

Concluyen que, es necesario que se eviten negatividades en el comportamiento de conducta tanto local, regional o nacional, para esto la

comunidad o personas y mucho más las ligadas al turismo, deben prepararse con capacidades y competencias, por lo que se denomina a esto “conciencia turística”.

Subsiguientemente, afirman que la “Conciencia Turística” son las combinaciones de dos acciones: comportamiento y actitudes, en el cual se debe resaltar la amabilidad y hospitalidad,

Concluyen también que, una buena práctica de la “conciencia turística contribuye significativamente en el desarrollo del flujo turístico, pues el departamento de San Martín, tiene una buena opción de aprovechar su accesibilidad, sus paisajes naturales, prueba de ello es que las empresas invirtieron para dar paso a esta nueva actividad, la consecuencia de esta inversión, es la de brindar un buen comportamiento del poblador con el turista, esto trae consigo, un resultado en el incremento de oportunidades para mejorar la calidad de vida, de demostrar al mundo lo importante que es este lugar del planeta, dejando una buena impresión en la visita con la futura consecuencia como es la de incrementar el flujo turístico.

Entre una de las recomendaciones importantes del estudio es, la implementación de un plan estratégico de conciencia y sensibilización turística para los pobladores de San Martín, con acciones, materiales y otros como exposiciones fotográficas, vídeos promocionales, materiales educativos con respecto a la conducta con el turista.

Los autores recomiendan diseñar un manual de “Conciencia turística” que permita a la UGEL San Martín, hacer uso de material para implantar en el Currículo escolar. Por otro lado, otra recomendación es la de sensibilizar a los pobladores por los funcionarios de la Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo, y así cumplan con el rol de fomentar al turismo como fuente generadora de empleo y alternativa de desarrollo socio-económico de la provincia de San Martín.

(Konan Kouassi & Maroto Blanco, 2016). En el Congreso Internacional On Line referente a Educación, Capacitación y Conciencia turística en Costa de Marfil, los investigadores estudian tres variables, con énfasis en acciones

existentes que también forman parte de la observación y afirman que, para que exista verdaderos cambios deben partir las iniciativas provenientes del estado, con actividades que lleguen a los pobladores, los autores aseveran que la capacidad y la conciencia turística permiten que se conceptualice mejor la defensa de la imagen de marca del destino de Costa de Marfil, para esto se suma como un asunto de todos los involucrados.

Ampliando la explicación, quiere decir que, cada paso o requisito de la cadena deben poseer conciencia del papel que realizan en el día a día, deben realizarse con responsabilidad y con miras al futuro a largo plazo; siendo el turismo el que facilita trabajo y, siendo una importante herramienta para la lucha contra la pobreza, beneficia a los pobladores de la localidad actual y también para el futuro.

Esta conciencia turística debe descansar en principios básicos como son:

- Recibir al visitante con calidez y cortesía.
- Tratarlo como a ti te gustaría que te traten.
- Ofrecer siempre un servicio o apoyo amigable.
- Capacitarse o estudiar continuamente.
- Conocer su ciudad o localidad y sus atractivos para brindar una orientación oportuna.
- Promover con orgullo (sin vanidad) los atractivos locales.
- Proteger los parques, monumentos y zonas de interés.
- Pensar a la naturaleza un sujeto y no un objeto capaz de comercializar.
- Explicar con los compañeros de trabajo, amigos y familiares que atender bien al turista es tarea de todos.
- No maltratar del turista cobrando más de la cuenta o prometiendo lo imposible.
- Siempre la SONRISA es la mejor presentación.

Esto se une a la seguridad que se debe brindar, y debe servir para incrementar un turismo comprometido, siendo atentos con el cuidado al medio y combatiendo la desigualdad. Sólo con la aplicación efectiva de estos principios básicos se puede instaurar una cultura turística en la sociedad

marfileña que luche por el bien común y, que tenga en cuenta que la educación del pueblo es la clave para fomentar cambios cualitativos.

Con la noción de conciencia turística integrada en la mente de todos, los autores sostienen que el Estado asiente el turismo entre los ejes prioritarios de su desarrollo socioeconómico, cultural y medioambiental, dando orientaciones claras para afianzar mejor los desafíos con cara al futuro. Por su parte, Côte d'Ivoire-Tourisme, organización estatal de fomento del turismo de Costa de Marfil, una vez que la población esté sensibilizada, debe elaborar programas ambiciosos de promoción, que rompan con la improvisación que ha caracterizado todas sus acciones pasadas, siendo su finalidad la de atraer a más turistas, generar más ingresos y crear más empleos, todo ello de la mano de una actitud activa en pro del respeto al medioambiente y de la lucha por la igualdad.

Finalmente, el estudio sostiene que la educación es el quid para promover la conciencia turística en Costa de Marfil. Éste logrará conducir a los ministerios de Turismo y Cultura a confeccionar métodos conductores de progreso, que conduzca hacia un desarrollo turístico sostenible, que asocie y comprometa a todo el pueblo marfileño.

(Chulla Pfuro, 2011). La tesis *Contribución de la conciencia turística para el desarrollo sostenible del turismo en la comunidad nativa Infierno- Madre de Dios*, concluye aseverando que la conciencia turística, contribuye al desarrollo sostenible del turismo en la comunidad nativa Infierno del departamento de Madre de Dios.

Afirma que la conciencia turística favorece significativamente en el desarrollo del turismo del albergue Posada Amazonas y la Comunidad Nativa Infierno, quiere decir que, es un eslabón importante para desarrollar responsablemente y sosteniblemente la actividad frente al visitante o turista sea nacional o extranjero, el cuidado ambiental es importante, también la recuperación de valores naturales y culturales, solo así el turista va a llevar una actitud positiva del destino. A la letra concluye el autor:

- El turismo es una de las acciones de trascendental escala para la comunidad de Infierno, crea zonas de trabajo, bienes inmediatos monetarios y beneficios indirectos a modo de planes comunes.
- Coexisten elementos teórico-científicos que certifican que, el desarrollo del turismo positivo no se da sino existe una formación de Conciencia turística en la comunidad.
- La comunidad de Infierno, están aprendiendo a ser individuos cordiales con las visitas, ofreciendo una excelente asistencia en el albergue, consiguiendo como consecuencias la complacencia del turista y en la colectividad espacios de trabajo como guías locales.
- Los turistas que visitan el albergue Posada Amazonas, mayormente interactúan con las personas de la colectividad por ejemplo en un juego de fútbol.
- En la provincia de Tambopata se está observando el incremento del turismo y asimismo la creación de nuevas empresas turísticas, esto favorecerá a que exista mayor preocupación por los servicios que ofrecen, pues la misma competencia demandará mayor responsabilidad con los turistas.

1.2 Bases teóricas

Teorías relacionadas al sector del estudio

Existen coloquios y estudio del turismo si es o no una ciencia, se conoce que existen tres estereotipos ideológicos. Un autor sustenta que el turismo no es sabiduría o dogma, pero se puede convertir en un corto plazo después de pasar un proceso de formación. Otro autor, mantiene la premisa que el turismo no es ni será nunca una sabiduría o dogma, pues solo es una acción humana que acopia apoyo de la sabiduría. El tercero, se refiere a que los autores o científicos sustentan que el turismo es una sabiduría porque tiene una asociación hipotético-reflexiva y respectivamente grandioso.

A continuación, se detalla las siguientes teorías:

a) Teoría General de Sistemas y Turismo

Según **(Panosso Netto & Lohmann, Guilherme, 2012)**, detalla y puntualiza la teoría general de sistemas del biólogo o ecólogo alemán, creador de esta teoría **(Bertalanffy, 1973)**, este estudioso asevera que, el conocimiento de los procesos considerando que cualquier “mecanismo” en la que el todo esté presente, es más que la adición o suma de las fracciones. Esto se interpreta que, un procedimiento es un sistema que sus partes están interconectados, en los cuales las participaciones o variables se desagregan hasta la minúscula expresión (análisis); pero a la vez, consigue ser incorporada en una totalidad inseparable (síntesis).

b) Teoría de los paradigmas científicos.

Esta teoría sostenida por **(Kuhn, T.s., 2006)**, el creador o inventor, concibe que los servicios, las aseveraciones y las metodologías necesariamente participan con una sociedad desarrollada, y sus resultados están en que los individuos actúan como un prototipo con sus propias características.

Según esta teoría, en la ruta al discernimiento, las corporaciones serias llegan en un único instante y evento incluso a una zona o estatus en el cual permanecen, no avanzan por ningún otro estado, puede ser porque están en un camino errado, es así que, operan con métodos sin entorno o ambiente que aborda normas, se desenvuelven en entornos o contextos para perpetuar con proposiciones o leyes trazadas por ellos mismos.

Según el caso descrito, es necesario que se salga de prototipos actuales del statu quo, saliendo del sendero equivocado y pretender alcanzar a una situación consiguiendo modificar al primer método, esto es, que se muestran los rebotes, para lograr superar las desavenencias hipotéticas que consienten que las normas trazadas por la comunidad sean acomodadas a las tendencias que el discernimiento obtenga con un nuevo modelo, permitiendo o abriendo el camino para prosperar el lugar, esto es la aceptación hacia una tendencia científica que muy bien puede caber en la formación científica de la conciencia turística.

Teorías relacionadas a la conciencia turística

Las subsiguientes hipótesis se establecen en la publicación de **(Orozco Alvarado, J. & Núñez Martínez, P, 2013)**, anunciado en “Red de Revistas Científicas de América Latina y el Caribe, España y Portugal”.

a) La teoría de la modernización

La presente teoría tiene un rumbo vanguardista o modernizador de la hipótesis del progreso, a la vez, trató de exponer las permutaciones o metamorfosis de una compañía habitual a una reciente aplicable en la agronomía, economía o actividad productora. Este rumbo trazaba a los modelos financieros de los estados manufacturados, estos a su vez correspondían ser simulados por las naciones en progreso, ya que, de esta manera, era posible ir hacia una “economía tradicional” mantenida en la agricultura a una economía reciente asentada en la producción.

b) La teoría de la dependencia

La “teoría de la dependencia” se inicia producto de indagaciones e información científica que realizó la “Comisión Económica para América Latina y el Caribe” (CEPAL). Esta teoría se concentró en exponer el proceder de la atención interior verdadera de la compañía en función de:

- a) El actuar de las compañías naturales.
- b) El reconocimiento del mecanismo técnico a condición de promover la mejora natural, esto originaba un aumento de “valor agregado” a los productos en colación con el sector agrario.
- c) El aumento en los sueldos como medio para desarrollar la atención en lo natural.
- d) La posición de la labor del estado en aras del progreso natural y, por ende, a la mejora de los horizontes de “bienestar social”.

