

Conciencia turística y la valoración de las iglesias coloniales en el Centro Histórico del Rímac, 2020

Tourist awareness and the valuation of the colonial churches in the Historic Center of Rímac, 2020

Bertha Miranda¹, Gualberto Hurtado², Quintter Salas³, Katya López⁴, Lorena Medrano⁵, Lucia Panta⁶, Robert Quispe⁷, Adabelha Bautista⁸

RESUMEN

El presente trabajo de investigación tuvo como **objetivo** determinar la relación que existe entre la conciencia turística y la valoración que le dan los residentes a las iglesias coloniales ubicadas en el centro histórico del Rímac, para alcanzar este objetivo se desarrolló una metodología de enfoque cuantitativo de tipo descriptiva correlacional y de diseño no experimental aplicando como técnica a la encuesta con 2 cuestionarios que sirvió para medir ambas variables en una muestra de 175 personas mayores de edad que residían por más de 5 años alrededor de las iglesias y que por lo menos hayan ingresado a ellas. La investigación bajo el coeficiente de Spearman concluye que existe relación directa y significativa entre la conciencia turística y la valoración de las iglesias coloniales por los residentes del centro histórico del Rímac, así mismo, permitió observar que es una población que reconoce el valor de su patrimonio cultural religioso, y que es necesario crear un vínculo entre comunidad, empresarios y autoridades que permita desarrollar actividades que resalten los beneficios de la conservación y preservación del patrimonio cultural comunicando los beneficios económicos, sociales y ambientales.

Palabras Claves: Conciencia, conciencia turística, valoración, patrimonio cultural.

ABSTRACT

The present research work aimed to determine the relationship that exists between tourist awareness and the assessment that residents give to the colonial churches located in the historic center of Rímac, to achieve this objective a quantitative approach methodology of descriptive correlational type and non-experimental design applying as a technique to the survey with 2 questionnaires that served to measure both variables in a sample of 175 people of legal age who resided for more than 5 years around the churches and who have at least entered to them. The analysis of the hypothesis under the Spearman coefficient showed that there is a direct and significant relationship between tourist awareness and the valuation of colonial churches by residents of the historic center of Rímac, as well as observing that it is a population that recognizes the value of its religious cultural heritage, and that it is necessary to create a link between the community, businessmen and authorities that allow the development of activities that highlight the benefits of the conservation and preservation of cultural heritage, communicating the economic, social and environmental benefits.

Key Words: Awareness, tourist awareness, valuation, cultural heritage.

INTRODUCCIÓN

Conciencia turística, es un estado mental que propicia el desarrollo de actitudes, conductas y comportamientos dirigido a fortalecer la identidad cultural y la participación ciudadana en la valoración, conservación y promoción de los recursos y atractivos turísticos; demostrando en todo momento hospitalidad, respeto en la recepción favorable de turistas, vecinos y otros. (Arria, 1991; Mieres, 2002; Sosa, 2004; Secretaria de turismo, 2014; Varisco, Benseny y Padilla (s/f) y Vrsalovic, 2019).

Así mismo, Balbuena (2002), señala que; la conciencia turística no es exclusiva de los agentes turísticos, sino que, recae sobre todas las personas involucradas de forma directa

o indirecta con la actividad turística. Dado que, el turismo es una actividad económica que impacta en diversos aspectos de la población, es necesario, generar vínculos estratégicos con todas las personas que verán afectadas de alguna u otra forma con el desarrollo de la actividad turística, con el fin de capacitarlas y generar en ellas disposición a involucrarse de forma positiva en la cadena de producción de productos y servicios turísticos. En ese sentido, Varisco, Benseny y Padilla (s.f.), resaltan que, la conciencia turística involucra a toda la población, no solo a los prestadores de servicios turísticos. Además, resalta los beneficios del turismo en lo económico, social, cultural y ambiental. El mismo que puede generar sensaciones de bienestar a la comunidad, si la actividad turística se desarrolla de forma sostenible.

