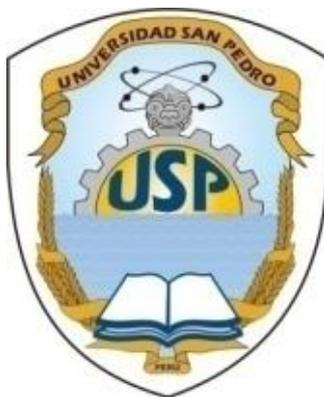


UNIVERSIDAD SAN PEDRO
VICERRECTORADO DE INVESTIGACIÓN
FACULTAD DE EDUCACIÓN Y HUMANIDADES
ESCUELA DE POSGRADO



**Aplicación de Talleres e Identidad Cultural en los
estudiantes de la Universidad San Pedro 2016-II**

**Tesis para obtener el Grado de Maestro en Educación con mención
en Docencia Universitaria e Investigación Pedagógica**

Autor

Quinteros Nicho, Luis Fernando

Asesor

Parihuamán Quinde Geraldina Rebeca

Huacho - Perú

2020

PALABRAS CLAVE

Tema	Turismo regional.
Especialidad	Talleres Turismo Regional

KEY WORDS

Topic	Regional tourism.
Specialty	Regional Tourism Workshops

Línea de Investigación

Línea de Investigación	Didáctica para el proceso de enseñanza aprendizaje
Área	Ciencias Sociales
Sub área	Ciencias de la Educación
Disciplina	Educación General (Incluye Capacitación, Pedagogía)

**Aplicación de Talleres e Identidad Cultural en los estudiantes de la Universidad
San Pedro 2016-II**

**Application of the Workshops and Cultural Identity in the students of the San Pedro
University 2016 – II**

RESUMEN

El presente informe de investigación titulado: Aplicación de talleres e identidad cultural en los estudiantes de la Universidad San Pedro 2016-II, I ciclo de la Escuela de Administración y en la cual se pretende lograr como objetivo la trascendencia en lo que respecta a la aplicación de talleres de turismo en relación a la identidad cultural de los estudiantes del Programa de Estudios de Administración I ciclo de la Universidad San Pedro de Huacho 2016-II. El régimen de investigación seleccionado es aplicativo, de igual modo el diseño de investigación es Pre experimental y el nivel de investigación correlacional propuesto por Hernández y otros autores. Y la muestra quedó constituida por 32 de los estudiantes de la sección “A” turno mañana, del Programa de Estudios de Administración. Al iniciar el estudio se encontró una situación problemática de que la mayoría de los estudiantes no tenían conocimiento de los Talleres Turísticos que ayudarán a la consecución de la identidad cultural. Por lo tanto, el presente proyecto concluirá en medir el efecto de la Aplicación de talleres de turismo como formador de la identidad cultural en los estudiantes de la universidad señalada. Finalmente se demostró que la aplicación de los mencionados talleres influye de manera significativa en la formación tanto de la identidad como de la cultura, lográndose un sentimiento de pertenencia.

SUMMARY

This research report entitled: Application of workshops and cultural identity in the students of the San Pedro University 2016-II, I cycle of the School of Administration and in which it is intended to achieve transcendence as regards the application of tourism workshops in relation to the cultural identity of the students of the Administration Studies Program I cycle of the San Pedro de Huacho University 2016-II. The selected research regimen is applicative, likewise the research design is Pre-experimental and the level of correlational research proposed by Hernández and other authors. And the sample was made up of 32 of the students from section “A” tomorrow shift, of the Administration Studies Program. At the beginning of the study, a problematic situation was found that most of the students were not aware of the Tourist Workshops that will help achieve cultural identity. Therefore, the present project will conclude in measuring the effect of the application of tourism workshops as a formator of cultural identity in the students of the mentioned university. Finally, it was shown that the application of the mentioned workshops significantly influences the formation of both identity and culture, achieving a feeling of belonging.

2.2.	Población y muestra.....	32
2.2.1.	Población.....	32
2.2.2.	Muestra.....	32
2.3.	Técnicas e instrumento de recojo de información.....	33
2.4.	Procesamiento y análisis de la información.....	35
III.	RESULTADOS.....	36
3.1.	Presentación.....	36
3.2.	Análisis e interpretación.....	37
	Resultados de Identidad Cultural.....	37
3.3.	Consolidado de Resultado Pretest y Postest.....	43
	Cuadro de calificaciones de Antes y Después.....	43
3.4.	Contrastación de hipótesis.....	45
3.5.	Prueba estadística de (T-Student) para la hipótesis.....	49
IV.	ANÁLISIS Y DISCUSIÓN.....	50
V.	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	53
5.1.	Conclusiones.....	53
5.2.	Recomendaciones.....	54
VI.	REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	55
VII.	ANEXOS Y APÉNDICES.....	59
7.1.	Anexo.....	59
7.1.1.	Ley General de Turismo.....	59
7.2.	Matriz de Consistencia.....	64
7.3.	Pretest y Postest.....	65
7.4.	Aplicación de Talleres de Turismo como formador de la Identidad Cultural...	69
7.5.	Estructura Temática.....	70
7.6.	Talleres de Turismo.....	70
7.7.	Instrumento de Evaluación.....	82
	Dedicatoria.....	83

INTRODUCCIÓN

El uso de Talleres Turísticos es de gran trascendencia para el logro y aprendizaje en lo referente a la identidad cultural en los alumnos de la Universidad San Pedro de Huacho. Para ello se ha dedicado tiempo en el desarrollo de estrategias, uso aplicativo y de esa forma consolidar los objetivos planteados permitiendo comprender mucho mejor acerca de las tradiciones, mitos, leyendas y costumbres especialmente de nuestra región a los jóvenes estudiantes, y de esta manera no tendrán dificultades el transcurso de su vida universitaria.

