

**“GESTIÓN ESTRATÉGICA EN TURISMO PARA EL FORTALECIMIENTO DE LA
CONCIENCIA TURÍSTICA EN LOS JÓVENES DEL CALLAO CERCADO”**

**STRATEGIC MANAGEMENT IN TOURISM FOR STRENGTHENING TOURISM
AWARENESS IN YOUNG PEOPLE OF CALLAO**

MG. ISAAC VARGAS BOCANEGRA, ANAKAREN S. AGUILAR TERRONES

RESUMEN

Objetivo: La presente investigación tiene como objetivo fortalecer a través de la gestión estratégica, la conciencia turística en los jóvenes, realizando propuestas de actividades para que se desarrolle el turismo en dicho territorio y contrarrestar los diferentes problemas y conflictos sociales que se viven en el Callao Cercado. **Materiales y Métodos:** La investigación es aplicada de nivel experimental con un diseño Pre- experimental porque se midió la conciencia Turística antes y después de la actividad “TurisCine” (cine foro), se trabajó con una muestra de 20 jóvenes. La técnica a emplearse en la presente investigación fue el Pre y el Post Test. **Resultados:** EJECUCIÓN Y DESARROLLO: La actividad duró 2 hrs, el 25% de la población evaluada conocen los atractivos turísticos del Callao y 75% no los conoce. Realizando un promedio aritmético de las respuestas correctas tenemos como resultado que el 54% de la población juvenil evaluada conoce al menos un lugar turístico del Callao Cercado por su valor histórico o cultural más no como un componente turístico. EFECTOS: el 76% de la población juvenil evaluada fortalecieron sus conocimientos sobre turismo y su importancia, logrando el resultado esperado con éxito, fortalecer la conciencia turística. **Conclusiones:** Los jóvenes del Callao Cercado conocen por lo menos 1 atractivo turístico, pero no conoce al turismo como actividad económica y progresista, esto tiene como consecuencia que su nivel de conciencia turística sea bajo a ello se suma la falta de identidad.

Palabras Claves: Conciencia turística, Gestión, Turismo, Atractivos turísticos

ABSTRACT

Objective: The objective of this research is to strengthen tourism awareness in young people through strategic management, making proposals for activities to develop tourism in that

territory and to counteract the different social problems and conflicts in Callao Fenced.

Materials and Methods: The research is applied at an experimental level with a Pre-experimental design because the Tourist consciousness was measured before and after the "TurisCine" activity, we worked with a sample of 20 young people. The technique to be used in the present investigation was the Pre and the Post Test. **Results:** EXECUTION AND DEVELOPMENT: The activity lasted 2 hours, 25% of the population evaluated know the tourist attractions of Callao and 75% do not know them. By making an arithmetic average of the correct answers, 54% of the evaluated youth population knows at least one tourist place of Callao Surrounded by its historical or cultural value, but not as a tourist component. EFFECTS: 76% of the evaluated youth population strengthened their knowledge about tourism and its importance, achieving the expected result with success, strengthen tourist awareness. **Conclusions:** The youth of Callao Cercado know at least 1 tourist attraction but does not know tourism as an economic activity and progressive, this has the consequence that their level of tourist consciousness is low to it is added the lack of identity.

Keywords: Tourism awareness, Management, Tourism, Tourist attractions

Mg. Isaac Vargas Bocanegra

Director de la EAP de Turismo, Hotelería, Gastronomía – Universidad Alas Peruanas

Anakaren S. Aguilar Terrones

Estudiante de la EAP de Turismo, Hotelería, Gastronomía – Universidad Alas Peruanas.

INTRODUCCIÓN

Promover el turismo como sector que puede generar un crecimiento racional, una infraestructura inteligente y puestos de trabajo en energías limpias, es un objetivo de la OMT De ahí, el compromiso por incorporar nuevos productos turísticos que respondan a las motivaciones de la demanda, tanto para el turismo interno como para el turismo receptor. En cuanto al Turismo Interno, es

necesario poner en valor los atractivos naturales y culturales incorporándolos como nuevos productos que permitan no sólo dinamizar las economías locales sino coadyuvar a la conservación y protección del patrimonio nacional. El turismo puede convertirse en un factor catalizador del desarrollo local triangulando con los objetivos y las acciones en dichas áreas.