Recibido:19/08/2021 - Aprobado: 09/12/2021

Este es un artículo de acceso abierto, distribuido bajo los términos de la Licencia Creative Commons Atribución 4.0 Internacional (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>)



¹ Facultad de ciencias empresariales – Universidad Nacional Enrique Guzmán y Valle. ORCID:[0000-000217023749](https://orcid.org/0000-000217023749)

² Facultad de ciencias empresariales – Universidad Nacional Enrique Guzmán y Valle. ORCID:[0000-0002-5339-757X](https://orcid.org/0000-0002-5339-757X)

³ Facultad de ciencias empresariales – Universidad Nacional Enrique Guzmán y Valle. ORCID:[0000-0001-8935-9279](https://orcid.org/0000-0001-8935-9279)

⁴ Facultad de ciencias empresariales – Universidad Nacional Enrique Guzmán y Valle. ORCID:[0000-0002-3525-8680](https://orcid.org/0000-0002-3525-8680)

⁵ Facultad de ciencias empresariales – Universidad Nacional Enrique Guzmán y Valle. ORCID:[0000-0002-0290-7947](https://orcid.org/0000-0002-0290-7947)

⁶ Facultad de ciencias empresariales – Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión. ORCID:[0000-0003-3473-6166](https://orcid.org/0000-0003-3473-6166) lpanta@unjfsc.edu.pe

⁷ Facultad de ciencias empresariales – Universidad Nacional Enrique Guzmán y Valle. ORCID:[0000-0002-1608-497X](https://orcid.org/0000-0002-1608-497X)

⁸ Facultad de ciencias empresariales – Universidad Nacional Enrique Guzmán y Valle.

Desde otra óptica más amplia, Bassan (citado por Varisco et al, s.f.); Kouassi, y Maroto (2016), señalan que; la conciencia turística, no se basa solo en el trato y respeto hacia los turistas; sino que, incluye el cuidado del patrimonio; que conlleva indudablemente la valorización de los recursos y atractivos turísticos. Para llegar a este punto, es necesario desarrollar un conjunto de actividades, que permitan a la población desarrollar un proceso de asimilación de los beneficios, y también por que no; de las consecuencias negativas del desarrollo de la actividad turística. Vrsalovic (2019), sostiene que, la conciencia turística se fundamenta en tres campos de acción, que pueden ser desarrollados por diversas instituciones públicas o privadas. El primer campo, tiene que ver con el desarrollo de conductas y actitudes que favorezcan el trato amigable y cálido hacia los turistas, Por tanto es importante mencionar que tener una actitud positiva ante los turistas es la clave para que retornen. El segundo campo, se relaciona con el respeto, la difusión y fortalecimiento

de la identidad local coincidiendo con (Molano, 2006) que refiere que "la identidad cultural no existe sin la memoria, sin la capacidad de reconocer el pasado, sin elementos simbólicos o referentes que le son propios y que ayudan a construir el futuro" (p, 7) El tercer campo, es el involucramiento de la población, es decir, fomentar la participación activa de la población local en las actividades de promoción de los atractivos y recursos turísticos. Coincidiendo con Narvaez, Fernández, & Gutierrez (2018) que señalan que; la participación ciudadana en el desarrollo de la actividad turística se evidencia en los "beneficios económicos, fortalecimiento del capital social, mejor gestión del capital natural, mayor acceso a información, empoderamiento de los grupos más vulnerables y revalorización de los valores culturales e identidad" (p: 106)

Con respecto a la valoración está referida, al valor de uso, al valor formal y valor simbólico que le asignan los ciudadanos y ciudadanas a aquellos objetos sobre los cuales tienen algún tipo de aprecio y que varía según las personas, los grupos y la época, que por sus características el patrimonio cultural les resulta atrayente y despierta el interés de ser visitados por ellos o por otras personas (Ballart *et al* (1996); Zuleta & Jaramillo (2003); Ballart i Hernández, Fullola i Pericot, & Petit i Mendizábal (1996) y (MINCU, Propuesta de Política Nacional de Cultural al 2030 (2019)