El presente informe investigativo cuyo nombre es: Aplicación de talleres e identidad cultural en los estudiantes de la Universidad San Pedro 2016-II.

En el I capítulo: abarca antecedentes y fundamentación científica, como se justifica el proyecto y los problemas planteados, se tiene en cuenta la justificación de la investigación, el marco referencial e hipótesis. El II capítulo: comprende el aspecto metodológico, el tipo, nivel y diseño de investigación, la población, muestra; así como técnicas y el uso de instrumentos investigativos. En el III capítulo: resultados de orden descriptivo, verificación de la prueba de normalidad y la contrastación de las hipótesis. En el IV capítulo: análisis y discusión. El V capítulo: conlleva tanto a la conclusión y recomendación.

1.1. Antecedentes y Fundamentos Científicos

1.1.1. Antecedentes

Como es de conocimiento, en toda investigación científica se procede realizando indagaciones de la lectura científica especializada sobre el tema: Aplicación de talleres turísticos en beneficio del desarrollo de la Identidad Cultural en los alumnos del I Ciclo de la Universidad San Pedro de la Huacho.

El desconocimiento de una población, región o país de sus riquezas turísticas es un problema generalizado en nuestra patria, pero que afortunadamente se está revirtiendo en beneficio de aquellas zonas de afluencia e influencia turística como el caso del Cuzco, Puno, Cajamarca, Ica, Arequipa, Amazonas entre otras, donde sus habitantes han tomado conciencia de la trascendencia del turismo desde una perspectiva histórico y cultural. Hay que recordar que el Perú tiene un patrimonio con 20 mil años de historia, solamente comparable con México.

El hombre desde siempre ha sido errante y nómada, por lo tanto, era un viajero natural. En este trayecto el Hombre apreciaba las bellezas naturales y en algunos casos se asentaba en esos lugares volviéndose sedentario y creando manifestaciones culturales. Todos estos aspectos como la belleza natural, paisajes hermosos, construcciones magníficas, folklores, costumbres, religión, educación, etc.; crean interés en otras naciones, países y/o poblaciones, lo cual hace punto obligado para visitar y adquirir una variedad de conocimientos y por ende cultura.

La OMT (Organización Mundial de Turismo) como organismo máximo y rector, tiene como fin supremo capacitar, dirigir, ordenar, coordinar y preservar riquezas en el comercio exterior y turístico, así como otras instituciones y organismos encargados de promover la actividad turística también conocida como Industrias sin Chimenea. En lo que respecta al Ministerio de Educación todavía no toma conciencia del rol, trascendencia y responsabilidad que las circunstancias actuales ameritan.

Antecedentes Internacionales

En el contexto internacional, Guamanquispe (2015) quien investigó sobre: “*identidad cultural y su incidencia en el desarrollo turístico de la Parroquia Pilahuin, Cantón Ambato, provincia de Tungurahua*”, plantea como objetivos elaborar; un plan de revitalización cultural para poder exhibir y exteriorizar su cultura, así como la de poder socializar a todos los involucrados, en sus deseos de resaltar la identidad cultural.

La metodología empleada presenta un enfoque cualitativo y cuantitativo; en el primero tiene como soporte a la encuesta y observación para la recolección de datos; en el segundo punto tiende a determinar los aspectos de la población estudiada que es de 12,128 habitantes, siendo la muestra de 387 habitantes, de las cuales 201 fueron mujeres que representa el 52% y 186 varones que representa el 48% de la población. En lo que respecta al tipo de investigación, es exploratorio, el pues en muy poco o nada ha sido estudiado el tema. También es descriptiva, porque nos permite visualizar las actividades, objetos, procesos y personas, así mismo es explicativa porque busca el entendimiento y la comprensión del fenómeno investigado.

En conclusión, esta investigación determinó que la conservación de la cultura de la parroquia Pilahuin presenta una gran incidencia para atraer al turismo por medio de sus manifestaciones y valores culturales que deben ser rescatadas y revalorizadas buscando poner en valor el patrimonio cultural intangible de Pilahuin, así como los habitantes de esta parroquia piden apoyo para conservar y preservar sus costumbres y tradiciones.

En el contexto internacional, la tesis de López Sierra (2018) quien investigó sobre: “*Fortalecimiento de la Identidad Cultural Colombiana a través de textos literarios en estudiantes de cuarto grado*”, quien plantea como objetivo, el de fortalecer la identidad cultural colombiana, mediante la propuesta basada en textos literarios, así como la de identificar el sentido de pertenencia e implementar una propuesta. La metodología empleada en la investigación es cualitativa.