El Callao, no tiene un producto turístico ni consolidado ni diversificado que le permita gozar de los beneficios

económicos, sociales y culturales que el desarrollo turístico genera en una localidad. Sin embargo, cuenta con recursos natural y patrimonios culturales que pueden convertirse en un producto de interés natural - cultural con una conectividad que facilita las visitas y que puede cumplir un rol educativo de primer nivel y económico". (Rieckhof, 2010, pág. 2) Esto se debe a los diferentes conflictos y problemas sociales que tiene el Callao por años que no permite que evolucione y se desarrolle el turismo. El problema principal que tiene la región es la delincuencia, el desconocimiento de la población de esta actividad, la creciente densidad poblacional y los escasos recursos con lo que se cuentan para cubrir este problema, terminan afectando a la población misma, de manera tal que sienten inseguridad constante.

Siendo esto un gran problema y limitante para que se desarrolle la actividad turística ya que no hay garantías para que se realice con facilidad, afectando a la poca oferta turística que se da en la región y sobretodo la tranquilidad y seguridad.

Esto se debe a que los gobiernos distritales, provincial y regional muestran desinterés, no existe ningún oficina o gerencia de turismo por tanto no canalizan mayor inversión en el conocimiento de sus atractivos, en educar a la población sobre

la actividad turística y en el desarrollo de su infraestructura, siendo esto lamentable ya que el Callao cuenta con presupuesto designado del gobierno central, el canon aduanero y los impuestos que se percibe de las diferentes empresas.

La presente investigación tiene una importancia social porque esta actividad involucra a la población y especialmente a los jóvenes, fortaleciendo la identidad chalaca y ser consientes turísticamente, es decir, transformar el Callao en una hermosa casa, donde puedan disfrutar todos los visitantes y ganar con ello el logro de una buena conducta de cuidado y preservación de nuestro patrimonio cultural y recursos naturales. Asimismo, insertar una cultura de paz y valores.

Por otro lado, se contribuirá con la escuela de Turismo, Hotelería, Gastronomía y Educación de la Universidad Alas Peruanas, dado que esta investigación aportará al conocimiento académico de la facultad y de todos los alumnos, buscando así el Fortalecimiento de la conciencia turística a través de actividades estratégicas.

Por ultimo generará relevancia turística ya que pretende demostrar que a través de la realización de actividades relacionadas al turismo generar un cambio de actitud. Ya que el objetivo general es fortalecer a través de la gestión estratégica en turismo

la conciencian turística en los jóvenes del Callao Cercado.

