



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

**ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN EN
TURISMO Y HOTELERÍA**

**“Identidad Cultural de los pobladores de Ica sobre su espacio
turístico 2020”.**

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN EN TURISMO Y HOTELERÍA

AUTORA:

Donayre Donayre, María Fernanda (ORCID: 0000-0002-4709-0168)

ASESOR:

Mg. Huamaní Paliza, Frank David (ORCID: 0000-0003-3382-1246)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

PATRIMONIO Y RECURSOS TURÍSTICOS

LIMA - PERÚ

2021

DEDICATORIA

A mis padres por el esfuerzo que hacen y siguen haciendo para poder lograrme profesionalmente, a mi tía que siempre me orienta por el mejor camino profesional.

AGRADECIMIENTO

En primer lugar, doy gracias a mis padres por apoyarme y por permitir convertirme en una gran profesional.

En segundo lugar, agradecer a mi tía por orientarme profesionalmente.

En tercer lugar, agradecer a mi asesor Frank Huamaní Paliza por la enseñanza.

Índice de contenidos

Carátula.....	i
Dedicatoria.....	ii
Agradecimientos.....	iii
Índice de contenidos.....	iv
Índice de tablas.....	v
Índice de gráficos y figuras.....	vii
Resumen.....	viii
Abstract.....	ix
I. INTRODUCCIÓN.....	1
II. MARCO TEÓRICO.....	6
III. METODOLOGÍA.....	14
3.1. Tipo y diseño de la investigación	15
3.2. Variables y operacionalización.....	16
3.3. Población (criterios de selección), muestra, muestreo, unidad de análisis	17
3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	18
3.5. Procedimiento	19
3.6. Método de análisis de datos.....	20
3.7. Aspectos éticos	20
IV. RESULTADOS	22
V. CONCLUSIONES	59
VI. RECOMENDACIONES.....	61
REFERENCIAS.....	64
ANEXOS	68

Índice de tablas

Tabla 1: Variables y operacionalización	18
Tabla 2: Fiabilidad del instrumento.....	19
Tabla 3: Cuadro del ítem 1	23
Tabla 4: Cuadro del ítem 2	24
Tabla 5: Cuadro del ítem 3.....	25
Tabla 6: Cuadro del ítem 4.....	26
Tabla 7: Cuadro del ítem 5.....	27
Tabla 8: Cuadro del ítem 6.....	28
Tabla 9: Cuadro del ítem 7	29
Tabla 10: Cuadro del ítem 8.....	30
Tabla 11: Cuadro del ítem 9.....	31
Tabla 12: Cuadro del ítem 10.....	32
Tabla 13: Cuadro del ítem 11	33
Tabla 14: Cuadro del ítem 12.....	34
Tabla 15: Cuadro del ítem 13.....	35
Tabla 16: Cuadro del ítem 14.....	36
Tabla 17: Cuadro del ítem 15.....	37
Tabla 18: Cuadro del ítem 16.....	38
Tabla 19: Cuadro del ítem 17.....	39
Tabla 20: Cuadro del ítem 18.....	40
Tabla 21: Cuadro del ítem 19.....	41
Tabla 22: Cuadro del ítem 20.....	42
Tabla 23: Cuadro del ítem 21	43
Tabla 24: Cuadro del ítem 22.....	44

Tabla 25: Cuadro del ítem 23.....	45
Tabla 26: Cuadro del ítem 24.....	46
Tabla 27: Cuadro del ítem 25.....	47
Tabla 28: Escala de Likert de la variable Identidad cultural.....	48
Tabla 29: Puntos de corte de la variable Identidad cultural.....	48
Tabla 30: Rangos de la variable Identidad cultural.....	48
Tabla 31: Cuadro de la variable Identidad cultural.....	49
Tabla 32: Escala de Likert de la dimensión Sentido de pertenencia.....	50
Tabla 33: Puntos de corte de la dimensión Sentido de pertenencia.....	50
Tabla 34: Rangos de la variable dimensión Sentido de pertenencia.....	50
Tabla 35: Cuadro de la dimensión Sentido de pertenencia.....	51
Tabla 36: Escala de Likert de la dimensión Conocimiento de la historia.....	52
Tabla 37: Puntos de corte de la dimensión Conocimiento de la historia.....	52
Tabla 38: Rangos de corte de la dimensión Conocimiento de la historia.....	52
Tabla 39: Cuadro de la dimensión Conocimiento de la historia.....	53
Tabla 40: Escala de Likert de la dimensión Identidad territorial.....	54
Tabla 41: Puntos de corte de la dimensión Identidad territorial.....	54
Tabla 42: Rangos de corte de la dimensión Identidad territorial.....	54
Tabla 43: Cuadro de la dimensión Identidad territorial.....	54

Índice de gráficos

Gráfico 1: Ítem 1.....	23
Gráfico 2: Ítem 2.....	24
Gráfico 3: Ítem 3.....	25
Gráfico 4: Ítem 4.....	26
Gráfico 5: Ítem 5.....	27
Gráfico 6: Ítem 6.....	28
Gráfico 7: Ítem 7.....	29
Gráfico 8: Ítem 8.....	30
Gráfico 9: Ítem 9.....	31
Gráfico 10: Ítem 10.....	32
Gráfico 11: Ítem 11.....	33
Gráfico 12 : Ítem 12.....	34
Gráfico 13: Ítem 13.....	35
Gráfico 14: Ítem 14.....	36
Gráfico 15: Ítem 15.....	37
Gráfico 16: Ítem 16.....	38
Gráfico 17: Ítem 17.....	39
Gráfico 18: Ítem 18.....	40
Gráfico 19: Ítem 19.....	41
Gráfico 20: Ítem 20.....	42
Gráfico 21: Ítem 21.....	43
Gráfico 22: Ítem 22.....	44
Gráfico 23: Ítem 23.....	45
Gráfico 24: Ítem 24.....	46

Gráfico 25: Ítem 25.....	47
Gráfico 26: Identidad cultural.....	49
Gráfico 27: Sentido de pertenencia.....	51
Gráfico 28: Conocimiento de la historia.....	53
Gráfico 29: Identidad territorial.....	55

Resumen

El siguiente trabajo tuvo como objetivo determinar el nivel de identidad cultural de los pobladores de la ciudad de Ica sobre su espacio turístico. Esta investigación corresponde a un enfoque cuantitativo, de tipo no aplicativo, el diseño fue no experimental de corte transversal y el su nivel descriptivo. La muestra estuvo conformada por 384 personas. Los resultados de la actual investigación nos permiten ver el nivel de identidad cultural de los pobladores de la ciudad de Ica sobre su espacio turístico, el cual se estudió tomando en cuenta tres dimensiones: sentido de pertenecía, identidad territorial y conocimiento de la historia. Las conclusiones de este trabajo fueron que los pobladores de la ciudad de Ica presentan, en su mayoría, un nivel medio de identidad territorial y de conocimiento de su historia. Asimismo en cuanto al sentido de pertenencia se determinó que presentan un nivel alto. Finalmente se identificó que los pobladores de la ciudad de Ica presentan con mayor frecuencia un nivel medio de identidad cultural. Por ello se recomienda promover y fomentar programas para enriquecer el conocimiento de la historia y la identidad territorial sobre el espacio turístico.

Palabras clave: Identidad Cultural, Sentido de pertenencia, Identidad Territorial.

Abstract

The objective of the following work was to determine the level of cultural identity of the inhabitants of the city of Ica regarding its tourist space. This research corresponds to a quantitative approach, of a non-applicative type, the design was non-experimental, cross-sectional and its level descriptive. The sample consisted of 384 people. The results of the current research allow us to see the level of cultural identity of the inhabitants of the city of Ica on its tourist space, which was studied taking into account three dimensions: sense of belonging, territorial identity and knowledge of history. The conclusions of this work were that the inhabitants of the city of Ica present, for the most part, a medium level of territorial identity and knowledge of its history. Likewise, regarding the sense of belonging, it was determined that they present a high level. Finally, it was identified that the inhabitants of the city of Ica more frequently present a medium level of cultural identity. For this reason, it is recommended to promote and enrich the knowledge of the history and territorial identity of the tourist area.

Keywords: Cultural Identity, Sense of belonging, Territorial Identity.

I. INTRODUCCIÓN

La Identidad cultural es el conjunto de características que distinguen a un grupo social como las creencias, comportamientos, valores y tradiciones. En el Perú contamos con un gran número de tradiciones, de diversidad, riquezas materiales e inmateriales, todo este conjunto de patrimonios influye en el sentido de pertenencia y en nuestra identidad cultural.

La identidad cultural es la base para promover el buen trato al turista (extranjero y nacional) y convertir el turismo en un instrumento de desarrollo sustentable para el país. El Mincetur define a la cultura, en su plan sobre el patrimonio cultural, como: son características distintivas como espirituales y materiales, intelectuales y afectivos, estos distinguen a una sociedad de otra, además de las formas de vida, la convivencia en conjunto, tradiciones, creencias, entre otros. (Mincetur, 2020)

La identidad cultural es definida por “tres características principales: el histórico, el lingüístico y el psicológico (el último abarca con una gran admisión y puede también abarcar particularidades religiosas)” (Cheikh, 1986, p.58), podemos apreciar que el autor está centrando la definición de identidad cultural según los sucesos más relevantes que presenta la sociedad y dando a conocer que los tres factores son indispensables para tener identidad cultural, ya sea personal o como sociedad.

Analizando la identidad cultural desde una visión internacional, la eurobarómetro de la comisión europea afirma, que al preguntar por la identidad a los ciudadanos dieron al sentido de pertenencia un 89% a su ciudad o región, 93% a su país y 56% a la unión europea, concluyendo que un 57% está identificado con el país, 14% muy identificado con la unión europea. La identidad europea es débil y agrupa más en los profesionales y en los jóvenes. (La Vanguardia Dossier, 2019).

En el caso del Perú tenemos una ciudad con unos 350 000 habitantes que recibe cerca de 3,5 millones de turistas al año de todos los lugares geográficos, en este lugar se describe con una historia, arte y cultura, con población respetuosa dispuesta a brindar la mejor atención a los turistas. Esta ciudad es Cusco, la antigua capital llamada el imperio inca, que cuenta con una población nativa o mestiza, la cual desea recuperar su cultura. La creciente cantidad de visitantes genera USD

500 millones directamente. Los nativos tienen emisoras y canales musicales en lengua quechua y muchas cosas más que remiten sus orígenes, ellos se sienten orgullosos de descender de aquellos incas que casi fueron desaparecidos de la faz de la tierra. (El Informador viviendo la noticia, 2018)

Finalmente, en Ica se declaró el día 08 de junio el “Día de la identidad e integración cultural de las provincias de Ica, Chincha, Pisco, Palpa y Nasca” ya que tiene como objetivo el reconocimiento de la ilustre investigadora alemana María Reiche Neumann, dedicó su vida al estudio, investigación y difusión de las Líneas de Nasca que son el patrimonio de la Humanidad. (GORE-ICA.2020)

La falta de identidad cultural sobre el espacio turístico genera un descontento en los turistas nacionales y extranjeros, ya que los pobladores con baja identidad no están comprometidos en ayudar al turista de manera eficiente y calidad, comprometiéndose a darle una visita óptima y así potenciar el turismo.

Por lo expuesto anteriormente se considera como tema de investigación la Identidad Cultural de los pobladores de la ciudad de Ica sobre su espacio turístico. Así mismo, se define el problema general como: ¿Cuál es el nivel de Identidad Cultural de los pobladores de Ica sobre su espacio turístico 2020? Y se abordan los siguientes problemas específicos: ¿Cuál es el nivel del sentido de pertenencia de los pobladores de la ciudad de Ica sobre su espacio turístico? ¿Cuál es el nivel de conocimiento de la historia de los pobladores de la ciudad de Ica sobre su espacio turístico? ¿Cuál es el nivel de Identidad territorial de los pobladores de la ciudad de Ica sobre su espacio turístico 2020?

En relación, a la justificación del estudio, este, determina el nivel de identidad cultural de los pobladores de la ciudad de Ica sobre su espacio turístico. El espacio turístico de la ciudad de Ica posee un patrimonio cultural valioso, tanto material, inmaterial como oral. Este patrimonio muchas veces es poco valorado y cuidado por los pobladores de la ciudad, quienes no identifican la importancia de conocer y valorar las costumbres, valores y creencias de su ciudad, lo que les permitiría tener un trato adecuado al turista y coadyuvar con el desarrollo del turismo y beneficios

como generar trabajo o divisas para la región.

Por otro lado se está perdiendo y descuidando cierto patrimonio del espacio turístico de Ica debido a la falta de identidad cultural. Para potenciar esta identidad es necesario primero conocer cuál es el nivel de Identidad cultural de los pobladores de la ciudad de Ica y así proponer programas que mejoren aquellos aspectos que presenten un menor nivel de identidad.

Con respecto a la justificación práctica, el espacio turístico de la localidad de Ica presenta patrimonios importantes que ya han sido reconocidos a nivel nacional, los cuales tienen un potencial elevado para generar en los pobladores un sentido de pertinencia y evitar perder tradiciones culturales, las cuales son la base para un mejor desarrollo de la localidad. Los resultados de esta investigación pueden ser tomados en cuenta para identificar el nivel de identidad cultural de los pobladores de la localidad de Ica y si sugerir aquellos aspectos en los que es indispensable mejorar la identidad cultural.

Para la justificación teórica este trabajo toma como base conceptos de diversos autores que desarrollan los temas de cultura e identidad y el producto de la investigación que determina el nivel de identidad cultural sobre el territorio turístico. En cuanto a la justificación metodológica, esta es cuantitativa, ya que se mide el nivel de Identidad cultural de los pobladores de la ciudad de Ica sobre su espacio turístico a través de una encuesta tipo Likert.

En esta investigación se planteó como objetivo general: Determinar el nivel de Identidad Cultural de los pobladores de Ica sobre su espacio turístico 2020 y como objetivos específicos: determinar el nivel del sentido de pertenencia de los pobladores de la ciudad de Ica sobre su espacio turístico; determinar el nivel de conocimiento de la historia de los pobladores de la ciudad de Ica sobre su espacio turístico; determinar el nivel de Identidad territorial de los pobladores de la ciudad de Ica sobre su espacio turístico.

Finalmente se estableció como hipótesis principal: El nivel de identidad cultural de

los pobladores de Ica sobre su espacio turístico más frecuente es el de nivel medio. Y como hipótesis específicas o secundarias: el nivel del sentido de pertenencia de los pobladores de Ica sobre su espacio turístico más frecuente es medio; el nivel de conocimientos sobre la historia de los pobladores de Ica sobre su espacio turístico más frecuente es medio; el nivel de identidad territorial de los pobladores de Ica sobre su espacio turístico más frecuente es medio.

II. MARCO TEÓRICO

Existen diversos estudios previos a la presente investigación en el ámbito internacional, por ejemplo, el estudio de Pertegal, Espín y Jimeno (2018), en su artículo científico sobre su estudio de la creación de una herramienta para calcular el nivel de identidad cultural indígena en la nacionalidad amazónica Waorani. El objetivo del trabajo fue identificar un instrumento para saber el nivel de identidad cultural de los indígenas latinoamericanos ya que con el tiempo hay tenido cambios. El enfoque de la investigación fue cualitativo, ya que fue realizado en 3 poblaciones diferentes. Las conclusiones dieron a conocer el perfil de 3 poblaciones de Ecuador con relación a la identidad cultural indígena, los cuales mostraron susceptibilidad al indicar las diferencias entre la identidad de los indígenas de Waorani y las otras 3 poblaciones identificadas.

El estudio de Rodríguez (2020), en su artículo científico sobre el estudio de la persistencia y la variación de la identidad cultural en familias migrantes, escuela y en comunidades de los Andes equinocciales. El objetivo es reconocer los resultados de la migración en la multiplicación y sostenimiento de la identidad cultural en los jóvenes y que posición toma en la escuela y en la comunidad. El enfoque de su investigación fue cualitativo con técnicas de observación, usando entrevistas, discusión y conversaciones informales. Las conclusiones a las que llegaron fue la comunidad es un catalizador de identidad cultural, la escuela no realiza ninguna continuidad ni multiplicación de la identidad cultural.

El estudio de Ballesteros, Gracia, Ocaña, Jácome (2018), en su artículo científico sobre la promoción cultural como instrumento para mejorar la identidad cultural afro esmeralda. El objetivo es el estudio de la promoción cultural como instrumento para reforzar la identidad afro esmeraldeña. El enfoque de la investigación fue mixto, ya que usaron entrevistas a personas expertas en el tema de arte, cultura y promoción, y a personas que resaltan en la cultura Esmeraldas como pintura, poesía, canto, escultura y entre otros, también se realizó encuestas y entrevistas a los ciudadanos, las conclusiones fueron que la cultura esmeraldeña se siente muy identificados 35% e identificados 23% con su cultura afro esmeraldeña y el mayor identitario de marimba 45% y los ciudadanos que no participan en eventos culturales 23%.

Sobre el tema de esta investigación existen estudios previos nacionales, como por ejemplo, El de Chenet, Arevalo y Palma (2017), en el artículo científico sobre el estudio de la identidad Cultural y el rendimiento de los docentes en las instituciones educativas. El objetivo del trabajo de investigación fue identificar el enlace del desempeño de los docentes de Andahuaylas con la identidad cultural. El enfoque de la investigación fue cuantitativo, el diseño fue descriptivo correlacional, se trabajó con una muestra de 138 docentes del nivel secundario. Las conclusiones fueron de manera positiva en lo estadístico, la cual nos dice que la identidad cultural de los docentes es inadecuada y su desempeño es nivel básico.

El estudio de Paredes (2019), en el artículo sobre el estudio Identidad cultural como elemento clave para el turismo en Ate, 2019. El objetivo fue determinar el nivel de identidad cultural que tienen los pobladores del distrito de Ate. La investigación tuvo un enfoque cuantitativo, su diseño fue no experimental, descriptivo de corte transversal, se trabajó la variable en 3 dimensiones de enfoque biológico, afectivo y mental; la conclusión a la que se llegó fue que la dimensión enfoque mental es muy baja y que se necesita reforzar el aspecto del conocimiento y así incrementar la identidad cultural de los pobladores de Ate.

El estudio de Dávila (2018), en el artículo sobre el programa de fortalecimiento de la identidad cultural referido al impacto sociocultural del turismo en el centro poblado Huaca Rajada. Esta investigación tuvo como objetivo diseñar un programa para el fortalecimiento de la identidad cultural tomando en cuenta los impactos socioculturales del turismo en el centro poblado Huaca Rajada. El enfoque de la investigación fue cuantitativo de diseño no experimental, descriptivo de corte transversal, las conclusiones fueron que los pobladores cuentan con un nivel medio de identidad cultural y muestra que el turismo ha generado impactos tanto socioculturales positivos y como socioculturales negativos.

Además de los antecedentes mencionados se desarrollan a continuación, las principales teorías que sustentan y dan sentido al estudio realizado.

La teoría ecológica de Urie Bronfenbrenner trata sobre el desenvolvimiento de las personas en diferentes escenarios o sistemas como: microsistema, mesosistema, exosistema, macrosistema. Estos sistemas influyen en el desarrollo de las personas y los cambios que pueden tener. Comprende el desarrollo de la persona como una transformación en la cual hay interacción y percepción en el lugar que se desarrolla. Para esto se sabe el concepto de ambiente ecológico como una agrupación de estructuras seriadas, y cada una encaja dentro de la otra. Al respecto Bronfenbrenner (Bustamante, 2020)

Precisa cuatro sistemas que funcionarán en forma relacionada y simultánea e incidirán en forma directa e indirecta en el desarrollo de la persona, estos son: Microsistema, hace referencia al sistema más cercano a la persona, en éste desarrolla un conjunto de actividades como sus relaciones interpersonales y roles que desempeña en sus entornos de desenvolvimiento familiar, escolar y el grupo de pares o de juego. Mesosistema lo constituye las relaciones integradas por varios microsistemas que están en relación con la persona, por ejemplo, un microsistema para un niño es las relaciones que forma dentro del hogar, escuela o las personas que se encuentra en su entorno de su casa; para un adulto es en su familia, trabajo y vida social. Exosistema, se refiere aquellos entornos que tienen relación indirecta con el desarrollo de la persona, por ejemplo, para un niño es las oficinas del trabajo del papa, los amigos de los papas o de los hermanos, entre otros. Finalmente, el Macrosistema se refiere a la influencia de los diferentes escenarios sociales, políticos y culturales que afecten a los demás sistemas que interactúan con el individuo. Al respecto Bronfenbrenner (Guitar & Monreal, 2012)

La teoría de la cultura es la agrupación de hechos científicos generados a lo largo de la historia sobre la sociedad, dadas a conocer por disciplinas antropológicas como ciencias sociales o la antropología, es la cosmovisión de como las personas interpretan su entorno, comparten una lengua y costumbres. La cultura en cada entorno satisface las necesidades de las personas.

La cultura es el compuesto integral de instituciones, autónomas y coordinadas. La cual, está compuesta por principios como la comunidad de sangre por la

descendencia, la cercanía en el espacio, las actividades especializadas, la cooperación y el uso del poder en la organización política. Las culturas llegan a un nivel de plenitud y de una gran auto eficiencia ya que satisface las necesidades básicas, instrumentales e integrativas. (Malinowski 1984).

La identidad cultural significa pertenecer a un grupo social e identificarse con las diferentes costumbres y tradiciones del lugar, las que constituyen características únicas que permiten diferenciar una cultura de otra. La identidad cultural es un sentimiento de pertenencia a un colectivo social el cual tiene distintas características y rasgos culturales que lo diferencia de los demás, estas características hacen que le otorguemos valor y reconocimiento. (Ortega, 2018)

La identidad cultural son los valores, tradiciones, símbolos, creencias y modos de comportamientos, todo este conjunto de características son elementos de un grupo social que influyen sobre ellos como un sentido de pertenencia. (Garza, 2015). “El sentido de pertenencia es un sentimiento de identidad que el individuo genera con la comunidad con la que interactúa para alcanzar metas en común”. (Corona, 2020, p. 62)

Al sentirnos parte de una familia, de un grupo, de una región o nación, se van construyendo y manifestando los valores, costumbres y manifestaciones culturales, que son el reflejo del sentido de pertenencia y de la identidad cultural de cada persona, al respecto Bourdieu (Bohórquez, 2016)

La identidad social es la pertenencia de un grupo, el cual cuenta con características que lo diferencia de los demás grupos, desde su uso de razón saben cómo deben actuar, cuáles son sus creencias, su patrón de comportamiento y como deben ser tratados por los demás. El sentido de pertenencia describe la teoría de la identidad social, en la que los grupos al identificar un sentido de pertenencia muestran un autoconcepto bueno y transmite bienestar. Al respecto Tajfel & Turner (Dávila y Jiménez, 2014).

La identidad social es un conocimiento individual de la pertenencia a un grupo social

teniendo en cuenta lo emocional y el valor que atribuye y al mismo tiempo una membresía grupal. (Tajfel, 1972)

Los grupos sociales son de grandes categorías demográficas o pequeños equipos dirigidos a tareas, todos sus integrantes comparten la misma identidad lo que hace que sepan cómo comportarse y que deben creer. La identidad social destaca como los endogrupos y los exogrupos son diferentes y tienen distinto contexto social. (Hogg, 2020)

La identidad es la perspectiva de pertenencia a una comunidad específica comunidad, a una zona social, a un conjunto propio de referencia. La identidad esta enlazada con la construcción de sentido, por aquellas experiencias vividas cual crean su propia identidad a través de los años. (Molano, 2007)

La identidad social nos muestra nuestro propio autoconcepto definido y evaluado. Lo que define como queremos que nos traten y que piensen los demás de uno mismo. Y por eso las personas comparan su exogrupo y endogrupo, ya que piensan que su grupo sea distintivo, diferenciado y evaluado. (Hogg,2020)

La relación identidad - territorio se debe analizar desde dos perspectivas: la primera referida al espacio, el territorio genera identidad al funcionar como marco o contexto de un grupo determinado; la segunda perspectiva relacionada al sujeto, las personas influyen en el desarrollo de la identidad del propio territorio desde las apropiaciones y usos que hacen de él (Ruiz, 2015).