La teoría de la dependencia admitió que cualesquiera de los estructuralistas sustentaran que “la originalidad del paradigma estructuralista” descansaba

en la propuesta de que el progreso y el atraso constitúan en el centro un excelente asunto, lugar que ciertos elementos con el ambiente estaban interiormente atados, al constituir parte de una solitaria economía mundial.

c) La teoría de la globalización

Esta teoría tiene un basamento en los intercambios financiero que van desde el elemento cultural y de comunicación en el planeta. A su vez detalla que los elementos intervinientes en el progreso son las relaciones formativas, financieros, y gubernativos entre la nación, más aún, afirma que la jerarquía se basaba en la tecnología, ésta ha dado facilidad en las relaciones entre los altos puesto de gobierno y en las instituciones de otros países y también en la comunidad internacional.

d) La teoría del desarrollo local territorial

Apareció como una alternativa para lograr un progreso social y económica en las sociedades, con un propósito importante que es la de mejorar la calidad de vida de los pobladores basados en los recursos que poseen. Es así que el progreso de una localidad, debe guardar su particularidad, esto es que su aplicabilidad debe estar de acuerdo en cada peculiaridad que tienen, salvaguardando su esencia cultural de cada lugar o comunidad.

La proposición de **(Alburquerque, Francisco, 2002)**, referente al progreso interno con una orientación geográfica, se centra en la necesidad de dar a conocer una actualización de la gestión pública que junte un pensamiento integral de la innovación tecnológica dentro de un camino de negocio general, corporativo y pedagógico, con el que se puede llevar a cabo una idea para unir a diferentes stakeholders ubicados en un determinado territorio, que incluya los manejos de progreso mercantil geográfico como fragmento principal de las tácticas naturales de Progreso.

La experiencia turística: un acercamiento desde lo cultural

En el papers (Gama Garduño & Favila Cisneros, 2018), los autores afirman que, el turismo es una realidad netamente social y, es a su vez el resultado del progreso humano en los planos de desarrollo que son el económico,

político, sociocultural, esta es la razón por el cual se trata el tema, esto es por el papel que desempeñan los actores sociales que es el mismo hombre, en el cual intercambian presencia como son los turistas y los anfitriones, donde tienen un punto en el cual convergen, donde uno va al encuentro del otro como para visitar un destino turístico donde interactúan con los residentes, esta situación aún no ha sido debidamente analizada en las investigaciones sociales y culturales del turismo.

Se requieren mayores investigaciones para llegar hasta un nivel de sabiduría epistemológica del turismo, en el cual debe existir un análisis crítico, transversal, colaborativo y total u holístico de este conocimiento donde existan elementos versátiles, demostrables que den a conocer la justificación y análisis de la convergencia entre turistas y residentes, así se puede evitar un enfoque parcializado del fenómeno turístico. Hasta la actualidad se estudia por un lado la visión del turista y por otro se observa la mirada del “otro”, eludiendo una mutualidad de miradas con visión integradora de este fenómeno.

Teoría del Intercambio Social (Actitud de los residentes hacia los turistas)

En la Investigación realizada por (San Martín, 2003), publicó los resultados del proceso que tienen las personas hacia el turismo visto o analizado desde la “**teoría del intercambio social**”, ésta también interrelaciona con otros igual que el mercado económico, para esto minimiza costos y maximiza beneficio. Es así que el autor sostiene que para una correspondencia las personas pueden calcular costos y beneficios indicando una diferencia que les puede apoyar a determinar sobre si conviene o no esta relación.

Para la economía sería una ganancia o rentabilidad económica, mientras desde el aspecto social sería un beneficio la experiencia vivida. Si esto sucede tanto turistas como residentes ingresan a un ambiente de intercambio que debe generar beneficios que les satisfaga, a mayores ganancias de los residentes será mejor la actitud hacia el turista.

En cambio, si el costo-beneficio es favorable para el residente o es igual, el comportamiento se puede mantener positivas. Pero si la localidad es pobre, la actividad turística provoca una situación de dependencia, originando una relación desequilibrado que va en contra del residente, pues éstos requieren del turismo y no viceversa.

Esta teoría del intercambio explica los diferentes resultados en relación al estatus de la comunidad anfitriona, a comunidades pequeñas sufren mayores costos desde un determinado nivel de desarrollo, situación diferente en comunidades grandes, los residentes no se acercan a la dependencia del turista, consecuentemente los costos son mucho menores, pero los beneficios son mayores porque pueden obtener ingresos por medio de alojamientos o infraestructura para albergar a los visitantes o turistas, esta es gran ventaja de una ciudad grande a una pequeña.

1.3 Definición de términos básicos

Actividades turísticas

Actividades que llevan a cabo los turistas durante el periodo que dura su viaje en un lugar fuera de su espacio habitual, éstas se realizan con fines de ocio, diversión, descanso y otros motivos. **(Entorno turístico. Hablemos de turismo, 2015).**

Ambiente

Todos los aspectos de lo que rodea al ser humano, tanto cultural como natural y hecho por humanos, que afecten a la persona como individuo o en grupos sociales. **(McIntosh, R.; Goeldner, Ch. & Ritchie, B., 1999)**

Conciencia turística.

El concepto de conciencia turística admite dos enfoques, uno centrado en el visitante y otro centrado en la comunidad local. En el primer caso se trata de analizar la importancia que el trato de los residentes hacia los visitantes tiene para un destino turístico. La conciencia turística centrada en la comunidad

local incorpora la dimensión ambiental y es considerada como herramienta para mejorar la contribución de la actividad turística al desarrollo local, a través de acciones que tienden al empoderamiento de los actores del sistema turístico. **(Varisco, Benseny, & Padilla)**

Cultura

Es la suma total del comportamiento y las formas de vivir de un asentamiento de personas o de una comunidad de seres humanos que es transmitido de generación en generación. **(Entorno turístico. Hablemos de turismo, 2015).**

Desarrollo

Es la modificación del ambiente en cualquier grado y la aplicación de recursos humanos, financieros, vivientes y no vivientes para satisfacer necesidades humanas y mejorar la calidad de vida humana. **(McIntosh, R.; Goeldner, Ch. & Ritchie, B., 1999).**

Desarrollo de un sentimiento de apego al destino.

El nivel de apego que el visitante sienta en relación al destino visitado determinará el comienzo de la generación de las “experiencias” vividas en el mismo, así como la determinación en un alto porcentaje de su **grado de fidelización al mismo.**

El desarrollo de este sentimiento comienza antes de la realización de la visita al mismo, extendiéndose hasta la finalización de la misma, de ahí la necesidad de **diseñar adecuadas sugerencias que queden grabadas en el subconsciente del visitante**, traducidas en un gradual acercamiento a emociones únicas e irrepetibles, debiéndose generar al mismo tiempo un grado de satisfacción en cada visitante mayor al esperado. **(Balcera Barrero, 2016)**

Hospitalidad

Término general usado en la industria del turismo que describe la "hospitalidad en la industria" y que normalmente se refiere a la manera en que se trata al huésped desde la bienvenida en recepción, el trato del personal, el servicio de alimentos y bebidas, etc. **(Entorno turístico. Hablemos de turismo, 2015).**

Ilusión.

El turismo se asocia en infinidad de ocasiones a ocio y tiempo libre, de ahí la generación en la mente del consumidor de este sentimiento ante la inminente aventura que va a protagonizar.

Esta percepción de la realidad por parte del consumidor debe ser sumamente cuidada por todas y cada una de las empresas que componen el destino seleccionado, así como por el propio destino, ya que del nivel de concordancia entre "lo que se dice que se vende" y "lo que realmente se vende" dependerá el mantenimiento de este sentimiento que actúa como base de la experiencia final, eso sí, en positivo, sin añadir el prefijo "de" delante. **(Balcera Barrero, 2016)**

Protagonismo.

A lo largo de las últimas décadas, todo visitante ha ido creando en su mente una clara imagen sobre su papel en la actividad turística en la que participa: ser el protagonista único en cada momento, incluso antes de poner un pie en el destino.

Este sentimiento viene dado por el desarrollo de un perfil que cada vez adquiere más relevancia: el cliente 5 "s" (soñador, sentimental, sincero, sagaz y suspicaz). **(Balcera Barrero, 2016)**

Satisfacción

Es el sentimiento resultante de la comparación de un desempeño obtenido con relación a las expectativas de una persona. Esas expectativas son

formadas e influenciadas por experiencias de compra anteriores, recomendaciones de amigos, otras fuentes de información, y promesas de los que participan de un determinado sistema turístico; incluyendo al propio gestor de la localidad.

Así, la expectativa debe ser administrada para que sea suficiente para atraer al turista y evitar que sea inalcanzable. **(Kotler & Keller, 2006).**

Sentimiento de enriquecimiento cultural y personal.

Las motivaciones a la hora de realizar un viaje pueden ser de diversa índole, aunque todas y cada una de ellas generan en la mente del consumidor un sentimiento de enriquecimiento, destacando el cultural y el personal. **Viajar es cultura, aprendizaje, anhelo por la toma de contacto con diferentes costumbres, gentes**, una diversidad que aporta un alto grado de aprendizaje que únicamente se adquiere de una manera tan intensa viajando, conociendo el mundo donde vivimos. **(Balcera Barrero, 2016).**

Turismo

Se refiere a las acciones que realizan los visitantes a un destino turístico. Engloba todas las actividades económicas que se dedican a satisfacer la demanda del turista. **(Entorno turístico. Hablemos de turismo, 2015).**

Turista

Visitante que pernocta en el destino al menos una noche. (OMT). **(Entorno turístico. Hablemos de turismo, 2015).**

Visitante

Un *visitante* es una persona que viaja a un destino principal distinto al de su entorno habitual, por una duración inferior a un año, con cualquier finalidad principal (ocio, negocios u otro motivo personal) que no sea la de ser empleado por una entidad residente en el país o lugar visitados. (OMT). Mencionado en: **(Entorno turístico. Hablemos de turismo, 2015)**

CAPÍTULO II. HIPÓTESIS Y VARIABLES

2.1 Formulación de la Hipótesis

2.1.1 Hipótesis de investigación o de trabajo

Hi = El grado de conciencia turística de los alumnos del quinto nivel de Negocios Internacionales y Turismo al año 2019, es significativo.

Se utilizará los siguientes criterios para demostrar la hipótesis y describir la significancia del presente estudio descriptivo.

- a) Bajo y Moderado = No es significativo (hasta el 100%)
- b) Alto y muy Alto = Significativo (siempre que sea porcentaje mayor que el 50% hasta el 70%).
- c) Alto y muy Alto = Muy significativo (siempre que sea porcentaje mayor del 70%)

2.2 Variables y su operacionalización

Conceptualización de la variable

Variable 1 = Conciencia turística

La **conciencia turística** es la tipificación de la localidad, o es la mayor geografía que ésta refleja con propósitos y compromisos originados por la acción **turística**, poseer el discernimiento abstraído de la calidad del turismo, es decir, proporcionar al turismo la preeminencia que posee hacia nuestro hábitat.

