



UNIVERSIDAD
PRIVADA
DEL NORTE

FACULTAD DE NEGOCIOS

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN Y SERVICIOS TURÍSTICOS

**“LA IDENTIDAD TURÍSTICA EN LOS JÓVENES DEL
BALNEARIO DE HUANCHACO EN EL 2014”.**

Tesis para optar el título profesional de:

Licenciada en Administración y Servicios Turísticos

Autor:

Angela Andrea González Silva

Asesor:

Dr. José Benítez Vargas

Trujillo – Perú
2015

ÍNDICE DE CONTENIDOS

APROBACIÓN DE LA TESIS	ii
DEDICATORIA	¡Error! Marcador no definido.
AGRADECIMIENTO	¡Error! Marcador no definido.
ÍNDICE DE CONTENIDOS	vi
ÍNDICE DE TABLAS	vii
ÍNDICE DE GRÁFICOS	viii
RESUMEN	¡Error! Marcador no definido.
ABSTRACT	¡Error! Marcador no definido.
CAPÍTULO 1. INTRODUCCIÓN	1
1.1. Realidad problemática.....	1
1.2. Formulación del problema	2
1.3. Justificación	2
1.4. Limitaciones.....	3
1.5. Objetivos.....	4
1.5.1. <i>Objetivo General</i>	4
1.5.2. <i>Objetivos Específicos</i>	4
CAPÍTULO 2. MARCO TEÓRICO	5
2.1. Antecedentes.....	5
2.2. Bases Teóricas	11
2.3. Definición de términos básicos	46
CAPÍTULO 3. HIPÓTESIS	48
3.1. Formulación de la hipótesis.....	48
3.2. Operacionalización de variables.....	49
CAPÍTULO 4. MATERIALES Y MÉTODOS	50
4.1. Tipo de diseño de investigación.....	50
4.2. Material de estudio.....	50
5.2.1. <i>Unidad de estudio</i>	50
5.2.2. <i>Población</i>	50
5.2.3. <i>Muestra</i>	50
4.3. Técnicas, procedimientos e instrumentos.....	51
5.3.1. <i>Para recolectar datos</i>	51
5.3.2. <i>Para analizar información</i>	52
CAPÍTULO 5. RESULTADOS	53
CAPÍTULO 6. DISCUSIÓN	71

CONCLUSIONES.....	80
RECOMENDACIONES.....	81
REFERENCIAS.....	82
ANEXOS.....	85

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla N° 1 Distribución de los encuestados según ocupación.....	53
Tabla N° 2 Distribución de los encuestados de acuerdo a las actividades que realizan en su tiempo libre.....	54
Tabla N° 3 Distribución de los encuestados en relación a los aspectos que identifican a huanchaco.....	55
Tabla N° 4 Distribución de los encuestados según los aspectos con los que más se identifican.....	57
Tabla N° 5. Distribución de los encuestados de acuerdo a los aspectos de mayor atracción para los visitantes.....	58
Tabla N° 6. Distribución de los encuestados según su participación en las actividades tradicionales.....	59
Tabla N° 7. Distribución de los encuestados en relación a las actividades tradicionales en las que participan.....	60
Tabla N° 8. Distribución de los encuestados según su relación con las generaciones mayores de su familia.....	61
Tabla N° 9. Distribución de los encuestados de acuerdo a las actividades tradicionales que mantienen como familia.....	62
Tabla N° 10. Distribución de los encuestados según la influencia de la familia en la identidad de los jóvenes.....	63
Tabla N° 11. Distribución de los encuestados en relación a su opinión de mantener las tradiciones y costumbres de Huanchaco.....	64
Tabla N° 12. Distribución de los encuestados según su opinión del beneficio del turismo en su comunidad.....	65
Tabla N° 13. Distribución de los encuestados de acuerdo a la influencia de los turistas y extranjeros residentes en su identidad.....	66
Tabla N° 14. Distribución de los encuestados en relación a los aspectos que faltan mejorar en su comunidad respecto al turismo.....	68
Tabla N°15. Distribución de los encuestados según su aprecio y orgullo de Huanchaco y de ser huanchaquero.....	69