MATERIALES Y MÉTODOS

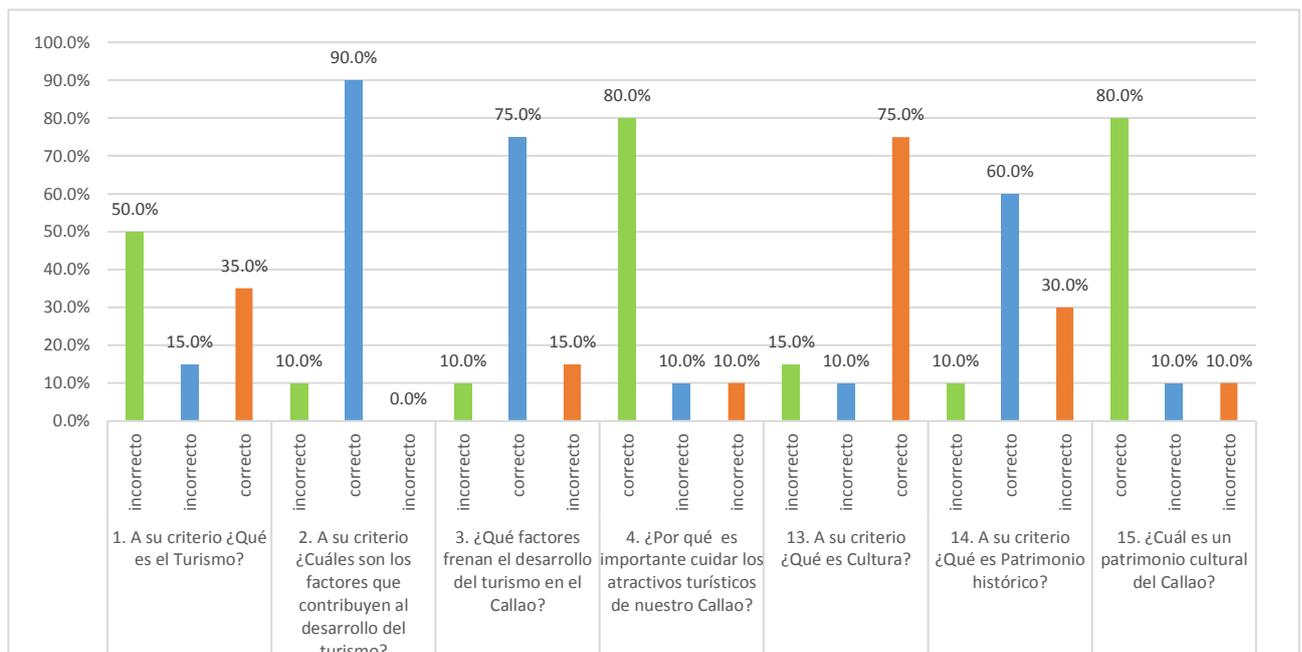
La proyección de audiovisuales (Cine foro) se realizó en el Callao Cercado, distrito que corresponde a la provincia constitucional del Callao. Se trabajó con una muestra de 20 jóvenes, al cual se midió la conciencia turística.

La presente investigación es de tipo aplicada. Aplicada porque la investigación pretende solucionar problemas sobre el Fortalecimiento de la conciencia turística en los jóvenes.

El diseño utilizado para la investigación es de Pre Experimental ya que se realizó una evaluación antes y después.

Para Kirk (1972) un diseño experimental es un plan de acuerdo con el cual se asigna a los sujetos a los diferentes grupos o condiciones experimentales. Hay cinco actividades interrelacionadas que lo caracterizan: a) la formulación de hipótesis estadísticas, b) el establecimiento de reglas de decisión para poner a prueba dichas hipótesis, c) la recogida de los datos de acuerdo con un plan que permita evaluar la hipótesis, d) el análisis de los datos y, e) la toma de decisiones respecto a las hipótesis y a la formulación de inferencias inductivas respecto de las hipótesis científicas o de investigación. (kirk, 1972)

Gráfico N°1 (Conocimientos Pre test Porcentaje)