Puche (2019) considera a el turismo, como una actividad consumidora de identidades y territorio, además lo coloca como herramienta importante a la hora de moldear socialmente el sentido de pertenencia en los espacios que son destinos turísticos. (p. 67)

El Turismo Urbano son todos los recursos o actividades turísticos que se realizan en pueblos y ciudades que se ofrecen a los turistas emisores o receptores. (Adamo,

Ferrari y Gilli 2019)

El turismo urbano, de ciudad o de espacios urbanos, es la actividad turística que se realiza en un espacio urbano, en el cual se realizan actividades dentro de la ciudad que están vinculadas con negocios, académico – formativos y sociales en general. Es el que se realiza en la ciudad sobre el estilo urbano, son actividades que hacen los turistas y visitantes cuando pernoctan en la ciudad como culturales, recreativas o profesionales. La caracterización es por su oferta de infraestructura y su demanda de viajeros y pernoctaciones, la estacionalidad en este tipo de turismo es baja y su estancia es media de dos a tres días. (Rodríguez, 2009)

Las nuevas culturas del turismo urbano están vinculadas a actividades no convencionales o no tradicionales. (Gravari, Jacquot, Cominelli, 2019)

La hospitalidad es la actualidad tiene una virtud de burguesía caracterizada por el bienestar, sus características son comerciales y económicas; cuenta con movimientos sociales, políticos y económicos. Para garantizar la satisfacción, la buena calidad en la atención y en el servicio, además de la hospitalidad es fundamental tener interesados en contribuir a alcanzar un buen resultado (Costa, 2014)

Los servicios de hospitalidad y turismo brindan experiencias a los huéspedes, es el principal producto para el sector por su competitividad. En un negocio el principal objetivo es satisfacer las necesidades de los clientes brindando un servicio de primera ya que la actualidad existe mucha competitividad y lucro en este contexto existe mucho dominio comercial por la economía. (Alves y Marques. 2019)

El sector turismo y hospitalidad reconoce las experiencias emocionales como beneficio para garantizar la práctica de la gestión y se centre en su producción. (Alves y Marques, 2019)

El turismo social brinda a las personas mayores un escape, respiro, compañerismo y recuerdos para su bienestar a su mismo tiempo refuerza la identidad después de

algún duelo conyugal como beneficio, en otro aspecto puede generarse ansiedad por la espera de la realización del viaje. (Morgan, Pritchard y Sedgley 2015)

El turismo social son las actividades, relaciones y fenómenos que se realizan en el campo del turismo, en este se da la inclusión de grupos desfavorecidos y excluidos. (McCabe, 2018)

El turismo cultural tiene dos definiciones: la primera es un movimiento de personas hacia lugares con atractivos culturales, ya que quieren recopilar información y experiencias nuevas para complacer una satisfacción cultural. El segundo concepto es el turismo cultural son atracciones culturales específicas (patrimonios, manifestaciones artísticas y culturales) las cuales son visitadas por turistas de un entorno distinto. (Mousavi, Doratli, Mousavi y Moradiahari, 2016)

|

III. METODOLOGÍA

3.1. Tipo y diseño de la investigación

El presente trabajo de investigación es de tipo aplicada, según Sánchez Carlessi (2006) se distingue por su utilidad en los conocimientos teóricos en la cual decide la situación concreta y consecuencias prácticas de las cuales proceden. Busca entender para hacer, actuar, construir y cambiar la realidad.

El diseño utilizado fue no experimental, ya que carece de grupos de control y grupos experimentales según Sánchez Carlessi (2006) es, además, de tipo descriptivo simple, diseño en el cual se busca información determinada de la situación que está determinada anticipadamente. (objetivo de estudio).

El alcance de la tesis es descriptivo, según Hernández Sampieri (2006) las investigaciones descriptivas miden, evalúan o recolectan datos de diferentes criterios (variables) aspectos, dimensiones y componentes que se va a investigar.

El nivel de este estudio es descriptivo, según Ynoub (2007) la investigación descriptiva identifica variables sobresalientes del tema investigado y después se indaga cómo se comportan las variables.

Es también una investigación transversal de un solo corte, ya que según Hernández Sampieri (2006) se recogen datos en un tiempo único. Su finalidad es describir variables y analizar los sucesos e interrelación en un tiempo dado.

3.2. Variables y operacionalización

Identidad cultural de los pobladores de Ica sobre su espacio turístico.

Variable: Identidad Cultural

Dimensiones o componentes:

- Sentido de pertenencia: La pertenencia es importante para formar la identidad. El niño desarrolla este sentido de pertenencia conforme va creciendo, primero aparece el sentido de pertenencia a la familia y más adelante a un grupo, a la comunidad y a la nación. (Kestenberg y Kestenberg 1988, en Hagerty et al. 1992)
- Conocimiento de la historia: El conocimiento de la historia involucra el territorio desde el cual nos formamos como unos seres sociales, los hechos resaltantes sucedidos en el territorio que marcaron la historia y la realidad actual.
- Identidad territorial: La Identidad Territorial se define como un repertorio de representaciones, valores y símbolos pertenecientes a una zona histórica, la cual tiene tradiciones que son parte de la cultura de un determinado lugar. Todos estos elementos, que suceden en una zona determinada, representan a los pobladores del lugar y perduran en el tiempo diferenciando cada lugar de otros territorios, lo cual los hace únicos en sus costumbres, tradiciones y cultura.

3.3. Población (criterios de selección), muestra, muestreo, unidad de análisis.

Población

La población que se consideró para esta tesis en la cual se determina el nivel de identidad cultural sobre su espacio turístico es de 118 676 habitantes de la ciudad de Ica mayores de edad. Esta población será considerada infinita por el tamaño que presenta. La población es la agrupación de elementos los cuales tienen distintas características que se van a estudiar. (Ventura 2017)

Criterios de Inclusión

La encuesta se aplicó a los pobladores de la ciudad de Ica mayores de edad ya que estos son los que tienen mayor contacto con el espacio turístico de la provincia de Ica.

Criterios de Exclusión

No se aplicó la encuesta a los pobladores menores de edad.

Muestra

La muestra fue de 384 pobladores de la ciudad de Ica, La muestra es definida como “un subgrupo de la población o universo” (Hernández, Fernández y Baptista, 2017) Se seleccionó la muestra considerando un nivel de confianza de 95% y un error máximo permitido de 5%. Además, para la proporción de la población que presenta la característica de interés se considerará como valor de p el 50%

$$n = \frac{Z^2 pq}{E^2}$$

Dónde:

n = Número de encuestas.

Z = Valor de la distribución normal estándar según el nivel de confianza.

p = Proporción de la población que tiene las características a estudiar. Si no se conoce se utiliza 0.5%.

q = Proporción de la población que no tiene las características a estudiar

$$q = 1 - p$$

E = Máximo error permisible.

Muestreo

El muestreo utilizado para esta investigación fue probabilístico. El muestreo probabilístico es fundamental que todos los elementos de la población tengan la misma oportunidad de ser seleccionados. (Salvadó, 2016). Por otro lado, el tipo de muestreo es aleatorio simple como lo afirma Salvadó (2016) cada persona de la población tiene la misma oportunidad de ser seleccionado para el estudio.

Unidad de Análisis

La identidad cultural de los pobladores del distrito de Ica mayores de edad.

3.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Técnica

Para este trabajo de tesis se utilizó la técnica de la encuesta para poder medir el nivel de identidad cultural de los pobladores del distrito de Ica. La encuesta es una técnica a través de la cual el investigador diseña un cuestionario para registrar información específica del encuestado. (Gamero, 2014).

Instrumento

El tipo de instrumento utilizado para medir el nivel de identidad cultural de los pobladores de la ciudad de Ica fue un cuestionario tipo Likert, según Meneses (2016) un cuestionario es un instrumento que esta estandarizado, se utiliza para la recolección de datos en el trabajo de campo de una investigación cuantitativa.

El instrumento construido consta de 25 ítems, distribuidos en tres dimensiones: Sentido de pertenencia (9 ítems), conocimiento de la historia (4 ítems) e identidad territorial (12 ítems).

Validez del instrumento

Para la validez de contenido del instrumento se llevó a cabo un juicio de expertos, integrado por 3 docentes expertos de la Universidad César Vallejo, especialistas en el tema de Turismo y Hotelería, quienes brindaron alcances y observaciones para la mejora del instrumento, estos fueron los resultados.

Expertos	Grado Académico	Opinión de aplicabilidad
Braulio Antonio Castillo Canales	Magister	Sí
Claribel Rosario Salvador García	Doctora	Sí
Verónica Zevallos Gallardo	Magister	Sí

Confiabilidad

Para la confiabilidad del instrumento se aplicó una prueba piloto a 30 personas, los resultados fueron procesados en el programa IBM SPSS, dando como resultado un valor de 0.847 en el coeficiente de Alfa de Cronbach, valor que demuestra una alta confiabilidad del instrumento.

Tabla 1

Fiabilidad del instrumento

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,847	25

Al analizar el resultado por cada ítem no se consideró necesario eliminar ninguno de ellos, ya que la diferencia en el valor del coeficiente no fue significativa.

3.5 Procedimiento

Los datos fueron recopilados a través de un cuestionario virtual a los 384 pobladores del distrito de Ica mayores de edad. El cuestionario se construyó tomando como base al artículo científico

Para verificar la validez de contenido del instrumento, este pasó por el juicio de 3 expertos en el tema, asimismo para demostrar la confiabilidad se aplicó una prueba piloto a 30 pobladores del distrito de Ica mayores de edad, se aplicó la prueba de Alpha de Cronbach, dando como resultado una alta confiabilidad (0.847).

Las encuestas fueron aplicadas de forma online a los 384 pobladores que constituyen la muestra, posteriormente se procesaron los datos utilizando el programa IBM SPSS.

Para seleccionar las unidades de análisis se tomaron en cuenta los criterios de inclusión: pobladores del distrito de Ica y mayores de edad.

3.6 Método de análisis de datos

El método de análisis de datos utilizado comprende técnicas descriptivas, se realizó un tratamiento de datos cuantitativos en el programa IBM SPSS.

Se construyeron tablas de frecuencias y gráficos de barras para representar los resultados en cada ítem del instrumento.

Para el análisis de los resultados y los baremos se utilizó la fórmula de estaninos y se presentaron los resultados por niveles.

3.7 Aspectos éticos

Esta investigación respetó el derecho de autor, colocándose las referencias correspondientes a las ideas de otras personas, así mismo se consideró: la autenticidad de resultados; el respeto por las opiniones políticas, religiosas y morales; el respeto por la biodiversidad y el respeto por el medio ambiente; la responsabilidad social, jurídica, política y ética.

Asimismo, la presente investigación respetó la privacidad de las personas encuestadas en la ciudad de Ica, ya que siendo su opinión una fuente importante de información, nos permitió identificar el nivel de Identidad Cultural en la ciudad de Ica sobre su espacio turístico.

Por otro lado, los derechos de los autores citados en esta investigación fueron referencias según las normas APA. Finalmente, se respetaron los lineamientos planteados por la Universidad Cesar Vallejo lo que permitió demostrar la autenticidad y conformidad del estudio, dejando de lado cualquier intento de copia o plagio de otras investigaciones.

IV. RESULTADOS

Gráficos descriptivos

Tabla 2

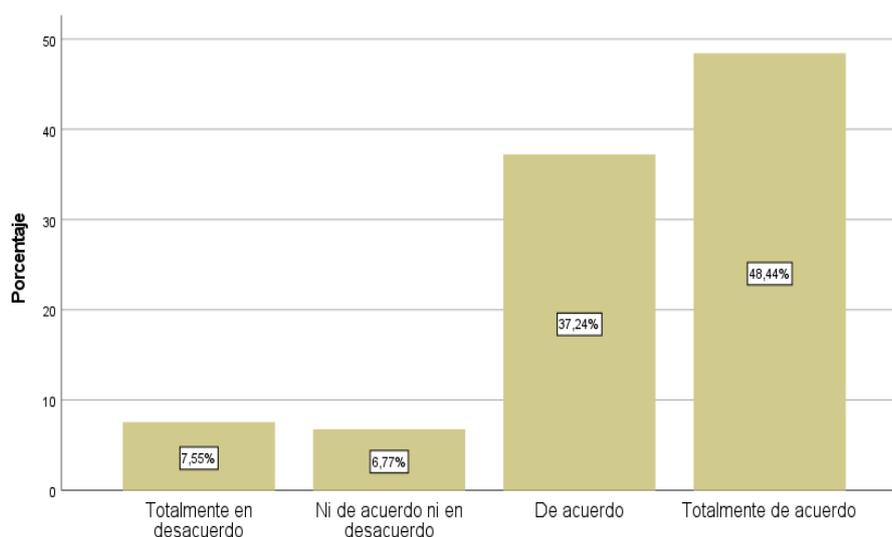
Cuadro del ítem 1

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	29	7,6	7,6	7,6
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	26	6,8	6,8	14,3
	De acuerdo	143	37,2	37,2	51,6
	Totalmente de acuerdo	186	48,4	48,4	100,0
	Total	384	100,0	100,0	

Nota: Fuente, Encuesta del investigador

Figura 1

Gráfico 1: EL turismo beneficia a todos los pobladores de la ciudad de Ica.



Nota: Fuente, Encuesta del autor.

Interpretación: En el ítem 1, el turismo beneficia a todos los pobladores de Ica, se puede apreciar que el 7,55% está totalmente en desacuerdo, el 6,77% tiene una opinión neutral, el 37,24% está de acuerdo y el 48,44% está totalmente de acuerdo. Al sumar los porcentajes de los pobladores que están de acuerdo y totalmente de acuerdo en reconocer que el turismo beneficia a todos los pobladores de la ciudad de Ica, se obtiene 85,58%, porcentaje que demuestra que la población reconoce que el turismo los beneficia.

Tabla 3

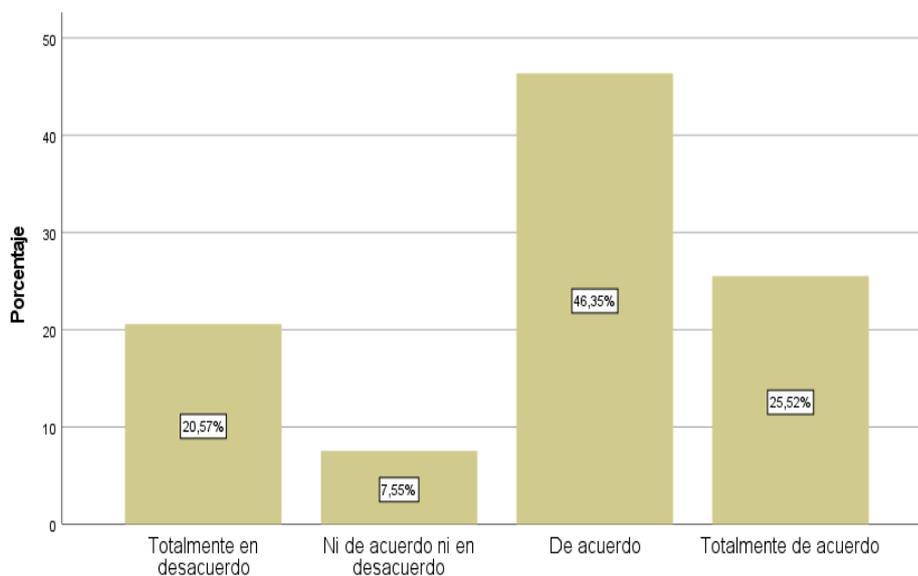
Cuadro del ítem 2

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	79	20,6	20,6	20,6
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	29	7,6	7,6	28,1
	De acuerdo	178	46,4	46,4	74,5
	Totalmente de acuerdo	98	25,5	25,5	100,0
	Total	384	100,0	100,0	

Nota: Fuente. Encuesta del investigador

Figura 2

Gráfico 2: Tengo una buena opinión del turismo de la ciudad de Ica.



Nota: Fuente. Encuesta del autor.

Interpretación: En el ítem 2, tengo una buena opinión del turismo de la ciudad de Ica, se puede apreciar que el 20.57% está totalmente en desacuerdo, el 7.55% tiene una opinión neutral (ni de acuerdo ni en desacuerdo), el 46.35% está de acuerdo y el 25.52% está totalmente de acuerdo. Al sumar los porcentajes de los pobladores que están de acuerdo y totalmente de acuerdo en reconocer que tienen una buena opinión del turismo de la ciudad de Ica, se observa que el 71.87% de la población tienen una buena opinión del turismo en la ciudad de Ica.

Tabla 4

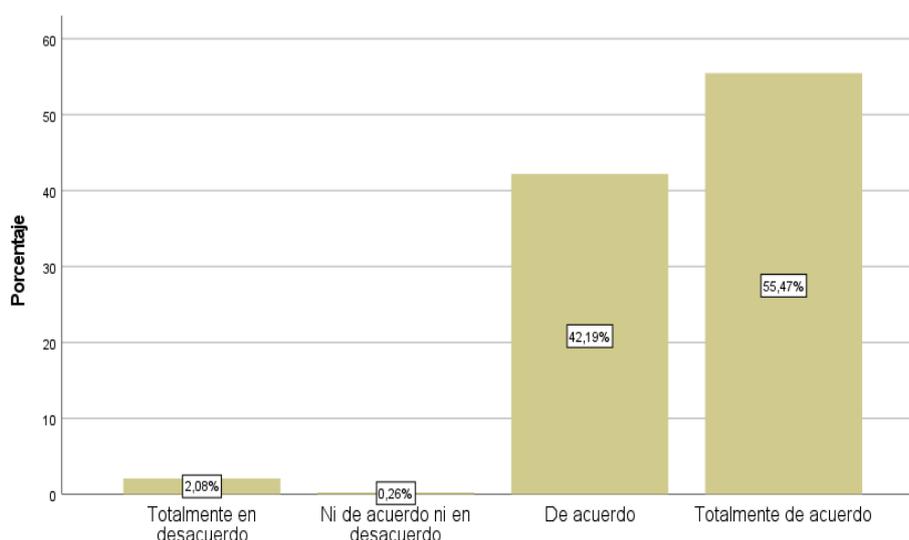
Cuadro del ítem 3

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	8	2,1	2,1	2,1
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	1	,3	,3	2,3
	De acuerdo	162	42,2	42,2	44,5
	Totalmente de acuerdo	213	55,5	55,5	100,0
	Total	384	100,0	100,0	

Nota: Fuente. Encuesta del investigador

Figura 3

Gráfico 3: Valoro la visita de turistas nacionales e internacionales al espacio turístico de la ciudad.



Nota: Fuente. Encuesta del autor.

Interpretación: En el ítem 3, valoro la visita de turistas nacionales e internacionales al espacio turístico de la ciudad se puede observar que el 2.08% está totalmente en desacuerdo, el 0.26% no está ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 42.19% se mostró de acuerdo y el 55.47% está totalmente de acuerdo. Al sumar los porcentajes de los pobladores que están de acuerdo y totalmente de acuerdo en que valoran la visita de turistas nacionales e internacionales al espacio turístico de la ciudad, se obtiene un 97.66%.

Tabla 5

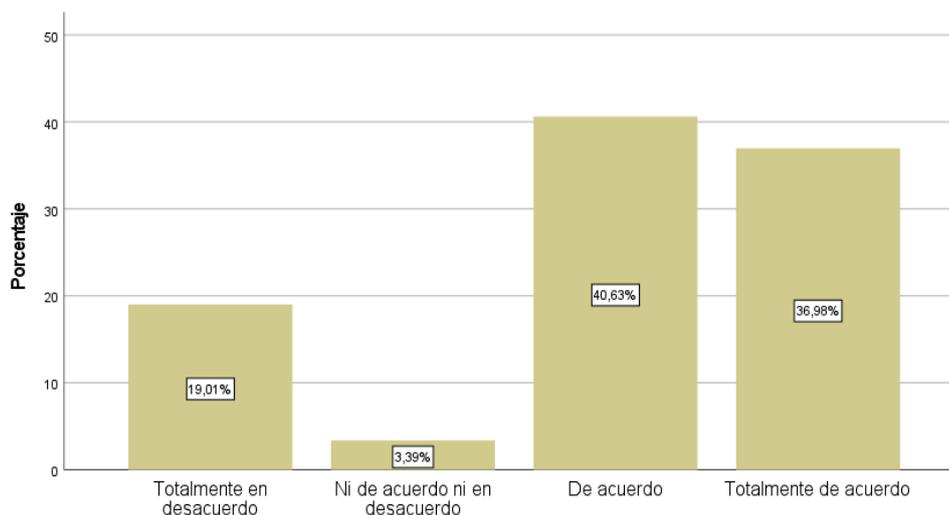
Cuadro del ítem 4

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	73	19,0	19,0	19,0
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	13	3,4	3,4	22,4
	De acuerdo	156	40,6	40,6	63,0
	Totalmente de acuerdo	142	37,0	37,0	100,0
	Total	384	100,0	100,0	

Nota: Fuente. Encuesta del investigador

Figura 4

Gráfico 4: Me identifico con los recursos turísticos de mi barrio o localidad.



Nota: Fuente. Encuesta del autor.

Interpretación: En el ítem 4, me identifico con los recursos turísticos de mi barrio o localidad, se puede apreciar que el 19.01% está totalmente en desacuerdo, el 3.39% tiene una opinión neutral, el 40,63% está de acuerdo y el 36.98% está totalmente de acuerdo. Al sumar los porcentajes de los pobladores que están de acuerdo y totalmente de acuerdo se obtiene 77.61%, porcentaje que demuestra que la mayoría de la población de la ciudad de Ica se identifica con los recursos turísticos de su barrio.

Tabla 6

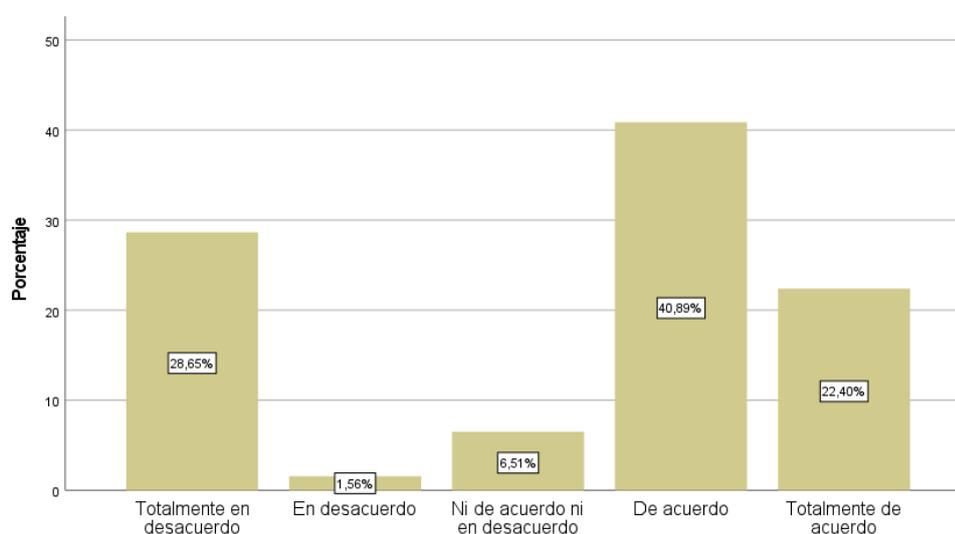
Cuadro del ítem 5

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	110	28,6	28,6	28,6
	En desacuerdo	6	1,6	1,6	30,2
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	25	6,5	6,5	36,7
	De acuerdo	157	40,9	40,9	77,6
	Totalmente de acuerdo	86	22,4	22,4	100,0
	Total	384	100,0	100,0	

Nota: Fuente. Encuesta del investigador

Figura 5

Gráfico 5: Participo activamente de la limpieza y cuidado de los recursos turísticos aledaños.



Nota: Fuente. Encuesta del autor.

Interpretación: En el ítem 5, participo activamente de la limpieza y cuidado de los recursos turísticos aledaños, se observa que el 28.65% está totalmente en desacuerdo, el 6.51% tiene una opinión neutral, el 40,89% está de acuerdo y el 22.40% está totalmente de acuerdo. Al sumar los porcentajes de los pobladores que están de acuerdo y totalmente de acuerdo se obtiene 63.29%, mientras que al sumar las demás categorías se obtiene 36.71%, porcentaje de pobladores que nunca participan en actividades de limpieza y cuidado de recursos turísticos.

Tabla 7

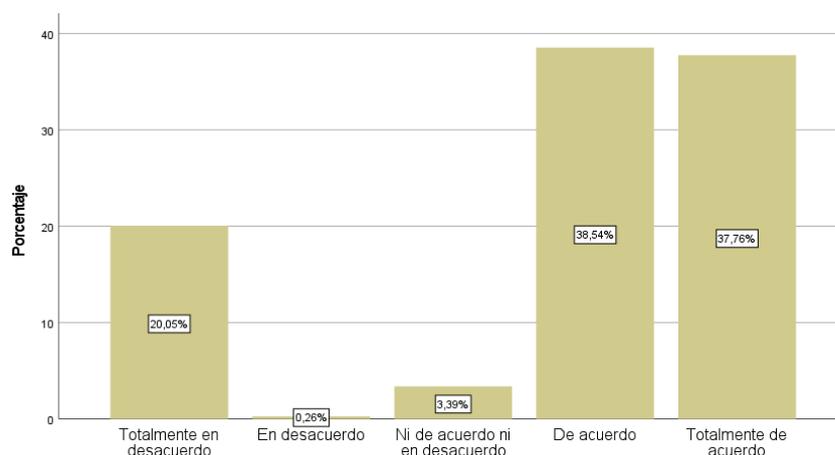
Cuadro del ítem 6

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	77	20,1	20,1	20,1
	En desacuerdo	1	,3	,3	20,3
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	13	3,4	3,4	23,7
	De acuerdo	148	38,5	38,5	62,2
	Totalmente de acuerdo	145	37,8	37,8	100,0
	Total	384	100,0	100,0	

Nota: Fuente. Encuesta del investigador

Figura 6

Gráfico 6: El museo regional de Ica resalta por su variedad de piezas de cerámica, tejidos, momias, evidencias de las trepanaciones craneanas réplica de las líneas de Nazca.