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico N° 1 Distribución de los encuestados según ocupación.....	53
Gráfico N° 2 Distribución de los encuestados de acuerdo a las actividades que realizan en su tiempo libre.....	54
Gráfico N° 3 Distribución de los encuestados en relación a los aspectos que identifican a huanchaco.....	56
Gráfico N° 4 Distribución de los encuestados según los aspectos con los que más se identifican.....	57
Gráfico N° 5 Distribución de los encuestados de acuerdo a los aspectos de mayor atracción para los visitantes.....	59
Gráfica N° 6 Distribución de los encuestados según su participación en las actividades tradicionales.....	60
Gráfico N° 7 Distribución de los encuestados en relación a las actividades tradicionales en las que participan.....	61
Gráfico N° 8 Distribución de los encuestados según su relación con las generaciones mayores de su familia.....	62
Gráfico N° 9 Distribución de los encuestados de acuerdo a las actividades tradicionales que mantienen como familia.....	63
Gráfico N° 10 Distribución de los encuestados según la influencia de la familia en la identidad de los jóvenes.....	64
Gráfico N° 11 Distribución de los encuestados en relación a su opinión de mantener las tradiciones y costumbres de Huanchaco.....	65
Gráfico N° 12 Distribución de los encuestados según su opinión del beneficio del turismo en su comunidad.....	66
Gráfico N° 13 Distribución de los encuestados de acuerdo a la influencia de los turistas y extranjeros residentes en su identidad.....	67
Gráfico N° 14 Distribución de los encuestados en relación a los aspectos que faltan mejorar en su comunidad respecto al turismo.....	68
Gráfica N° 15 Distribución de los encuestados según su aprecio y orgullo de Huanchaco y de ser huanchaquero.....	69

RESUMEN

Dentro de la actividad turística existen diferentes temas a tratar cuando nos enfocamos en una comunidad específica, uno de ellos es el tema tratado en la presente investigación: la identidad. Hablar de identidad se torna un poco complicado cuando se quiere estudiar un grupo humano, sin embargo es un punto clave que nos permitirá identificar posibles puntos débiles y a la vez fuertes que permitan desarrollar la actividad turística de una mejor manera en un lugar específico.

En la presente investigación se ha identificado un objeto de estudio que es la identidad turística en los jóvenes del balneario de Huanchaco, no sin antes tratar los temas de identidad e identidad cultural los cuales engloban a identidad turística, donde se puede inferir que la persona con el pasar del tiempo va construyendo su identidad respecto a la comunidad donde se desenvuelve, recolectando experiencias y aprendiendo a valorar y a amar lo suyo. Por otra parte, cada lugar, comunidad o en este caso, atractivo turístico como es Huanchaco posee mucha importancia histórica y cultural, donde se encuentran elementos turísticos importantes que lo representan y con los cuales la población se debería sentir identificado, es por ello, que luego de aplicar las encuestas se ha determinado cuales son los factores que determinan esta identidad turística en los jóvenes.

Teniendo como resultados que estos jóvenes reconocen lo que identifica y representa a su comunidad, sin embargo no existe la motivación y orientación adecuada en ellos de cómo preservar y conservar sus tradiciones y de lo mucho que se podría realizar como comunidad aprovechando sus elementos turísticos para su bienestar y el de su entorno.

Se culmina la investigación mencionando algunas recomendaciones, las cuales puedan servir de motivación para realizar proyectos en beneficio de una comunidad de vital importancia como es Huanchaco.

ABSTRACT

In tourist activity there are different issues to deal with when we focus on a specific community, one of which is the topic in this investigation: the identity. Speaking of identity becomes a little complicated when you want to study a group of people, but it is a key point that will allow us to identify potential weaknesses and strengths while allowing the development of tourism in a better way in a specific place.

In the present research has identified an object of study is the tourism identity of the young people of Huanchaco, but not before addressing the issues of identity and cultural identity which encompass tourism identity, where it can be inferred that the person with over time builds its identity to the community in which it operates, collecting experiences and learning to appreciate and love his stuff. Moreover, every place, community, or in this case as Huanchaco attraction has many historical and cultural importance, which are important tourist elements that represent and which people should feel identified, which is why, later interviews applying has determined what factors determine this young tourist identity. Taking as a result these young people recognize that identifies and represents his community; however there is full justification for them to preserve and conserve their traditions, perhaps because they have no proper guidance on how much could be done as a community using its tourist items for their welfare and that of their environment.