Acerca de la población; es el Colegio Universidad Libre, localizado en la UPZ74, localidad de Engativa, sector Normandía. La muestra la conformaron 27 estudiantes, de las cuales 16 pertenecen al género masculino y 11 al género femenino. Para la recolección de la información se utilizaron los siguientes instrumentos: el diario de campo, textos, actividades estudiantiles y encuestas.

Esta investigación llegó a la conclusión que la literatura se convierte en un medio de acercamiento a las realidades de su entorno, fortaleciendo la identidad cultural, que abarca diversas áreas del conocimiento, desde una perspectiva histórica, geográfica, sociológica, antropológica, entre otras. Demostrando que la producción de textos literarios es la contribución de lo que un pueblo escribe, siendo su herencia y legado.

En el contexto internacional, Moreno (2012) quien investigó sobre: “*La construcción Social de la identidad cultural: Una interpretación Antropológica, cultural de Castilla – La Mancha*” que plantea como objetivo el determinar, qué elementos son los que forman parte de esta identidad no pocas veces negada, tanto a nivel cultural desde una perspectiva del arte, así como los mecanismos aplicados en la construcción de la identidad colectiva, en general en Castilla – La Mancha.

La investigación concluye en que el arte ocupa un rol preponderante y fundamental en la formación de su carácter, de lo cotidiano, de su referente, de su propia existencia, ese sentido Castilla – La Mancha no está exceptuada. Lo real es que, en la construcción de la identidad social y cultural, el arte y por añadidura lo artístico está inmerso en las diversas formas de participación valorativa que desempeñan y han desempeñado en su definición.

Antecedentes Nacionales

En el plano nacional, la tesis de Huertas (2017) quien investigó sobre: “*Análisis de la Identidad Cultural de los estudiantes de 5to grado de secundaria de la I.E. Fe y Alegría N°10 respecto a la cultura Colli en la actualidad*” quien plantea como objetivo determinar si la identidad cultural es un factor indispensable para el desarrollo cultural, así como su sentimiento de pertenencia, costumbres y tradiciones.

La metodología empleada presenta un tipo de investigación observacional; el nivel es descriptivo simple, el diseño de la investigación es inductivo no experimental, siendo su población la de 79 estudiantes y una muestra de 66 alumnos; el grupo corresponde a estudiantes de ambos sexos. En lo que respecta a las técnicas e instrumentos de recolección de datos se utilizó la encuesta, observación y entrevista.

En consecuencia, esta investigación concluye que la identidad cultural es un factor indispensable para el desarrollo cultural de los estudiantes del 5to grado de secundaria de la I.E. Fe y Alegría N°10, respecto a la cultura Colli, la conformación de grupos sociales nos conlleva a que mientras mayor es la integración estudiantil, mayor es el sentimiento de pertenencia, sin dejar de lado las costumbres y tradiciones así como la educación como factor importante que contribuye al desarrollo de la identidad cultural.

En el plano nacional, la tesis de Ticona (2017) quien investigó sobre: “*La Identidad Cultural y personal en los estudiantes bilingües Aymaras del área rural de la institución educativa secundaria San Antonio de Checa del distrito de Ilave - 2015*” quien plantea como objetivo, el de determinar la relación existente entre la identidad cultural y la identidad personal de los estudiantes bilingüe aymaras.

La metodología empleada presenta un tipo de investigación descriptiva (no experimental) orientada a especificar propiedades, características y perfiles de personas, procesos y fenómenos. En lo referente al diseño responde al descriptivo correlacional, donde se hace mención a las dos variables y poder relacionar su influencia tanto de una como de la otra. En cuanto a la población y muestra, se toma la totalidad, que está compuesta por 138 estudiantes, entre hombres y mujeres. En lo referente a las técnicas e instrumentos de recolección de datos se emplea la encuesta y el cuestionario.

La correlación existente entre la identidad cultural y personal es positiva, significativa y considerable en los estudiantes bilingües aymaras; pues, estos alumnos en su diario vivir practican sus costumbres, valores, creencias y tradiciones; también son conscientes de que son distintos a cualquier otro, son únicos e irrepetibles al margen de su fisonomía y apariencia física.

En la plano nacional, la tesis de Boy Prado (2019) quien investigó sobre: “*Taller soy trujillano*” para mejorar la identidad cultural trujillana de los niños de 4 años de la I.E. N° 215 - 2018”, que plantea como objetivo el de determinar la influencia del taller soy trujillano para mejorar la identidad cultural trujillana en los niños de 4 años, así como identificar y demostrar la mejora de las dimensiones; reconoce e identifica la cultura y costumbres antes y después de la aplicación del taller soy trujillano. La metodología empleada de acuerdo a su enfoque es cualitativa, fin aplicativo, siendo el diseño de investigación pre-experimental.

Sobre la población es la I.E. N° 215 con un total de 385 niños entre varones y mujeres. La muestra empleada fue el aula rosada de niños de 4 años; siendo 10 niñas y 17 niños con un total de 27 educandos. En la muestra se empleó el método no probabilístico de tipo intencional, en cuanto a las técnicas utilizadas, se utilizó la observación y el diálogo, como instrumento de recolección de datos se utilizó la escala valorativa que nos permite verificar la presencia o ausencia de un hecho, característica o acción.