Nota: Fuente. Encuesta del autor.

Interpretación: En el ítem 6, el museo regional de Ica resalta por su variedad de piezas de cerámica, tejidos, momias, evidencias de las trepanaciones craneanas réplica de las líneas de Nazca; se destaca que las categorías de acuerdo y totalmente de acuerdo tienen los porcentajes más altos, sumando entre las dos 76.3%, sin embargo se observa que un porcentaje de 23.7% de pobladores aun no valoran la riqueza cultural que ofrece el museo regional de Ica.

Tabla 8

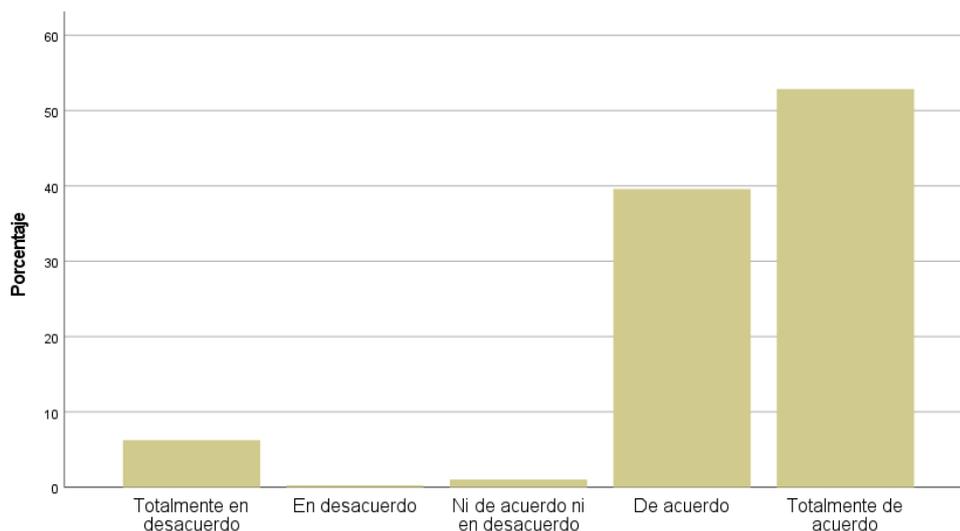
Cuadro del ítem 7

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	24	6,3	6,3	6,3
	En desacuerdo	1	,3	,3	6,5
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	4	1,0	1,0	7,6
	De acuerdo	152	39,6	39,6	47,1
	Totalmente de acuerdo	203	52,9	52,9	100,0
	Total	384	100,0	100,0	

Nota: Fuente. Encuesta del investigador

Figura 7

Gráfico 7: Los atractivos turísticos de la ciudad de Ica tienen una importancia nacional.



Nota: Fuente. Encuesta del autor.

Interpretación: En el ítem 7, los atractivos turísticos de la ciudad de Ica tienen una importancia nacional, se observa que el 6.3% está Totalmente en desacuerdo, el 0.3% está en desacuerdo y el 1% tiene una posición neutral, cabe destacar que entre las categorías de acuerdo y totalmente de acuerdo existe un alto porcentaje del 92.5% que reconoce que los atractivos turísticos de la ciudad de Ica tienen importancia nacional.

Tabla 9

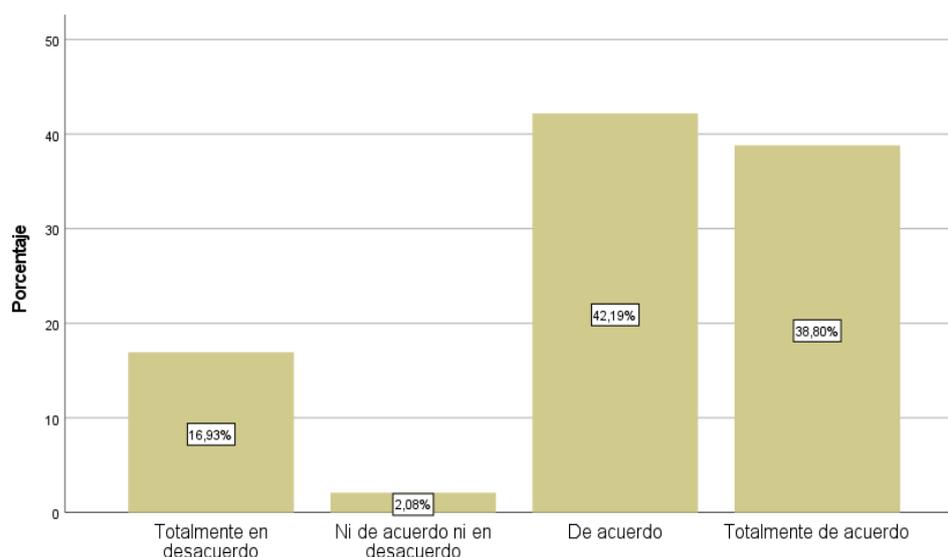
Cuadro del ítem 8

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	65	16,9	16,9	16,9
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	8	2,1	2,1	19,0
	De acuerdo	162	42,2	42,2	61,2
	Totalmente de acuerdo	149	38,8	38,8	100,0
	Total	384	100,0	100,0	

Nota: Fuente. Encuesta del investigador

Figura 8

Gráfico 8: Los atractivos turísticos de la ciudad de Ica tienen una importancia nacional.



Nota: Fuente. Encuesta del autor.

Interpretación: En el ítem 8, los atractivos turísticos de Ica representan muy bien a la marca Perú, se observa que el 16.93% está Totalmente en desacuerdo, el 2.08% tiene una posición neutral, el 42.19% está de acuerdo y el 38.8% Totalmente de acuerdo cabe destacar que entre las categorías de acuerdo y totalmente de acuerdo existe porcentaje del 80.99% que reconoce los atractivos turísticos de Ica representan muy bien a la marca Perú.

Tabla 10

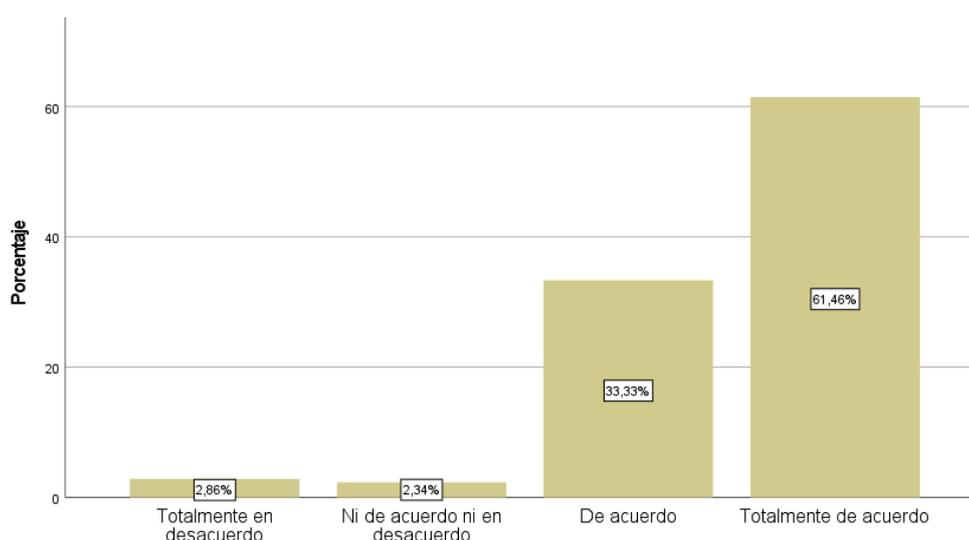
Cuadro del ítem 9

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	11	2,9	2,9	2,9
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	9	2,3	2,3	5,2
	De acuerdo	128	33,3	33,3	38,5
	Totalmente de acuerdo	236	61,5	61,5	100,0
	Total	384	100,0	100,0	

Nota: Fuente. Encuesta del investigador

Figura 9

Gráfico 9: Los caballos de paso y el pisco elaborado en la ciudad de Ica destacan a nivel nacional.



Nota: Fuente. Encuesta del autor.

Interpretación: En el ítem 9, los caballos de paso y el pisco elaborado en la ciudad de Ica destacan a nivel nacional, se observa que el 2.66% está Totalmente en desacuerdo, el 2.34% está en desacuerdo, cabe destacar que entre las categorías de acuerdo y totalmente de acuerdo existe un alto porcentaje del 94.79% que reconoce los caballos de paso y el pisco elaborado en la ciudad de Ica destacan a nivel nacional.

Tabla 11

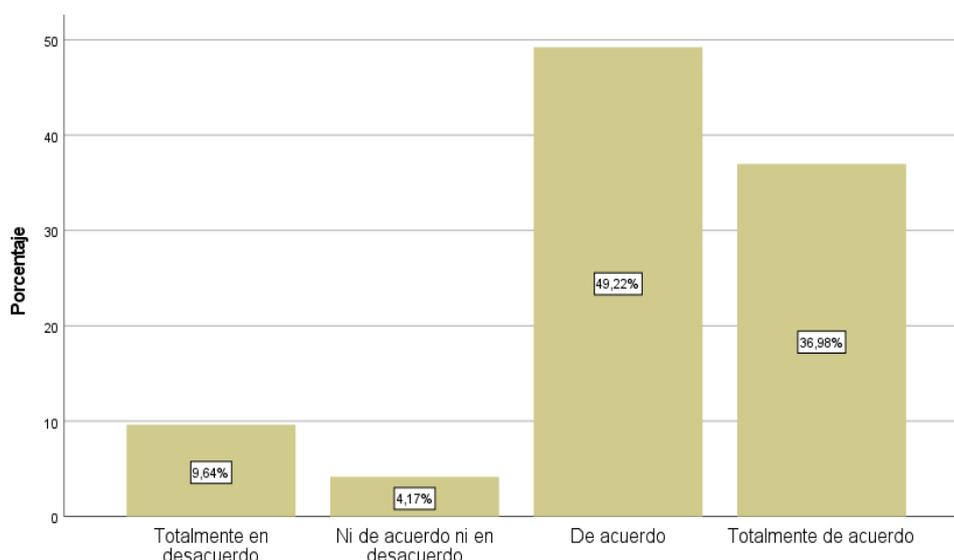
Cuadro del ítem 10

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	37	9,6	9,6	9,6
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	16	4,2	4,2	13,8
	De acuerdo	189	49,2	49,2	63,0
	Totalmente de acuerdo	142	37,0	37,0	100,0
	Total	384	100,0	100,0	

Nota: Fuente. Encuesta del investigador

Figura 10

Gráfico 10: Las culturas prehispánicas que se asentaron en Ica fueron Paracas, Chincha y Nasca.



Nota: Fuente. Encuesta del autor.

Interpretación: En el ítem 10, las culturas prehispánicas que se asentaron en Ica fueron Paracas, Chincha y Nasca, se observa que el 9.64% está Totalmente en desacuerdo, el 4.17% tiene una posición neutral, el 49.22% está de acuerdo y el 36.98% está totalmente de acuerdo cabe destacar que entre las categorías de acuerdo y totalmente de acuerdo existe porcentaje del 86.2% que reconoce las culturas prehispánicas que se asentaron en Ica fueron Paracas, Chincha y Nasca.

Tabla 12

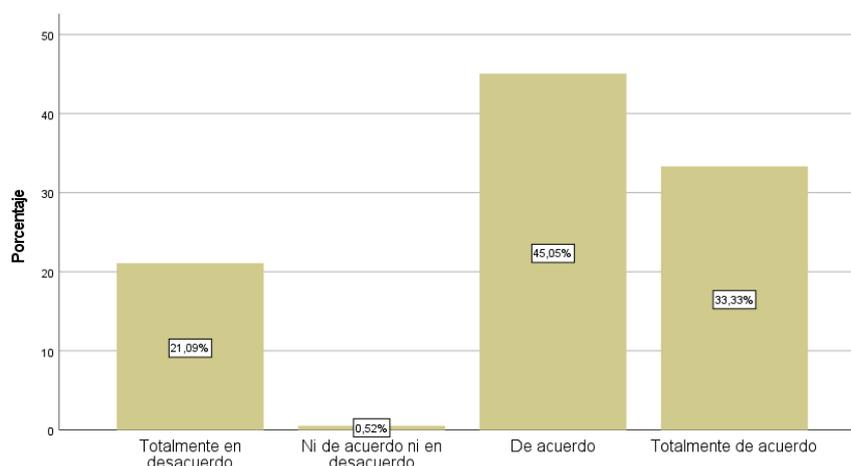
Cuadro del ítem 11

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	81	21,1	21,1	21,1
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	2	,5	,5	21,6
	De acuerdo	173	45,1	45,1	66,7
	Totalmente de acuerdo	128	33,3	33,3	100,0
	Total	384	100,0	100,0	

Nota: Fuente. Encuesta del investigador

Figura 11

Gráfico 11: El primer asiento hispano en el territorio fue fundado por Jerónimo de Cabrera y recibió el nombre de la Villa de Valverde de Ica.



Nota: Fuente. Encuesta del autor.

Interpretación: En el ítem 11, el primer asiento hispano en el territorio fue fundado por Jerónimo de Cabrera y recibió el nombre de la Villa de Valverde de Ica, se destaca que el 21.09% está totalmente en desacuerdo, el 0.52% tiene una opinión neutral, el 45.05% está de acuerdo y el 33.33% está totalmente de acuerdo. Al sumar los porcentajes de los pobladores que están de acuerdo y totalmente de acuerdo en reconocer el primer asiento hispano en el territorio fue fundado por Jerónimo de Cabrera y recibió el nombre de la Villa de Valverde de Ica, se obtiene 88.38%.

Tabla 13

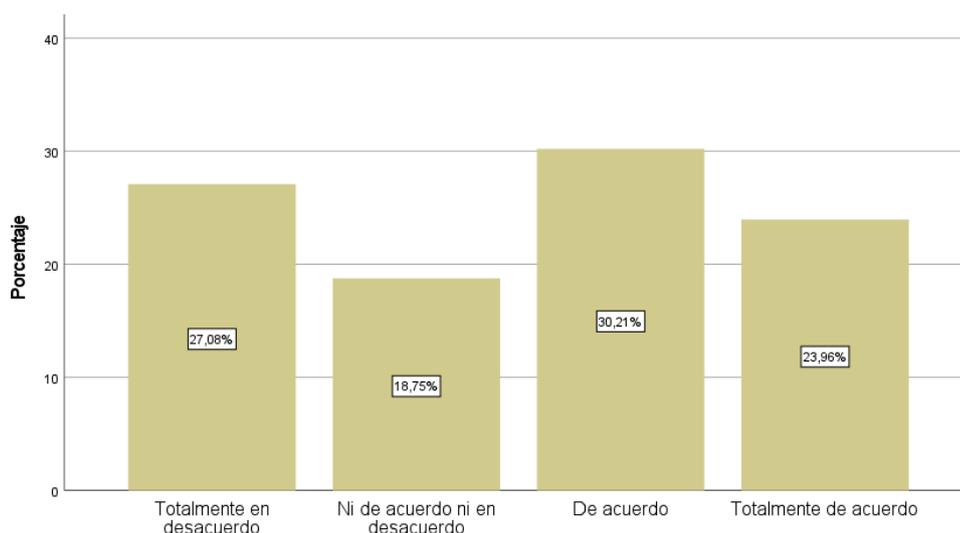
Cuadro del ítem 12

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	104	27,1	27,1	27,1
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	72	18,8	18,8	45,8
	De acuerdo	116	30,2	30,2	76,0
	Totalmente de acuerdo	92	24,0	24,0	100,0
	Total	384	100,0	100,0	

Nota: Fuente. Encuesta del investigador

Figura 12

Gráfico 12 : El 25 de junio se conmemora la creación política de Ica.



Nota: Fuente. Encuesta del autor.

Interpretación: En el ítem 12, el 25 de junio se conmemora la creación política de Ica, se destaca que el 27.08% está totalmente en desacuerdo, el 18.75% tiene una opinión neutral, el 30,21% está de acuerdo y el 23.96% está totalmente de acuerdo. Al sumar los porcentajes de los pobladores que están totalmente en desacuerdo y dieron una respuesta neutral se observa que el 45.83%, porcentaje considerable de la población que desconoce parte de la historia de la ciudad de Ica.

Tabla 14

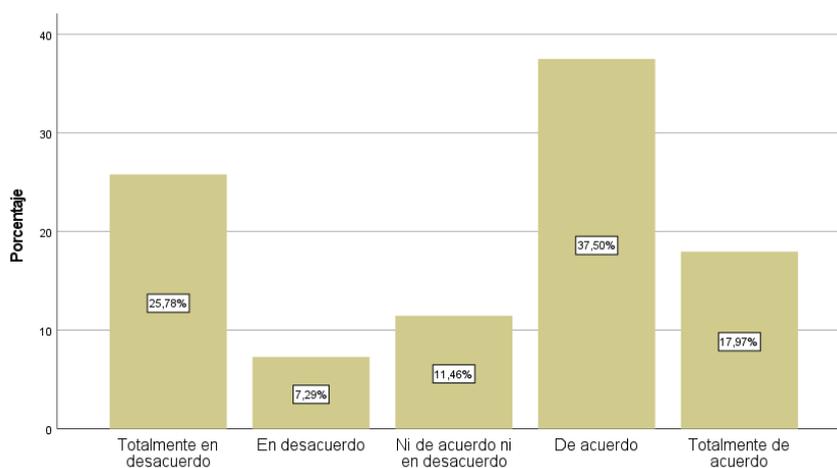
Cuadro del ítem 13

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	99	25,8	25,8	25,8
	En desacuerdo	28	7,3	7,3	33,1
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	44	11,5	11,5	44,5
	De acuerdo	144	37,5	37,5	82,0
	Totalmente de acuerdo	69	18,0	18,0	100,0
	Total	384	100,0	100,0	

Nota: Fuente. Encuesta del investigador

Figura 13

Gráfico 13: Tengo conocimiento de las principales fechas cívicas y culturales de Ica.



Nota: Fuente. Encuesta del autor.

Interpretación: En el ítem 13, tengo conocimiento de las principales fechas cívicas y culturales de Ica, se observa que el 25.78% está totalmente en desacuerdo, el 7.29% en desacuerdo, el 11.46% tiene una opinión neutral, el 37,5% está de acuerdo y el 17.97% está totalmente de acuerdo. Al sumar los porcentajes de los pobladores que están totalmente en desacuerdo, en desacuerdo y tienen una opinión neutral se destaca que el 44.53% de los pobladores de la ciudad de Ica reconocen que no tienen conocimiento de las principales fechas cívicas y culturales.

Tabla 15

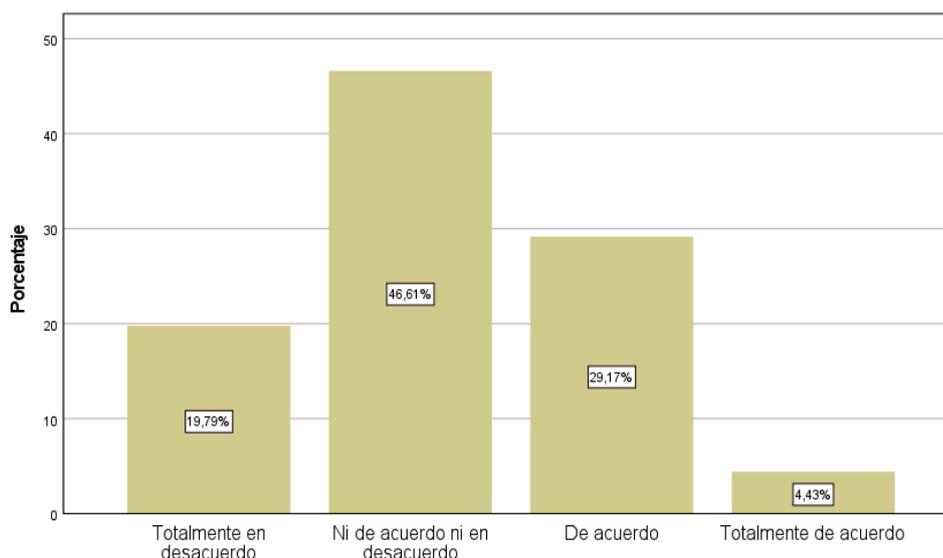
Cuadro del ítem 14

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	76	19,8	19,8	19,8
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	179	46,6	46,6	66,4
	De acuerdo	112	29,2	29,2	95,6
	Totalmente de acuerdo	17	4,4	4,4	100,0
	Total	384	100,0	100,0	

Nota: Fuente. Encuesta del investigador

Figura 14

Gráfico 14: El clima de Ica no presenta variaciones durante todo el año.



Nota: Fuente. Encuesta del autor.

Interpretación: En el ítem 14, el clima de Ica no presenta variaciones durante todo el año, se observa que el 19.79% está totalmente en desacuerdo, el 46.61% tiene una opinión neutral, el 29.17% está de acuerdo y el 4.43% está totalmente de acuerdo. Cabe destacar que el 46.61% no tiene una opinión definida sobre el clima de la ciudad. El 33.6% porcentaje que se obtuvo sumando los pobladores que opinaron de acuerdo y totalmente de acuerdo asume que el clima no presenta variaciones.

Tabla 16

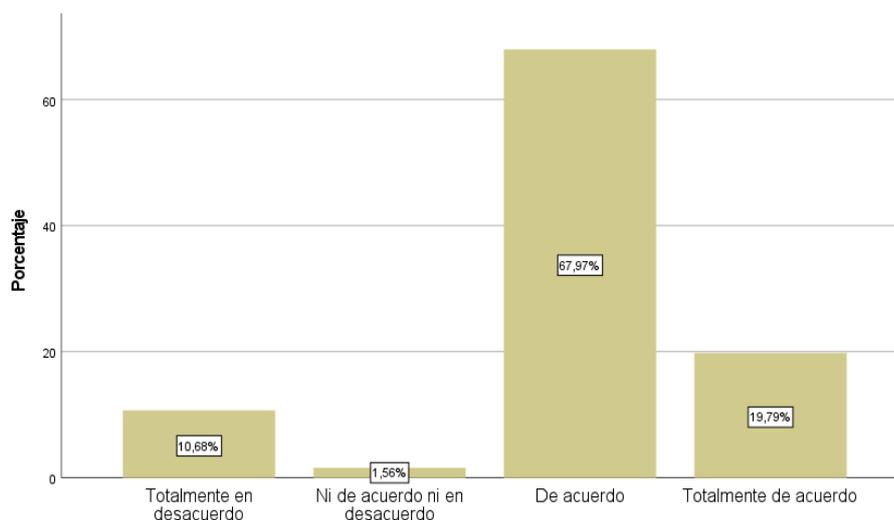
Cuadro del ítem 15

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	41	10,7	10,7	10,7
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	6	1,6	1,6	12,2
	De acuerdo	261	68,0	68,0	80,2
	Totalmente de acuerdo	76	19,8	19,8	100,0
	Total	384	100,0	100,0	

Nota: Fuente. Encuesta del investigador

Figura 15

Gráfico 15: Los recursos naturales más representativos del distrito de Ica están relacionados a la agricultura.



Nota: Fuente. Encuesta del autor.

Interpretación: En el ítem 15, los recursos naturales más representativos del distrito de Ica están relacionados a la agricultura, se destaca que solo el 10.66% está totalmente en desacuerdo, el 1.56% tiene una opinión neutral, el 67.97% está de acuerdo y el 19.79% está totalmente de acuerdo. Al sumar los porcentajes de los pobladores que están de acuerdo y totalmente de acuerdo en reconocer que los recursos naturales más representativos del distrito de Ica están relacionados a la agricultura, se obtiene 87.76%, porcentaje que demuestra que la población reconoce que la agricultura es el mayor recurso natural de la ciudad.