Entendiendo entonces como Valor de uso a la cualidad del producto en tanto que sirve para hacer algo o satisfacer una necesidad de aprendizaje o conocimiento, del cual se espera beneficios directos por el uso actual del recinto como la celebración de misas y los beneficios indirectos culturales, sociales y económicos que pudieran generarse en los alrededores de este bien Mientras el Valor formal, está referido al valor que se le da a determinados objetos y que son apreciados por la atracción que despiertan en las personas por razón de su forma y por las cualidades inherentes que presenta Por tanto, este responde a la apreciación que tiene el poblador o visitante sobre las características tangibles inherentes al patrimonio cultural religioso que pueden resultar atrayentes y despertar el interés de ser visitados por sus pobladores u otras personas. Finalmente, el valor simbólico es

el vehículo portador que tiene la capacidad de transmitir el mensaje del legado que han dejado las iglesias coloniales y que probablemente ya no existe en el presente pero que se convierta en ese vínculo de comunicación de encuentro con su historia (Medina, 2012; Zuleta & Jaramillo, 2003; Ballart *et al.*, 1996).

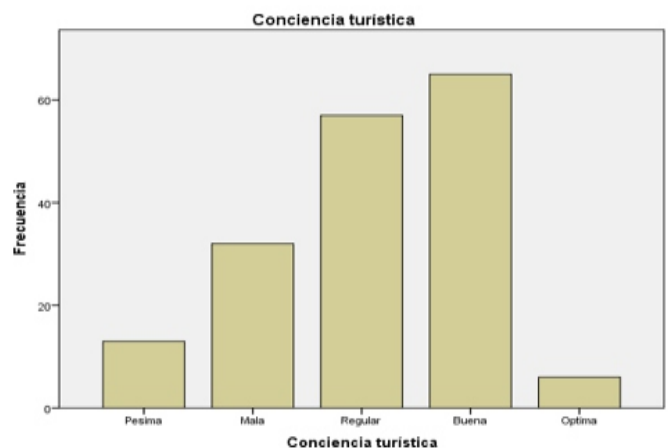
Peña (2010) señala que el valor patrimonial aparece como una condición subjetiva intrínseca y abordada de forma diferente, cuyos criterios de valoración varían dependiendo quien la haga, así mismo e patrimonio histórico-artístico de la Iglesia representa un enorme conjunto de bienes culturales para la humanidad, tanto por la cantidad y variedad de los objetos, como por la cualidad y belleza de muchos de ellos. Todas las obras de arte de inspiración cristiana son expresiones de una espiritualidad universal y local que constituye una herencia espiritual para las futuras generaciones (Archivo Arquidiocesano de Mérida, 2000).

MATERIALES Y MÉTODOS

El estudio se enmarca en el enfoque cuantitativo, de tipo descriptiva correlacional, con un no experimental de tipo transaccional, llevándolo a un método hipotético deductivo Y se elaboró 2 cuestionarios que fueron validados por expertos, así como también paso por la confiabilidad de Cronbach; el primer cuestionario tuvo 11 ítems que permitió medir la variable conciencia turística y el segundo cuestionario 9 ítems para la variable valoración, aplicándose a una muestra de 171 residentes, que permitió llegar a resultados.

RESULTADOS

Variable: Conciencia Turística



Figuras 1. Conciencia turística

Interpretación: El comportamiento de la variable Conciencia turística se aproxima a una distribución normal, en la que destaca Buena con un 37,6%, Regular con un 32,9% y optima con el 3,5%, sumando estos equivale al 74%; mientras que las respuestas Mala con un 18,5%, y Pésima con 7,5% solo llegan al 26% del total.