Operacionalización de la variable.

Variables	Definición	Tipos por su naturaleza	Indicador	Escala de medición	Categorías	Valores de las categorías	Medios de Verificación
1. Conocimientos culturales	Nivel de conocimientos de técnicas y servicios.	Cuantitativa	Conocimiento histórico Conocimiento geográfico Servicios turísticos Técnicas de administración	Ordinal	Muy bajo Moderado Alto Muy alto	1 2 3 4	Ficha Encuesta Análisis documental
2. Conocimientos ambientales	Educación y capacidad ambiental, valoración al turista.	Cuantitativa	Presión humana Educación medio ambiental Capacidad de gestión ambiental Accesibilidad a lugares turísticos Valoración del turista	Ordinal	Muy bajo Moderado Alto Muy alto	1 2 3 4	Ficha Encuesta Análisis documental
3. Valores	Práctica de valores de servicio al turista	Cuantitativa	Respeto Honradez Responsabilidad Vocación de servicio	Ordinal	Muy bajo Moderado Alto Muy alto	1 2 3 4	Ficha Encuesta Análisis documental
4. Actitudes	Actitud en el servicio turístico	Cuantitativa	Cortesía Amabilidad Eficiencia Profesionalismo	Ordinal	Muy bajo Moderado Alto Muy alto	1 2 3 4	Ficha Encuesta Análisis documental

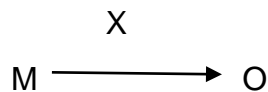
CAPÍTULO III. METODOLOGIA

3.1 Tipo y diseño

Tipo: El estudio es una investigación cuantitativa, aplicada, no experimental y descriptiva.

El diseño: es transversal o transeccional, descriptivo y analítico, pues tiene como objetivo investigar en un solo momento, si los alumnos del quinto nivel de la Escuela Profesional de Negocios Internacionales tienen alto nivel o es significativo su conciencia turística, describe según los datos y analiza para obtener los resultados, las conclusiones y las recomendaciones.

Se grafica de la siguiente manera:



Donde:

M = muestra

O = observación

X = variable independiente

3.2 Diseño Muestral

La Población

Formada por todos los alumnos que están cursando en la Escuela Profesional de Negocios Internacionales y Turismo de la Facultad de Ciencias Económicas y de Negocios, de la Universidad Nacional de la Amazonía Peruana al año 2019. La población total es de 450 alumnos.

Marco muestral y muestra

La Muestra. Lo forman los alumnos del 5to nivel de la escuela profesional de Negocios Internacionales y turismo que actualmente son 35.

La unidad de análisis: es el alumno del 5to. Nivel.

3.3 Procedimientos de recolección de datos

Fuente Primaria.

Se obtuvieron aplicando la Encuesta a los alumnos del 5to. Nivel de la escuela profesional de Negocios Internacionales y Turismo.

Fuente secundaria

Para obtener la fuente secundaria, se realizó con investigación de gabinete o bibliográfica; para esto, se elaboraron fichas debidamente estructuradas para obtener los datos conceptuales necesarios de la conciencia turística de diversos autores sean libros, tesis, revistas u otros, los mismos que lo forman los Antecedentes y las bases teóricas.

Se siguieron los siguientes pasos:

1. Se Identificó el aula y a los alumnos del 5to. Nivel de la escuela profesional de Negocios Internacionales y Turismo.
2. Luego, se coordinó con los docentes y alumnos para aplicar las encuestas.
3. Se recolectó la información de acuerdo a la muestra.
4. Interpretación de los resultados incluyendo la hipótesis.
5. Se concluyó con las conclusiones y recomendaciones.
6. Finalmente se completó todo el Informe final realizando un control de calidad en la redacción.

3.4 Procesamiento y análisis de los datos

Los datos obtenidos se sistematizarán de tal manera que se convertirán en información con la interpretación de los resultados.

Los resultados obtenidos del ingreso de datos en el programa SPSS24, podrán ser contrastados para aceptar o rechazar la hipótesis general, posteriormente se elaborará las conclusiones o recomendaciones respectivas.

3.5 Aspectos éticos

La investigación está formulada con un enfoque sistémico para arribar a los objetivos y demostrar la hipótesis; por lo tanto, se sigue los parámetros de la exigencia correctas para obtener los datos y éstos convertirlos en información.

La investigadora o tesista es una persona con la capacidad de escuchar, el trato al encuestado con respeto, y actúa sin sesgo para obtener los datos voluntarios y reales de los estudiantes.

El trabajo de campo se realizó en las fechas establecidas y el trabajo de gabinete se obtuvo correctamente respetando autores, obteniendo todos los datos requeridos.

En resumen, no se va a trasgredir ningún aspecto ético ni moral de los encuestados ni por parte de la tesista ni del instrumento de Recolección de Datos.

CAPÍTULO IV: RESULTADOS

El objetivo primordial de la investigación aplicando la estadística en el programa SPSS 25, es de identificar el nivel de conciencia turística de los alumnos del último ciclo, V nivel de la Escuela Profesional de Negocios Internacionales. Los resultados se obtuvieron de las encuestas aplicadas considerando la población de 450 y tomando a todos los alumnos que están finalizando el semestre, se obtuvo esta muestra según criterio de la investigadora, pues se considera que los alumnos están próximos a culminar la carrera después de una formación académica de cinco años y, ya tienen un cambio de conducta basado en su capacidad cognoscitiva, procedimental y actitudinal.

Se ha organizado la Encuesta cerrada porque contiene alternativas que oscilan de menos a más y, está conformada por dos partes: a) Datos de Control, donde se ha realizado análisis de variables como sexo, edad, si el alumno aún está bajo custodia de sus padres, lugar de procedencia siendo la muestra los 35 alumnos tal como se explicó.

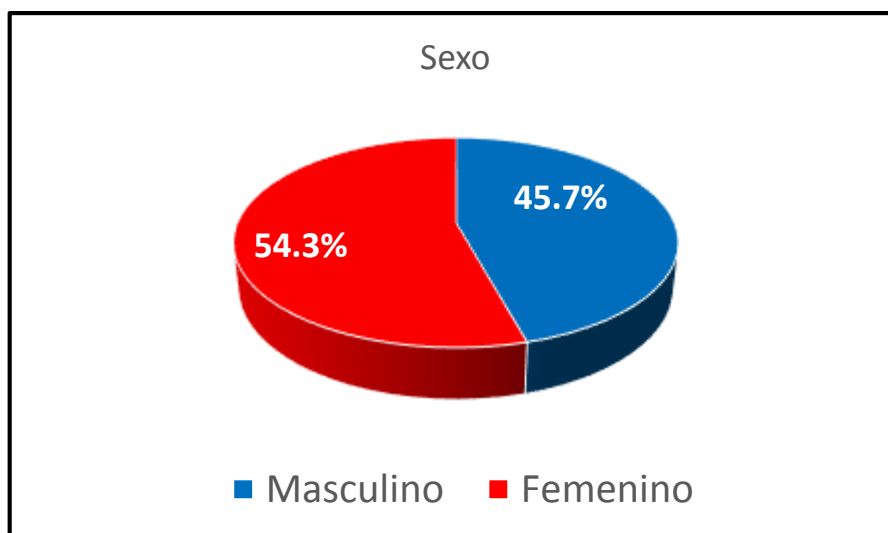
El Cuestionario está compuesto de cuatro dimensiones o indicadores como son: Conocimientos culturales, Conocimientos ambientales, Valores (Calidez) y Actitudes (calidad), los mismos que contiene 17 preguntas o reactivos, las valoraciones van de bajo, moderado, alto y muy alto; considerando que los alumnos conocen todos los tópicos tratados y aprobaron las asignaturas.

Al inicio de la presentación de resultados, se incluye en orden de análisis: Descripción univariada de los resultados de la Encuesta y posteriormente se presenta resultados según dimensiones o globales según indicadores.

Los resultados se presentan a continuación.

4.1 Descripción univariada de los datos de Control.

Figura 1. Sexo de alumnos encuestados



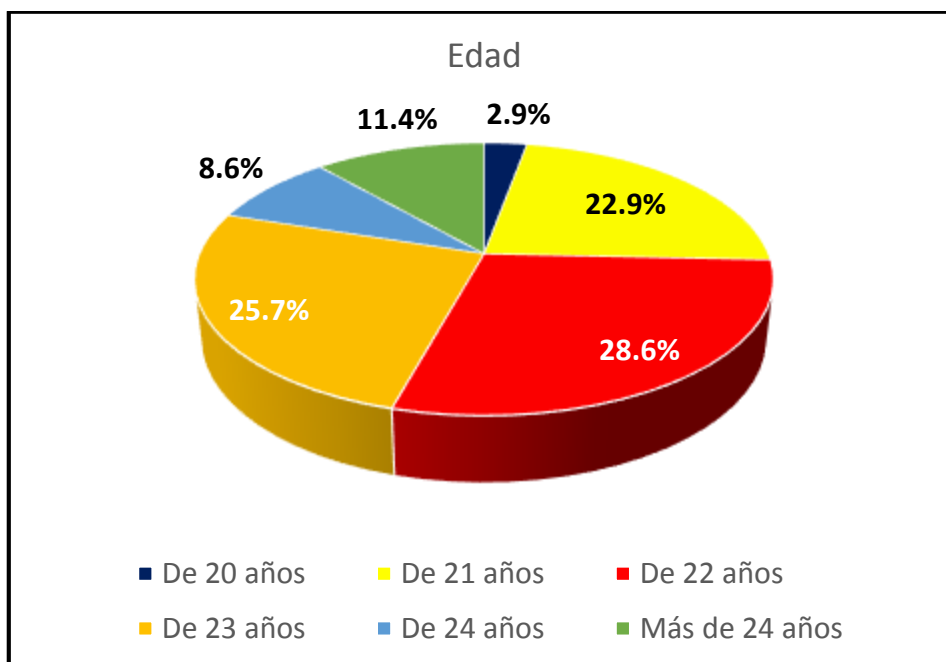
Fuente: Respuesta de los datos de Control de la Encuesta

Interpretación:

Se observa que, del total de los encuestados que son los alumnos del V nivel, último ciclo, el 54.3% son mujeres y el 45.7% son hombres, esto es porque la mayoría de profesionales de la escuela Profesional de Negocios Internacionales y Turismo son quienes desean estudiar esta carrera que oferta dos especialidades en una, son las mujeres quienes mayormente desean especializarse en turismo.

La ventaja de esta carrera es que al finalizar el egresado puede especializarse en una o en ambas profesiones.