En conclusión, esta investigación, aplicación del taller **soy trujillano**, mejoró significativamente la identidad cultural en los niños de 4 años del aula rosada de la I.E. N° 215, reconociendo que es parte de la cultura e identificando las costumbres que pertenecen a su cultura

En el contexto nacional, la tesis de Aguilar T. (2019), quien investigó sobre: “*Resultado de los talleres Saberes Productivos del programa Pensión 65 en la identidad cultural de los estudiantes de 4to y 5to de secundaria de la I.E.S. Túpac Amaru del distrito de Paucarcolla - Puno*”, que tiene como objetivo el de identificar y describir la influencia de los talleres “Saberes Previos” en el fortalecimiento de la identidad cultural transmitidos por los adultos mayores del programa Pensión 65.

La metodología utilizada se encuentra dentro del denominado enfoque cualitativo, que nos permite entender cuál es la percepción del actor social, el método de la investigación es etnográfica, en lo referente a la técnica es el de observación

participante, así como la encuesta y la entrevista fueron utilizadas para recopilar información, también la técnica de los grupos focales para conocer las percepciones de los estudiantes participantes.

El distrito de Paucarcolla tiene una población urbana de 4864 habitantes; en la investigación participaron 404 beneficiarios del programa Pensión 65, la I.E. Túpac Amaru tiene un total de 157 estudiantes matriculados, de los cuales 56 pertenecen al 4to y 5to grado de secundaria.

En conclusión los saberes transmitidos en los talleres “saberes productivos” del programa Pensión 65 permiten la revaloración de los saberes ancestrales teniendo como actores principales a los adultos mayores quienes desempeñan un rol preponderante para alcanzar los objetivos del programa en donde los estudiantes del 4to y 5to grado de secundaria se internalizaron con la medicina tradicional, agricultura, artesanía y expresión oral, revalorando también el idioma quechua y su entorno socio – cultural.

Antecedentes Locales

En el plano local, la tesis de Panta (2018) quien investigó sobre: *“Identidad Cultural y su relación con la conservación del patrimonio cultural en el distrito de Végueta”*. Quien plantea como objetivo el determinar la relación existente entre identidad cultural y la conservación del patrimonio cultural.

En lo que respecta a la metodología se utilizó un enfoque cuantitativo, el tipo de investigación, es básica, de nivel correlacional, el diseño de investigación es no experimental de corte transversal.

Sobre la población estudiada, este distrito cuenta con 18, 263 habitantes, siendo la muestra de 375 pobladores, de donde se recopilaron los datos, la técnica de investigación a utilizar fueron la encuesta y observación mediante instrumentos como el cuestionario.

La investigación llegó a la conclusión de que el 68,27% de los habitantes vegetanos presentan un regular nivel de identidad cultural y regular nivel sobre conservación del patrimonio cultural; representado por un 79,20%.

En el plano local, la tesis de Poma (2018) quien investigó sobre: *“Identidad Cultural y el impacto turístico ambiental en el distrito de Huaura”* que plantea como objetivo el determinar la relación que existe entre la identidad cultural y el impacto turístico ambiental, así como la de establecer la relación existente entre la identidad cultural como el turismo ecológico, manifestaciones culturales y atractivos turísticos del distrito de Huaura.

Acerca de la metodología, esta investigación es de tipo sustantiva, o sea orientada a describir, explicar o predecir; es correlacional, porque busca determinar la relación existente entre las dos variables. En lo referente al diseño de investigación es

transaccional o transversal (no experimental). En cuanto a la población, está constituida por 1030 estudiantes de la I.E. N° 20334 Generalísimo Don José de San Martín y la muestra fue de 112 alumnos, distribuido entre los cinco grados de estudio secundarios. El método empleado en este estudio fue el deductivo. La técnica empleada en el desarrollo del estudio fue la encuesta y el instrumento a aplicar: el cuestionario

La investigación concluyó que existe una relación directa entre la identidad cultural y el impacto turístico ambiental, turismo ecológico, las diversas manifestaciones culturales y los atractivos turísticos del distrito de Huaura.

Ley General del Turismo.

Artículo 1°. - Declaratoria de interés nacional

El turismo viene a ser parte fundamental de la política del Estado Peruano en lo que respecta al desarrollo de la nación.

Tanto el Poder ejecutivo, a través de sus ministerios, gobiernos regionales, gobiernos locales, así como las demás instituciones públicas relacionadas al quehacer de la actividad turística deben incentivar proyectos a corto, mediano y largo plazo para promover el sector turismo.

Artículo 2°. - Objeto de la Ley

Esta Ley tiene por finalidad la de promocionar, resaltar y dirigir de manera sostenida la actividad turística.

Siendo su aplicación imperativa en el Gobierno nacional, regional, local y su respectiva coordinación con otros sectores vinculados al turismo.

Artículo 3°. - Principios de la actividad turística

Son principios de la actividad turística los siguientes:

3.1. Desarrollo Sostenible: El avance exponencial del turismo está estrechamente relacionado con el mantenimiento, difusión y promoción de los diversos patrimonios culturales, naturales y sociales, de esta manera consolidar y mejorar el nivel de vida de las poblaciones.

3.2. Inclusión: La actividad turística es el mayor promotor económico-social y cultural en sus más diversos *status sociales* y propende a la participación de toda la sociedad.