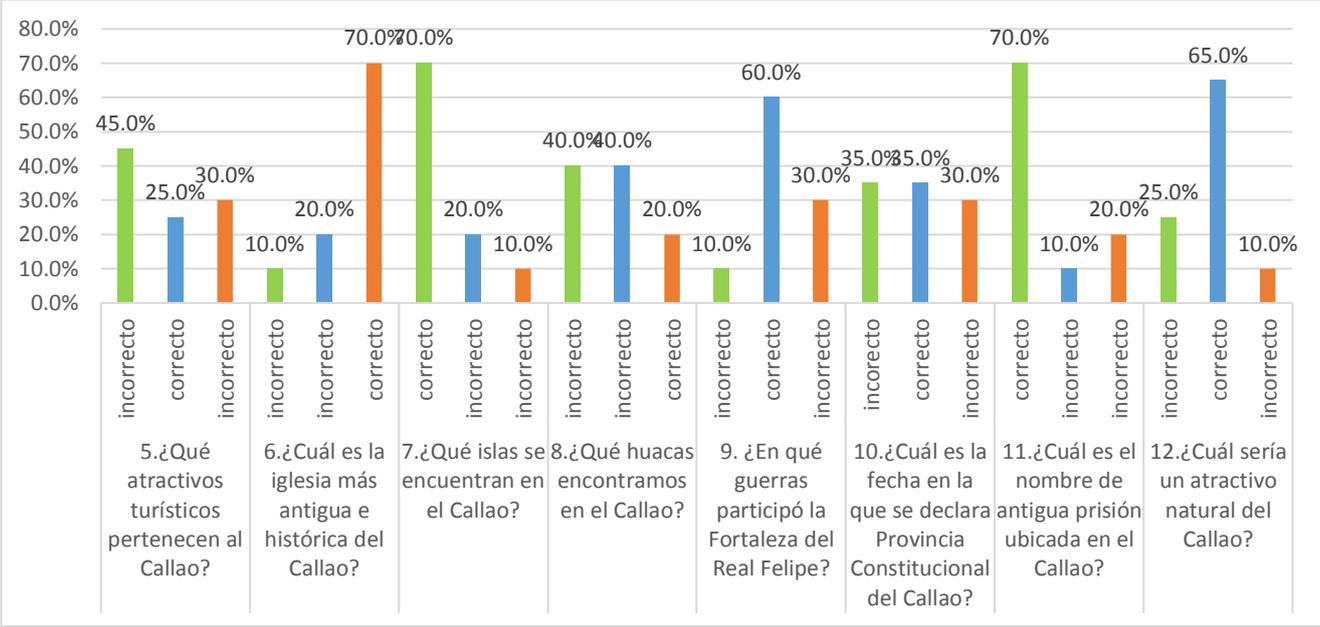
Elaboración propia

El instrumento a emplear es la evaluación (el Pre y el Post Test) para medir el nivel de conocimiento y conciencia turística. Los datos fueron recopilados y analizados en el paquete estadístico o software el SPSS versión 21. **RESULTADOS**

La actividad duró 2 hrs, el 25% de la población evaluada conocen los atractivos turísticos del Callao y 75% no los conoce. Realizando un promedio aritmético de las respuestas correctas tenemos como resultado que el 54% de la población juvenil evaluada conoce al menos un lugar turístico del Callao Cercado por su valor histórico o cultural más no como un componente turístico. EFECTOS: el 76% de la población juvenil evaluada fortalecieron sus conocimientos sobre turismo y su importancia, logrando el resultado esperado con éxito, fortalecer la conciencia turística.

Respecto a los resultados obtenidos en la investigación, estos fueron contundentes, el 35% de la población juvenil evaluada conoce sobre el turismo, el 75% reconoce cuales son los factores que frenan el desarrollo turístico en el Callao Cercado.

Gráfico N°2 (Conciencia turística Pre test Porcentaje)