Tabla 17

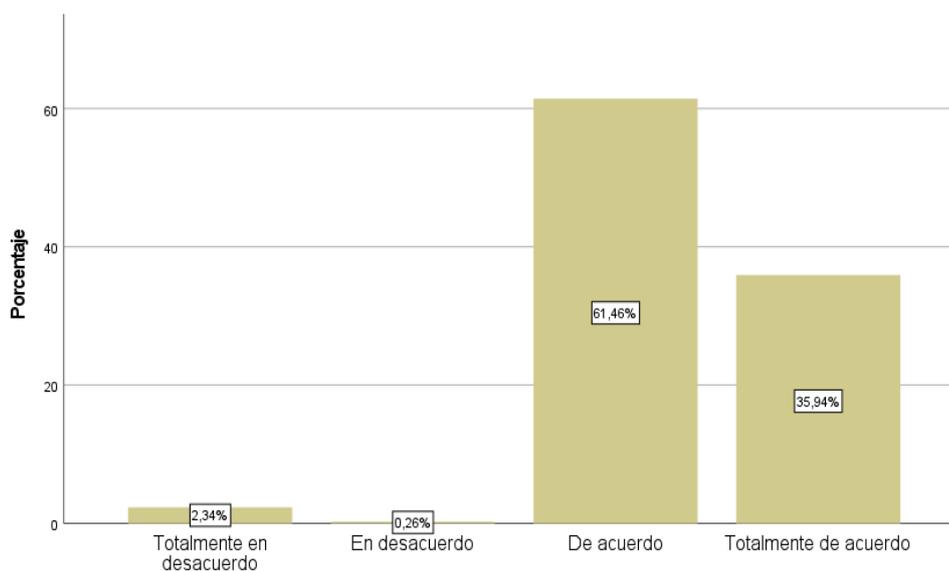
Cuadro del ítem 16

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	9	2,3	2,3	2,3
	En desacuerdo	1	,3	,3	2,6
	De acuerdo	236	61,5	61,5	64,1
	Totalmente de acuerdo	138	35,9	35,9	100,0
	Total	384	100,0	100,0	

Nota: Fuente. Encuesta del investigador

Figura 16

Gráfico 16: Valoro los recursos culturales de la ciudad de Ica.



Nota: Fuente. Encuesta del autor.

Interpretación: En el ítem 16, valoro los recursos culturales de la ciudad de Ica, se observa que solo el 2.34% de los pobladores están totalmente en desacuerdo y el 0.26 en desacuerdo, cabe destacar los altos porcentajes en las categorías de acuerdo y totalmente de acuerdo, 61.46% y 35.94% respectivamente. Lo que indica que la mayoría de los pobladores valoran los recursos culturales de la ciudad de Ica en general.

Tabla 18

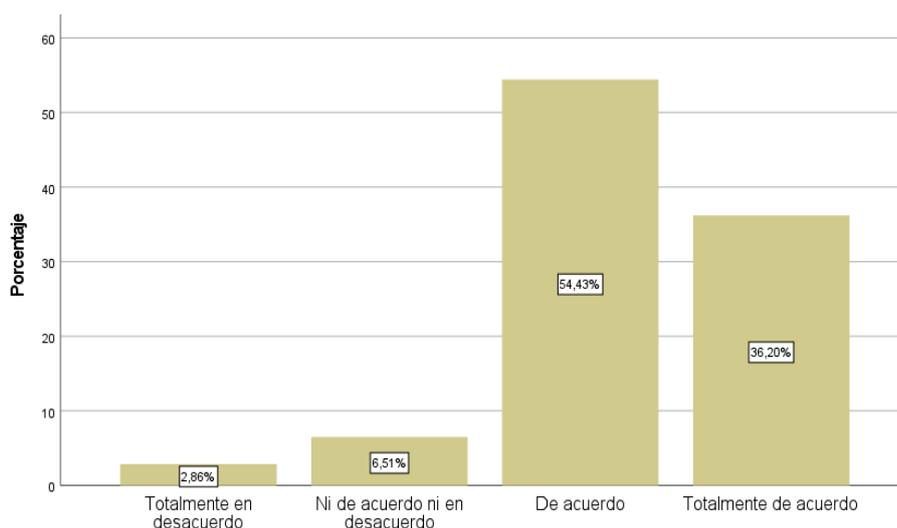
Cuadro del ítem 17

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	11	2,9	2,9	2,9
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	25	6,5	6,5	9,4
	De acuerdo	209	54,4	54,4	63,8
	Totalmente de acuerdo	139	36,2	36,2	100,0
	Total	384	100,0	100,0	

Nota: Fuente, Encuesta del investigador

Figura 17

Gráfico 17: Reconozco las principales iglesias de la ciudad de Ica como parte del patrimonio cultural.



Nota: Fuente. Encuesta del autor.

Interpretación: En el ítem 17, reconozco las principales iglesias de la ciudad de Ica como parte del patrimonio cultural, se observa que el 2.86% está totalmente en desacuerdo, el 6.51% tiene una opinión neutral, el 54,43% está de acuerdo y el 36.20% está totalmente de acuerdo. Al sumar los porcentajes de los pobladores que están de acuerdo y totalmente de acuerdo se obtiene 90.63%, porcentaje que demuestra que la población iqueña reconoce a las principales iglesias de la ciudad de Ica como parte del patrimonio cultural.

Tabla 19

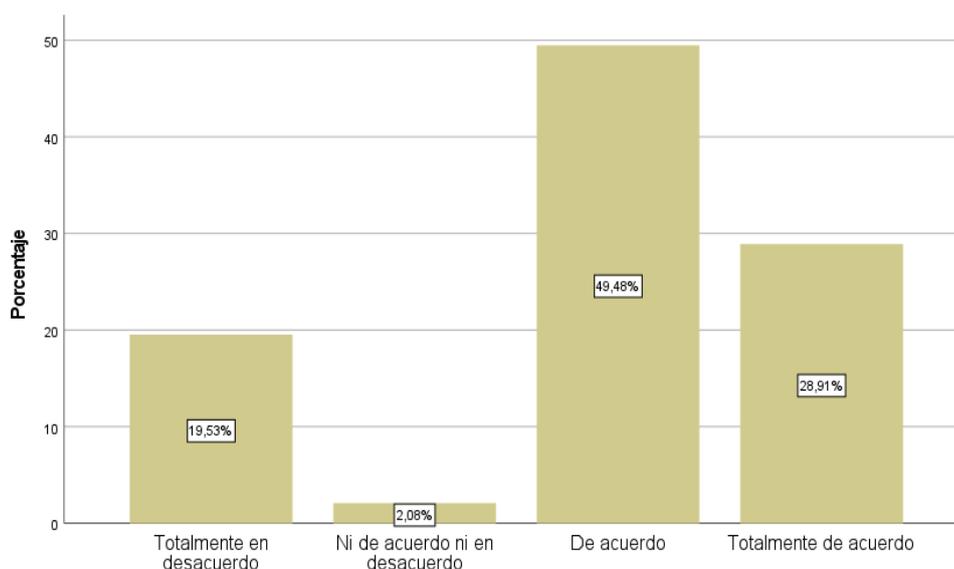
Cuadro del ítem 18

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	75	19,5	19,5	19,5
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	8	2,1	2,1	21,6
	De acuerdo	190	49,5	49,5	71,1
	Totalmente de acuerdo	111	28,9	28,9	100,0
	Total	384	100,0	100,0	

Nota: Fuente. Encuesta del investigador

Figura 18

Gráfico 18: Las principales danzas que se practican en la ciudad son: festejo y atajo de negritos.



Nota: Fuente. Encuesta del autor.

Interpretación: En el ítem 18, las principales danzas que se practican en la ciudad son: festejo y atajo de negritos, se observa que el 19.53% está totalmente en desacuerdo, el 2.08% tiene una opinión neutral, el 49.48% está de acuerdo y el 28.91% está totalmente de acuerdo. Al sumar los porcentajes de los pobladores que están de acuerdo y totalmente de acuerdo, se obtiene 78.39%, porcentaje que indica que la mayoría de los pobladores conocen las danzas típicas de Ica.

Tabla 20

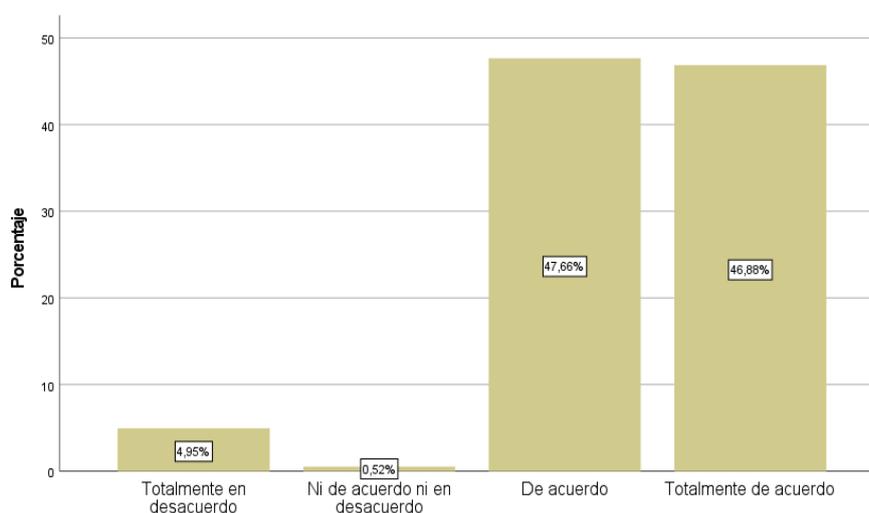
Cuadro del ítem 19

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	19	4,9	4,9	4,9
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	2	,5	,5	5,5
	De acuerdo	183	47,7	47,7	53,1
	Totalmente de acuerdo	180	46,9	46,9	100,0
	Total	384	100,0	100,0	

Nota: Fuente. Encuesta del investigador

Figura 19

Gráfico 19: La pisa de la uva es una de las tradiciones más representativas de Ica.



Nota: Fuente. Encuesta del autor.

Interpretación: En el ítem 19, la pisa de la uva es una de las tradiciones más representativas de Ica, se observa que solo el 4.95% de los pobladores están totalmente en desacuerdo, el 0.52% tiene una opinión neutral, el 47.66% está de acuerdo y el 46.88% está totalmente de acuerdo. Cabe destacar que al sumar los porcentajes de los pobladores que están de acuerdo y totalmente de acuerdo se obtiene un alto porcentaje de 94.54%, lo que indica que los pobladores de la ciudad de Ica, casi en su totalidad, reconocen a la pisa de uva como una de las tradiciones más representativas de la ciudad.

Tabla 21

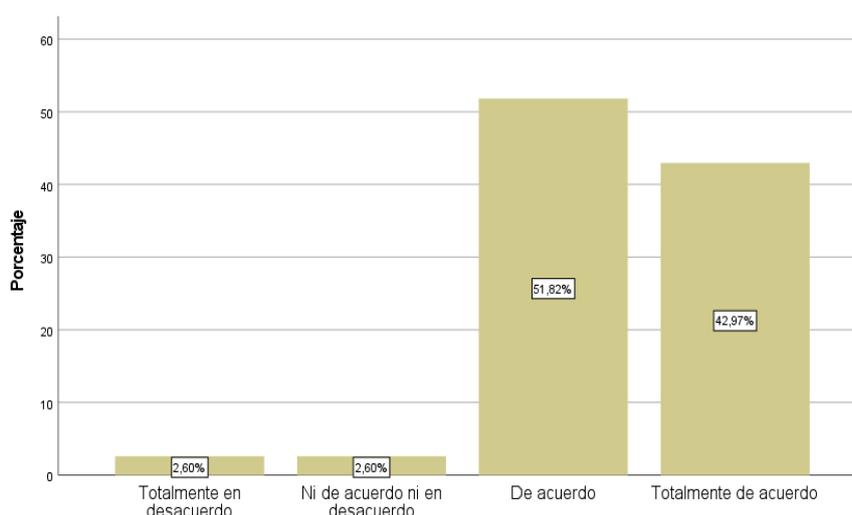
Cuadro del ítem 20

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	10	2,6	2,6	2,6
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	10	2,6	2,6	5,2
	De acuerdo	199	51,8	51,8	57,0
	Totalmente de acuerdo	165	43,0	43,0	100,0
	Total	384	100,0	100,0	

Nota: Fuente. Encuesta del investigador

Figura 20

Gráfico 20: Ica se caracteriza por sus dulces típicos como las tejas y sus comidas como el picante de payares y ensalada de garbanzos, entre otras.



Nota: Fuente. Encuesta del autor.

Interpretación: En el ítem 20, Ica se caracteriza por sus dulces típicos como las tejas y sus comidas como el picante de payares y ensalada de garbanzos, entre otras, se observa que el 2.6% está totalmente en desacuerdo, el 2.6% tiene una opinión neutral, el 51.82% está de acuerdo y el 42.97% está totalmente de acuerdo. Al sumar los porcentajes de los pobladores que están de acuerdo y totalmente de acuerdo, se obtiene 94.79%, porcentaje que demuestra que la población reconoce las comidas típicas de la ciudad de Ica

Tabla 22

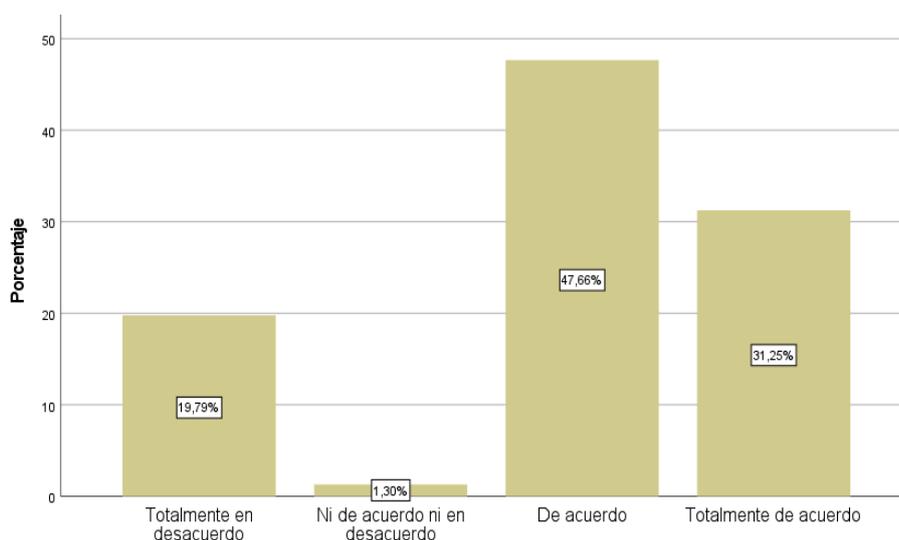
Cuadro del ítem 21

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	76	19,8	19,8	19,8
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	5	1,3	1,3	21,1
	De acuerdo	183	47,7	47,7	68,8
	Totalmente de acuerdo	120	31,3	31,3	100,0
	Total	384	100,0	100,0	

Nota: Fuente. Encuesta del investigador

Figura 21

Gráfico 21: Las costumbres de Ica son únicas e irrepetibles



Nota: Fuente. Encuesta del autor.

Interpretación: En el ítem 21, las costumbres de Ica son únicas e irrepetibles, se observa que el 19.79% está totalmente en desacuerdo, el 1.30% tiene una opinión neutral, el 47.66% está de acuerdo y el 31.25% está totalmente de acuerdo. Al sumar los porcentajes de los pobladores que están de acuerdo y totalmente de acuerdo en reconocer que el turismo beneficia a todos los pobladores de la ciudad de Ica, se obtiene 78.91%, porcentaje que indica que la mayoría de la población queña reconoce que las costumbres de la ciudad son únicas e irrepetibles.

Tabla 23

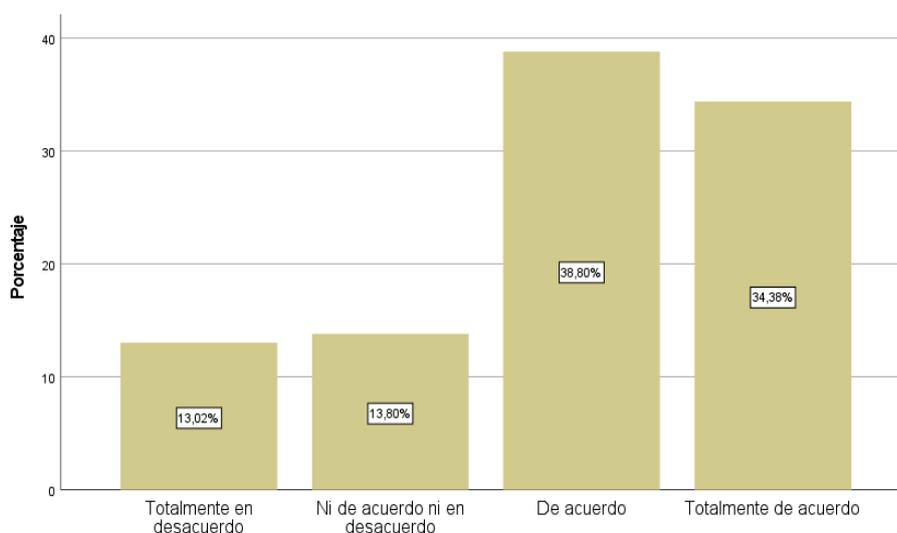
Cuadro del ítem 22

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	50	13,0	13,0	13,0
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	53	13,8	13,8	26,8
	De acuerdo	149	38,8	38,8	65,6
	Totalmente de acuerdo	132	34,4	34,4	100,0
	Total	384	100,0	100,0	

Nota: Fuente. Encuesta del investigador

Figura 22

Gráfico 22: Participo activamente en la festividad del Señor de Luren en semana santa y en el mes de octubre.



Nota: Fuente. Encuesta del autor.

Interpretación: En el ítem 22, participo activamente en la festividad del Señor de Luren en semana santa y en el mes de octubre, se observa que el 13.02% está totalmente en desacuerdo, el 13.80% tiene una opinión neutral, el 38.8% está de acuerdo y el 34.38% está totalmente de acuerdo. Cabe destacar que un porcentaje de 73.18% participa en las festividades del Señor de Luren, mientras que un 26.82% o no participa o no opina al respecto.

Tabla 24

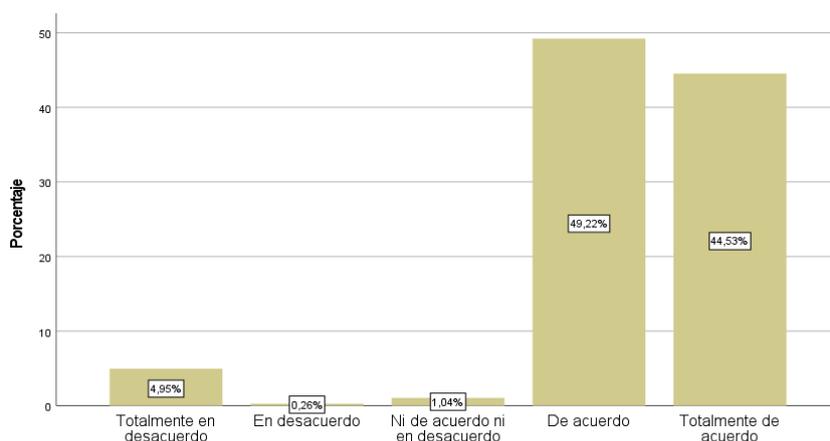
Cuadro del ítem 23

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	19	4,9	4,9	4,9
	En desacuerdo	1	,3	,3	5,2
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	4	1,0	1,0	6,3
	De acuerdo	189	49,2	49,2	55,5
	Totalmente de acuerdo	171	44,5	44,5	100,0
	Total	384	100,0	100,0	

Nota: Fuente. Encuesta del investigador

Figura 23

Gráfico 23: La fiesta de vendimia es una de las festividades más tradicionales y representativas de la ciudad de Ica.



Nota: Fuente. Encuesta del autor.

Interpretación: En el ítem 23, la fiesta de vendimia es una de las festividades más tradicionales y representativas de la ciudad de Ica. Se observa que 4.95% está totalmente en desacuerdo, el 0.26% en desacuerdo el 1.04% tiene una opinión neutral, el 49.24% está de acuerdo y el 44.53% está totalmente de acuerdo. Al sumar los porcentajes de los pobladores que están de acuerdo y totalmente de acuerdo, se obtiene 93.75%, porcentaje que indica que la mayoría de los pobladores de la ciudad de Ica reconocen a la fiesta de vendimia como una de las festividades más tradicionales y representativas de la ciudad.

Tabla 25

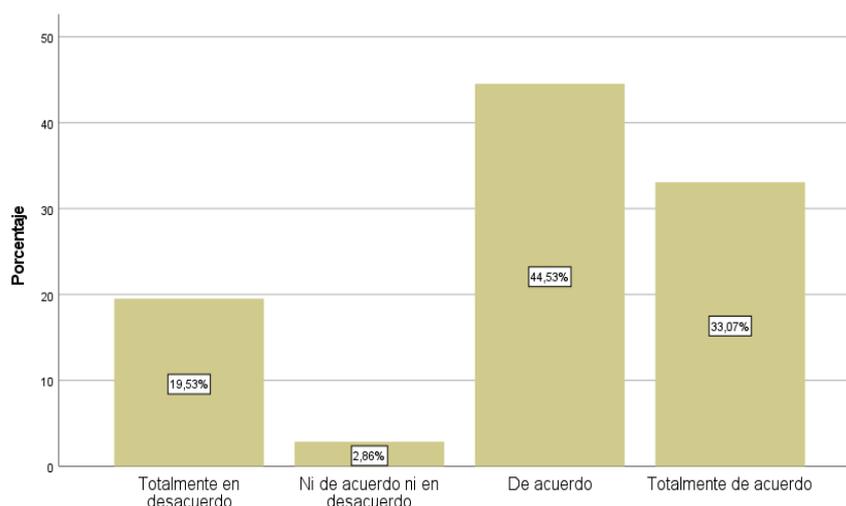
Cuadro del ítem 24

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	75	19,5	19,5	19,5
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	11	2,9	2,9	22,4
	De acuerdo	171	44,5	44,5	66,9
	Totalmente de acuerdo	127	33,1	33,1	100,0
	Total	384	100,0	100,0	

Nota: Fuente. Encuesta del investigador

Figura 24

Gráfico 24: Los valores que se promueven el distrito de Ica ayudan a fortalecer la identidad iqueña.



Nota: Fuente. Encuesta del autor.

Interpretación: En el ítem 24, los valores que se promueven el distrito de Ica ayudan a fortalecer la identidad iqueña, se observa que el 19.53% está totalmente en desacuerdo, el 2.86% tiene una opinión neutral, el 44.53% está de acuerdo y el 33.07% está totalmente de acuerdo. Al sumar los porcentajes de los pobladores que están de acuerdo y totalmente de acuerdo, se obtiene 77.6%, porcentaje indica que el 77.6% de los pobladores reconocen que los valores que se promueven en la ciudad de Ica ayudan a fortalecer la identidad territorial.

Tabla 26

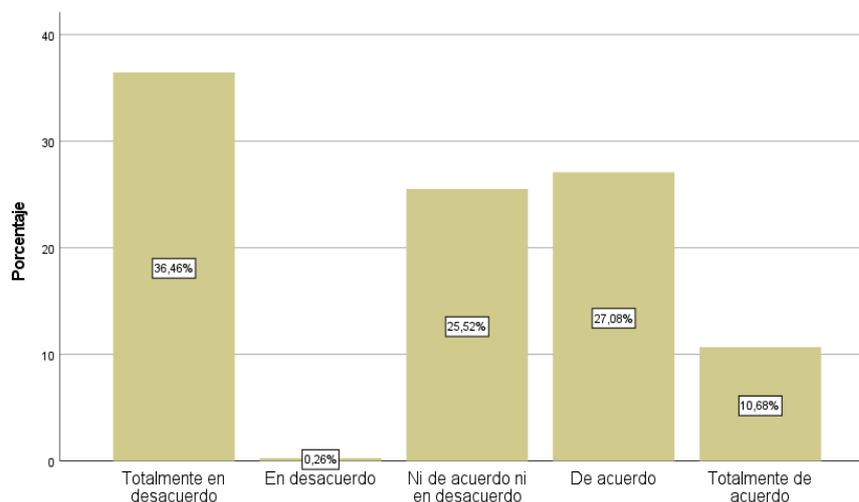
Cuadro del ítem 25

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	140	36,5	36,5	36,5
	En desacuerdo	1	,3	,3	36,7
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	98	25,5	25,5	62,2
	De acuerdo	104	27,1	27,1	89,3
	Totalmente de acuerdo	41	10,7	10,7	100,0
	Total	384	100,0	100,0	

Nota: Fuente. Encuesta del investigador

Figura 25

Gráfico 25: Los iqueños comparten en su mayoría los mismos valores



Nota: Fuente. Encuesta del autor.