3.3. No Discriminación: La actividad turística tiene como fin primordial el respeto a toda diversidad cultural, de género, religión, etnia, social, política, ideológica entre otros.

3.4. Fomento de la Inversión Privada: Uno de los fines prioritarios del Estado Peruano es incentivar la inversión privada del sector turismo.

3.5. Descentralización: En la promoción y difusión del turismo deben estar involucrados los diversos estamentos del Estado como el gobierno, ministerios, gobiernos regionales y locales.

3.6. Calidad: Todos los destinos turísticos deben presentar una excelente calidad, llámese atractivo turístico, hoteles y restaurantes para beneplácito y satisfacción de los visitantes.

3.7. Competitividad: Para que exista una excelente oferta turística debe promocionarse la iniciativa privada tanto nacional como extranjera.

3.8. Comercio Justo en el Turismo: No hay mejor distribuidor y generador de riqueza en una sociedad, que el sector turismo.

3.9. Cultura Turística: En la promoción y actividad turística toda la población y sociedad en su conjunto deben estar involucrados para así crear, difundir y fortalecer el desarrollo sostenible.

3.10. Identidad: La difusión y promoción de la actividad turística promueve la identificación de la población en cuanto al patrimonio material e inmaterial de la población local.

3.11. Conservación: Toda actividad turística debe estar orientada a difundir las culturas vivas y revalorar nuestra herencia ancestral.

1.1.2. Fundamentación Científica

Teorías sobre Talleres

Bases Teóricas

A) Planteamiento Teórico Sobre El Taller

Definición de taller

(Reyes, 1998) concibe al taller como compleja, reflexiva e integradora, en donde se entrelaza tanto lo teórico como lo práctico, dando movimiento al proceso pedagógico, así mismo, también son un vehículo continuo y comunicativo con la realidad social y como grupo de trabajo, donde se interrelacionan docentes, capacitadores y estudiantes. En un taller cada integrante es un elemento más del grupo, realizando aportes determinados.

Betancourt. (1996), los talleres vienen a ser unidades de producción de conocimientos, partiendo de una realidad concreta y para ser transferidos a esa realidad, con la finalidad de transformarla, donde los integrantes trabajan buscando converger los aspectos teóricos y prácticos.

Objetivos del taller

Para Betancourt. (1996) los objetivos son:

- Promover y facilitar una educación holística e inclusiva, de forma simultánea, en el desarrollo de aprendizaje, o sea el aprender a aprender, ser y ser.
- Realizar tareas educativas y pedagógicas entre docentes, educandos, instituciones y colectividad.
- Superar la concepción tradicional donde el alumno solo es un receptor de, y el docente solo un transmisor teórico de saberes, divorciado de su realidad.
- Facilitar que los integrantes de los talleres sean creativos durante su desarrollo de su instrucción.
- Permitir que el docente y el educando se compenetren activamente con su entorno social, entrelazando como otros grupos de maneras más eficaces y rápidas para poder actuar con respecto a las prioridades que su realidad presenta.
- Buscar un acercamiento para poder contrastar, validar y cooperar entre los conocimientos científicos y los conocimientos populares.
- Superar el distanciamiento existente entre sociedad – estudiante y sociedad – profesional.
- Buscar integrar y relacionar elementos interdisciplinarios.
- Promocionar espacios vitales y posibles de comunicación, participación y autogestión con las diversas instituciones educativas y la comunidad en su conjunto.
- Crear en el educando actitudes de índole reflexiva, objetividad con su entorno crítico y autocrítico.
- Plantear solución a los problemas académicos de su entorno y de su propia institución educativa.
- Promover cambios en el estilo clásico del docente.

Importancia del taller

El mismo Betancourt. (1996) señala que el taller es un espacio donde se transfieren vivencias, actitudes reflexivas y conceptuales, así como el poder pensar racionalmente, el sentirse parte de él e identificarse mediante su participación activa.

El taller es un lugar del vínculo, la participación, la comunicación y por ende da lugar a la producción social de objetos, hechos y conocimiento, a través del interjuego de los participantes, el pensamiento, sentimiento y acción.

Ventajas de la aplicación de talleres:

Fernández. (1992:20) plantea como objetivos fundamentales:

- Propiciar la interrelación entre todos los alumnos de la institución educativa, mediante la participación de trabajos en grupos.

- Desarrollar y fomentar en el alumno la capacidad de análisis y estimular una variedad de actividades mentales y físicas.

Funcionamiento de los talleres:

Pasel, (1999:98) sostiene: que la aplicación de los talleres pueden ser procedimientos metodológicos y complementarios; así como ser lugar de interés, esta organización puede variar, como, por ejemplo: Los talleres pueden realizarse con alumnos de una misma clase, con la asistencia y ayuda de los progenitores, cantidad limitada de alumnos, en horarios de mañana y tarde, una o varias veces a la semana, debiendo ser programado previamente, así como organizado con antelación.

La organización puede variar en unos y otros:

El taller como complemento de otros procedimientos: Puede ser un taller con los alumnos de una misma clase, una o dos veces por semana o bien un taller en cada clase del nivel o ciclo con niños compartidos, con la ayuda de padres, número reducido de alumnos, en sesiones de mañana o tarde, una, dos o tres veces por semana. La elección del taller está supeditada al Centro de Interés o proyecto concreto, debiendo ser programado en el tiempo y espacio que se prevea en la organización de la Unidad Didáctica.