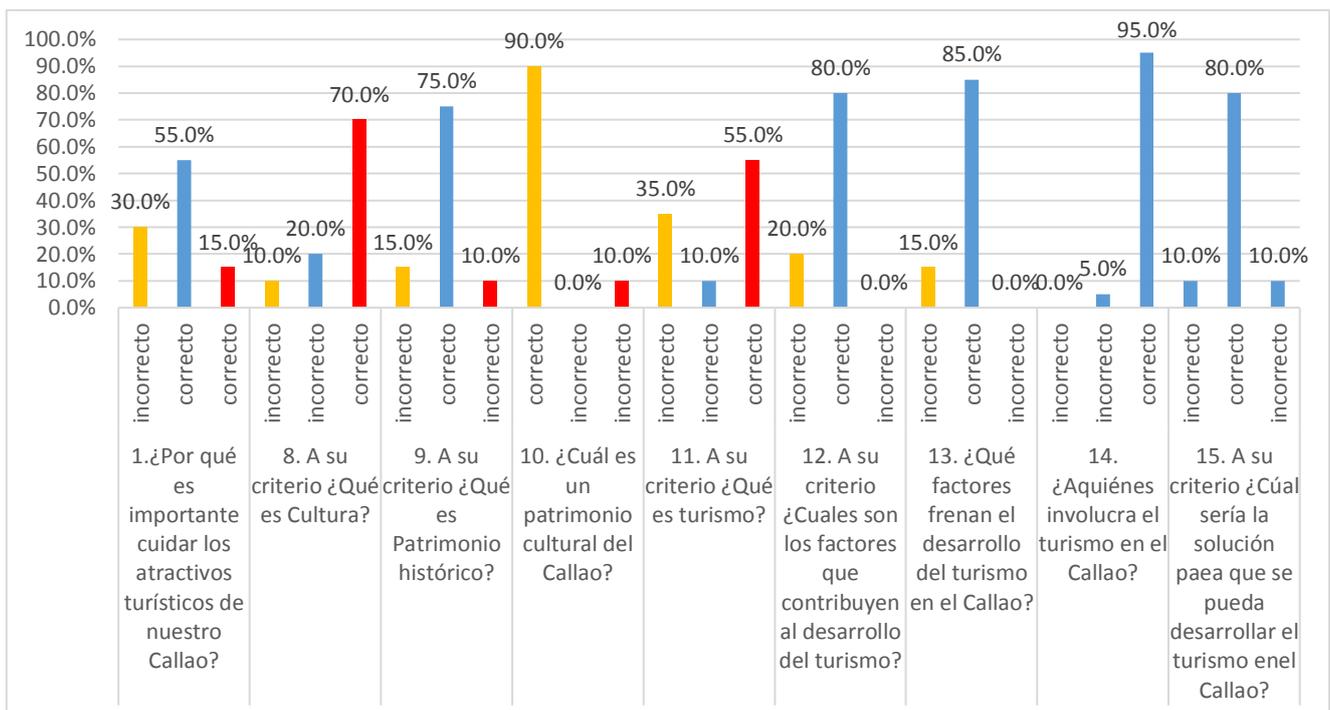
Elaboración propia

Respecto a los resultados obtenidos en la investigación, estos fueron; el 25% de la población evaluada conocen los atractivos turísticos del Callao y 75% no los conoce. Realizando un promedio aritmético de las respuestas correctas tenemos como resultado que el 54% de la población juvenil evaluada conoce al menos un lugar turístico del Callao Cercado por su

valor histórico o cultural más no como un componente turístico. Este desconocimiento sobre la actividad turística los aleja de un progreso económico, cultural, ambiental y social; la población juvenil no tiene visión turística por falta identidad. Vemos también que los diferentes problemas que se suscitan a diario en el Callao tienen muy alejada a la población de promover el turismo.

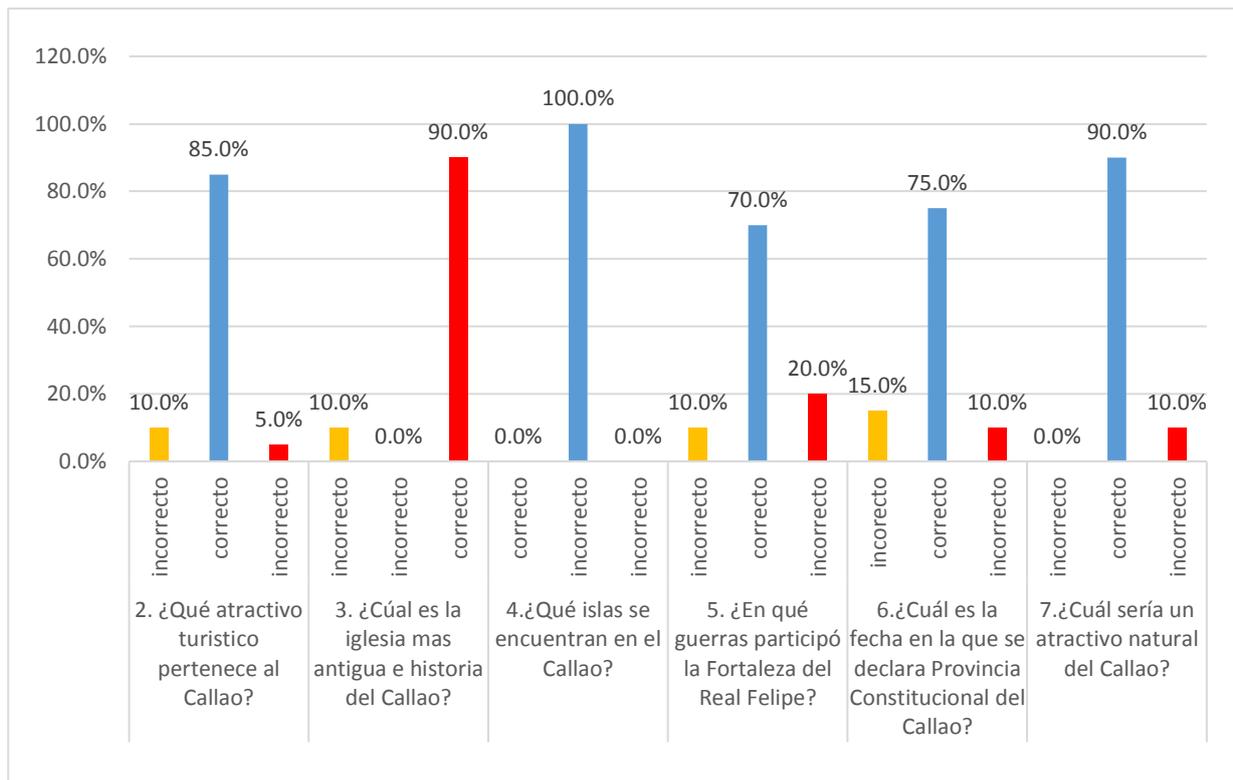
El sentido de la investigación es descubrir que aspectos contraen la demanda turística en el Callao y Cercado y no permiten usarla como plataforma de desarrollo. Mediante esta información se puede realizar estrategias de gestión para fortalecer el turismo, a través de actividades.