Interpretación: En el ítem 25, los iqueños comparten en su mayoría los mismos valores, se observa que el 36.46% está totalmente en desacuerdo, el 25.52% tiene una opinión neutral, el 27.08% está de acuerdo y el 10.68% está totalmente de acuerdo. Cabe destacar que la categoría con mayor frecuencia es la de Totalmente en desacuerdo con 36.46% de pobladores que piensan que los iqueños no comparten los mismos valores. Asimismo es importante mencionar que ante esta pregunta hay un porcentaje de 25.52% que no tiene una opinión formada o prefiere no opinar sobre el tema.

Variable: Identidad cultural

Para analizar los resultados y los baremos se utilizó la fórmula de estaninos, la cual se detalla para la variable: Cultura turística.

Equivalentes de la escala Likert:

Tabla 27

Tabla de escala de Likert de la variable Identidad cultural

Escala Likert	Equivalente ordinal
Totalmente en desacuerdo	1
En Desacuerdo	2
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	3
De acuerdo	4
Totalmente de acuerdo	5

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 28

Tabla de puntos de corte de la variable Identidad cultural

Puntaje nominal	Punto de corte	Rangos y niveles
Mínimo	59	Bajo
Medio	96.23	Medio
Máximo	124	Alto

Fuente: Elaboración propia.

El instrumento consta de 25 preguntas que dan un puntaje máximo de 125 puntos y uno mínimo de 25, los rangos correspondientes a cada nivel se muestran en la tabla 30

Tabla 29

Tabla de rangos de la variable Identidad cultural

Rangos	Rango inferior	Rango superior
Alto	93	125
Medio	59	92
Bajo	25	58

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 30

Cuadro de la variable Identidad cultural

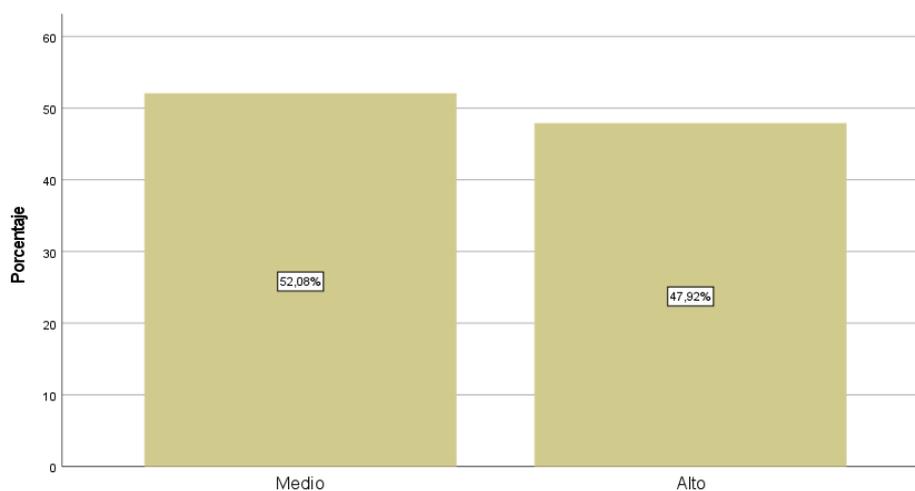
Distribución de 384 pobladores de la ciudad de Ica mayores de edad, según la variable nivel de Identidad cultural

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Medio	200	52,1	52,1	52,1
	Alto	184	47,9	47,9	100,0
	Total	384	100,0	100,0	

Nota: Fuente. Encuesta del autor.

Figura 26

Gráfico 26: Identidad cultural



Nota: Fuente. Encuesta del autor.

Interpretación: Se observa que el 0.00% de los encuestados tienen un nivel de identidad cultural bajo, el 52.08% presenta un nivel medio mientras que el 47.92% muestra un nivel alto de identidad cultural, encontrándose el mayor porcentaje en el nivel medio. La diferencia entre el nivel medio y alto es de 4.16%. Estos resultados coinciden con la hipótesis principal de investigación en la que se afirma que el nivel de identidad cultural de los pobladores de la ciudad de Ica es medio.

Dimensión Sentido de pertenencia

Para analizar los resultados y los baremos se utilizó la fórmula de estaninos, la cual se detalla para la dimensión Sentido de pertenencia

Equivalentes de la escala Likert:

Tabla 31

Tabla de escala de Likert, Sentido de Pertenencia

Escala Likert	Equivalente ordinal
Totalmente en desacuerdo	1
En Desacuerdo	2
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	3
De acuerdo	4
Totalmente de acuerdo	5

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 32

Tabla de puntos de corte de la dimensión Sentido de Pertenencia

Puntaje nominal	Punto de corte	Rangos y niveles
Mínimo	22	Bajo
Medio	35.85	Medio
Máximo	45	Alto

Fuente: Elaboración propia.

Esta dimensión consta de 9 preguntas que dan un puntaje máximo de 45 puntos, los rangos correspondientes a cada nivel se muestran en la tabla 3

Tabla 33

Tabla de rangos de la dimensión Sentido de permanencia

Rangos	Rango inferior	Rango superior
Alto	33	45
Medio	21	32
Bajo	9	20

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 34

Cuadro de la dimensión Sentido de pertenencia

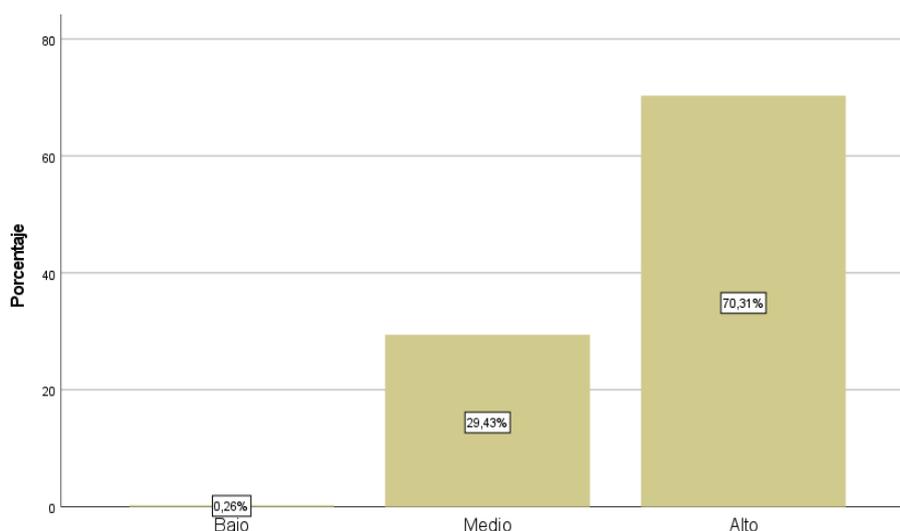
Distribución de 384 pobladores de la ciudad de Ica mayores de edad, según su nivel de Sentido de pertenencia

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	1	,3	,3	,3
	Medio	113	29,4	29,4	29,7
	Alto	270	70,3	70,3	100,0
	Total	384	100,0	100,0	

Nota: Fuente. Encuesta del autor.

Figura 27

Gráfico 27: Sentido de pertenencia.



Nota: Fuente. Encuesta del autor.

Interpretación: Observamos que el 0.26% de los encuestados tienen un nivel de pertenencia Bajo, el 29.43% presenta un nivel Medio mientras que el 70.31% muestra un nivel alto de pertenencia. Se puede establecer una diferencia de 40.88% entre el nivel medio y alto. Los resultados contradicen la hipótesis que afirmaba que el nivel de identidad cultural en la dimensión de sentido de pertenencia de los pobladores de la ciudad de Ica es medio, puesto que el 70.31% muestra un nivel alto.

Dimensión Conocimiento de la historia

Para analizar los resultados y los baremos se utilizó la fórmula de estaninos la cual se detalla para la dimensión conocimiento de la historia.

Equivalentes de la escala Likert:

Tabla 35

Tabla de escala de Likert, Conocimiento de la historia

Escala Likert	Equivalente ordinal
Totalmente en desacuerdo	1
En Desacuerdo	2
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	3
De acuerdo	4
Totalmente de acuerdo	5

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 36

Tabla de puntos de corte de la dimensión conocimiento de la historia

Puntaje nominal	Punto de corte	Rangos y niveles
Mínimo	4	Bajo
Medio	14.17	Medio
Máximo	20	Alto

Fuente: Elaboración propia.

Esta dimensión consta de 4 preguntas que dan un puntaje máximo de 20 puntos, los rangos correspondientes a cada nivel se muestran en la tabla 7

Tabla 37

Tabla de rangos de la dimensión conocimiento de la historia

Rangos	Rango inferior	Rango superior
Alto	16	20
Medio	10	15
Bajo	4	9

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 38

Cuadro de la dimensión Conocimiento de la historia

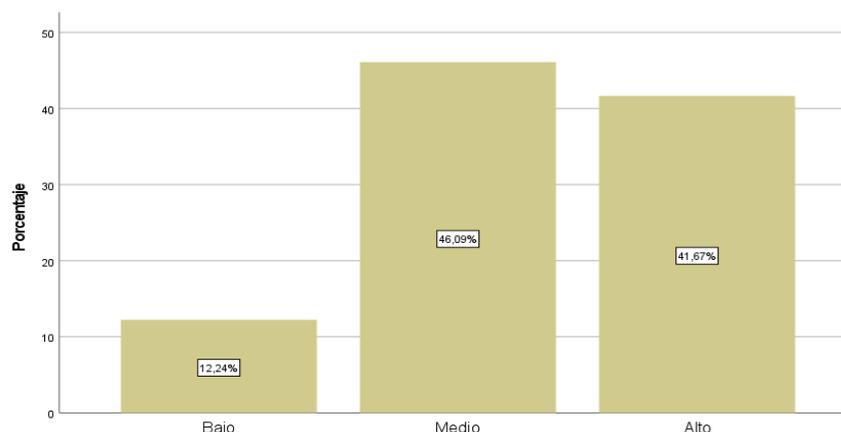
Distribución de 384 pobladores de la ciudad de Ica mayores de edad, según su nivel de Conocimiento de la historia

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	47	12,2	12,2	12,2
	Medio	177	46,1	46,1	58,3
	Alto	160	41,7	41,7	100,0
	Total	384	100,0	100,0	

Nota: Fuente, Encuesta del autor.

Figura 28

Gráfico 28: Conocimiento de la historia.



Nota: Fuente. Encuesta del autor.

Interpretación: Se observa que el 12.24% de los encuestados tienen un nivel de conocimiento de la historia sobre su espacio turístico bajo, el 46.09% presenta un nivel medio mientras que el 41.67% muestra un nivel alto conocimiento de la historia, encontrándose el mayor porcentaje en el nivel medio. Asimismo se destaca que el 58.33%, es decir más de la mitad de los encuestados tienen un nivel de conocimiento de la historia máximo de nivel medio. La diferencia entre el nivel bajo y medio es de 12.24% y entre nivel medio y alto solo se observa el 4.42% de diferencia. Estos resultados coinciden con la hipótesis de investigación en la que se afirma que el nivel de identidad cultural en la dimensión de conocimiento de la historia, de los pobladores de la ciudad de Ica sobre su espacio turístico es medio.

Dimensión Identidad territorial

Para analizar los resultados y los baremos se utilizó la fórmula de estatinos la cual se detalla para la dimensión identidad territorial

Equivalentes de la escala Likert:

Tabla 39

Tabla de escala de Likert, Identidad territorial

Escala Likert	Equivalente ordinal
Totalmente en desacuerdo	1
En Desacuerdo	2
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	3
De acuerdo	4
Totalmente de acuerdo	5

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 40

Tabla de puntos de corte de la dimensión identidad territorial

Puntaje nominal	Punto de corte	Rangos y niveles
Mínimo	21	Bajo
Medio	48.36	Medio
Máximo	59	Alto

Fuente: Elaboración propia.

Esta dimensión consta de 12 preguntas que dan un puntaje máximo de 60 puntos y uno mínimo de 12, los rangos correspondientes a cada nivel se muestran en la tabla 42

Tabla 41

Tabla de rangos de la dimensión identidad territorial

Rangos	Rango inferior	Rango superior
Alto	45	60
Medio	29	44
Bajo	12	28

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 42

Cuadro de la dimensión Identidad territorial

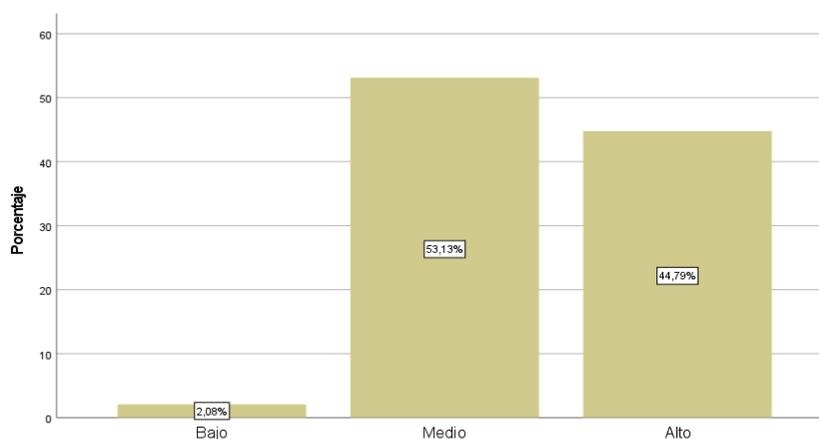
Distribución de 384 pobladores de la ciudad de Ica mayores de edad, según su nivel de Identidad territorial

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	8	2,1	2,1	2,1
	Medio	204	53,1	53,1	55,2
	Alto	172	44,8	44,8	100,0
	Total	384	100,0	100,0	

Nota: Fuente. Encuesta del autor.

Figura 29

Gráfico 29: Identidad territorial.



Nota: Fuente. Encuesta del autor.

Interpretación: Se observa que el 2.06% de los encuestados tienen un nivel de identidad territorial bajo, el 53.13% presenta un nivel medio mientras que el 44.79% muestra un nivel alto identidad territorial, encontrándose el mayor porcentaje en el nivel medio. Asimismo se destaca que el 55.19%, es decir más de la mitad de los encuestados tienen un nivel de identidad territorial máximo de nivel medio. La diferencia entre el nivel bajo y medio es de 51.07% y entre nivel medio y alto solo se observa el 8.34% de diferencia. Estos resultados coinciden con la hipótesis de investigación en la que se afirma que el nivel de identidad cultural en la dimensión de identidad territorial, de los pobladores de la ciudad de Ica sobre su espacio turístico es medio.

Discusión

La identidad cultural permite reflexionar sobre las creencias, las costumbres, los espacios y valores de un determinado lugar, nos hace parte de una sociedad con la cual nos identificamos, en la presente investigación se ha medido el nivel de identidad cultural de los pobladores de la ciudad de Ica sobre su espacio turístico, encontrándose que más del 50% tienen un nivel medio de identidad cultural.

En tal sentido Garza (2015) define la identidad cultural como los valores, tradiciones, símbolos, creencias y modos de comportamientos, todo este conjunto de características son elementos de un grupo social que influyen sobre ellos como un sentido de pertenencia.

Con respecto a la identidad cultural, tenemos el estudio de Pertegal, Espín y Jimeno (2018), en su artículo científico sobre la creación de una herramienta para calcular el nivel de identidad cultural indígena en la nacionalidad amazónica Waorani. Este estudio identificó diferentes niveles entre los indígenas de Waorani y las otras 3 poblaciones identificadas. A diferencia de la presente investigación que identifica únicamente la identidad cultural de los pobladores de la ciudad de Ica, sin compararlos con otros grupos.

Artículos científicos como el del estudio de Chenet, Arevalo y Palma (2017), destacan el nivel bajo de identidad cultural de docentes en las instituciones educativas de Andahuaylas, al contrastar esta información con la presente investigación, se observa que la mayoría de pobladores de Ica presentan un nivel entre bajo y medio, lo que sugiere que en diversas regiones del Perú debería trabajarse en potenciar y mejorar la identidad cultural, más aun cuando esta es sobre el espacio turístico, ya es este último quien puede traer desarrollo sostenible a las regiones, mejorando la economía y condiciones de vida de los pobladores. A diferencia de los resultados en las dimensiones: conocimiento de la historia e identidad territorial donde el mayor porcentaje de pobladores de la ciudad de Ica se encuentran en un nivel bajo o medio, en la dimensión sentido de pertenencia la mayoría, el 70.31% se encuentra en nivel alto. En esta dimensión se han considerado aspectos como el turismo en la ciudad de Ica, el valor que le da, el respeto reconocimiento a los aspectos culturales que representan a la ciudad a

nivel local, regional y de país. Dando como resultado que los pobladores de la ciudad de Ica tienen en su mayoría este alto nivel de sentido de pertenencia. En contraste con los resultados del estudio de Vargas y Pérez (2019), en el artículo científico sobre el estudio de sistema educativo y la pérdida de identidad cultural andina en la región de Puno. Muestra la pérdida de identidad cultural quechua - aimara en la región de Puno. Lo que incluye bajo nivel de sentido de pertenencia. Al respecto Puche, (2019) señala que no hay duda que el turismo, como actividad consumidora de territorio e identidades, es un agente importante para el desarrollo del sentido de pertenencia en los espacios que además son destinos turísticos.

En el estudio de Dávila (2018), en el artículo sobre el programa de fortalecimiento de la identidad cultural referido al impacto sociocultural del turismo en el centro poblado Huaca Rajada, concluyó que los pobladores cuentan con un nivel medio de identidad cultural y muestra la influencia del turismo generando impactos socioeconómicos en la región. Este estudio coincide con la presente investigación en hallar un nivel medio de identidad cultural en los pobladores.

Por otro lado conocer y valorar la historia del país, la región o el lugar de residencia es uno de los aspectos de la identidad cultural, que hacen que las personas se identifiquen con el espacio geográfico y grupo social al que pertenecen. Según los resultados de la presente investigación acerca de la identidad cultural el 55.19% de los pobladores de la ciudad de Ica tienen un nivel de conocimiento de la historia sobre el espacio turístico entre bajo y medio. En el estudio de Paredes (2019), se concluyó que se necesita reforzar el aspecto del conocimiento y así incrementar la identidad cultural de los pobladores de Ate, conclusión que coincide con los resultados hallados en los pobladores de la ciudad de Ica.

La identidad cultural estudiada a través de la dimensión de la identidad territorial está relacionada con identificarse y sentirse orgulloso del espacio geográfico en el que se habita, esta identidad involucra una acción social. La identidad territorial es “una identidad relacionada con los límites geográficos o con un espacio determinado. El territorio surge, por lo tanto, como resultado de una acción social que, de forma concreta y abstracta, se apropia de un espacio (tanto física como

simbólicamente). De ahí la denominación de un proceso de construcción social”
Flores, M. (2007)

En esta investigación se halló que el nivel de identidad territorial de los pobladores de la ciudad de Ica sobre su espacio turístico en su mayoría es bajo y medio 55.19%, es decir más de la mitad de los encuestados tienen un nivel de identidad territorial como máximo de un nivel medio. Al respecto (Martorell, 2013) nos dice que la identidad de una ciudad es fundamental para la implementación de diversos proyectos turísticos de revalorización turística, además es fundamental la participación de los pobladores.

Se destaca asimismo el estudio de Chenet, Arevalo y Palma (2017), en su artículo científico sobre el estudio de la identidad cultural y el rendimiento de los docentes en las instituciones educativas de Andahuaylas, se encontró un nivel de identidad cultural bajo o inadecuado en los docentes de la zona. Es así, que, se puede concluir que en zonas de nuestro territorio como Ica o Andahuaylas es necesario potenciar la identidad cultural en sus diversas dimensiones, entre ellas la dimensión de identidad territorial.

Finalmente los pobladores de la ciudad de Ica en su mayoría tienen un alto nivel de pertenencia, sin embargo, no sucede lo mismo con las dimensiones conocimiento de la historia ni identidad territorial. A partir de este trabajo se pueden identificar los indicadores que presentan menores puntajes, los que llevaron a un menor nivel de identidad cultural y potenciar estos aspectos con programas o campañas que promuevan el sentido de pertenencia, la identidad territorial y el conocimiento de la historia, tomando en cuenta el espacio turístico de la ciudad de Ica.

V. CONCLUSIONES

El nivel más frecuente de Identidad cultural de los pobladores de la ciudad de Ica sobre su espacio turístico nivel medio. Observándose que el 52.08% de dichos pobladores se ubican en dicho nivel. Estos resultados coinciden con la hipótesis principal de investigación en la que se afirmaba que el nivel de identidad cultural más frecuente entre los pobladores de la ciudad de Ica sobre su espacio turístico es medio.

El nivel más frecuente de Identidad cultural en la dimensión sentido de pertenencia, de los pobladores de la ciudad de Ica sobre su espacio turístico es alto, ya que el 70.31%, de los mencionados pobladores se ubican en este nivel. Los resultados contradicen la hipótesis que afirmaba que el nivel de Sentido de pertenencia más frecuente entre los pobladores de la ciudad de Ica sobre su espacio turístico es medio.

El nivel más frecuente de Identidad cultural en la dimensión conocimiento de la historia de los pobladores de la ciudad de Ica sobre su espacio turístico es el nivel medio, observándose que 46.09% se encuentran en este nivel. Los resultados coinciden con la hipótesis que afirmaba que el nivel de identidad cultural en la dimensión conocimiento de la historia de los pobladores de la ciudad de Ica sobre su espacio turístico más frecuente es medio.

El nivel más frecuente de Identidad cultural en la dimensión identidad territorial de los pobladores de la ciudad de Ica sobre su espacio turístico es el nivel medio, ya que el 53.13% de los pobladores se ubican en dicho nivel. Los resultados coinciden con la hipótesis que afirma que el nivel de Identidad cultural en la dimensión de identidad territorial de los pobladores de la ciudad de Ica sobre su espacio turístico más frecuente es medio.

VI. RECOMENDACIONES

Después de analizar los resultados por dimensiones e ítems, en los cuales se muestra un menor nivel de Identidad cultural:

Se recomienda a la Municipalidad de Ica promover la participación de la población en actividades de limpieza de los lugares turísticos.

Se recomienda al museo regional de Ica una mayor difusión de la riqueza cultural que guarda, promover actividades que inviten a los estudiantes y público en general a visitar sus instalaciones y promover el aprecio y valoración de las piezas de cerámica, tejidos, momias, evidencias de las trepanaciones craneanas y réplica de las líneas de nazca.

Se recomienda a las facultades de Turismo y Hotelería de las diferentes universidades de Ica que realicen campañas para mejorar la percepción de la actividad turística de los pobladores de la ciudad de Ica.

Se recomienda a las Instituciones educativas de la ciudad de Ica fomentar el conocimiento de la historia de Ica en sus diferentes etapas: prehispánica, colonial, republicana y contemporánea; a través de concursos y campañas de difusión de los acontecimientos históricos más relevantes de la ciudad.

Se recomienda a las Instituciones Educativas promover una cultura de valores que el iqueño reconozca como propia, como parte de ese sello característico que reconozca a un poblador de la ciudad de Ica. Potenciando así el buen trato al turista y el respeto a la riqueza cultural de la región.

REFERENCIAS

Adamo, G. E., Ferrari, S., & Gilli, M. (2019). Creativity as a source of differentiation in urban tourism: The case of Torino city. *International Journal of Tourism Research*, 21(3), 302-310.

Alves, C. A., & Marques, R. B. (2019). Hospitalidad, emociones y experiencias en los servicios turísticos. *Estudios y perspectivas en turismo*, 28(2), 290-311.

Aranguren Manrique, G.A.B.R.I.E.L.A (2016). Nivel de conocimiento del patrimonio cultural de Arequipa y la identidad cultural en los estudiantes de la escuela profesional de turismo y hotelería en la Universidad Católica de santa maría, Arequipa – 2016

Bohórquez, A. E. C., López, N. M. M., & Gómez, A. C. T. (2016). Estrategia para el reconocimiento de la identidad cultural y el sentido de pertenencia de inmigrantes latinoamericanos. *El Ágora USB*, 16(2), 383-392.

Bustamante Zalamea, P. M. (2020). Condiciones de habitabilidad basadas en la Teoría Ecológica de Urie Bronfenbrenner y su relación con el desarrollo cognitivo en el aprendizaje de estudiantes de las instituciones educativas (Master's thesis, Universidad del Azuay).

Corona, A. (2020). El sentido de pertenencia, una estrategia de mejora en el proceso formativo en las artes. Estudio de caso en Danza en una universidad mexicana. *Páginas de Educación*, 13(2), 59-79.

Costa, E. R. C. (2014). Comensalidad. La dádiva de la hospitalidad a través de la gastronomía. *Estudios y perspectivas en turismo*, 23(3), 505-525.

Dávila de León, C., & Jiménez García, G. (2014). Sentido de pertenencia y compromiso organizacional: predicción del bienestar. *Revista de psicología*

(PUCP), 32(2), 271-302.