Proceso y organización de los Talleres:

La aplicación de talleres es flexible, pueden ser en un día, en una misma clase, en jornadas de dos o más talleres, dos o tres talleres en un día, entre otras, para poder permitir al alumno participante su asistencia y facilitar a la adquisición de sus conocimientos.

El papel del docente es preponderante para el logro y éxito del taller, debiendo generar empatía en los participantes, creando expectativas en ellos.

Clases Teóricas

La misión de las clases teóricas será la exposición de forma sistemática y ordenada de los temas que constituyen el programa de la materia. Según nuestra experiencia los alumnos deben disponer de material recopilado por el profesor o bien uno o más libros de texto y/o artículos que cubran la materia del programa. Dado lo amplios que son los programas que se proponen, ningún libro cumple satisfactoriamente esta condición, por lo que se les suministra con antelación este material junto con los apuntes de cada tema. Esto presenta las siguientes ventajas:

- el alumno no debe estar constantemente copiando las explicaciones del profesor
- una lectura de los apuntes previa a la clase ayudaría a una mejor comprensión de los conceptos que se les van a explicar

- en asignaturas de doctorado como éstas, se habitúa al estudiante a consultar bibliografía especializada
- da mayor flexibilidad al profesor en la puesta al día del programa cada nuevo curso.

Respecto al esquema de organización de las clases es recomendable estructurar éstas en tres fases:

1. cinco a diez minutos iniciales para presentar un esquema de los puntos que se van a tratar, de modo que el alumno se haga una idea de conjunto del tema. Siguiendo con esta idea, se tratará de enlazar la clase con lo que ya se había explicado en los temas anteriores.
2. desarrollo del esquema, destacando los aspectos más importantes y relacionando los conceptos que se van introduciendo con los ya conocidos. Es conveniente de vez en cuando dar ideas intuitivas a los conceptos más complejos así como utilizar ejemplos que los clarifiquen. Las definiciones, conceptos o algoritmos más importantes deben permanecer a la vista del alumno durante toda la clase en zonas bien delimitadas de las que se utilizan como borrador para los ejemplos. Esta fase contiene la parte central de la lección.
3. En la tercera fase, se debe hacer una recapitulación, resaltando los puntos esenciales de la lección explicada y conectándolos con los contenidos de la próxima.

Elaboración de Folletos

Nicoletta & Servidio (2012). Elemento indispensable de información turística, donde están incluidos contenidos visuales y especializados de un atractivo o atractivos turísticos a visitar. Los folletos turísticos representan de forma descriptiva los atractivos turísticos de índole histórico, arqueológico, cultural, etnológico, geográfico, místico, gastronómico, entre otros, Los folletos y su forma de presentación presenta fuentes de primera mano, empleando para ello un lenguaje adecuado y que con el tiempo lo ha consolidado como uno de los principales instrumentos de promoción turística.

Historia del Perú

UNMSM (2014) Centro Pre-universitario, compendio académico teórico – práctico desarrollado, Es el proceso de espacio – tiempo que ha ocurrido en el actual territorio denominado Perú, se inicia desde los tiempos más antiguos de ocupación del hombre, hasta la actualidad. Según estudios arqueológicos, los primeros nómades llegaron a este territorio en el poster medias del período de glaciación, denominado Wisconsin (XI milenio a. C.) subsistiendo median la caza – pesca – recolección, en el denominado período lítico. Posteriormente durante el siglo VIII antes de Cristo se desarrolla la agricultura, sobre todo el cultivo de hortalizas, en esta etapa se domestican

los camélidos como la llama, vicuña y alpaca surgiendo también los primeros asentamientos humanos (periodo arcaico)

Entre 3200 y 1800 a. C. surge la civilización más antigua del Perú denominada Caral, que es contemporánea con otras grandes civilizaciones como Sumeria, India, Egipto y China.

1200 a. C., surge la cultura Chavín, en la actual región Ancash, que hasta hace unos años se creía que era el origen de la cultura peruana, tuvo gran importancia por su religiosidad y cultura, luego de Chavín, surgen la cultura Moche en el norte y la cultura Nazca en el Sur, también en el altiplano se desarrolla la cultura Tiahuanaco. Por los años 600, nace la cultura Huari, en la actual región Ayacucho y fue el primer imperio que se asentó en el Perú, expandiéndose por el norte hasta la actual Cajamarca. Al desaparecer la cultura Huari, surgen otras culturas como los Lambayeque, los Chimú y los Chinchas.

Durante los siglos XIV, XV y XVI, se inicia el Imperio incaico inició, quienes gobernaron más de 200 naciones andinas, abarcando países como Colombia, Ecuador, Perú, Bolivia, Chile y Argentina y que vio su extinción con la llegada e invasión española.