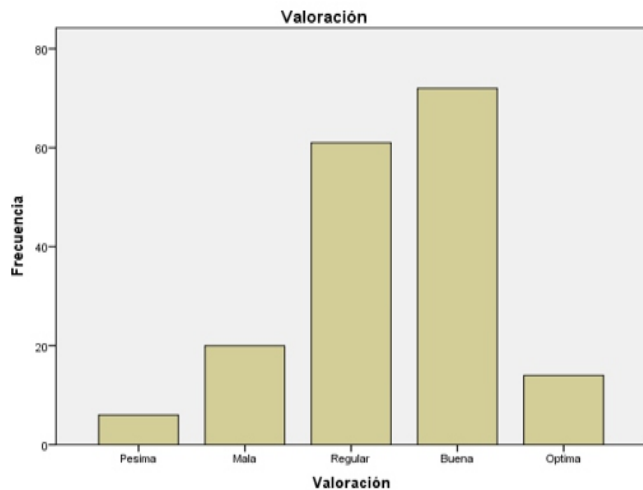


Figura 2. Valoración

Interpretación: El comportamiento de la variable Valoración se aproxima a una distribución normal, en la que destaca Buena con un 41,6%, Regular con un 35,3% y sumando estos equivale al 76,9%; a este resultado se le puede incluir Óptima con 8,1% acercando a esta variable al 100%, porque las respuestas Mala con un 11,6%, y Pésima con 3,5% solo llegan al 15,1% del total. La prueba de Spearman realizada con el paquete informático Spss 22 da como resultado un coeficiente de Spearman igual a 0,498 la cual, según la tabla de interpretación del valor del coeficiente, establece una relación positiva media, y como el $p = 0,00$ y es $< 0,05$ entonces se rechaza la hipótesis nula. En consecuencia, se acepta la hipótesis alterna que expresa que existe relación directa y significativa entre la conciencia turística y la valoración de las iglesias Coloniales en los residentes del centro histórico del Rímac, en el 2020.

DISCUSIÓN

La búsqueda de convertir las zonas históricas en lugares vivos donde los visitantes, turistas y la comunidad anfitriona compartan los mismos espacios fortaleciendo su herencia cultural, hacen del distrito del Rímac un lugar de estudio muy rico por la historia que corre por sus calles, y es por esto que centramos en esta oportunidad la investigación en las iglesias coloniales como: La cabeza, Perpetuo Socorro o San Alfonso, San Lázaro, Nuestra Señora de Copacabana, Santa Liberata, Patrocinio, Nuestra Señora de los Ángeles o los Descalzos y la Señora del Rosario relacionado estas con los pobladores o residentes de sus alrededores convirtiéndose así en el objetivo de esta investigación, de forma tal que permita determinar la relación entre estos y en un futuro crear estrategias para fomentar la conservación de las mismas tal como lo afirma Mieres (2002), al desarrollar actitudes positivas hacia los turistas como a los recursos turísticos con los que convive diariamente Sosa (2004).

Por tanto, en base a los resultados obtenidos en la aplicación de los instrumentos existe coincidencia con Díaz (2016) respecto a la actitud de los residentes pues estos se encuentran orgullosos de vivir en él, al mostrarse resultados que superan el 50% para ser exactos 63,6% entre Óptima y Buena de las respuestas dadas. Demostrando que los pobladores si son conscientes del patrimonio religioso y que podría generarse una conciencia

turística que permitan que ellos reciban a los visitantes o turistas demostrando hospitalidad tal como Arria (1991) propone.

Así mismo, con respecto a la dimensión identidad cultural nuestros resultados dieron un marcado comportamiento positivo pues el 76,3% demuestra una gran identificación con las iglesias que se ubican cerca de su residencia, pues conocen la historia de las mismas lo que lo predispone a participar en la conservación y protección de los mismos coincidiendo con la opinión de Sectur (2014) que la conciencia turística es un estado mental positivo que conlleva a la conservación de los bienes y servicios turísticos. En la misma línea se encuentra Bassan (citado por Varisco et al, s.f. y por Kouassi y Maroto 2016) porque considera que se debe ir más allá del trato y respeto a los visitantes sino también a que los pobladores o residentes cuiden el patrimonio religioso. Y Cubas (2018) cuando, concluye que es importante que los pobladores sean conscientes de su identidad para lograr un desarrollo sostenible.

En cambio, la dimensión participación ciudadana, es digna de reflexión porque la sumatoria de buena y óptima nos dieron solo el 22% existiendo mayor peso entre mala y

pésima. Lo que mencionando a Sosa (2004) que distingue responsabilidad en los prestadores de servicio, los moradores y las autoridades, es pues una dimensión que se debe reforzar a través de la Municipalidad del Rímac, desarrollando talleres donde se dé a conocer los beneficios económicos, sociales y ambientales del patrimonio religioso.