Del Águila, M. R., & González-Ramírez, A. R. (2014). Sample size calculation. *Allergologia et immunopathologia*, 42(5), 485-492.

Du Cros, H., & McKercher, B. (2020). *Cultural tourism*. Routledge.

Gamero, H. (2014). Proceso de recolección de datos. Recuperado de <https://es.slideshare.net/HaroldHarry/proceso-de-recoleccion-de-datos-36082561>.

Garduño, M. G. G., & Cisneros, H. F. (2018). Una aproximación a la experiencia turística desde la Antropología del Turismo: una mirada mutua al encuentro entre turistas y locales. *PASOS Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 16(1), 197-211.

Garza Leal, E., & Llanes Alberdi, H. A. (2015). Modelo pedagógico para desarrollar la identidad cultural. *Humanidades Médicas*, 15(3), 562-581.

Gravari-Barbas, M., Jacquot, S., & Cominelli, F. (2019). New cultures of urban tourism. *International Journal of Tourism Cities*.

Gil Ruiz, I. (2015). Análisis de la influencia de la gestión municipal en la identidad territorial y su repercusión en el ámbito turístico: el municipio de Oleiros como propuesta de estudio.

Hernández-Sampieri, R., Fernández-Collado, R., & Baptista-Lucio, P. (2017). Selección de la muestra.

Hogg, Michael, (2020). *Teoría de la identidad social*. Universidad de Buenos Aires.

Malinowski, B., & Cortazar, A. R. (1984). *Una teoría científica de la cultura*. Madrid: Sarpe.

McCabe, S. (2018). *Social tourism and its contribution to sustainable*

tourism. Cuadernos Económicos de Información Comercial Española, 93.

Meneses, J. (2016). El cuestionario. Barcelona: Universitat Oberta de Catalunya.

<https://femrecerca.cat/meneses/publication/cuestionario>

Merino, J. M. (1989). Teoría cultural y modernización. Revista de Sociología, (4).

Morgan, N., Pritchard, A., & Sedgley, D. (2015). Social tourism and well-being in later life. Annals of tourism Research, 52, 1-15.

Mousavi, S. S., Doratli, N., Mousavi, S. N., & Moradiahari, F. (2016) Defining Cultural Tourism. Retrieved from iicbe.org/upload/8607DIR1216411.pdf, 70-75.

Defining cultural tourism. In International Conference on Civil, Architecture and Sustainable Development (pp. 70-75).

Ortega, J. C. (2018). Una aproximación al concepto de identidad cultural a partir de experiencias: el patrimonio y la educación. Tabanque. Revista Pedagógica, (31), 244-262.

Paredes Hilario, J. J. E. (2019). Identidad cultural como elemento clave para el turismo en Ate - Lima, 2019.

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, (71), 51-61.

Puche Ruiz, M. D. C. (2019). Imagen e identidad territorial. El cine como instrumento de análisis del turismo en Andalucía (1905-1975).

Rodríguez Vaquero, J. E. (2009). Turismo urbano y sistema territorial Almería.

Salvadó, I. E. (2016). Tipos de muestreo. Disponible en:[file:///C:/Users/DELL%](file:///C:/Users/DELL%20)

202018/Zotero/storage/Z5DBMG5K/SALVADÓ% 20-% 20TIPOS% 20DE% 20MUESTREO.. pdf], 22, 66.

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.

Vela, E. R. (2015). Conversión religiosa e identidad cultural en el altiplano peruano. *Revista Cultura y Religión*, 9(1), 51.

Ventura-León, J. L. (2017). ¿Población o muestra?: Una diferencia necesaria. *Revista Cubana de Salud Pública*, 43(4), 0-0.

Zuta, M. E. C., Quijano, J. C. A., & Alvino, F. P. (2017). Identidad cultural y desempeño docente en instituciones educativas. *Opción: Revista de Ciencias Humanas y Sociales*, (84), 292-322.

ANEXOS

Anexo1: Variables y operacionalización

Variable o tema	Dimensiones o componentes	Objetivo específico	Concepto de la dimensión o tema	Indicadores	Enunciados para los pobladores del distrito de Ica	Escala
IDENTIDAD CULTURAL	Sentido de pertenencia	Determinar el nivel de sentido de pertenencia de los pobladores de Ica sobre su espacio turístico 2020	El sentido de pertenencia es el sentido de posesión sobre un bien material o es el enlace que da derecho sobre una cosa. La pertenencia es importante para formar la identidad. El niño desarrolla este sentido de pertenencia conforme va creciendo, primero aparece el sentido de pertenencia a la familia y más adelante a un grupo, a la comunidad y a la nación. (Kestenberg y Kestenberg 1988, en Hagerty et al. 1992)	Turismo	EL turismo beneficia a todos los pobladores de Ica Tengo una buena opinión del turismo de la ciudad de Ica Valoro la visita de turistas nacionales e internacionales al espacio turístico de la ciudad.	Ordinal Totalmente de acuerdo De acuerdo No opino En desacuerdo Totalmente en desacuerdo
				Comunidad	Me siento identificado con los recursos turísticos de mi barrio o localidad. Participo activamente de la limpieza y cuidado de los recursos turísticos aledaños.	
				Distrito	Me siento orgulloso de los atractivos turísticos de Ica como: Huacachina, el museo Adolfo Bermúdez Jenkins, Cachiche, los viñedos y las bodegas vitivinícolas. El museo regional de Ica resalta por su variedad de piezas de cerámica, tejidos, momias, evidencias de las trepanaciones craneanas réplica de las líneas de nazca.	

				País	Los atractivos turísticos de la ciudad de Ica tienen una importancia nacional. Los atractivos turísticos de Ica representan muy bien a la marca Perú. Los caballos de paso y el pisco elaborado en la ciudad de Ica destacan a nivel nacional.
Conocimiento de la historia	Determinar el nivel de conocimiento sobre la historia de los pobladores de Ica sobre su espacio turístico 2020	El conocimiento de la historia involucra el territorio desde el cual nos formamos como unos seres sociales, los hechos resaltantes sucedidos en el territorio que marcaron la historia y la realidad actual.	Prehispánica	Las culturas prehispánicas que se asentaron en Ica fueron Paracas, Chincha y Nasca.	
			Colonial	El primer asiento hispano en el territorio fue fundado por Jerónimo de Cabrera y recibió el nombre de la Villa de Valverde de Ica.	
			Republicana	El 25 de junio se conmemora la creación política de Ica.	
			Contemporánea	Tengo conocimiento de las principales fechas cívicas y culturales de Ica.	
Identidad territorial	Determinar el nivel de identidad territorial de los pobladores de Ica sobre su espacio Turístico 2020	La Identidad Territorial se define como un repertorio de representaciones, valores y símbolos pertenecientes a una zona histórica, la cual tiene tradiciones que son parte de la cultura de un determinado lugar. Todos estos elementos, que suceden en una zona determinada, representan a los pobladores del lugar y perduran en el tiempo diferenciando cada lugar de otros territorios, lo cual los	Clima	El clima de Ica no presenta variaciones durante todo el año.	
			Recursos naturales	Los recursos naturales más representativos del distrito de Ica están relacionados a la agricultura.	
			Recursos culturales materiales	Valoro los recursos culturales de la ciudad de Ica Reconozco las principales iglesias de la ciudad de Ica como parte del patrimonio cultural.	
			Costumbres	Las principales danzas que se practican en la ciudad son: festejo y atajo de negritos. La pisa de la uva es una de las tradiciones más representativas de Ica.	

			hace únicos en sus costumbres, tradiciones y cultura.		Ica se caracteriza por sus dulces típicos como las tejas y sus comidas como el picante de payares y ensalada de garbanzos, entre otras. Las costumbres de Ica son únicas e irrepetibles	
				Festividades	Participó activamente en la festividad del Señor de Luren en semana santa y en el mes de octubre. La fiesta de vendimia es una de las festividades más tradicionales y representativas de la ciudad de Ica.	
				Valores	Los valores que se promueven el distrito de Ica ayudan a fortalecer la identidad iqueña Los iqueños comparten en su mayoría los mismos valores	

Identidad cultural de los pobladores de Ica sobre su espacio turístico 2020.

Anexo 2: matriz de consistencia

Matriz de consistencia

Identidad cultural de los pobladores de Ica sobre su espacio turístico 2020.

Problemas	Objetivos	Hipótesis	Tema o unidad de análisis	Categorías o dimensiones	Metodología
<p>General</p> <p>¿Cuál es el nivel de Identidad Cultural de los pobladores de Ica sobre su espacio turístico 2020?</p>	<p>General</p> <p>Determinar el nivel de identidad cultural de los pobladores de Ica sobre su espacio turístico 2020</p>	<p>El nivel de identidad cultural de los pobladores de la ciudad de Ica sobre su espacio turístico más frecuente es medio.</p>	<p>Identidad Cultural</p>	<p>Sentido de pertenencia</p>	<p>Enfoque: cuantitativo</p> <p>Diseño: No experimental, de corte transversal</p> <p>Tipo: no aplicativo</p>
<p>Específicos</p> <p>¿Cuál es el nivel del sentido de pertenencia de los pobladores de Ica</p>	<p>Específicos</p> <p>Determinar el nivel del sentido de pertenencia de los pobladores de Ica sobre su espacio</p>	<p>El nivel del sentido de pertenencia de los pobladores de la ciudad de Ica sobre</p>		<p>Conocimiento de su historia</p>	<p>Nivel: descriptivo</p> <p>Población: Pobladores de Ica</p>

<p>sobre su espacio turístico 2020?</p> <p>¿Cuál es el nivel de conocimiento sobre la historia de los pobladores de Ica sobre su espacio turístico 2020?</p> <p>¿Cuál es el nivel de identidad territorial de los pobladores de Ica sobre su espacio turístico 2020?</p>	<p>turístico 2020.</p> <p>Determinar el nivel de conocimientos sobre la historia de los pobladores de Ica sobre su espacio turístico 2020.</p> <p>Determinar el nivel de identidad territorial de los pobladores de Ica sobre su espacio turístico 2020</p>	<p>su espacio turístico más frecuente es medio.</p> <p>El nivel de conocimientos sobre la historia de los pobladores de la ciudad de Ica sobre su espacio turístico más frecuente es medio.</p> <p>El nivel de identidad territorial de los pobladores de la ciudad de Ica sobre su espacio turístico más frecuente es medio.</p>		<p>Identidad territorial</p>	<p>Muestra: 384 personas</p> <p>Técnica: Encuesta</p> <p>Instrumentos: Cuestionario</p>
--	---	---	--	------------------------------	---

Anexo 3: Instrumentos utilizados

INSTRUMENTO
IDENTIDAD CULTURAL

INSTRUCCIONES: Lee con atención cada ítem y marca la opción que creas conveniente

Totalmente en desacuerdo	1
En Desacuerdo	2
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	3
De acuerdo	4
Totalmente de acuerdo	5

	ÍTEMS	1	2	3	4	5
1	EL turismo beneficia a todos los pobladores de Ica					
2	Tengo una buena opinión del turismo de la ciudad de Ica					
3	Valoro la visita de turistas nacionales e internacionales al espacio turístico de la ciudad.					
4	Me identifico con los recursos turísticos de mi barrio o localidad.					
5	Participo activamente de la limpieza y cuidado de los recursos turísticos aledaños.					
6	El museo regional de Ica resalta por su variedad de piezas de cerámica, tejidos, momias, evidencias de las trepanaciones craneanas réplica de las líneas de nazca.					
7	Los atractivos turísticos de la ciudad de Ica tienen una importancia nacional.					
8	Los atractivos turísticos de Ica representan muy bien a la marca Perú.					
9	Los caballos de paso y el pisco elaborado en la ciudad de Ica destacan a nivel nacional.					
10	Las culturas prehispánicas que se asentaron en Ica fueron Paracas, Chincha y Nasca.					
11	El primer asiento hispano en el territorio fue fundado por Jerónimo de Cabrera y recibió el nombre de la Villa de Valverde de Ica.					
12	El 25 de junio se conmemora la creación política de Ica.					

13	Tengo conocimiento de las principales fechas cívicas y culturales de Ica.					
14	El clima de Ica no presenta variaciones durante todo el año.					
15	Los recursos naturales más representativos del distrito de Ica están relacionados a la agricultura.					
16	Valoro los recursos culturales de la ciudad de Ica					
17	Reconozco las principales iglesias de la ciudad de Ica como parte del patrimonio cultural.					
18	Las principales danzas que se practican en la ciudad son: festejo y atajo de negritos.					
19	La pisa de la uva es una de las tradiciones más representativas de Ica.					
20	Ica se caracteriza por sus dulces típicos como las tejas y sus comidas como el picante de payares, arroz con pato y ensalada de garbanzos, entre otras.					
21	Las costumbres de Ica son únicas e irrepetibles					
22	Participo activamente en la festividad del Señor de Luren en semana santa y en el mes de octubre.					
23	La fiesta de vendimia es una de las festividades más tradicionales y representativas de la ciudad de Ica.					
24	Los valores que se promueven el distrito de Ica ayudan a fortalecer la identidad iqueña					
25	Los iqueños comparten en su mayoría los mismos valores					

Los ítems del 1 al 9 corresponden a la dimensión sentido de pertinencia

Los ítems del 10 al 13 corresponden a la dimensión conocimiento de la historia

Los ítems del 14 al 25 corresponden a la dimensión identidad territorial

Anexo 4: validación de expertos



FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN EN TURISMO Y HOTELERÍA
TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Callao, 05 de enero 2021

Apellidos y nombres del experto: **MGTR. BRAULIO ANTONIO CASTILLO CANALES**

DNI: **47011880**

Teléfono: **984214226**

Título/grados: **MAESTRO**

Cargo e institución en que labora: **COORDINADOR ACADÉMICO - UCV FILIAL CALLAO**

Mediante la tabla de evaluación de expertos, Usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con "x" en las columnas de SÍ o NO.

	ITEM	APRECIA		OBSERVACIONES
		SÍ	NO	
1	¿El instrumento de recolección de datos está formulado con lenguaje apropiado y comprensible?	X		
2	¿El instrumento de recolección de datos guarda relación con el título de la investigación?	X		
3	¿El instrumento de recolección de datos facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	X		
4	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con la(s) variable(s) de estudio?	X		
5	¿Las preguntas del instrumento de recolección de datos se desprenden con cada uno de los indicadores?	X		
6	¿Las preguntas del instrumento de recolección de datos se sostienen en antecedentes relacionados con el tema y en un marco teórico?	X		
7	¿el diseño del instrumento de recolección de datos facilitará el análisis y el procesamiento de los datos?	X		
8	¿El instrumento de recolección de datos tiene una presentación ordenada?	X		
9	¿El instrumento guarda relación con el avance de la ciencia, la tecnología y la sociedad?	X		

SUGERENCIAS: **NINGUNA**

Mgtr. BRAULIO ANTONIO CASTILLO CANALES

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN EN TURISMO Y HOTELERÍA
TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Lima, 04 de enero de 2021

Apellido y nombres del experto: Salvador García Claribel Rosario

DNI: 40910480

Teléfono: 993808689

Título/grados: Doctora en Administración

Cargo e institución en que labora: Docente- Universidad Cesar Vallejo

Mediante la tabla de evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con "x" en las columnas de SÍ o NO.

	ITEM	APRECIA		OBSERVACIONES
		SÍ	NO	
1	¿El instrumento de recolección de datos está formulado con lenguaje apropiado y comprensible?	x		
2	¿El instrumento de recolección de datos guarda relación con el título de la investigación?	x		
3	¿El instrumento de recolección de datos facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	x		
4	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con la(s) variable(s) de estudio?	x		
5	¿Las preguntas del instrumento de recolección de datos se desprenden con cada uno de los indicadores?	x		
6	¿Las preguntas del instrumento de recolección de datos se sostienen en antecedentes relacionados con el tema y en un marco teórico?	x		
7	¿el diseño del instrumento de recolección de datos facilitará el análisis y el procesamiento de los datos?	x		
8	¿El instrumento de recolección de datos tiene una presentación ordenada?	x		
9	¿El instrumento guarda relación con el avance de la ciencia, la tecnología y la sociedad?	x		

SUGERENCIAS:



CLARIBEL SALVADOR GARCIA

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN EN TURISMO Y HOTELERÍA
TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Lima, 05 de enero de 2021.

Apellido y nombres del experto: Zevallos Gallardo, Verónica.

DNI: 41726975 Teléfono: 932371609

Título/grados: Mg. Docencia Universitaria.

Cargo e institución en que labora: Universidad Cesar Vallejo. Coordinadora de Escuela ATH.

Mediante la tabla de evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con "x" en las columnas de SÍ o NO.

	ITEM	APRECIA		OBSERVACIONES
		SÍ	NO	
1	¿El instrumento de recolección de datos está formulado con lenguaje apropiado y comprensible?	x		
2	¿El instrumento de recolección de datos guarda relación con el título de la investigación?	x		
3	¿El instrumento de recolección de datos facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	x		
4	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con la(s) variable(s) de estudio?	x		
5	¿Las preguntas del instrumento de recolección de datos se desprenden con cada uno de los indicadores?	x		
6	¿Las preguntas del instrumento de recolección de datos se sostienen en antecedentes relacionados con el tema y en un marco teórico?	x		
7	¿el diseño del instrumento de recolección de datos facilitará el análisis y el procesamiento de los datos?	x		
8	¿El instrumento de recolección de datos tiene una presentación ordenada?	x		
9	¿El instrumento guarda relación con el avance de la ciencia, la tecnología y la sociedad?	x		

Porcentaje: 90%



Mg. Verónica Zevallos Gallardo.
 Coordinadora E.P. Administración en Turismo y Hotelería
 Lima norte

Anexo 5: Base de datos

Archivo Inicio Insertar Dibujar Disposición de página Fórmulas Datos Revisar Vista Ayuda Compartir																																					
AI27																																					
	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O	P	Q	R	S	T	U	V	W	X	Y	Z	AA	AB	AC	AD	AE	AF	AG	AH			
	Número de participante	D.1 P.1	D.1 P.2	D.1 P.3	D.1 P.4	D.1 P.5	D.1 P.6	D.1 P.7	D.1 P.8	D.1 P.9	Total D1	Nivel D1	D.2 P.1	D.2 P.2	D.2 P.3	D.2 P.4	Total D2	Nivel D2	D.3 P.1	D.3 P.2	D.3 P.3	D.3 P.4	D.3 P.5	D.3 P.6	D.3 P.7	D.3 P.8	D.3 P.9	D.3 P.10	D.3 P.11	D.3 P.12	Total D3	Nivel D3	Total variable	Nivel variable			
2	Participante 1	4	3	5	5	1	5	4	4	5	36	3	5	4	3	1	13	2	3	4	4	5	5	5	4	4	1	4	1	1	41	2	90	2			
3	Participante 2	4	4	4	4	2	1	4	1	4	28	2	4	1	1	4	10	2	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	82	2
4	Participante 3	5	4	5	5	4	5	5	4	5	42	3	5	5	5	4	19	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	1	43	2	104	3			
5	Participante 4	5	4	5	5	1	4	5	5	5	39	3	5	5	3	2	15	2	3	5	5	4	5	5	5	4	5	5	1	51	3	105	3				
6	Participante 5	1	3	1	5	1	1	5	5	5	27	2	4	1	1	3	9	1	1	3	4	4	3	4	4	4	1	1	4	4	3	36	2	72	2		
7	Participante 6	5	5	5	5	4	4	4	4	5	41	3	4	4	4	1	13	2	3	4	4	3	4	4	4	4	1	5	4	4	44	2	98	3			
8	Participante 7	5	1	5	4	1	5	5	5	5	36	3	5	5	1	1	12	2	3	4	4	4	4	4	4	4	4	1	1	41	2	89	2				
9	Participante 8	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45	3	5	5	5	5	20	3	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	124	3	
10	Participante 9	4	4	5	4	4	4	5	5	5	40	3	3	4	4	4	15	2	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	44	2	99	3			
11	Participante 10	5	5	5	5	4	4	5	5	5	43	3	4	4	4	2	14	2	4	4	4	4	4	4	4	4	1	4	4	1	42	2	99	3			
12	Participante 11	3	3	3	1	1	3	3	3	3	23	2	4	4	4	2	14	2	1	4	4	4	1	1	4	4	4	4	4	3	38	2	75	2			
13	Participante 12	5	1	5	4	3	4	5	1	5	33	3	4	5	3	2	14	2	3	4	4	4	1	4	4	1	4	5	3	3	40	2	87	2			
14	Participante 13	4	1	5	5	5	4	4	4	5	37	3	1	4	4	4	13	2	3	4	4	4	4	4	4	1	4	4	4	1	41	2	91	2			
15	Participante 14	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45	3	5	5	5	5	20	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	45	3	110	3			
16	Participante 15	5	4	5	4	4	1	4	4	4	35	3	5	4	4	1	14	2	3	4	4	5	4	5	4	4	1	4	4	1	43	2	92	2			
17	Participante 16	5	4	5	4	4	1	4	4	4	35	3	5	4	4	1	14	2	3	4	5	4	4	4	4	4	1	4	4	2	43	2	92	2			
18	Participante 17	5	1	5	5	5	1	5	5	5	37	3	5	5	4	5	19	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	44	2	100	3			
19	Participante 18	5	5	5	5	1	5	5	4	5	40	3	5	5	5	4	19	3	3	4	4	5	4	5	5	4	4	5	5	3	51	3	110	3			
20	Participante 19	4	4	5	5	4	4	4	4	5	39	3	5	5	3	2	15	2	3	1	4	4	4	4	1	4	4	4	4	1	38	2	92	2			
21	Participante 20	5	5	4	4	1	1	4	1	4	29	2	4	1	1	4	10	2	3	4	4	3	1	4	4	1	4	5	1	3	37	2	76	2			
22	Participante 21	3	4	5	1	4	1	5	4	5	32	2	4	1	3	3	11	2	3	5	5	3	4	5	5	4	1	1	5	3	44	2	87	2			
23	Participante 22	5	4	5	1	4	5	5	5	5	39	3	1	1	1	1	4	1	3	4	5	4	1	5	5	1	4	4	4	3	43	2	86	2			
24	Participante 23	5	4	5	4	4	4	4	5	5	40	3	5	1	1	1	8	1	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	5	1	43	2	91	2			
25	Participante 24	5	5	4	4	1	1	4	1	4	29	2	4	1	1	4	10	2	3	4	4	3	1	4	4	1	4	5	3	3	39	2	78	2			
26	Participante 25	3	4	5	1	4	1	5	4	5	32	2	4	1	3	3	11	2	1	5	4	4	4	5	4	4	1	1	5	3	41	2	84	2			
27	Participante 26	4	3	5	4	1	4	1	4	4	30	2	4	5	3	2	14	2	3	4	4	5	4	5	4	5	1	1	5	1	42	2	86	2			
28	Participante 27	4	1	4	1	3	1	4	1	3	22	2	4	4	1	1	10	2	3	4	4	4	4	4	4	5	5	4	1	1	43	2	75	2			
29	Participante 28	5	4	5	4	4	1	5	4	4	36	3	5	4	1	3	13	2	3	4	4	4	1	4	4	4	4	4	4	3	43	2	92	2			
30	Participante 29	5	3	5	3	3	3	5	1	1	29	2	5	5	5	4	19	3	1	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	43	2	91	2			
31	Participante 30	5	1	4	3	1	5	1	1	5	26	2	1	4	4	3	12	2	5	5	5	4	1	1	4	5	4	3	3	3	43	2	81	2			
32	Participante 31	3	1	5	5	3	4	4	4	5	34	3	5	4	3	1	13	2	3	4	4	4	4	4	4	5	4	4	1	3	44	2	91	2			
33	Participante 32	4	1	4	4	1	4	5	5	4	32	2	4	1	1	1	7	1	1	1	4	4	4	5	4	3	3	4	1	4	38	2	77	2			
34	Participante 33	4	4	5	5	4	4	4	5	5	40	3	4	5	3	4	16	3	3	4	4	4	5	5	5	5	5	4	3	52	3	108	3				
35	Participante 34	5	5	5	5	1	5	5	4	5	40	3	5	5	5	4	19	3	3	4	4	3	4	3	3	4	4	5	4	3	44	2	103	3			