Gráfico N°3 (Conocimiento - Post test Porcentaje)



El 76% de la población juvenil evaluada fortalecieron sus conocimientos sobre turismo y su importancia.

Gráfico N°4 (Conciencia turística - Post test Porcentajes)



Logrando el resultado esperado con éxito, fortalecer la conciencia turística.

Respecto a los resultados obtenidos en la investigación posterior del taller, estos fueron: el 85% de la población juvenil evaluada fortalecieron sus conocimientos sobre los atractivos turísticos del Callao, logrando el resultado esperado con éxito, fortalecer la conciencia turística.

DISCUSIÓN

En comparación con los resultados obtenidos respecto a la información investigada, se puede decir que ambos datos coinciden que hay conocimientos sobre los atractivos como referencia histórica mas no hay una visión turística, por ende, hay mucho desconociendo sobre el turismo y sus beneficios como alternativa de progreso sobre la población y en especial de los jóvenes,

En comparación con la tesis María Esther Beltrán Flores, de título, Impulso de la gestión turística e imagen regional para el desarrollo de Ayacucho, nos menciona lo siguiente: La investigación arroja que lo que se conoce de Ayacucho es ínfimo, y los que si conocen acerca de la región solo la recuerdan por sus iglesias y festividades de Semana Santa. Este aspecto impide que la región se vuelva turísticamente atractiva las demás fechas del año ocasionando

un fenómeno de temporalidad muy marcado. Siguiendo con la comparación, en el Cercado Callao 65% de la población juvenil evaluada desconoce sobre el turismo como actividad progresista, pasa lo mismo en la región Ayacucho, coincidiendo que se debe realizar actividades a fin de que se fortalezca el turismo como alternativa de desarrollo.

En comparación con la tesis María Esther Beltrán Flores, de título, Impulso de la gestión turística e imagen regional para el desarrollo de Ayacucho, nos menciona lo siguiente: Si miramos más allá, es preocupante ver como un gran porcentaje no opina acerca de los atributos de Ayacucho por desconocimiento, que, dicho sea de paso, va ligado a la difusión de la oferta turística regional. Por otro lado, el trabajo en la imagen de la región debe ser la constante en todo plan de desarrollo integral, ya que solo si se supera la sombra de inseguridad que la envuelve, se convertirá en una verdadera opción atractivamente turística. El desarrollo integral deseado es la convergencia de varios factores económicos y sociales que coadyuven a brindar todo lo necesario para el desarrollo humano.

Siguiendo con la comparación que el fortalecimiento del turismo en ambos lugares tiene que ser constante para lograr un desarrollo integral.

CONCLUSIONES

De acuerdo a los resultados de la investigación y analizando la información obtenida, se puede concluir que: Los jóvenes del Callao Cercado conocen por lo menos 1 atractivo turístico, pero no conoce al turismo como actividad económica y progresista, esto tiene como consecuencia que su nivel de conciencia turística sea bajo a ello se suma la falta de identidad. La población juvenil representa un 30 % de la población del Callao, esto nos indica que se debe realizar actividades de interés juvenil para el fortalecimiento del turismo en la región Callao.