Es también interesante analizar el Valor de uso dentro del contexto de la variable Valoración que muestra un 80.9% positiva, pues entienden que es beneficioso vivir cerca de una iglesia colonial, donde pueden desarrollar o participar en diferentes actividades integrándose así a su comunidad en ese sentido se concuerda con Rivera (2018), García (2015) quienes concluye que una buena gestión del patrimonio cultura generara empleo e incrementando la economía de la zona a partir de la puesta en valor y la implementación de actividades productivas ligadas al turismo. Entre tanto Zuleta & Jaramillo (2003) consideran que el patrimonio cultural religioso brinda beneficios directos e indirectos que pudieran generar ingresos a los residentes que se ubican alrededor del bien.

Mientras que la dimensión Valor formal de la variable Valoración es entendida como que los objetos son apreciados por la atracción que desprende en las personas que los observa (Ballart et al., 1996) o por las emociones que les puede proporcionar (Zuleta & Jaramillo, 2003). Por tanto, el resultado del 83.2% que da la sumatoria de entre Buena y Óptima coincide con lo anteriormente citado pues reafirma que ellos reconocen el valor del patrimonio cultural religioso del Centro Histórico del Rímac.

Ballart et al., (1996) y Medina (2012) reconocen que todo patrimonio cultural se constituye en un medio de comunicación entre el pasado y el presente, por tanto, las iglesias coloniales cumplen con este cometido al convertirse en el vínculo de unión entre la historia del patrimonio cultural y la historia del residente. Coincidiendo ambos autores con nuestros resultados porque los residentes del centro histórico del Rímac le dieron una

respuesta positiva a la dimensión Valor simbólico de la variable Valoración de un 81.5% concentrando su respuesta entre Óptima, Buena y Regular.

Finalmente, se encuentra una relación directa y significativa entre Conciencia Turística y Valoración de las Iglesias coloniales en los residentes del centro histórico del Rímac donde Ruiz Gil (2014) que considera que debe existir una relación de trabajo en conjunto entre autoridades, empresarios y comunidad para un desarrollo sostenible, coincidiendo con (Varisco, Benseny, & Padilla, s/f) que todos deben estar involucrados en resaltar los beneficios que se tiene al conservar y preservar el patrimonio cultural, lo que permitirá aumentar el sentimiento de valoración y conciencia turística. Por tanto, esto lleva

Vrsalovic (2019), Molano (2016) y Narvaez et al. (2018) en fomentar la participación activa de la población con el fin de promover actitudes de respeto al visitante o turista, rescatar la identidad cultural local con el fin de que reconozcan que el pasado ayuda a construir el futuro de su localidad y por tanto debe brindarseles un empoderamiento que les permita valorar las iglesias coloniales.

Finalmente es conveniente recalcar que al realizar esta investigación descubrimos que todavía hay mucho por descubrir por cada variable y por cada dimensión por lo que se debe continuar investigando. Por otro lado, también identificamos que al ser docentes la Universidad en especial la Facultad de Ciencias Empresariales y de la Escuela Profesional de Turismo, Hotelería y Gastronomía, debe hacer un acercamiento a la comunidad, reforzando esa relación de Academia y Sociedad.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Archivo Arquidiocesano de Mérida. (2000). Boletín del Archivo Arquidiocesano de Mérida. VII(020), 11 - 46. Mérida; Venezuela. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/691/69102001.pdf>

Arria, D. (1991). *Turismo y Desarrollo*. Caracas; Venezuela: Editorial Arte.

Balbuena, M. (2002). *La conciencia turística, una formación educativa por alternancia*. (M.

e. turísticos., Ed.) México D.F.: Universidad Autónoma del Estado de México.