36	Participante 35	4	4	5	5	4	5	5	4	5	41	3	5	5	3	4	17	3	4	1	4	4	5	4	4	4	4	4	5	1	44	2	102	3
37	Participante 36	5	5	4	4	4	1	4	3	4	34	3	4	4	4	2	14	2	1	4	5	4	1	5	5	1	5	4	5	4	44	2	92	2
38	Participante 37	4	1	4	1	4	5	5	5	5	34	3	4	5	4	4	17	3	3	4	5	4	4	1	4	5	1	4	4	1	40	2	91	2
39	Participante 38	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45	3	5	5	3	5	18	3	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	57	3	120	3
40	Participante 39	4	5	5	4	5	5	5	4	4	41	3	4	4	4	2	14	2	3	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	1	53	3	108	3
41	Participante 40	4	4	4	4	4	1	4	1	4	30	2	4	1	1	4	10	2	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	44	2	84	2
42	Participante 41	5	1	4	4	4	4	5	4	4	35	3	4	5	1	1	11	2	3	1	4	4	4	4	4	1	3	4	1	3	36	2	82	2
43	Participante 42	5	1	4	4	1	4	4	4	5	32	2	5	4	1	1	11	2	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	44	2	87	2
44	Participante 43	5	5	5	4	5	4	5	5	5	43	3	5	5	3	4	17	3	3	4	5	4	4	5	5	1	1	5	4	3	44	2	104	3
45	Participante 44	4	4	4	4	1	5	5	5	5	37	3	4	1	1	3	9	1	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	1	1	43	2	89	2
46	Participante 45	1	5	5	5	1	5	5	5	5	37	3	5	5	4	1	15	2	4	4	4	4	4	4	4	4	5	1	1	1	40	2	92	2
47	Participante 46	1	4	5	1	3	5	4	4	5	32	2	4	4	4	3	15	2	3	4	4	4	4	4	4	3	5	4	1	44	2	91	2	
48	Participante 47	4	4	5	4	5	1	5	5	5	38	3	5	5	3	2	15	2	1	4	5	4	5	5	5	4	1	5	4	1	44	2	97	3
49	Participante 48	5	4	5	1	4	5	5	5	5	39	3	1	1	1	1	4	1	3	5	5	5	1	5	5	5	5	5	5	3	52	3	95	3
50	Participante 49	5	5	5	5	5	5	5	4	5	44	3	5	5	5	5	20	3	3	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	56	3	120	3	
51	Participante 50	5	5	4	4	5	5	5	5	5	43	3	4	4	3	4	15	2	5	4	4	4	4	5	5	4	5	5	4	54	3	112	3	
52	Participante 51	5	4	5	4	1	4	4	4	1	32	2	4	4	3	4	15	2	1	4	4	5	5	4	1	4	4	4	1	3	40	2	87	2
53	Participante 52	5	4	4	5	4	5	5	5	5	42	3	5	4	5	5	19	3	5	5	5	4	5	5	5	5	5	3	4	56	3	117	3	
54	Participante 53	5	4	4	1	5	1	5	4	5	34	3	4	4	4	4	16	3	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	42	2	92	2	
55	Participante 54	5	4	4	4	4	4	5	4	4	38	3	3	1	4	1	9	1	3	1	4	5	1	5	4	1	1	1	1	28	1	75	2	
56	Participante 55	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45	3	5	5	5	5	20	3	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	59	3	124	3
57	Participante 56	5	1	5	4	5	4	5	4	5	38	3	5	1	1	1	8	1	4	4	5	4	4	5	5	5	5	5	4	3	53	3	99	3
58	Participante 57	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45	3	5	4	5	5	19	3	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	44	2	108	3	
59	Participante 58	3	4	5	5	1	4	5	4	5	36	3	3	4	1	1	9	1	3	4	4	5	3	4	3	4	3	3	3	43	2	88	2	
60	Participante 59	3	3	1	1	1	3	3	1	4	20	1	4	4	5	4	17	3	3	1	4	4	4	5	4	4	1	4	4	1	39	2	76	2
61	Participante 60	5	4	4	4	1	4	5	4	5	36	3	5	1	1	1	8	1	3	5	5	5	1	5	4	1	3	5	5	1	43	2	87	2
62	Participante 61	1	1	5	5	1	5	5	5	5	33	3	5	4	3	5	17	3	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	42	2	92	2	
63	Participante 62	1	4	4	1	3	4	4	4	3	28	2	4	4	4	3	15	2	3	4	4	4	4	5	5	4	3	4	5	4	49	3	92	3
64	Participante 63	4	1	4	1	5	4	4	1	4	28	2	4	4	4	2	14	2	3	1	4	4	1	4	4	1	4	1	1	1	29	2	71	2
65	Participante 64	5	1	4	3	1	5	1	1	5	26	2	1	4	4	3	12	2	5	4	5	4	1	1	4	5	4	3	1	3	40	2	78	2
66	Participante 65	4	1	4	1	5	4	4	1	4	28	2	4	4	4	2	14	2	3	1	4	4	1	4	4	1	3	1	1	1	28	1	70	2
76	Participante 75	5	4	4	4	4	4	4	4	4	37	3	4	4	4	2	14	2	1	4	4	4	4	4	1	4	4	4	3	41	2	92	2	
77	Participante 76	5	5	5	5	4	5	5	4	4	42	3	5	5	4	4	18	3	3	4	4	3	1	4	4	4	3	4	4	4	42	2	102	3
78	Participante 77	5	5	5	5	4	5	5	5	5	44	3	4	4	1	4	13	2	4	4	4	4	4	5	4	1	4	4	4	1	43	2	100	3
79	Participante 78	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45	3	5	5	5	5	20	3	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	58	3	123	3
80	Participante 79	4	1	4	4	1	1	4	1	4	24	2	4	1	4	1	10	2	3	4	4	4	1	4	4	1	4	4	1	1	35	2	69	2
81	Participante 80	5	4	5	5	3	3	5	5	5	40	3	5	5	5	4	19	3	1	4	5	1	5	5	1	4	3	5	5	1	40	2	99	3
82	Participante 81	5	3	5	1	1	1	4	4	4	28	2	4	3	1	1	9	1	3	5	4	5	5	5	5	1	4	5	1	1	44	2	81	2
83	Participante 82	3	4	4	1	1	4	3	5	4	29	2	4	5	1	1	11	2	3	5	4	4	4	4	4	1	5	4	1	3	42	2	82	2
84	Participante 83	4	4	5	4	4	4	5	4	4	38	3	4	4	4	4	16	3	3	4	4	4	4	1	4	4	4	4	3	43	2	97	3	
85	Participante 84	5	5	4	4	1	1	4	1	4	29	2	4	1	1	4	10	2	3	4	4	3	1	4	4	1	4	5	1	3	37	2	76	2
86	Participante 85	4	3	5	1	4	5	5	5	5	37	3	5	5	5	5	20	3	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	59	3	116	3
87	Participante 86	5	4	4	4	4	4	4	4	5	38	3	4	4	4	4	16	3	3	4	4	4	4	5	5	5	4	5	4	4	51	3	105	3
88	Participante 87	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45	3	5	4	5	5	19	3	1	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	55	3	119	3
89	Participante 88	4	5	5	5	4	5	5	5	5	43	3	5	5	4	4	18	3	3	4	5	5	4	5	5	5	4	5	5	3	53	3	114	3
90	Participante 89	4	4	5	4	4	5	5	4	5	40	3	4	4	5	2	15	2	4	4	4	4	4	5	4	4	3	4	1	1	42	2	97	3
91	Participante 90	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45	3	5	4	5	5	19	3	1	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	55	3	119	3

92	Participante 91	4	3	4	4	4	4	4	1	4	32	2	3	4	4	1	12	2	3	5	4	4	4	5	4	1	4	5	4	1	44	2	88	2
93	Participante 92	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45	3	5	4	5	5	19	3	1	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	55	3	119	3
94	Participante 93	4	3	4	1	1	3	4	1	4	25	2	1	1	1	1	4	1	1	4	4	1	4	5	4	4	3	5	1	3	39	2	68	2
95	Participante 94	5	1	5	5	4	4	5	4	4	37	3	5	4	3	1	13	2	4	4	4	4	4	4	4	1	4	1	3	41	2	91	2	
96	Participante 95	5	5	5	1	5	4	5	4	4	38	3	4	4	4	1	13	2	3	4	4	1	4	4	4	4	4	4	4	44	2	95	3	
97	Participante 96	5	4	5	4	1	1	4	4	5	33	3	5	5	5	5	20	3	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	54	3	107	3	
98	Participante 97	5	4	5	1	4	5	5	5	5	39	3	1	1	1	1	4	1	3	5	5	5	1	5	5	5	5	5	3	52	3	95	3	
99	Participante 98	3	1	4	3	3	4	5	4	5	32	2	4	4	3	3	14	2	3	5	4	3	5	5	5	3	5	4	1	44	2	90	2	
100	Participante 99	5	1	5	4	1	5	5	5	5	36	3	5	5	1	1	12	2	3	4	4	4	5	4	5	4	1	1	44	2	92	2		
101	Participante 100	4	4	5	4	1	4	1	4	1	28	2	4	4	4	4	16	3	4	4	4	4	4	4	4	1	4	4	5	1	43	2	87	2
102	Participante 101	5	5	5	5	5	5	4	4	5	43	3	4	4	4	3	15	2	3	4	5	4	4	5	5	5	5	5	4	54	3	112	3	
103	Participante 102	4	1	5	4	1	4	5	5	4	33	3	4	4	4	3	15	2	1	4	4	4	4	4	4	3	4	4	1	41	2	89	2	
104	Participante 103	5	5	5	5	1	4	5	5	5	40	3	5	5	5	4	19	3	5	1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	56	3	115	3	
105	Participante 104	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45	3	5	5	4	4	18	3	3	5	5	5	5	5	4	4	5	4	5	54	3	117	3	
106	Participante 105	4	4	5	5	4	5	5	5	5	42	3	5	5	3	2	15	2	3	4	5	5	1	5	5	4	5	5	4	51	3	108	3	
107	Participante 106	5	1	5	5	4	5	1	4	5	35	3	4	4	3	3	14	2	3	4	5	5	5	4	5	5	5	5	3	54	3	103	3	
108	Participante 107	4	4	5	4	4	4	5	5	5	40	3	4	5	5	4	18	3	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	1	55	3	113	3	
109	Participante 108	5	4	5	5	1	4	5	5	5	39	3	5	5	3	4	17	3	3	5	5	5	4	4	5	5	4	5	5	54	3	110	3	
110	Participante 109	5	4	5	5	4	5	5	5	5	43	3	5	5	3	5	18	3	3	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	57	3	118	3	
111	Participante 110	4	4	4	1	2	4	4	1	4	28	2	4	4	3	4	15	2	4	4	1	1	1	4	4	1	3	4	1	29	2	72	2	
112	Participante 111	4	1	4	5	1	1	4	4	4	28	2	1	4	1	1	7	1	1	1	4	4	1	4	4	1	4	4	1	33	2	68	2	
113	Participante 112	5	4	4	4	4	4	4	4	5	38	3	4	4	3	4	15	2	3	5	5	5	5	5	5	3	4	4	4	53	3	106	3	
114	Participante 113	4	1	5	4	5	4	4	5	4	36	3	3	1	3	5	12	2	3	3	5	4	4	5	1	4	4	5	4	43	2	91	2	
115	Participante 114	5	4	5	5	4	5	4	4	1	37	3	4	4	1	1	10	2	3	4	5	5	4	4	4	1	3	5	1	3	42	2	89	2
116	Participante 115	5	4	5	5	4	5	5	5	5	41	3	1	5	5	1	12	2	1	5	5	5	5	5	5	4	5	5	1	51	3	104	3	
117	Participante 116	5	5	4	5	1	1	4	4	5	34	3	4	1	3	1	9	1	4	4	4	4	1	5	4	4	4	4	4	43	2	86	2	
118	Participante 117	1	1	4	4	4	1	4	4	4	27	2	4	4	4	1	13	2	5	4	5	5	4	4	4	3	5	4	4	51	3	91	2	
119	Participante 118	5	4	4	4	4	4	5	5	5	40	3	4	4	4	2	14	2	3	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44	2	98	3	
120	Participante 119	4	4	5	1	4	1	5	4	5	33	3	4	1	1	1	7	1	1	4	4	4	4	4	4	4	1	4	5	1	40	2	80	2
121	Participante 120	4	4	4	1	4	4	4	4	4	33	3	4	4	4	4	16	3	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	42	2	91	2	
122	Participante 121	3	1	4	4	4	5	5	4	5	35	3	4	4	1	3	12	2	4	1	4	3	1	4	3	1	3	5	4	3	36	2	83	2
123	Participante 122	4	4	4	4	3	1	4	1	4	29	2	1	1	3	3	8	1	4	1	1	4	1	4	4	1	4	4	4	36	2	73	2	
124	Participante 123	4	4	4	4	4	5	5	5	5	40	3	4	4	5	5	18	3	4	4	4	4	5	4	4	4	5	5	4	4	51	3	109	3
125	Participante 124	5	5	5	5	5	4	5	5	5	44	3	5	5	5	5	20	3	1	4	5	5	5	5	5	5	5	5	1	51	3	115	3	
126	Participante 125	4	1	4	1	4	4	4	1	4	27	2	4	1	4	1	10	2	1	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	44	2	81	2	
127	Participante 126	4	4	4	4	5	4	1	4	5	35	3	4	4	1	1	10	2	3	4	4	4	1	5	5	4	5	4	1	4	44	2	89	2
128	Participante 127	4	5	5	5	4	4	4	4	5	40	3	4	1	4	4	13	2	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	59	3	112	3	
129	Participante 128	1	4	4	5	4	1	4	5	5	33	3	4	4	4	1	13	2	3	1	5	5	1	5	5	4	5	4	5	1	44	2	90	2
130	Participante 129	4	1	4	3	4	4	4	1	4	29	2	4	4	3	1	12	2	1	4	4	3	4	4	4	1	3	4	1	3	36	2	77	2
131	Participante 130	5	5	5	5	4	4	5	5	5	43	3	4	4	5	4	17	3	3	4	4	4	1	4	4	4	4	4	4	44	2	104	3	
132	Participante 131	4	4	4	4	1	1	4	3	5	30	2	1	4	4	4	13	2	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	44	2	87	2	
133	Participante 132	4	4	5	4	4	4	4	5	5	39	3	4	4	1	4	13	2	1	4	4	4	4	4	4	4	4	1	1	39	2	91	2	
134	Participante 133	4	1	4	4	1	1	4	4	4	27	2	1	4	1	1	7	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	45	3	79	2	
135	Participante 134	1	3	1	1	4	5	4	1	4	24	2	5	1	1	3	10	2	4	4	4	4	1	4	4	4	3	4	4	44	2	78	2	
136	Participante 135	3	3	5	5	5	4	5	5	5	40	3	1	1	1	4	7	1	3	5	5	4	4	4	4	3	5	1	3	45	3	92	2	
137	Participante 136	5	4	4	5	1	4	4	5	4	36	3	3	4	3	4	14	2	3	4	4	4	4	4	4	1	3	4	4	40	2	90	2	
138	Participante 137	5	5	5	5	5	4	5	5	5	44	3	5	5	5	5	20	3	3	4	5	5	5	5	5	3	5	5	1	51	3	115	3	
139	Participante 138	5	5	4	4	5	5	5	5	5	43	3	4	4	3	4	15	2	4	4	4	4	4	5	5	4	5	5	4	53	3	111	3	
140	Participante 139	1	4	4	5	1	4	5	5	5	34	3	1	1	4	4	10	2	1	4	4	4	1	5	5	1	1	4	5	4	39	2	83	2
141	Participante 140	4	5	5	5	4	4	4	4	5	40	3	4	1	4	4	13	2	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	59	3	112	3	
142	Participante 141	5	1	5	4	1	5	4	4	4	33	3	5	1	3	1	10	2	3	4	4	4	4	5	4	1	4	4	5	1	43	2	86	2
143	Participante 142	5	4	5	5	5	1	4	4	5	38	3	5	5	5	4	19	3	4	4	4	5	4	5	5	5	4	1	51	3	108	3		
144	Participante 143	4	1	4	1	4	4	1	1	4	24	2	4	1	4	4	10	2	4	4	4	4	1	4	4	4	4	4	4	45	2	79	2	
145	Participante 144	5	5	4	4	4	4	4	4	4	38	3	4	1	1	4	10	2	1	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	55	3	103	3	
146	Participante 145	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45	3	5	5	4	5	19	3	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	58	3	122	3	

201	Participante 200	4	4	5	5	4	5	5	4	5	41	3	5	5	3	4	17	3	4	1	4	4	1	5	5	4	5	4	5	1	43	2	101	3
202	Participante 201	5	5	4	4	4	1	4	3	4	34	3	4	4	4	4	16	3	1	5	5	5	1	5	5	5	5	5	5	4	51	3	101	3
203	Participante 202	4	1	4	1	4	5	5	5	5	34	3	4	5	4	4	17	3	3	5	4	4	4	1	4	5	1	4	4	1	40	2	91	2
204	Participante 203	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45	3	5	5	3	5	18	3	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	57	3	120	3
205	Participante 204	4	5	5	4	5	5	5	4	4	41	3	4	4	4	4	16	3	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	1	54	3	111	3
206	Participante 205	4	4	4	4	4	1	4	1	4	30	2	4	1	1	4	10	2	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	44	2	84	2	
207	Participante 206	5	1	4	4	4	4	5	4	4	35	3	4	5	1	1	11	2	3	1	4	4	4	4	4	1	3	4	1	36	2	82	2	
208	Participante 207	5	1	4	4	1	4	4	4	5	32	2	5	4	1	1	11	2	1	4	4	5	5	5	5	1	4	4	1	44	2	86	2	
209	Participante 208	5	5	5	4	5	4	5	5	5	43	3	5	5	3	4	17	3	3	4	5	4	4	5	5	1	1	5	4	3	44	2	104	3
210	Participante 209	4	4	4	4	1	5	5	5	5	37	3	4	1	1	3	9	1	4	4	5	4	4	4	5	4	5	4	1	45	3	91	2	
211	Participante 210	1	5	5	5	1	5	5	5	5	37	3	5	5	5	1	16	3	5	5	5	4	4	4	4	1	4	1	1	39	2	92	2	
212	Participante 211	1	4	4	1	3	4	4	4	3	28	2	4	4	4	3	15	2	3	4	4	4	4	4	5	5	3	4	4	5	49	3	92	2
213	Participante 212	4	4	5	4	5	1	5	5	5	38	3	5	5	3	5	18	3	1	4	5	4	5	5	5	4	1	5	4	1	44	2	100	3
214	Participante 213	5	4	5	1	4	5	5	5	5	39	3	1	1	1	1	4	1	3	4	5	5	1	5	5	5	5	5	3	51	3	94	3	
215	Participante 214	5	5	5	5	5	5	5	4	5	44	3	5	5	5	5	20	3	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	57	3	121	3	
216	Participante 215	5	5	4	4	5	5	5	5	5	43	3	4	4	4	3	15	2	4	4	4	4	4	5	5	4	5	5	5	4	53	3	111	3
217	Participante 216	5	4	5	4	1	4	4	4	1	32	2	4	4	4	2	14	2	1	4	4	5	5	4	1	4	4	4	1	3	40	2	86	2
218	Participante 217	5	4	4	5	5	4	5	5	5	42	3	5	4	5	5	19	3	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	1	4	54	3	115	3
219	Participante 218	5	4	4	1	5	1	5	4	5	34	3	4	4	4	4	16	3	5	4	5	4	4	4	5	5	5	4	5	1	51	3	101	3
220	Participante 219	5	4	4	4	4	4	5	4	4	38	3	3	1	4	1	9	1	3	1	4	5	4	5	4	1	1	1	1	31	2	78	2	
221	Participante 220	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45	3	5	5	5	5	20	3	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	59	3	124	3
222	Participante 221	5	1	5	4	5	4	5	4	5	38	3	5	1	1	1	8	1	4	4	5	4	4	5	5	5	5	4	3	53	3	99	3	
223	Participante 222	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45	3	5	4	5	5	19	3	1	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	55	3	119	3
224	Participante 223	3	4	5	5	1	4	5	4	5	36	3	3	4	1	1	9	1	3	4	5	5	3	4	3	4	3	4	3	3	44	2	89	2
225	Participante 224	3	3	1	1	3	4	4	1	4	24	2	4	4	5	4	17	3	3	1	4	4	4	5	4	4	1	4	4	1	39	2	80	2
226	Participante 225	5	4	4	4	1	4	5	4	5	36	3	5	1	1	1	8	1	3	4	4	4	1	4	4	1	3	5	5	4	42	2	86	2
227	Participante 226	1	1	5	5	1	5	5	5	5	33	3	5	5	3	5	18	3	3	4	5	5	5	5	5	5	5	5	3	55	3	106	3	
228	Participante 227	1	4	4	1	3	5	4	4	3	29	2	4	4	5	1	14	2	3	4	4	4	4	4	5	4	3	5	4	5	49	3	92	2
229	Participante 228	4	1	4	1	5	4	4	1	4	28	2	4	4	4	4	16	3	1	1	4	4	1	4	4	1	4	1	1	1	27	1	71	2
230	Participante 229	5	1	4	3	1	5	1	1	5	26	2	1	4	4	3	12	2	5	4	4	4	1	1	4	5	4	3	1	3	39	2	77	2
231	Participante 230	4	1	4	1	5	4	4	1	4	28	2	4	4	4	4	16	3	3	1	4	4	1	4	4	1	3	1	1	1	28	1	72	2
232	Participante 231	5	5	4	4	1	1	4	1	4	29	2	4	1	1	4	10	2	3	4	4	3	1	4	4	1	4	5	3	3	39	2	78	2
233	Participante 232	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45	3	5	5	5	5	20	3	1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	56	3	121	3
234	Participante 233	4	4	4	1	5	1	4	4	4	31	2	4	1	4	4	13	2	4	4	4	4	4	4	4	4	1	1	1	3	38	2	82	2
235	Participante 234	4	4	4	4	1	4	4	4	4	33	3	5	4	3	4	16	3	3	4	4	4	4	4	4	1	4	4	3	43	2	92	2	
236	Participante 235	1	1	5	1	5	3	1	4	4	25	2	3	5	3	4	15	2	3	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	49	3	89	2
237	Participante 236	5	4	4	4	4	1	4	4	5	35	3	4	4	4	4	16	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	44	2	95	3
238	Participante 237	4	5	5	4	1	4	5	4	4	36	3	4	5	1	1	11	2	4	4	5	5	5	5	5	5	1	5	4	5	53	3	100	3
239	Participante 238	4	4	5	5	4	5	5	4	5	41	3	5	5	3	4	17	3	4	1	4	4	4	4	4	4	5	4	5	1	44	2	102	3
240	Participante 239	5	4	4	4	4	5	5	5	5	41	3	4	4	4	4	16	3	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4	56	3	113	3
241	Participante 240	5	5	4	4	4	5	4	4	5	40	3	4	4	4	4	16	3	4	4	4	5	4	4	4	4	5	5	4	4	51	3	107	3
242	Participante 241	5	5	5	5	4	5	5	4	4	42	3	5	5	4	4	18	3	3	5	4	3	4	4	4	4	3	4	1	4	43	2	103	3
243	Participante 242	5	5	5	5	4	5	5	5	5	44	3	4	4	1	4	13	2	4	4	4	4	5	5	1	4	4	4	1	44	2	101	3	
244	Participante 243	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45	3	5	5	5	5	20	3	3	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	57	3	122	3
245	Participante 244	4	1	4	4	1	1	4	1	4	24	2	4	1	4	1	10	2	3	4	4	4	1	4	4	1	4	4	1	1	35	2	69	2
246	Participante 245	5	4	5	5	3	3	5	5	5	40	3	5	5	5	4	19	3	3	4	4	1	5	5	1	4	3	5	5	1	41	2	100	3
247	Participante 246	5	3	5	1	3	1	4	4	5	31	2	4	3	1	1	9	1	3	5	5	4	5	5	5	1	4	5	1	1	44	2	84	2
248	Participante 247	3	4	4	1	1	5	3	5	5	31	2	4	5	1	1	11	2	3	4	4	4	4	4	4	1	4	4	1	3	40	2	82	2
249	Participante 248	4	4	5	4	4	4	4	4	4	37	3	4	4	4	4	16	3	1	4	4	4	4	4	4	1	4	4	4	1	39	2	92	2
250	Participante 249	5	5	4	4	1	1	4	1	4	29	2	4	1	1	4	10	2	3	4	4	3	1	4	4	1	4	5	3	3	39	2	78	2
251	Participante 250	4	3	5	1	4	5	5	5	5	37	3	5	5	5	5	20	3	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	58	3	115	3
252	Participante 251	5	4	4	4	4	4	4	4	5	38	3	4	4	4	4	16	3	3	4	4	4	4	5	5	5	4	5	4	5	1	3	105	3
253	Participante 252	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45	3	5	4	5	5	19	3	1	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	55	3	119	3
254	Participante 253	4	5	5	5	4	5	5	5	5	43	3	5	5	4	4	18	3	3	4	5	5	4	5	5	5	4	5	5	3	53	3	114	3
255	Participante 254	4	4	5	4	4	5	5	4	5	40	3	4	4	5	2	15	2	1	4	5													