Figura 2. Edad de los alumnos encuestados



Fuente: Respuesta de los datos de Control de la Encuesta

Interpretación:

Siendo, la Facultad de Ciencias Económicas y de negocios, perteneciente a la universidad estatal de la nación, son los jóvenes quienes los que postulan e ingresan con puntajes significativamente altos, es así que las edades del egresado también indican que son muy jóvenes, es así que los resultados nos facilitan estadísticamente los siguientes resultados:

El 28,6% pertenecen 22 años; el 25,7% a 23 años; el 22,9% son de 21 años; el 11,4% tienen más de 24 años; el 8,6% poseen 24 años y finalmente el 2,9% tienen 20 años de edad.

El mayor porcentaje de edades son los alumnos que tienen 22 años seguidos a los de 23 y 21 años respectivamente, juntos suman 77,2%, es el mayor porcentaje lo que indica que los alumnos que egresan son en su mayoría bastante jóvenes.

Figura 3. Si el encuestado aún está bajo custodia de sus padres.



Fuente. De los datos de Control de la Encuesta

Interpretación:

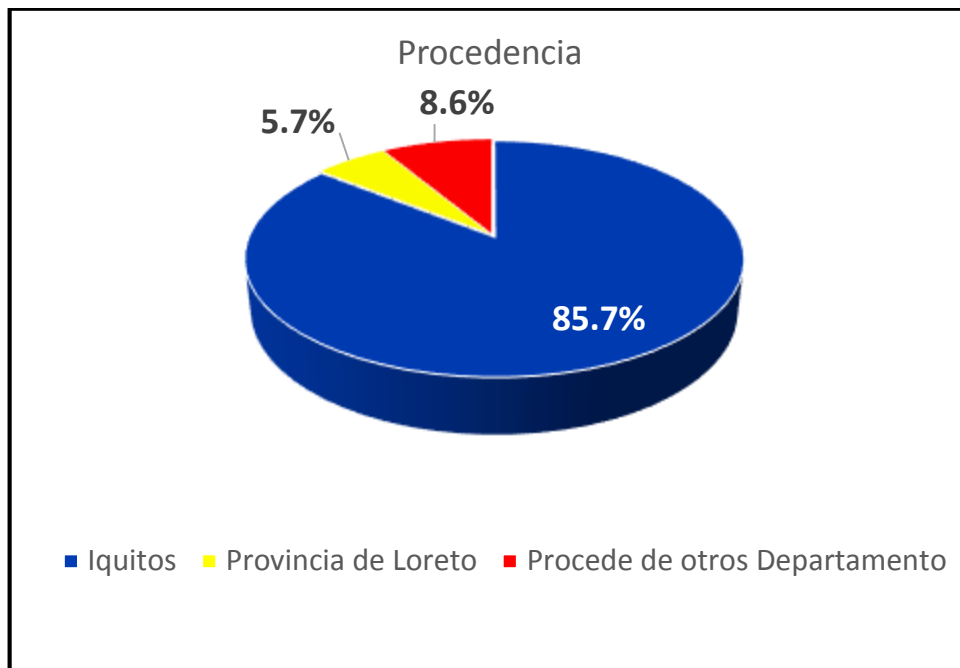
En relación a estos datos obtenidos si es que el estudiante está o se encuentra bajo la custodia de sus padres, la respuesta se relaciona directamente con la Figura 2, esto es, que los alumnos que están por egresar, son bastante jóvenes, consecuentemente la mayoría de los alumnos hombres y mujeres aún están bajo la custodia de sus padres.

Estadísticamente se ha obtenido los siguientes resultados:

El 80,0% si aún están bajo la custodia de sus padres.

El 20,0% trabajan y por lo tanto ya no están bajo la custodia de sus padres e incluso muchos de ellos ayudan en los ingresos del hogar.

Figura 4. Procedencia de los alumnos Encuestados.



Fuente: De los datos de Control de la Encuesta

Interpretación:

Referente a la procedencia de los alumnos que figuran en el estudio, se ha obtenido el siguiente comportamiento según los datos procedentes de la estadística aplicada:

El 85,7% proceden o nacieron en la ciudad de Iquitos.

El 8,6% proceden de otros departamentos, pero ya están radicando en la ciudad.

El 5,7% proceden de otros lugares o provincias dentro del Departamento de Loreto.

Consecuentemente:

Los alumnos del 10° ciclo, V nivel de la escuela Profesional de Negocios internacionales y Turismo tienen las siguientes características:

1. Sexo: la mayoría son estudiantes mujeres.
2. Edad: las edades que mayor egresan están entre 21, 22 y 23 años.

3. Si están aún bajo custodia de sus padres: la mayoría aún están bajo la custodia de sus padres.
4. Procedencia: la mayoría son de la ciudad de Iquitos.

4.2 Descripción del Análisis univariado según el Cuestionario.

Tabla 1. Nivel de Conocimiento de la Historia de la ciudad de Iquitos.

Valoraciones	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Bajo	5	14,3	14,3	14,3
Moderado	25	71,4	71,4	85,7
Alto	5	14,3	14,3	100,0
Muy alto	0	0,0	0,0	0,0
Total	35	100,0	100,0	

Fuente: Obtenidos según las respuestas a la Encuesta

Interpretación:

Los alumnos encuestados presentan un nivel de conocimiento de la Historia de la ciudad de Iquitos es de valoración moderada; estadísticamente representa el 71,4%, valor muy significativo frente al 14,3% del nivel bajo y alto respectivamente. No existe la valoración muy alta, por lo tanto, se asevera que es una gran debilidad el bajo conocimiento de la Historia de la ciudad.

Tabla 2. Nivel de Conocimiento de la Geografía de Iquitos

Valoraciones	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Bajo	5	14,3	14,3	14,3
Moderado	26	74,3	74,3	88,6
Alto	3	8,6	8,6	97,1
Muy alto	1	2,9	2,9	100,0
Total	35	100,0	100,0	

Fuente: Obtenidos según las respuestas a la Encuesta

Interpretación:

Según el nivel de conocimiento de la Geografía de la ciudad de Iquitos, el porcentaje significativo es de valoración moderada con el 74,3%, seguido por el 14,3% que es de valoración baja para posteriormente el 8,6% y 2,9% siendo las valoraciones alto y muy alto respectivamente.

Los conocimientos de geografía son más significativos en la valoración moderada con tendencia a bajar.

Tabla 3. Nivel de Conocimiento de los servicios turísticos

Valoraciones	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Bajo	1	2,9	2,9	2,9
Moderado	22	62,9	62,9	65,7
Válidos Alto	10	28,6	28,6	94,3
Muy alto	2	5,7	5,7	100,0
Total	35	100,0	100,0	

Fuente: Obtenidos según las respuestas a la Encuesta

Interpretación:

Del total de alumnos intervinientes en el estudio, el 62,9% poseen moderado nivel de conocimientos referente a los servicios turísticos, con tendencia a ser alto el 28,6%, muy alto 5,7% y finalmente bajo 2,9%.

Estos niveles de conocimientos se refieren a la administración y gestión del turismo en las diversas empresas del rubro.

Tabla 4. Nivel de Preparación sobre técnicas de administración turística

Valoraciones	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Bajo	1	2,9	2,9	2,9
Moderado	22	62,9	62,9	65,7
Alto	12	34,3	34,3	100,0
Muy alto	0	0,0	0,0	0
Total	35	100,0	100,0	

Fuente: Obtenidos según las respuestas a la Encuesta

Interpretación:

La opinión de los alumnos encuestados sobre el Nivel de Preparación sobre técnicas de administración turística, aseveran que el 62,9% es moderada, el 34,3% que es alta y el 2,9% es baja.

Referente al porcentaje de la valoración moderada coincide con la tabla 3, situación que responde a sus opiniones que perciben de su aprendizaje referente al área de turismo.

Tabla 5. Nivel de Presión humana o densidad poblacional en la ciudad

Valoraciones	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Bajo	4	11,4	11,4	11,4
Moderado	5	14,3	14,3	25,7
Alto	22	62,9	62,9	88,6
Muy alto	4	11,4	11,4	100,0
Total	35	100,0	100,0	

Fuente: Obtenidos según las respuestas a la Encuesta

Interpretación:

De acuerdo a la densidad poblacional de la ciudad, el 62,9% opinan que es alta el nivel de presión humana, el 14,3% es moderada y el 11,4% es baja y muy alta respectivamente.

Este conocimiento es significativo, pero nada halagador pues su opinión es alta sobre la presión humana, situación que es una desventaja para la práctica del turismo y más aún sobre la conciencia turística.

Tabla 6. Nivel de educación medio ambiental en su formación académica

Valoraciones	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Bajo	9	25,7	25,7	25,7
Moderado	16	45,7	45,7	71,4
Alto	9	25,7	25,7	97,1
Muy alto	1	2,9	2,9	100,0
Total	35	100,0	100,0	

Fuente: Obtenidos según las respuestas a la Encuesta

Interpretación:

De acuerdo a las respuestas del nivel de educación medio ambiental en su formación académica, el 45,7% opinan que es moderada con tendencia a alta con el 25,7% y baja respectivamente, siendo el 2,9% muy alta.

Siendo de valoración moderada y obteniéndose igual porcentaje la tendencia de baja y alta, permite aseverar que es significativo la mayor valoración en porcentaje.

Tabla 7. Nivel de conocimiento referente a la gestión ambiental

Valoraciones	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Bajo	2	5,7	5,7	5,7
Moderado	25	71,4	71,4	77,1
Alto	8	22,9	22,9	100,0
Muy alto	0	0,0	0,0	0,0
Total	35	100,0	100,0	

Fuente: Obtenidos según las respuestas a la Encuesta

Interpretación:

Referente al nivel de conocimiento de la gestión ambiental, el conocimiento moderado obtiene el 71,4%, el 22,9% es alto y el 5,7% es bajo.

Existe tendencia a incrementar el conocimiento sobre gestión ambiental.

Tabla 8. Calidad de Accesibilidad a lugares turísticos

Valoraciones	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Bajo	7	20,0	20,0	20,0
Moderado	19	54,3	54,3	74,3
Válidos Alto	8	22,9	22,9	97,1
Muy alto	1	2,9	2,9	100,0
Total	35	100,0	100,0	

Fuente: Obtenidos según las respuestas a la Encuesta

Interpretación:

Sobre la calidad de Accesibilidad a lugares turísticos, la opinión es del 54,3% con valoración moderada; el 22,9% es alta; el 20,0% es baja y finalmente el 2,9% es muy alta.

Es moderada con tendencia a ser alta la opinión de la calidad de accesibilidad a los diversos lugares turísticos.