The research concludes by mentioning some recommendations, which can serve as motivation for projects in benefit of a community is vital as Huanchaco.

NOTA DE ACCESO

No se puede acceder al texto completo pues contiene datos confidenciales

REFERENCIAS

- Abanto, A., Chávez, J. (2011). *La identidad como factor determinante en el proceso de desarrollo local del centro cívico del centro poblado menor Puente Viru.* (tesis de licenciatura). Universidad Nacional de Trujillo, Perú.
- Aguilar, A., García, F., rojas, C., Vigo, F. (2008). *El turismo y su influencia en las costumbres tradicionales de la población nativa de la capital del distrito de Huanchaco.*
- Ahumana, R. (2011). *Aplicación del programa de sensibilización para alumnos de nivel primaria y su influencia en el desarrollo de la identidad turística de la región Lambayeque.* (tesis de licenciatura). Universidad San Martín de Porres de Lima, Perú.
- Barahona, M. (2002). *Evolución histórica de la identidad nacional.* [versión electrónica] /books.google.com.pe
- Bustos, C (2001). *Identidad, Turismo y territorios locales. En documento Aportes y transparencias* [Versión electrónica] recuperado el 18 de Junio del 2013, de <http://nulan.mdp.edu.ar/244/1/Apo2001a5v1pp11-28.pdf>
- Canihuante, G. (2005). Paisaje y turismo en la formación de la identidad de Chile. *En documento Aportes y transparencias* [Versión electrónica] <http://nulan.mdp.edu.ar/297/1/Apo2005a9v1pp75-92.pdf>
- Cooper, C., Fletcher, J., Fyall A., Gilbert, D., Wanhill, S. (2005). *El Turismo teoría y práctica.* Madrid: Síntesis
- Hernández, S. (2012). *Turismo y Patrimonio cultural.*

- Huntington, S. (2004). *¿Quiénes somos? Los desafíos de la identidad nacional Estadounidense*. [versión electrónica] <https://books.google.com.pe/books>
- Kravets I. y de Camargo P. (2008). La importancia del turismo cultural en la construcción de la identidad nacional. *En Revista de Cultura y Turismo*. [Versión electrónica] <http://www.uesc.br/revistas/culturaeturismo/edicao3/artigo1.pdf>
- Leonard, L. y Carson, L. (1997). *Una Introducción al turismo*. Barcelona: Síntesis
- Mazón, T. (2001) *Sociología del Turismo*. España: Ramón Areces
- Molano, O. (2006). La identidad cultural, un concepto que evoluciona. Recuperado el 29 de Abril del 2013, de <http://www.redalyc.org/pdf/675/67500705.pdf>
- Montero, I. y Oreja, J. Diseño de un instrumento de medida para el análisis comparativo de los recursos culturales tangibles. *En Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*. [Versión electrónica] http://www.pasosonline.org/Publicados/3205/PS030205.pdf?origin=publication_detail
- Monzón P. (2012). *La valoración de la identidad cultural en los y las jóvenes del distrito de Huamachuco* (tesis de licenciatura) Universidad Nacional de Trujillo, Perú.
- Ortigosa A. (2013). *Estudio del turismo como herramienta reivindicadora en la identidad de los pueblos atacameños y plan de difusión comunicacional proyecto Qhapaq ñan 2012* (tesis de licenciatura) Universidad San Martín de Porres de Lima, Perú.
- Rubio A. (2003). *Sociología del turismo*. Barcelona: Ariel.

- Silva, F. (1986). *Antropología, conceptos y nociones generales*. Lima: Fondo de desarrollo editorial.
- Sosa, C. (2004). *Identidad cultural y conciencia turística, pilares de desarrollo*. Lima: San Marcos.
- Vallejo, M. *Identidad cultural, turismo y recreación*. (monografía de licenciatura) Universidad Nacional de Mar de Plata, Argentina.
- Sancho, A. (2011). *Introducción al Turismo* [en línea] recuperado el 19 de Junio del 2013, de <http://www.utntyh.com/wp-content/uploads/2011/09/introducción-al-turismo-omt.pdf>
- INEI, (2007) población total, por área urbana y rural y sexo, según departamento, provincia, distrito y edades simples de <http://censos.inei.gob.pe/cpv2007/tabulados/#>