257	Participante 256	4	3	4	4	4	4	4	1	4	32	2	3	4	4	1	12	2	3	5	4	4	4	5	4	1	4	5	4	1	44	2	88	2	
258	Participante 257	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45	3	5	4	5	5	19	3	1	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	55	3	119	3
259	Participante 258	4	3	4	1	1	3	4	1	4	25	2	1	1	1	1	4	1	1	4	4	1	4	5	5	4	3	5	1	3	40	2	69	2	
260	Participante 259	5	1	5	5	4	5	5	4	4	38	3	5	4	3	1	13	2	5	5	5	5	4	1	4	5	1	5	1	3	44	2	95	3	
261	Participante 260	5	5	5	1	5	5	5	4	4	39	3	4	4	4	4	16	3	4	4	4	1	4	4	4	4	4	4	4	4	45	3	100	3	
262	Participante 261	5	4	5	4	1	1	4	4	5	33	3	5	5	5	5	20	3	4	5	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	55	3	108	3	
263	Participante 262	5	4	5	1	4	5	5	5	5	39	3	1	1	1	1	4	1	3	5	5	5	1	5	5	5	5	5	5	3	52	3	95	3	
264	Participante 263	3	1	4	3	2	4	4	4	4	29	2	4	4	3	3	14	2	3	4	4	3	5	5	5	3	5	4	1	1	43	2	86	2	
265	Participante 264	5	1	5	4	1	5	5	5	5	36	3	5	5	1	1	12	2	3	5	4	4	5	4	4	4	4	4	1	1	43	2	91	2	
266	Participante 265	4	4	5	4	1	4	1	4	1	28	2	4	4	4	2	14	2	4	4	4	4	4	4	4	1	4	4	4	1	42	2	84	2	
267	Participante 266	5	5	5	5	5	5	4	4	5	43	3	4	4	4	3	15	2	3	4	5	4	4	5	5	5	5	5	4	5	54	3	112	3	
268	Participante 267	4	1	5	4	1	4	5	5	4	33	3	4	4	4	4	16	3	1	4	4	4	4	4	5	4	3	4	4	1	42	2	91	2	
269	Participante 268	5	5	5	5	1	4	5	5	5	40	3	5	5	5	5	20	3	4	1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	55	3	115	3	
270	Participante 269	5	5	5	5	5	5	5	4	5	44	3	5	5	4	4	18	3	3	5	5	5	5	5	4	4	5	4	5	4	54	3	116	3	
271	Participante 270	4	4	5	5	4	5	5	4	5	41	3	5	5	3	4	17	3	3	4	5	5	1	5	5	4	5	5	4	5	51	3	109	3	
272	Participante 271	5	1	5	5	4	5	1	4	5	35	3	4	4	3	3	14	2	3	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	3	54	3	103	3	
273	Participante 272	4	4	5	4	4	4	5	5	5	40	3	4	5	5	4	18	3	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	1	55	3	113	3	
274	Participante 273	5	4	5	5	1	4	5	5	5	39	3	5	5	3	4	17	3	3	5	5	5	4	4	5	5	4	5	5	4	54	3	110	3	
275	Participante 274	5	4	5	5	4	5	5	5	5	43	3	5	5	3	5	18	3	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	58	3	119	3	
276	Participante 275	4	4	4	1	4	4	4	1	4	30	2	4	4	3	4	15	2	4	4	1	1	1	4	4	1	3	4	1	1	29	2	74	2	
277	Participante 276	4	1	4	5	1	1	4	4	4	28	2	1	4	1	1	7	1	1	1	4	4	1	1	1	1	1	4	4	1	24	1	59	2	
278	Participante 277	5	4	4	4	4	4	4	4	5	38	3	4	4	4	4	16	3	3	4	5	5	5	5	5	3	4	4	4	52	3	106	3		
279	Participante 278	3	4	5	5	5	5	5	5	5	42	3	5	5	1	5	16	3	3	4	5	5	4	5	5	5	5	4	4	3	52	3	110	3	
280	Participante 279	4	4	4	1	4	4	4	1	1	27	2	4	4	4	3	15	3	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	49	3	91	2	
281	Participante 280	5	4	5	4	5	5	5	5	3	41	3	1	5	5	1	12	2	1	4	4	4	4	4	4	4	4	1	4	1	39	2	92	2	
282	Participante 281	5	5	4	5	1	1	4	4	5	34	3	4	1	3	1	9	1	4	4	4	4	1	5	4	4	4	4	4	1	43	2	86	2	
283	Participante 282	5	5	5	5	4	4	5	5	5	43	3	4	4	5	4	17	3	3	4	4	4	4	1	4	4	4	4	4	4	44	2	104	3	
284	Participante 283	4	4	4	4	1	1	4	3	5	30	2	1	4	4	4	13	2	4	4	4	4	4	1	4	4	4	4	4	3	44	2	87	2	
285	Participante 284	4	4	5	4	4	5	5	5	5	41	3	5	4	1	4	14	2	1	4	4	4	4	1	4	4	4	4	1	1	36	2	91	2	
286	Participante 285	4	1	4	4	1	1	4	4	4	27	2	1	4	1	1	7	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	45	3	79	2	
287	Participante 286	1	3	1	1	4	5	4	1	4	24	2	5	1	1	3	10	2	4	4	4	4	3	4	1	4	3	5	4	4	44	2	78	2	
288	Participante 287	3	3	5	5	5	4	5	5	5	40	3	1	1	1	4	7	1	3	5	5	4	4	4	4	4	3	5	1	1	43	2	90	2	
289	Participante 288	5	4	4	5	1	5	5	5	4	38	3	3	4	3	4	14	2	3	4	4	4	4	4	4	1	3	4	4	1	40	2	92	2	
290	Participante 289	5	5	5	5	5	4	5	5	5	44	3	5	5	5	5	20	3	3	4	5	5	5	5	5	5	3	5	5	1	51	3	115	3	
291	Participante 290	5	5	4	4	5	5	5	5	5	43	3	4	4	4	4	16	3	5	4	4	4	4	4	5	5	4	5	5	4	54	3	113	3	
292	Participante 291	1	4	4	5	1	4	4	5	5	34	3	1	1	4	4	10	2	1	4	4	4	4	4	4	1	4	4	4	42	2	86	2		
293	Participante 292	4	5	5	5	4	4	4	4	5	40	3	4	1	4	4	13	2	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	58	3	111	3		
294	Participante 293	5	1	5	4	1	5	4	4	4	33	3	5	1	3	1	10	2	3	4	4	4	4	1	4	1	5	5	1	41	2	84	2		
295	Participante 294	5	4	5	5	5	1	4	4	5	38	3	5	5	5	4	19	3	4	4	4	5	4	5	5	5	5	4	1	51	3	108	3		
296	Participante 295	4	1	4	1	4	4	1	1	4	24	2	4	1	4	1	10	2	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	47	3	81	2		
297	Participante 296	5	5	4	4	4	4	4	4	4	38	3	4	1	1	4	10	2	1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	56	3	104	3		
298	Participante 297	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45	3	5	5	4	5	19	3	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	58	3	122	3		
299	Participante 298	5	5	5	5	4	5	5	5	5	44	3	5	5	5	4	19	3	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	57	3	120	3	
300	Participante 299	4	4	4	4	4	4	5	4	1	34	3	4	4	4	3	15	2	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	51	3	100	3		
301	Participante 300	4	4	5	5	4	5	1	4	4	36	3	5	5	5	5	20	3	3	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	55	3	111	3		
302	Participante 301	5	4	5	4	4	4	4	4	4	38	3	4	4	4	4	16	3	4	4	4	4	1	4	4	4	4	4	4	45	3	99	3		
303	Participante 302	4	4	5	4	4	4	5	5	5	40	3	4	5	5	4	18	3	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	1	55	3	113	3		
304	Participante 303	5	4	5	5	1	4	5	5	5	39	3	5	5	3	4	17	3	3	4	5	5	4	4	5	5	4	5	4	53	3	109	3		
305	Participante 304	5	4	5	5	4	5	5	5	5	43	3	5	5	3	5	18	3	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	58	3	119	3		
306	Participante 305	4	4	4	1	4	4	4	1	3	29	2	4	4	5	1	14	3	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	49	3	92	2		
307	Participante 306	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45	3	5	5	5	5	20	3	3	4	4	5	4	5	5	4	4	5	5	53	3	118	3		
308	Participante 307	5	4	5	4	1	5	4	4	5	37	3	4	5	5	4	18	3	4	4	5	5	5	4	5	5	5	4	1	52	3	107	3		
309	Participante 308	3	3	4	1	5	4	4	1	5	30	2	3	5	1	1	10	2	3	4	4	4	5	4	4	4	4	4	3	47	3	87	2		
310	Participante 309	1	4	4	4	1	5	5	5	5	34	3	5	5	5	4	19	3	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	3	55	3	108	3		

361	Participante 360	5	4	5	5	4	5	5	4	5	42	3	5	5	5	4	19	3	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	1	52	3	113	3
362	Participante 361	5	4	5	5	1	4	5	5	5	39	3	5	5	3	5	18	3	3	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	1	52	3	109	3
363	Participante 362	1	3	1	5	1	1	5	5	5	27	2	4	1	1	3	9	1	3	3	4	4	3	4	4	1	1	4	4	3	38	2	74	2
364	Participante 363	4	4	4	4	3	1	4	1	4	29	2	1	1	1	3	6	1	4	1	1	4	1	4	4	1	4	4	4	4	36	2	71	2
365	Participante 364	4	4	4	4	4	5	5	5	5	40	3	4	4	5	5	18	3	4	4	4	4	5	4	4	4	5	5	4	4	51	3	109	3
366	Participante 365	4	4	4	4	2	1	4	1	4	28	2	4	1	1	4	10	2	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	47	3	85	2
367	Participante 366	5	1	4	4	4	4	5	4	4	35	3	4	5	1	1	11	2	3	1	4	4	4	4	1	3	4	1	3	36	2	82	2	
368	Participante 367	4	4	4	4	3	1	4	1	4	29	2	1	1	1	3	6	1	4	1	1	4	1	4	4	1	4	1	1	1	27	1	62	2
369	Participante 368	4	4	4	4	4	5	5	5	5	40	3	4	4	5	5	18	3	4	4	4	4	5	4	4	4	5	5	4	4	51	3	109	3
370	Participante 369	1	4	4	1	3	4	4	4	1	26	2	4	4	4	3	15	2	3	4	4	4	4	5	4	4	3	5	4	5	49	3	90	2
371	Participante 370	4	4	5	4	5	1	5	5	5	38	3	5	5	3	5	18	3	1	4	5	5	4	5	5	4	1	5	4	1	44	2	100	3
372	Participante 371	5	4	5	1	4	5	5	5	5	39	3	1	1	1	1	4	1	3	5	5	5	1	5	5	5	5	5	5	3	52	3	95	3
373	Participante 372	5	5	5	5	5	5	5	4	5	44	3	5	5	5	5	20	3	3	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	56	3	120	3	
374	Participante 373	5	5	4	4	5	5	5	5	5	43	3	4	4	4	2	14	2	4	4	4	4	4	5	5	4	5	5	4	53	3	110	3	
375	Participante 374	4	3	5	5	1	5	4	4	5	36	3	5	4	3	4	16	3	1	4	4	5	4	4	4	4	1	4	1	3	39	2	91	2
376	Participante 375	5	4	4	5	1	5	5	5	4	38	3	3	4	3	4	14	2	3	4	4	5	5	4	4	1	3	4	1	1	39	2	91	2
377	Participante 376	3	1	4	4	4	5	5	4	5	35	3	4	4	1	3	12	2	4	1	4	3	1	4	3	1	3	5	4	1	34	2	81	2
378	Participante 377	5	1	5	4	1	5	5	5	5	36	3	5	5	1	1	12	2	3	4	5	5	5	4	5	1	4	5	1	1	43	2	91	2
379	Participante 378	4	4	5	4	1	4	1	4	1	28	2	4	4	4	2	14	2	4	5	4	4	4	4	4	1	4	4	5	1	44	2	86	2
380	Participante 379	5	5	5	1	2	5	5	4	4	36	3	4	4	4	4	16	3	4	4	4	1	4	4	4	4	4	4	4	4	45	3	97	3
381	Participante 380	4	4	5	4	1	2	4	1	4	29	2	5	5	5	5	20	3	4	5	4	5	5	5	5	5	4	4	4	55	3	104	3	
382	Participante 381	4	1	5	4	1	4	5	5	4	33	3	4	4	4	2	14	2	1	4	4	4	4	4	5	4	3	4	4	1	42	2	89	2
383	Participante 382	4	4	4	1	4	3	1	4	4	29	2	5	4	4	4	17	3	1	4	4	4	4	1	4	4	4	4	4	3	41	2	87	2
384	Participante 383	5	4	5	4	1	5	4	4	5	37	3	4	5	5	4	18	3	4	4	5	5	5	4	5	5	5	4	1	52	3	107	3	
385	Participante 384	4	1	4	1	5	4	4	1	4	28	2	4	4	4	4	16	3	1	1	4	4	1	4	4	1	4	1	1	1	27	1	71	2

Anexo 6: Consentimiento informado

Carta de Consentimiento Informado

Yo Alda Karina Figueroa Cuentas, Indico que se me ha explicado que formaré parte del trabajo de Investigación: "Identidad cultural de los pobladores de Ica sobre su espacio turístico 2020". Mis resultados se juntarán con los obtenidos por los demás participantes y en ningún momento se revelará mi Identidad.

Se respetará mi decisión de aceptar o no colaborar con la Investigación, pudiendo retirarme de ella en cualquier momento, sin que ello implique alguna consecuencia desfavorable para mí.

Por lo expuesto, declaro que:

- He recibido Información suficiente sobre el estudio.
- He tenido la oportunidad de efectuar preguntas sobre el estudio.

Se me ha informado que:

- Mi participación es voluntaria.
- Puedo retirarme del estudio, en cualquier momento, sin que ello me perjudique.
- Mis resultados personales no serán informados a nadie.

Por lo expuesto, acepto formar parte de la Investigación.

Ica, diciembre del 2020

A blue ink signature of Alda Karina Figueroa Cuentas, with a circular official stamp to its left. The stamp contains the text "INSTITUTO VARIETAL" and "ALDA KARINA FIGUEROA CUENTAS DIRECTORA".

Firma de la participante

A black ink signature of the researcher, appearing to be "María Fedd".

Firma del Investigador

Celular N° 945822562

En caso de cualquier duda e inquietud referente a la Investigación, puede escribir al correo electrónico del Investigador mariafedd@hotmail.com

Carta de Consentimiento Informado

Yo, Ronny Stalin Marifo Salazar..... Indico que se me ha explicado que formaré parte del trabajo de investigación: "Identidad cultural de los pobladores de Ica sobre su espacio turístico 2020". Mis resultados se juntarán con los obtenidos por los demás participantes y en ningún momento se revelará mi identidad.

Se respetará mi decisión de aceptar o no colaborar con la investigación, pudiendo retirarme de ella en cualquier momento, sin que ello implique alguna consecuencia desfavorable para mí.

Por lo expuesto, declaro que:

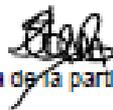
- He recibido información suficiente sobre el estudio.
- He tenido la oportunidad de efectuar preguntas sobre el estudio.

Se me ha informado que:

- Mi participación es voluntaria.
- Puedo retirarme del estudio, en cualquier momento, sin que ello me perjudique.
- Mis resultados personales no serán informados a nadie.

Por lo expuesto, acepto formar parte de la investigación.

Ica, diciembre del 2020



Firma de la participante



Firma del Investigador

Celular N° 956890640

En caso de cualquier duda e inquietud referente a la investigación, puede escribir al correo electrónico del Investigador mariafedd@hotmail.com

Carta de Consentimiento Informado

Yo.....Bertha Mayandía Suárez..... Indico que se me ha explicado que formaré parte del trabajo de Investigación: "Identidad cultural de los pobladores de Ica sobre su espacio turístico 2020". Mis resultados se juntarán con los obtenidos por los demás participantes y en ningún momento se revelará mi identidad.

Se respetará mi decisión de aceptar o no colaborar con la Investigación, pudiendo retirarme de ella en cualquier momento, sin que ello implique alguna consecuencia desfavorable para mí.

Por lo expuesto, declaro que:

- He recibido información suficiente sobre el estudio.
- He tenido la oportunidad de efectuar preguntas sobre el estudio.

Se me ha informado que:

- Mi participación es voluntaria.
- Puedo retirarme del estudio, en cualquier momento, sin que ello me perjudique.
- Mis resultados personales no serán informados a nadie.

Por lo expuesto, acepto formar parte de la Investigación.

Ica, diciembre del 2020



Firma de la participante



Firma del investigador

Celular N° 993328658

En caso de cualquier duda e inquietud referente a la Investigación, puede escribir al correo electrónico del investigador mariafedd@hotmail.com

Carta de Consentimiento Informado

Yo, Wilson Michel Rojas..... Indico que se me ha explicado que formaré parte del trabajo de Investigación: "Identidad cultural de los pobladores de Ica sobre su espacio turístico 2020". Mis resultados se juntarán con los obtenidos por los demás participantes y en ningún momento se revelará mi identidad.

Se respetará mi decisión de aceptar o no colaborar con la Investigación, pudiendo retirarme de ella en cualquier momento, sin que ello implique alguna consecuencia desfavorable para mí.

Por lo expuesto, declaro que:

- He recibido Información suficiente sobre el estudio.
- He tenido la oportunidad de efectuar preguntas sobre el estudio.

Se me ha informado que:

- Mi participación es voluntaria.
- Puedo retirarme del estudio, en cualquier momento, sin que ello me perjudique.
- Mis resultados personales no serán informados a nadie.

Por lo expuesto, acepto formar parte de la Investigación.

Ica, diciembre del 2020



Firma de la participante



Firma del Investigador

Celular N° 979323561

En caso de cualquier duda e inquietud referente a la Investigación, puede escribir al correo electrónico del Investigador mariafedd@hotmail.com

Carta de Consentimiento Informado

Yo..... Danna Lopez Ordoñez..... Indico que se me ha explicado que formaré parte del trabajo de Investigación: "Identidad cultural de los pobladores de Ica sobre su espacio turístico 2020". Mis resultados se juntarán con los obtenidos por los demás participantes y en ningún momento se revelará mi identidad.

Se respetará mi decisión de aceptar o no colaborar con la investigación, pudiendo retirarme de ella en cualquier momento, sin que ello implique alguna consecuencia desfavorable para mí.

Por lo expuesto, declaro que:

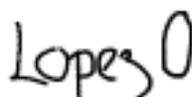
- He recibido información suficiente sobre el estudio.
- He tenido la oportunidad de efectuar preguntas sobre el estudio.

Se me ha informado que:

- Mi participación es voluntaria.
- Puedo retirarme del estudio, en cualquier momento, sin que ello me perjudique.
- Mis resultados personales no serán informados a nadie.

Por lo expuesto, acepto formar parte de la investigación.

Ica, diciembre del 2020



Firma de la participante



Firma del Investigador

Celular N° 940158068

En caso de cualquier duda e inquietud referente a la investigación, puede escribir al correo electrónico del investigador mariafedd@hotmail.com

Carta de Consentimiento Informado

Yo Mariana Neira Torres..... Indico que se me ha explicado que formaré parte del trabajo de Investigación: "Identidad cultural de los pobladores de Ica sobre su espacio turístico 2020". Mis resultados se juntarán con los obtenidos por los demás participantes y en ningún momento se revelará mi Identidad.

Se respetará mi decisión de aceptar o no colaborar con la Investigación, pudiendo retirarme de ella en cualquier momento, sin que ello implique alguna consecuencia desfavorable para mí.

Por lo expuesto, declaro que:

- He recibido información suficiente sobre el estudio.
- He tenido la oportunidad de efectuar preguntas sobre el estudio.

Se me ha informado que:

- Mi participación es voluntaria.
- Puedo retirarme del estudio, en cualquier momento, sin que ello me perjudique.
- Mis resultados personales no serán informados a nadie.

Por lo expuesto, acepto formar parte de la Investigación.

Ica, diciembre del 2020



Firma de la participante



Firma del Investigador

Celular N° 973434310

En caso de cualquier duda e inquietud referente a la Investigación, puede escribir al correo electrónico del Investigador mariafedd@hotmail.com

Carta de Consentimiento Informado

Yo, Rosa María García Chacaltana..... Indico que se me ha explicado que formaré parte del trabajo de investigación: "Identidad cultural de los pobladores de Ica sobre su espacio turístico 2020". Mis resultados se juntarán con los obtenidos por los demás participantes y en ningún momento se revelará mi identidad.

Se respetará mi decisión de aceptar o no colaborar con la investigación, pudiendo retirarme de ella en cualquier momento, sin que ello implique alguna consecuencia desfavorable para mí.

Por lo expuesto, declaro que:

- He recibido información suficiente sobre el estudio.
- He tenido la oportunidad de efectuar preguntas sobre el estudio.

Se me ha informado que:

- Mi participación es voluntaria.
- Puedo retirarme del estudio, en cualquier momento, sin que ello me perjudique.
- Mis resultados personales no serán informados a nadie.

Por lo expuesto, acepto formar parte de la investigación.

Ica, diciembre del 2020



Firma de la participante



Firma del Investigador

Celular N° 966198742

En caso de cualquier duda e inquietud referente a la investigación, puede escribir al correo electrónico del Investigador mariafedd@hotmail.com

Carta de Consentimiento Informado

Yo.....Felipe Gonzalo Yarasca Ramirez... Indico que se me ha explicado que formaré parte del trabajo de Investigación: "Identidad cultural de los pobladores de Ica sobre su espacio turístico 2020". Mis resultados se juntarán con los obtenidos por los demás participantes y en ningún momento se revelará mi identidad.

Se respetará mi decisión de aceptar o no colaborar con la investigación, pudiendo retirarme de ella en cualquier momento, sin que ello implique alguna consecuencia desfavorable para mí.

Por lo expuesto, declaro que:

- He recibido información suficiente sobre el estudio.
- He tenido la oportunidad de efectuar preguntas sobre el estudio.

Se me ha informado que:

- Mi participación es voluntaria.
- Puedo retirarme del estudio, en cualquier momento, sin que ello me perjudique.
- Mis resultados personales no serán informados a nadie.

Por lo expuesto, acepto formar parte de la investigación.

Ica, diciembre del 2020



Firma de la participante



Firma del investigador

Celular N° 979 784 344

En caso de cualquier duda e inquietud referente a la investigación, puede escribir al correo electrónico del investigador mariafedd@hotmail.com

Carta de Consentimiento Informado

Yo, Julio Cesar Rivera Euribe..... Indico que se me ha explicado que formaré parte del trabajo de investigación: "Identidad cultural de los pobladores de Ica sobre su espacio turístico 2020". Mis resultados se juntarán con los obtenidos por los demás participantes y en ningún momento se revelará mi identidad.

Se respetará mi decisión de aceptar o no colaborar con la investigación, pudiendo retirarme de ella en cualquier momento, sin que ello implique alguna consecuencia desfavorable para mí.

Por lo expuesto, declaro que:

- He recibido información suficiente sobre el estudio.
- He tenido la oportunidad de efectuar preguntas sobre el estudio.

Se me ha informado que:

- Mi participación es voluntaria.
- Puedo retirarme del estudio, en cualquier momento, sin que ello me perjudique.
- Mis resultados personales no serán informados a nadie.

Por lo expuesto, acepto formar parte de la investigación.

Ica, diciembre del 2020



Firma de la participante



Firma del Investigador

Celular N° 945322479

En caso de cualquier duda e inquietud referente a la investigación, puede escribir al correo electrónico del investigador mariafedd@hotmail.com

Carta de Consentimiento Informado

Yo..... Reyko Zambrano Palacios..... Indico que se me ha explicado que formaré parte del trabajo de Investigación: "Identidad cultural de los pobladores de Ica sobre su espacio turístico 2020". Mis resultados se juntarán con los obtenidos por los demás participantes y en ningún momento se revelará mi Identidad.

Se respetará mi decisión de aceptar o no colaborar con la Investigación, pudiendo retirarme de ella en cualquier momento, sin que ello implique alguna consecuencia desfavorable para mí.

Por lo expuesto, declaro que:

- He recibido Información suficiente sobre el estudio.
- He tenido la oportunidad de efectuar preguntas sobre el estudio.

Se me ha informado que:

- Mi participación es voluntaria.
- Puedo retirarme del estudio, en cualquier momento, sin que ello me perjudique.
- Mis resultados personales no serán Informados a nadie.

Por lo expuesto, acepto formar parte de la Investigación.

Ica, diciembre del 2020



Firma de la participante



Firma del Investigador

Celular N° 917220644

En caso de cualquier duda e inquietud referente a la Investigación, puede escribir al correo electrónico del Investigador mariafedd@hotmail.com