Tabla 9. Nivel de conocimiento si el poblador de la ciudad valora y respeta al turista

Valoraciones	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Bajo	16	45,7	45,7	45,7
Moderado	14	40,0	40,0	85,7
Alto	5	14,3	14,3	100,0
Muy alto	0	0,0	0,0	0,0
Total	35	100,0	100,0	

Fuente: Obtenidos según las respuestas a la Encuesta

Interpretación:

La medición de la opinión referente al nivel de conocimiento si el poblador de la ciudad de Iquitos valora y respeta al turista, la respuesta es: el 45,7% opina que es baja, el 40,0% es moderada y el 14,3% es alta.

Si se adicionan la respuesta baja y moderada, el porcentaje es significativamente bajo, por lo que se debe encontrar las razones de estas respuestas.

Tabla 10. Trato con respeto a los turistas y al ambiente

Valoraciones	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Bajo	0	0,0	0,0	0,0
Moderado	3	8,6	8,6	8,6
Alto	13	37,1	37,1	45,7
Muy alto	19	54,3	54,3	100,0
Total	35	100,0	100,0	

Fuente: Obtenidos según las respuestas a la Encuesta

Interpretación:

A la pregunta relacionada al valor “respeto” de los residentes hacia los turistas y al ambiente, el 54,3% afirman que es muy alta, el 37,1% es alta, el 8,6% es moderada.

Si se adicionan los porcentajes de las valoraciones de alta y muy alta, se obtiene 91,4%, porcentaje muy significativo, por lo que esta opinión favorece al cultivo de valores a los visitantes y al medio ambiente.

Tabla 11. Para usted, la honradez es el eje principal de sus acciones

Valoraciones	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Bajo	0	0,0	0,0	0,0
Moderado	3	8,6	8,6	8,6
Alto	13	37,1	37,1	45,7
Muy alto	19	54,3	54,3	100,0
Total	35	100,0	100,0	

Fuente: Obtenidos según las respuestas a la Encuesta

Interpretación:

Sobre el valor de la “honradez”, si para el encuestado es el eje principal de sus acciones, el 54,3% responde que es muy alta, el 37,1% que es alta y el 8,6% es moderada.

Se supone que la honradez debería ser el estandarte de todo estudiante, sin embargo, las respuestas oscilan a una tendencia de ser alto y moderado. Los porcentajes son iguales a la tabla 10.

Tabla 12. Asume con Responsabilidad sus estudios y practica sus conocimientos.

Valoraciones	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Bajo	1	2,9	2,9	2,9
Moderado	7	20,0	20,0	22,9
Alto	18	51,4	51,4	74,3
Muy alto	9	25,7	25,7	100,0
Total	35	100,0	100,0	

Fuente: Obtenidos según las respuestas a la Encuesta

Interpretación:

Al mismo estudiante se le preguntó si asume con responsabilidad sus estudios y si pone en práctica sus conocimientos, se obtuvo el siguiente comportamiento: el 51,4% responde la valoración de alta, el 25,7% muy alta, el 20,0% moderada y el 2,9% baja.

Se esperaba una respuesta de valoración muy alta, sin embargo, llegó a un poco más de la mitad el porcentaje de respuesta con valoración alta.

Tabla 13. Posee vocación de servicio para el turista y del medio ambiente

Valoraciones	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Bajo	1	2,9	2,9	2,9
Moderado	7	20,0	20,0	22,9
Alto	16	45,7	45,7	68,6
Muy alto	11	31,4	31,4	100,0
Total	35	100,0	100,0	

Fuente: Obtenidos según las respuestas a la Encuesta

Interpretación:

A la pregunta si el alumno posee vocación de servicio para el turista y del medio ambiente, el 45,7% obtiene la valoración de alta, el 31,4% de muy alta, el 20,0% de moderada y el 2,9% de baja.

Las respuestas fluctúan entre alta y muy alta, es un indicador que aún la conciencia de servicio al visitante y al medio ambiente aún no ha llegado a las metas esperadas para el perfil profesional.

Tabla 14. Trata con mucha cortesía al turista o visitante

Valoraciones	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Bajo	0	0,0	0,0	0,0
Moderado	2	5,7	5,7	5,7
Alto	14	40,0	40,0	45,7
Muy alto	19	54,3	54,3	100,0
Total	35	100,0	100,0	

Fuente: Obtenidos según las respuestas a la Encuesta

Interpretación:

A la pregunta, si trata al turista o visitante con mucha cortesía, se ha obtenido las siguientes valoraciones: 54,3% es muy alta, el 40,0% es alta, el 5,7% de moderada.

Solo más de la mitad del porcentaje responde que trata con mucha cortesía al turista con tendencia a bajar de cortesía en las demás respuestas.

Tabla 15. Trata con amabilidad al turista local, regional o nacional

Valoraciones	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Bajo	0	0,0	0,0	0,0
Moderado	2	5,7	5,7	5,7
Alto	14	40,0	40,0	45,7
Muy alto	19	54,3	54,3	100,0
Total	35	100,0	100,0	

Fuente: Obtenidos según las respuestas a la Encuesta

Interpretación:

A la pregunta si el alumno trata con amabilidad al turista local, regional o nacional, el 54,3% opina con valoración de muy alta, el 40,0% alta, el 5,7% moderada. Las respuestas coinciden con las respuestas de la tabla 14.

Se observa que más de la mitad de los encuestados responden con la valoración de muy alta con tendencia a bajar en el trato amable las demás respuestas.

Tabla 16. Estudia con eficiencia para aplicar en su quehacer diario

Valoraciones	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Bajo	0	0,0	0,0	0,0
Moderado	7	20,0	20,0	20,0
Alto	19	54,3	54,3	74,3
Muy alto	9	25,7	25,7	100,0
Total	35	100,0	100,0	

Fuente: Obtenidos según las respuestas a la Encuesta

Interpretación:

A la pregunta si estudia con eficiencia para aplicar en su quehacer diario referente al aspecto profesional, el 54,3% responde con valoración de alta, el 25,7% de muy alta y el 20,0% moderada.

Los porcentajes indican que solo es alta la valoración del estudio eficiente para aplicar en el trabajo, el siguiente porcentaje es alto, por lo que se concluye que el estudiante solo requiere un poco más de eficiencia en el estudio.

Tabla 17. Actúa con profesionalismo con el turista y el medio ambiente

Valoraciones	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Bajo	0	0,0	0,0	0,0
Moderado	4	11,4	11,4	11,4
Alto	18	51,4	51,4	62,9
Muy alto	13	37,1	37,1	100,0
Total	35	100,0	100,0	

Fuente: Obtenidos según las respuestas a la Encuesta

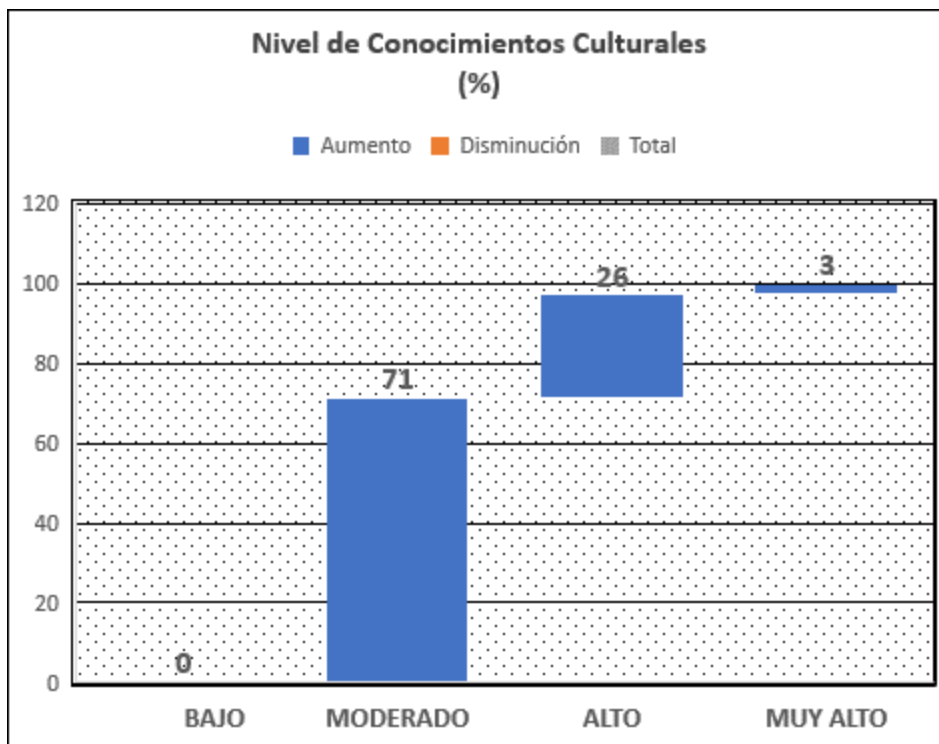
Interpretación:

La respuesta de los alumnos encuestados relativo a su accionar con profesionalismo con el turista y el medio ambiente, se obtuvo las siguientes respuestas: 51,4% que es de valoración alta, 37,1% muy alta, 11,4% moderada.

Se obtiene que se arriba un poco más de la mitad de la valoración “alta” a las acciones del alumno, referente a su profesionalismo en trato al turista y al medio ambiente.

4.3 Resultado del Análisis global por Indicadores.

Figura 5. Promedio del Nivel de Conocimientos Culturales



Fuente: De la Encuesta agrupado por indicadores

Interpretación:

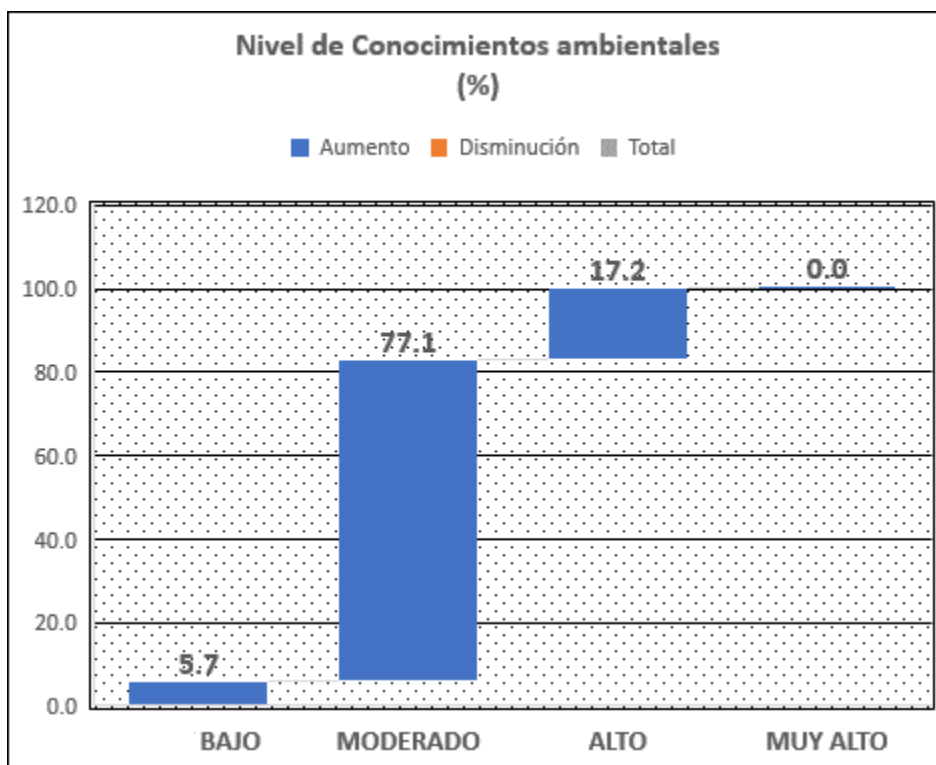
Se procedió a calcular promedio de los cuatro índices investigados, es así que

en la figura 5 se observa que, en el indicador “Nivel de conocimientos culturales”, los alumnos opinaron como moderado, el porcentaje promedio

de respuestas fueron de 71%; Alto, opinaron 26 % y muy alto opinaron 3% de alumnos.