Desde 1532 hasta 1821, los españoles dominaron durante tres siglos al Perú, la cual se convirtió en un Virreinato y el más importante de Sudamérica, junto al Virreinato de México. Durante el lapso de tres siglos ocurrieron acontecimientos importantes que marcarían la historia de nuestro país, como la captura y muerte de Atahualpa, la sublevación de Manco Inca, las Guerras Civiles entre conquistadores, la llegada de la Iglesia Católica, el Mestizaje, la explotación minera, así como la Rebelión de Túpac Amaru II, terminando con la Batalla de Ayacucho.

A partir de 1822, se da inicio a la República, surge el militarismo, se crea la Confederación Perú-boliviana, posteriormente el Boom Guanero durante el período del Mariscal Ramón Castilla, quien moderniza el Estado mediante la construcción de obras públicas, en 1879 se declara la infausta Guerra de Pacífico, en 1883 se da inicio a la reconstrucción social, surgiendo de nuevo el militarismo, surgen los primeros partidos políticos, nace el período denominado República Aristocrática, consolidación y predominio del capitalismo inglés, se da inicio a las exportaciones de caña de azúcar y algodón, explotación del caucho, la etapa conocida como el oncenio de Leguía, tratados limítrofes y pérdida de territorios con los países vecinos, conflicto con el Ecuador, surgimiento de partidos como el APRA, el Partido Comunista Peruano, el Partido Socialista Peruano, entre otros, continuando con el gobierno revolucionario de las fuerzas armadas mediante un golpe de estado en 1968 y que duró ocho años. En 1980 el Perú vuelve a la democracia, aparece Sendero Luminoso y el MRTA, crisis económica, política y social hasta la actualidad.

Historia del Turismo

Boullon (2001) El proceso histórico del Turismo hace hincapié a dos direcciones relevantes; la primera a la búsqueda de entretenimientos y sus respectivos desplazamientos, la segunda a la transformación de las infraestructuras, que posibilitan dichos traslados. En todas las de la vida humana se han realizado traslados largos y cortos, que muchos lo han asociado como turismo, como es el caso de Egipto, Babilonia y Jerusalén, con el avance de la agricultura, los sistemas de regadío y la producción, dio paso a tiempos disponibles, que se dedicaban para festividades sociales, magníficas ceremonias, desarrollo del arte, la música, juegos, y religión.

Fuster (1979), manifiesta que, durante el proceso y consolidación del imperio romano, sus ciudadanos se trasladaban a diversas ciudades del imperio, por motivos de ocio y esparcimiento, como es el caso de Pompeya. Al caer el imperio romano y durante el medio evo esta actividad disminuyó; pero fue en el siglo XV donde tenemos referencias de flujos turísticos sobre todo por motivos de salud a las aguas minero-termo medicinales envaren envaren, así como peregrinaciones por motivos religiosos

Entre los siglos XII y XIV, ocurren los primeros viajes, partiendo desde el puerto de Venecia hacia Jerusalén, luego se crean las fontanas o alojamientos. Durante el Renacimiento, ocurren grandes transformaciones en lo que eran artes, letras, ciencias, filosofía y lo cultural, pero los traslados no eran muy recurrentes, pues la mayoría de sus habitantes, en su mayoría permanecían y morían en su lugar de origen.

(Flores, 2000) Durante el siglo XVII, denominado también época Barroco, los desplazamientos de personas aumentan paulatinamente, más aún con la aparición de nuevos medios de transporte, desarrollándose una inclinación a visitar lugares de interés, a su vez se construyen jardines como lugares de esparcimiento. En este siglo se crean museos, galerías de arte, zoológicos, añadiendo mayor forma de recreación a propios y extraños.

(Boullon, 2001b) Durante el siglo XVIII, donde también surge la Revolución Industrial, las sociedades tenían como lugar de entretenimiento al campo, llamado también *picnic*, durante ese siglo los viajes alcanzaron una connotación global como los realizados por James Cook, Alexander Von Humboldt, entre otros.

Fuster (en Flores, 2000), separa la historia del turismo en tres épocas bien marcadas: La primera entre el siglo XVIII - XIX; que se inicia por los viajes en ferrocarril hasta la I Guerra Mundial; la segunda al finalizar la I Guerra Mundial hasta el inicio de la II Guerra Mundial, la tercera y última etapa durante todo el proceso de la Guerra Fría hasta nuestros días. La fundamentación de la época Inicial se basó en la aparición del ferrocarril e inicio de la Primera Guerra Mundial; la Intermedia comienza al final de la Primera Guerra Mundial hasta el inicio de la Segunda; y la última correspondiente a los años posteriores a la finalización de la Segunda Guerra Mundial hasta la actualidad.

Literatura Regional

Literatura propia de un lugar, que permite interactuar entre hechos pasados y actuales, es la manifestación de expresiones culturales, cotidianas como las creencias, tradiciones, estampas costumbristas que forman parte de su acervo cultural, así mismo, resalta la belleza natural y paisajística, leyendas, propias de un pueblo o región, que forman parte de su idiosincrasia, ejemplo: Isaías Nicho Rodríguez es el autor de libros donde se resaltan las estampas costumbristas del Huacho Antiguo.

Turismo

La OMT (1994) precisa que “El turismo comprende toda forma de actividad que realiza los seres humanos durante sus traslados y estancias en lugares diferentes al de su lugar de origen, por espacio de tiempo permanente menos a un año, con fines exclusivos de ocio, comerciales, esparcimiento, entre otros”.