Ballart i Hernández, J., Fullola i Pericot, J., & Petit i Mendizábal, M. (1996). El Valor del patrimonio histórico. *Complutum*(2), 215 -224. Obtenido de <https://revistas.ucm.es/index.php/CMPL/article/view/CMPL9696330215A>

Ballart, J. (2008). Usos del patrimonio, acción social y turismo: hacia un necesario consenso. *Dialogos*, 12(1), 103 - 117. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/3055/305526871005.pdf>

I. Lima; Perú: Escuela de Postgrado. Universidad Tecnológica del Perú.

Bassan, C. (2015). *Concientización turística: base de la industria de la Hospitalidad*. Buenos Aires: Prime Ediciones. Obtenido de <http://revistahyg.com.ar/2015/11/02/concientizacion-turistica/>

Cubas, R. (2018). *La Conciencia Turística y la Contribución al Desarrollo Sostenible del Turismo, en el distrito de Túcume 2014*. Chiclayo, Lambayeque: Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo.

Diaz, M. (2016). *Conciencia turística e identidad local de los pobladores del distrito de Ancón*. Lima; Perú: Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo.

Gil, M. (2014). *Valoración del desarrollo turístico sostenible en áreas rurales. Estudio aplicado al Valle de Ricote*. Murcia; España: Universidad Católica de Murcia.

Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación*. México D.F.: Mc Graw - Hill.

Kouassi, K., & Maroto, J. (2016). *Educación, capacitación y conciencia turística en costa de marfil: un estado de la cuestión*. Primer congreso internacional online sobre desigualdad social y educativa en el siglo XXI. Tema: Educación, capacitación y cultura. Obtenido de <http://www.eumed.net/libros-gratis/actas/2016/desigualdad/26.pdf>

Medina, M. (2012). *Valoración del patrimonio cultural material*. La Patria. Obtenido de <https://impresa.lapatria.bo/noticia/106869/valoracion-del-patrimonio-cultural-material#articulo>

Mieres, A. (2002). *Definición de conciencia turística*. Mexico: Ed. Mexico.

Molano, O. (2006). La identidad cultural, uno de los detonantes del desarrollo territorial. *Territorios con identidad cultural*. Obtenido de https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/50523873/1854370848.identidad-cultural-uno-de-los-detonantes-del-desarrollo-territorial_PARA_REGIONAL.pdf?1480008369=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DLa_identidad_cultural_uno_de_los_detonan.pdf&Epi

Narvaez, M., Fernández, G., & Gutierrez, C. (2018). Participación de las comunidades organizadas en el desarrollo turístico local (Paraguaná - Venezuela). *Revista Venezolana de Gerencia RVG, Año 23(81)*, 106-120. Obtenido de <file:///C:/Users/HP%20205/Desktop/investig-virtual/ArticuloRVGParticipacin.pdf>

- Peña, P. (2010). Valoración del patrimonio cultural en los Ríos. Una nueva mirada para el análisis y la gestión del patrimonio cultural. *Revista AUS*(8), 4-7.
- Rivera, C. (2018). *La valoración del patrimonio cultural tangible a través de la contabilidad en la provincia de Tungurahua*. Ambato; Ecuador: Universidad Técnica de Ambato.
- Ruiz, M. (2013). *Valoración patrimonial del Paseo los Precursores y los Próceres de Caracas - Venezuela*. Granada; España: Universidad de Granada.
- Secretaria de turismo. (2014). Breviario de cultura turística. Obtenido de https://moodle2.unid.edu.mx/dts_cursos_md/lic/aet/tc/am/02/breviario.pdf.
- Secretaría Nacional de Turismo. (s/f). Manual de capacitación programa conciencia turística. Ministerio de Economía, Fomento y Turismo. Obtenido de <https://www.sernatur.cl/wpcontent/uploads/2018/09/manual-capacitación-original.pdf>.
- Sosa, C. (2004). *Identidad y conciencia turística, pilares del desarrollo*. Lima; Perú: Editorial San Marcos.
- Varisco, Benseny, & Padilla. (s/f). Concientización turística y ambiental. De la teoría a la acción territorial. Universidad Nacional de la Plata. Obtenido de <http://nulan.mdp.edu.ar/2490/1/varisco.etal.2016.pdf>.