Se observa que el más alto promedio de este indicador es MODERADO, lo que indica que el nivel de conocimiento de Historia, Geografía, servicio al turista o visitante y en la preparación sobre técnicas de administración turística, los alumnos tienen vacíos de estos conocimientos, puede ser por la falta de interés de ellos, o los contenidos tienen omisiones o simplemente no existen estos cursos específicos necesarios para su formación.

Figura 6. Nivel de Conocimientos ambientales



Fuente: De la Encuesta agrupado por indicadores

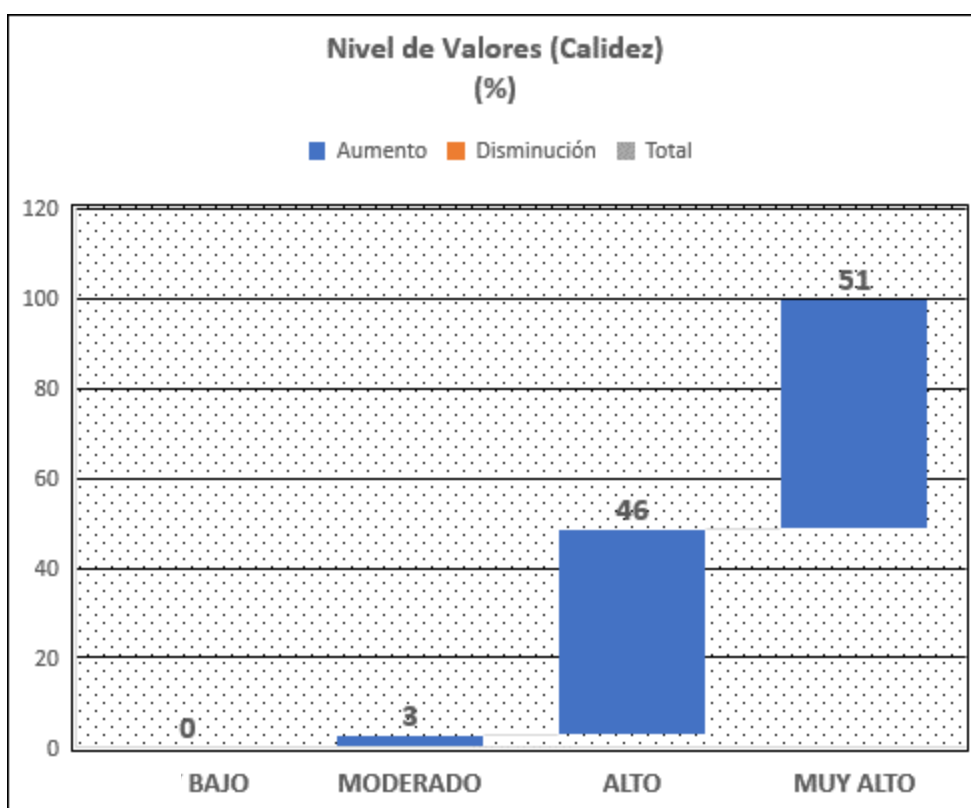
Interpretación:

El promedio del indicador “Nivel de conocimientos ambientales” que mayor porcentaje ha calificado es MODERADO con el 77,1%, seguido del 17.2% alto y 5,7% bajo.

Esto indica que el nivel de presión humana o hacinamiento, la educación medio ambiental, conocimientos de gestión ambiental, accesibilidad a los

centros turísticos y si la población valora y respeta al visitante y al medio ambiente, requieren mayor preparación académica los alumnos, pues estas temáticas están inmersas en el currículum como asignaturas o como temas, estos resultados nos llevan a aseverar que, hay opciones donde se pueden encontrar los vacíos, o son los docentes que no son de la especialidad o no conocen a profundidad los temas o son los alumnos que no le dan la debida importancia y por lo tanto tienen calificaciones bajas, se podría mencionar otras opciones, pero se puede realizar otra investigación con esta temática.

Figura 7. Nivel de Valores (Calidez)



Fuente: De la Encuesta agrupado por indicadores

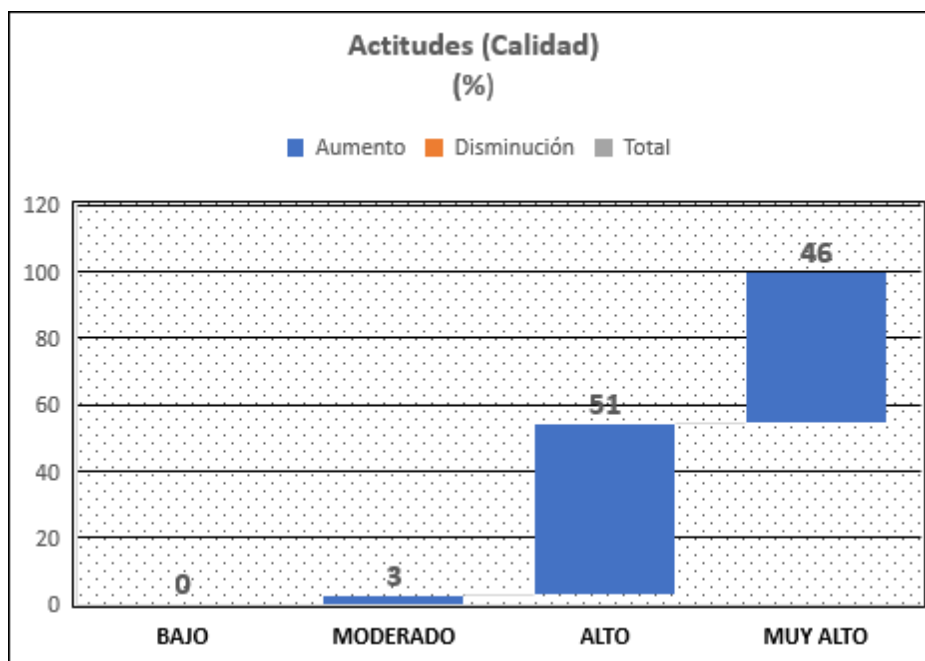
Interpretación:

El promedio del indicador “Niveles de valores (calidez)”, tiene el siguiente comportamiento: el 51% muy alto, el 46% alto, el 13% moderado.

Los resultados globales indican que los alumnos tienen alto nivel de valores referente al respeto a turistas o visitante y al ambiente, cultivan la honradez, practican la responsabilidad y tienen vocación de servicio, Estos valores son

parte de la educación por competencias, estos aspectos son muy importantes para los profesionales de formación en turismo.

Figura 8. Actitudes (calidad)



Fuente: De la Encuesta agrupado por indicadores

Interpretación:

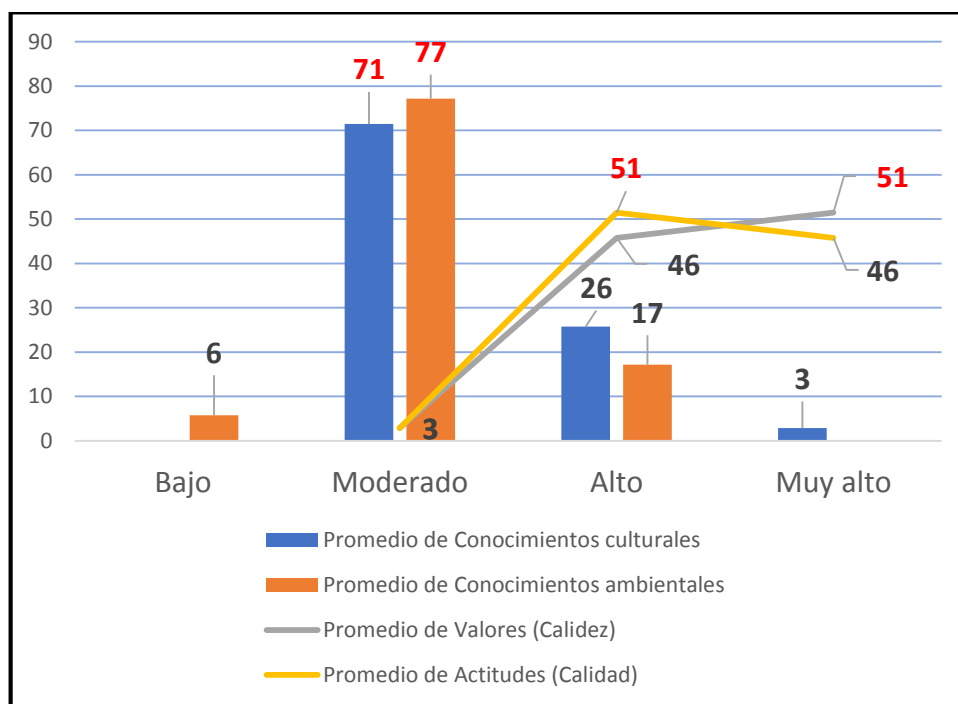
En el Indicador “Actitudes (calidad)”, se observa que el promedio expresado en porcentaje, se ha obtenido el 51% de opinión con la valoración de ALTO, el 46% es muy alto, el 3% es moderado.

Estos se relacionan al trato con cortesía al turista, con la amabilidad al turista local, a la eficiencia en el quehacer diario y a la actuación con profesionalismo del alumno encuestado que está cursando el quinto nivel 10mo. Ciclo de la carrera profesional de Negocios Internacionales y Turismo.

A continuación, se presenta la figura 9 donde está consolidado todos los indicadores como un Resumen de los datos obtenidos estadísticamente, se ha redondeado las cifras y se representan en porcentajes en la siguiente figura.