En las diferentes fuentes investigación demostró que la Región Callao proyecta una imagen de inseguridad y desconfianza

hacia los turistas nacionales y extranjeros debido a los sucesos acontecidos diariamente por la delincuencia, el sicariato, la corrupción y la venta y consumo de drogas. Lamentablemente es una gran debilidad para que se desarrollarse turísticamente.

La gestión turística en El Callao Cercado es mínima debido a que los diferentes gobiernos (distrital, provincial y regional) no se enfocan en realizar actividades turísticas como fuente económica y social. Además, en el Callao no existe ninguna oficina, departamento o gerencia de Turismo, siendo este un factor fundamental para desarrollar la actividad turística

Hay una grave deficiencia en la difusión turística, hecho que afecta en la afluencia turística de la región. El Callao no está considerado dentro de los destinos turísticos potenciales de nuestro país y es allí donde estamos perdiendo una gran oportunidad de desarrollo regional y oferta turística exportable a nivel nacional.

RECOMENDACIONES

La entidad central, MINCETUR y los organismos descentralizados como PROMPERU y el Gobierno Regional del Callao deben realizar estrategias de gestión en turismo para el fortalecimiento de la conciencia turística en los jóvenes, con la finalidad de revalorar los aspectos culturales e históricos del Callao.

Crear un Plan de actividades que fortalezcan la conciencia turística en los jóvenes del Callao Cercado. Adicional a esta propuesta se debe realizar una serie de actividades abiertas y públicas que atraigan la mirada hacia la región, realización de eventos gastronómicos y culturales que tengan como sede central el Callao Cercado.

Cuenta con un legado histórico y cultural que proporciona las herramientas necesarias para ser explotadas a favor del desarrollo regional, las entidades centrales deben trabajar sobre la riqueza que se tiene actualmente y constituirlo como alternativas turísticas.

REFERENCIAS

1. MINCETUR. (2015). *MINISTERIO DE COMERCIO EXTERIOR Y TURISMO*. Obtenido de <http://ww2.mincetur.gob.pe/turismo/lineas-de-intervencion/cultura-turistica/>
2. Callao, G. r. (enero de 2016). *Cobertura de la Policía Nacional del Perú*. Obtenido de Gobierno regional del Callao: <http://sitr.regioncallao.gob.pe/webzee/seguridadciudadana.aspx>
3. kirk. (1972). *concepto de diseño de investigación*. Obtenido de diseño en investigación experimental: http://histolii.ugr.es/postgrado/2007-2008/metodologia/metodologia_iii.pdf
4. Rieckhof, M. A. (10 de 10 de 2010). *Situación actual y perspectivas turísticas de*. Obtenido de Revista cultural: http://www.revistacultura.com.pe/revistas/RCU_24_1_situacion-actual-y-perspectivas-turisticas-de-los-humedales-de-ventanilla-callao.pdf
5. OEA. (1978). *GLOSARIO DE TERMINOS*. Obtenido de GEOGRAFIA DEL TURISMO: <http://sashabesoainm.blogspot.pe/2009/11/glosario-de-terminos-basicos.html>
6. OMT. (1996). *GLOSARIO DE TERMINOS*. Obtenido de GEOGRAFIA DEL TURISMO: <http://sashabesoainm.blogspot.pe/2009/11/glosario-de-terminos-basicos.html>
7. sabino. (1992). *eumet.net*. Obtenido de tecnicas de instrumento: http://www.eumed.net/tesis-doctorales/2012/mirm/tecnicas_instrumentos.html
8. SÁNCHEZ, T. (s.f.). *CONCIENCIA TURÍSTICA*. Obtenido de NOTICIAS

POSITIVAS:

<http://noticiaspositivas.org/conciencia-turistica-viajar-y-cuidar-el-entorno/>

9. Mitzberg, Q. y. (1997). *estrategiade la empresa*. Obtenido de marco teorico: http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lad/acevedo_1_r/
10. Gálvez, R. (2011). *Conciencia turística*. Obtenido de Perú Económico: <http://perueconomico.com/ediciones/58/articulos/1011>