4.4 Resultados sobre el Análisis de los cálculos promedios de indicadores

Figura 9. Promedios Generales según Indicadores
(Porcentajes %)



Fuente: Elaboración de la tesista según resultados globales de los indicadores

Interpretación:

El promedio de **Conocimientos ambientales** de los alumnos que intervinieron en la encuesta tiene estadísticamente un porcentaje significativo general, el 77%, el mismo que corresponde a la valoración MODERADO, siendo esta medida la mayor fortaleza de conocimiento los alumnos. El promedio de **conocimientos culturales** es de 71%, que corresponde a la valoración de MODERADO.

Si comparamos estos porcentajes, observamos que los alumnos tienen MODERADO comportamiento en formación en conocimientos ambientales y culturales.

El promedio de **Valores (calidez)** los alumnos opinan tener MUY ALTO que corresponde al 51% y el promedio de **Actitudes (calidad)**, es ALTO, siendo el 51% que opinan y califican a estos indicadores.

4.5 Demostración de la Hipótesis.

H_i = El grado de conciencia turística de los alumnos del quinto nivel de Negocios Internacionales y Turismo al año 2019, es significativo.

Interpretación:

- a) Indicador Conocimientos ambientales = 77% MODERADO.
Se rechaza la hipótesis porque no es significativo.
- b) Indicador Conocimientos culturales = 71% MODERADO.
Se rechaza la hipótesis porque no es significativo.
- c) Indicador Valores (calidez) = 51% MUY ALTO
Se acepta la hipótesis porque es significativo
- d) Indicador Actitudes (calidad) = 51% ALTO
Se acepta la hipótesis porque es significativo

CAPÍTULO V. DISCUSIÓN

Los resultados de la investigación demuestran que los valores están desarrollados en los alumnos como un componente de la formación de actitudes y cambio de conducta, es así que (Malca, 2012), en su informe final de tesis concluye que, si se acoge a los visitantes o turistas con educación y cortesía, con el apoyo personal, sin tener el concepto que practicando los valores como la honradez la persona se va a convertir en un vasallo del visitante, es que tienen conciencia turística.

Siendo los alumnos de la carrera profesional de Negocios Internacionales y Turismo que practican valores, esto es da como en el informe de tesis realizados por los autores (Varisco, Benseny % Padilla, 2016) se refleja en el estudio que, tener conciencia turística, es la unión de un comportamiento con determinados valores de respeto, sencillez, al visitante o turista por parte de los pobladores de la localidad conocidos como anfitriones, en este caso es lo que los alumnos de comportan y conocen que los valores es el elemento esencial que se demuestra con el “buen trato” a los turistas convirtiéndose éste en una particularidad muy trascendental y necesario en cada destino turístico.

Los alumnos intervinientes en el estudio practican valores tal como lo demuestran los resultados estadísticos con un porcentaje significativo la denominada calidez, como la vocación del servicio, con optimismo, tal como recomienda Ishuiza & Flores, 2008), se debe evitar negatividades en la conducta con mayor responsabilidad las personas que se dedican al turismo, deben prepararse con capacidades y competencias, por lo que se denomina a esto “conciencia turística”.

En consecuencia, aseveran que la “Conciencia Turística” son las composiciones de dos operaciones: conducta y cualidades, en el cual se debe destacar la gentileza y hospitalidad, más aún recomiendan que se construya un manual de “conciencia turística” para que la UGEL del departamento de San Martín lo implante en el currículo escolar y se estudio esta área tan importante como es el turismo o servicio.

Los alumnos tienen una formación donde están los indicadores ambientales y conocimientos culturales, estos son importantes porque son la base para su formación cognoscitiva, conociendo estos aspectos, podrán los alumnos tomar mayor conciencia conceptual con un estudio integral para que se cumpla el perfil del egresado, tal como recomienda (Konan & Maroto, 2016), estos investigadores confirman que la capacidad y la conciencia turística hacen más fácil comportamientos para salir en salvaguardia de la imagen de la marca de un destino, para esto es necesario que se unan los involucrados.

Así mismo los autores afirman que la formación académica es el eje principal para promover la denominada conciencia turística, solo así se podrá realizar gestión en las instituciones públicas y privadas, para dirigir y lograr elaborar métodos que conduzcan hacia el avance de un destino turístico, desde el aspecto de la sostenibilidad y se comprometa con el lugar.

Los valores ambientales aún no están muy sensibilizados en el alumno, sin embargo, actúan con profesionalismo con medio ambiente y con la formación ambiental, que sí es necesario que mejoren en el rendimiento, pues la base de la formación como afirma (Chulla, 2011), que la conciencia turística contribuye al desarrollo sostenible, esto es la formación integral de los aspectos culturales y teóricos como prácticos serán los ejes para el tan ansiado progreso, por eso es que los alumnos deben preocuparse por el estudio del aspecto histórico, geográficos, en los tipos de servicios turístico ligados al ambiente conociendo en primer lugar la técnicas de la administración turística.

Por otro lado, el mismo autor señala que, la conciencia turística es un peldaño necesario para el desarrollo sostenible, teniendo al visitante o turista de cualesquiera nacionalidad o lugar, como la persona a quien se le va a realizar el efecto demostración de nuestros recursos, en especial nuestros recursos naturales, por eso se debe aprender a conservar y conocerlos, de esta manera el visitante se llevará un buen recuerdo del lugar visitado. En la ciudad se están incrementando las empresas turísticas, por lo tanto, los

alumnos deben ser más competitivos en el conocimiento para poder comprender al turista.

En efecto, siendo la conciencia turística el eje de la investigación para conocer el grado o nivel de conciencia turística del alumno, se puede aseverar que la teoría de sistemas, está ligada a principios primigenios de la formación conceptual del turismo y que el alumno debe conocerlo y aplicar en el aprendizaje de su formación académica, así se tiene que (Bertalanffy, 1973) afirma que el conocimiento se encuentra en los procesos, donde existe una unidad y que la suma de sus partes no es igual al de una integridad o de una totalidad.

Efectivamente, la formación del alumno debe ser integral, un todo para tener un perfil del egresado que no posea debilidades de conocimientos, ni de la praxis tampoco de valores, pues, ese conocimiento hará que el alumno sea el ente que conozca mucho más que si desglosa cada conocimiento en partes.

Según la Teoría de los paradigma científicos de (Kuhn, 2006), que las instituciones serias tienden a paralizarse en la producción, se encuentran en un círculo cerrado, no pueden avanzar, es que escogieron el sendero equivocado, donde los planes no tienen una salida, esto se entiendo que se debe innovar para salirse del statuo quo, utilizando estrategias; esta teoría es importante para la formación del alumno, pues indudablemente si el alumno adquiere los conocimientos adecuados, deben llevarlo a la práctica y con la práctica de valores les facilitará el raciocinio para crear e innovar, acciones importantes para ganar a la competencia.

En la teoría de la modernización de (Orozco & Núñez, 2013), se encamina a la modernización del supuesto desarrollo para esto se requieren cambios, es así que el alumno no se debe conformar con los que los docentes le facilitan los conocimientos, muy por el contrario, el alumno debe investigar para tratar de dar soluciones, su inconformidad a los conceptos establecidos le abrirá el camino hacia el rumbo de su visión.

Los mismos autores se refieren a la teoría de la dependencia, donde el tecnicismo favorece a incrementar un valor agregado en el agro, es así que para esto, siendo especializado se requiere el pago justo valorando el conocimiento del trabajador, más aún, los autores afirman que el desarrollo y el atraso son la esencia de la economía, es así que según esta teoría el alumno puede optar por la tecnología y aplicar por ejemplo el marketing digital, esto va a permitir mayor remuneración por la especialidad necesaria que requieren las empresas modernas, por lo tanto conocer, tener un actuar con profesionalismo hará del estudiante un egresado con mayores opciones en el campo laboral.

Los autores también se refieren a la Teoría de la globalización, el accionar es parecido a la Teoría de la modernización, la diferencia radica que la primera que todo progreso tiene un núcleo importantísimo como son las relaciones formativas, esta es la mayor razón de la necesidad de una formación integral del alumno de Negocios Internacionales y Turismo, cuya jerarquía siempre será según la tecnología y uso de éste en la empresa.

La Teoría del desarrollo local territorial (Albuquerque, 2002) cuando se refiere al desarrollo local, requiere un pensamiento también integral con innovación tecnológica, corporativo y pedagógico, que incluya dirección mercantil y geográfico. Esta teoría se puede recomendar para que el alumno se traslade a un deseo de progreso de su localidad, por lo tanto, el aspecto pedagógico es importante para aplicar los demás conocimientos con aras al futuro con progreso.

La teoría del Intercambio social del autor (San Martín, 2003), relaciona a la economía con los costos y al aspecto social con los beneficios. Es una combinación que van de la mano con el turismo, esto es, con la conciencia turística, si es conveniente esta relación solo el profesional podrá distinguir de acuerdo a la circunstancia o el momento, pero San Martín tiene la convicción que, a mayores ingresos económicos, los beneficios de la conducta hacia el visitante y turista será de mejor calidad y calidez.

CAPÍTULO VI: CONCLUSIONES

Según los objetivos se arriba a las siguientes conclusiones:

1. Se ha conocido el nivel de conciencia turística de los alumnos del quinto nivel X ciclo de la Escuela profesional de Negocios Internacionales y Turismo de la UNAP al año 2019 tal como se concluye a continuación:
 - a) El nivel de conocimientos Culturales es Moderado, no siendo estadísticamente significativo. Los alumnos tienen debilidades en el aprendizaje cognoscitivo de conocimiento en Historia, conocimiento de la geografía, del servicio a los turistas y de saber sobre la preparación técnica de la Administración Turística, se mencionan que los alumnos en determinados años pueden obtener certificados técnicos de conocimientos.
 - b) El nivel de conocimientos ambientales de Moderado, no siendo estadísticamente significativo. Falta de aprendizaje del nivel de presión humana o hacinamiento, tienen conocimientos débiles en educación ambiental, en gestión ambiental, en el conocimiento de accesibilidad y sobre el respeto a la población.
 - c) El nivel de Conocimiento de los valores turísticos (Calidez), es Muy alto, el que se calculó estadísticamente significativo. Este aspecto es una fortaleza respecto a los valores y cortesía hacia los turistas y respeto a al medio ambiente, la práctica de la honradez y otros valores como la responsabilidad y la vocación del servicio.
 - d) El nivel de Conocimiento de Actitudes (calidad), es Alto, lo que se demostró estadísticamente significativo. Esta fortaleza se trata de la cortesía hacia el turista, amabilidad hacia el turista local, eficiencia en el quehacer diario y actuación con profesionalismo.

CAPÍTULO VII. RECOMENDACIONES

Se recomienda a base de los resultados y las conclusiones:

Los alumnos:

1. Mayor dedicación y estudio a las asignaturas de que se relacionan con la parte conceptual de formación académica para que se acreciente su creatividad en la práctica.
2. Mejorar el aprendizaje referente al Medio ambiente, a todas las formas de turismo que se practica y se debe practicar en la localidad como Ecoturismo, Gestión ambiental para implantar la empresa limpia, planificación de espacios turísticos que se relaciona con la accesibilidad que es un indicador estudiado.
3. Continuar con la práctica de Valores (calidez) y si podrían mejorar en honradez, mayor respeto a la personas o visitantes y al ambiente, incrementar su vocación de servicio, sería mucho mejor para que el profesional tenga un estilo de vida en el trabajo mucho mejor que la competencia.
4. Mejorar las Actitudes (calidad) tratando de ser cada día más eficientes en el quehacer diario, actuar con mayor profesionalismo, practicar mayor cortesía y amabilidad, para engrandecer sus acciones y así satisfacer al turista y respetar al medio ambiente.

A las Autoridades de la Facultad.

5. Reformular el Plan de estudios, que las asignaturas del Plan estén acordes a una formación de avanzada, con perspectivas hacia una formación más integral,
6. Considerar en el staff de docentes de las diferentes asignaturas, docentes que tengan la formación en turismo, hayan realizado especialidades o se hayan capacitado tanto en asignaturas concernientes al turismo o hayan realizado investigaciones de esta área.

7. Que las debilidades presentadas en el presente estudio sean tomadas en cuenta para el cambio y conlleva a que los egresados tengan la formación que el mercado laboral requiere.
8. Que las autoridades faciliten realizar prácticas en las diferentes empresas de turismo.

CAPÍTULO VIII. FUENTES DE INFORMACIÓN

- Alburquerque, Francisco. (2002). *Guía para agentes. El desarrollo económico territorial*. Instituto de desarrollo regional y Fundación universitaria., Sevilla.
- Arocena, José. (2002). *El desarrollo local. Un desafío contemporáneo* (Segunda ed.). Uruguay: Taurus.
- Balcera Barrero, J. (15 de Abril de 2016). *www.andalucialab.org*. Obtenido de <https://www.andalucialab.org/blog/la-importancia-de-las-emociones-en-la-actividad-turistica/>
- Bertalanffy, L. V. (1973). *Teoría General de Sistemas*. Vozes.
- Chulla Pfuro, E. (2011). *Contribución de la conciencia turística para el desarrollo sostenible del turismo en la comunidad nativa Infierno- Madre de Dios*. Tesis, Universidad Nacional de Madre de Dios., Facultad de Ecoturismo, Madre de Dios.
- Entorno turístico. Hablemos de turismo. (2015). *www.entornoturistico.com*. Recuperado el 29 de Enero de 2019, de <https://www.entornoturistico.com/glosario-de-turismo/>
- Ishuiza Tapullima, R., & Flores Ramírez, R. (2008). *Conciencia turística y su contribución al desarrollo del turismo en la provincia de San Martín*. Tesis, Universidad Nacional de San Martín, Facultad de Ciencias Económica., Tarapoto.
- Konan Kouassi, J., & Maroto Blanco, J. (2016). *Educación, Capacitación y Conciencia Turística en Costa de Marfil: un estado de la cuestión*. Exposición en línea, Costa de Marfil. Recuperado el 20 de Enero de 2019, de www.eumed.net/libros-gratis/actas/2016/desigualdad/26.pdf
- Kotler, P., & Keller, K. (2006). *Administración de marketing: análisis, planeamiento, implementación y control*. Sao Paulo, Brasil: Pearson.
- Kuhn, T.s. (2006). *P caminho desde a estrutura, perspectiva*. Sao Paulo, Brasil.

- Malca Roque, C. (2012). *Análisis de conciencia turística en los agentes turísticos del centro Monumental Histórico de la ciudad de Chiclayo*. Investigación, Universidad Particular Señor de Sipán, Facultad de Ciencias Empresariales Turismo y Negocio, Pimentel.
- McIntosh, R.; Goeldner, Ch. & Ritchie, B. (1999). *Turismo. Planeación, Administración y Perspectivas* (Segunda ed.). Balderas, México: Limuysa, S.A. de C.V.:
- Orozco Alvarado, J., & Núñez Martínez, P. (2013). Las teorías del desarrollo. *XIV(27)*, 144-167. Recuperado el 20 de Enero de 2019, de <https://www.redalyc.org/html/666/66627452008/>
- Panosso Netto, A., & Lohmann, Guilherme. (2012). *Teorías del turismo. Conceptos, modelos y sistemas*. México: Trillas.
- Varisco, C., Benseny, G., & Padilla, N. (s.f.). *Concientización turística y ambiental. De la teoría a la Acción territorial*. Portal de Promoción y difusión pública del conocimiento académico y científico., Universidad Nacional de Mar del Plata, Facultad de las Ciencias Económicas y Sociales, Mar del Plata.
- Varisco, Cristina, Benseny Graciela, & Padilla, Noelia. (2016). *Concientización turística y ambiental: De la teoría a la Acción territorial*. Informe de investigación., Universidad Nacional de Mar del Plata, Facultad de Ciencias Económicas y sociales, Mar del Plata.

ANEXOS

1. Matriz de Consistencia

TÍTULO: Determinar el nivel de conciencia turística en los alumnos del 5to. nivel de la Escuela Profesional de Negocios Internacionales y Turismo- UNAP, 2019.						
PROBLEMAS	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES	INDICADORES	ÍNDICES	TÉCNICAS
<p><u>Problema General</u> ¿Cuál es el nivel de conciencia turística en los alumnos del quinto nivel de la Escuela Profesional de Negocios Internacionales y Turismo – UNAP 2019?</p> <p><u>Problemas específicos</u></p> <ol style="list-style-type: none"> ¿Cuál es el nivel de conocimientos culturales de los alumnos del 5to. Nivel de la Escuela profesional de Negocios Internacionales? ¿Cuál es el nivel de conocimientos ambientales de los alumnos del 5to. Nivel de la Escuela profesional de Negocios Internacionales? ¿Cuál es nivel de conocimientos de los valores turísticos de los alumnos del 5to. Nivel de la Escuela profesional de 	<p><u>Objetivo General</u> Conocer el nivel de conciencia turística de los alumnos del quinto nivel de la Escuela Profesional de Negocios Internacionales y Turismo -UNAP, 2019.</p> <p><u>Objetivos específicos</u></p> <ol style="list-style-type: none"> Determinar el nivel de conocimientos culturales de los alumnos del 5to nivel de la Escuela profesional de Negocios Internacionales. Determinar el nivel de conocimientos ambientales de los alumnos del 5to. Nivel de la Escuela profesional de Negocios Internacionales. Establecer el nivel de conocimientos de los valores turísticos de los alumnos del 5to. Nivel de la Escuela profesional de 	<p><u>Hipótesis descriptiva</u></p> <p>El grado de conciencia turística de los alumnos del quinto nivel de Negocios Internacionales y Turismo es significativo.</p>	<p>Variable</p> <p>Conciencia turística</p>	<ol style="list-style-type: none"> Conocimientos culturales Conocimientos ambientales Valores Actitudes 	<p>Conocimiento histórico Conocimiento geográfico Servicios turísticos Técnicas de administración</p> <p>Presión humana Educación medioambiental Capacidad de gestión ambiental Accesibilidad a lugares turísticos Valoración del turista</p> <p>Respeto Honradez Responsabilidad Vocación de servicio</p> <p>Cortesía Amabilidad Eficiencia Profesionalismo</p>	<p>Encuesta</p> <p>Análisis documental</p> <p>Interpretación de Resultados</p>

<p>Negocios Internacionales?</p> <p>4. ¿Cuál es el nivel de actitudes hacia el turismo de los alumnos del 5to. Nivel de la Escuela profesional de Negocios Internacionales?</p>	<p>Negocios Internacionales.</p> <p>4. Establecer el nivel de actitudes hacia el turismo de los alumnos del 5to. Nivel de la Escuela profesional de Negocios Internacionales.</p>					
---	---	--	--	--	--	--

2. Instrumento de Recolección de datos

UNIVERSIDAD NACIONAL DE LA AMAZONÍA PERUANA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y DE NEGOCIOS
Escuela profesional de negocios internacionales y turismo

ENCUESTA

TÍTULO: Determinar el nivel de conciencia turística en los alumnos del 5to. nivel de la Escuela Profesional de Negocios Internacionales y Turismo - UNAP, 2019.

Buenos días /tardes/ noches, soy..... estoy realizando una investigación, referente al nivel de conocimiento de la conciencia turística de los alumnos del 5to. Nivel de la Escuela Profesional de Negocios Internacionales y Turismo, le solicito tenga a bien contestar a unas preguntas de la encuesta. Le indico que la encuesta será anónima.

Muchas gracias.

a) Sexo:

1 Masculino ()

2 Femenino ()

b) Edad

De 20 años ()

De 21 años ()

De 22 años ()

De 23 años ()

De 24 años ()

Más de 24 años ()

c) ¿Vive bajo la custodia de sus padres?

1. No ()

2. Si ()

d) Lugar de nacimiento

1. Iquitos ()

2. Provincia de Loreto ().....

3. Procede de otro departamento ().....

CUESTIONARIO

N°	ÍTEMS	Bajo	Mode- rado	Alto	Muy alto
	Conocimientos culturales				
1	Considera usted que su Conocimiento sobre la historia de Iquitos y de la Amazonía es...				
2	Considera usted que su Conocimiento sobre la geografía de Iquitos y de la Amazonía es...				
3	Considera usted que su conocimiento sobre los Servicios turísticos o turismo es...				
4	Considera usted que está preparado para aplicar Técnicas de administración turística en las empresas de este rubro...				
	Conocimientos ambientales				
5	Indique usted que la Presión humana o densidad poblacional en la ciudad y en la región es...				
6	Indique usted si la Educación medioambiental recibida en su formación académica es				
7	Domina usted el conocimiento referente a la gestión ambiental				
8	Califique si es buena la Accesibilidad a lugares turísticos desde la ciudad de Iquitos a los diferentes atractivos turísticos				
9	Conoce usted si el poblador de la ciudad Valora y respeta al turista				
	Valores (Calidez)				
10	Usted trata con Respeto a los turistas y al ambiente				
11	En su quehacer diario, la Honradez es el eje principal de sus acciones.				
12	Usted asume con Responsabilidad sus estudios y pone en práctica sus conocimientos				
13	Usted tiene la certeza que posee Vocación de servicio para el turista y del medio ambiente.				
	Actitudes (calidad)				
14	Usted siempre trata con mucha Cortesía al turista o visitante que arriba a la ciudad				
15	Trata con Amabilidad al turista sea local, regional o nacional que visita la ciudad				
16	Ha estudiado las asignaturas con Eficiencia con la finalidad de aplicar en su quehacer diario.				
17	¿Usted actúa con mucho Profesionalismo con el turista y con el medio ambiente?				

Hora de Inicio.....Hora de término.....
 Fecha de la encuesta.....