Krapf y Hunziker (1940) conceptualizan al turismo como una conjunción de relaciones y fenómenos por motivos de desplazamiento y permanencia de personas, fuera de su lugar de domicilio, motivados por actividades de índole económico, estable o provisional.

(Ezagui, 2000) El turismo tiene como principal característica el de trasladarse por motivos de placer, diversión, recreación, de índole no lucrativa. Para una sociedad, pueblo o destino turístico, viene a ser una fuente de ingresos económicos, así como generador de empleos.

Para Acerenza (1999), el turismo es el traslado y permanencia de personas, grupos, fuera de su lugar habitual, utilizando su tiempo libre para la recreación.

El Diccionario Turístico Internacional (1970, edición española), manifiesta que el turismo está asociada a los viajes exclusivo del ser humano y es también una industria que busca la satisfacción y exigencia de los turistas o viajantes.

Turismo Regional:

Conceptuamos como turismo regional a aquellos viajes de corto turístico dentro de una región; llámese provincia – departamento, considerada por sus identidades culturales, étnicas y geográficas.

Pérez, J (2014) (p.1) en su obra “Definición de región turística” conceptúa como región a un espacio territorial con características comunes o parecidas de orden histórico, económico, administrativo, geográfico, relacionado al turismo y para ello, el viajero debe permanecer cuando menos 24 horas en ese lugar por descanso, ocio u otros intereses.

Moragues Cortada, (2006) en su obra “Turismo, cultura y desarrollo”, define al Turismo como una actividad que siempre se ha realizado. Movido por la curiosidad y la necesidad de conocer nuevas formas de vida, del desempeño con otras comunidades. Todo esto nos muestra motivaciones diversas, para así convertir al turismo como parte de nuestra vida cotidiana, naturaleza humana, nos vemos impulsados a descubrir nuevos territorios, así como comparar los diversos estilos de vida de otras sociedades con desarrollos culturales y tecnológicos diferentes. Todo esto genera una actitud acerca del grupo humano al cual visitamos, pudiendo formarse una serie de prejuicios debido a la visión de quien acude a esos lugares, en muchos casos empobrecidos. (p.1).

Clases Prácticas

En las clases prácticas, generalmente se analizan ejercicios y supuestos, normalmente de carácter cuantitativo. Se trata de aplicar los conocimientos teóricos a la resolución de casos y problemas concretos. Las etapas que suelen seguirse en las clases prácticas son:

- A) El profesor selecciona una situación que se refleja en unos datos para su análisis, y de los cuales, a través de unos métodos seleccionados, se llegarán a ciertos resultados o conclusiones.
- B) Se entrega el enunciado a los estudiantes, preferiblemente antes de la clase.
- C) Lectura del ejercicio antes de su resolución, permitiendo aclarar posibles dudas.
- D) Resolución del ejercicio, procurando que todos colaboren en la búsqueda de la solución, discusión y análisis de los resultados obtenidos.

Las clases prácticas suelen basarse en unos conocimientos teóricos previos. Permiten un desarrollo de las enseñanzas teóricas que posibilita la clarificación de conceptos, la eliminación de fallos en el aprendizaje anterior y el desarrollo de habilidades.

Es deseable y permitiendo una participación activa del alumno. Se trata de que el alumno participe en el ejercicio y encuentre la solución del problema planteado. De tal modo, que en clase se puedan analizar los procedimientos de solución seguidos, los resultados obtenidos y las dudas o aspectos no comprendidos por los estudiantes.

La participación activa de los alumnos en la resolución de un ejercicio facilita el aprendizaje y la capacidad de resolución de los problemas. En este caso, el profesor realiza una tarea de asesoramiento y guía en la búsqueda de soluciones adecuadas a la cuestión planteada.

Las clases prácticas permiten poner al alumno en contacto con instrumentos de resolución de problemas y toma de decisiones en casos concretos, que les acercan a las situaciones reales y permiten comprender la aplicación práctica de los modelos teóricos.

Mediante la evaluación se pretendía determinar el grado de cumplimiento del propósito pretendido a través de una actividad de aprendizaje, comparando las ejecuciones de los estudiantes con los objetivos fijados en forma de comportamiento.

Se hace preciso para poder evaluar, el efectuar un diseño previo de lo que se pretende alcanzar. Este diseño ha de ser realizado a través de unas especificaciones, de unas características que se han de conseguir en el producto final, después de efectuar íntegramente el proceso de enseñanza.

El proceso de control sirve de mecanismo de información. El análisis de los errores más frecuentes cometidos por los alumnos en los exámenes permite diseñar un proceso de enseñanza mejorado para los cursos siguientes. El conocimiento de los fallos nos guía para insistir en los aspectos que resultan más difíciles de comprender para los alumnos.

La explicación al comienzo del curso de los criterios de evaluación y consejos de forma pormenorizada, enlaza luego con una corrección detallada y con explicaciones minuciosas de los errores cometidos. Animaremos a los alumnos a ver sus exámenes y comprobar dónde se han equivocado o dónde pueden mejorar.

La evaluación del aprendizaje tiene efectos sobre el proceso de seguir aprendiendo. Cuando la evaluación abarca una lección o tópico concreto (corto plazo), se dice que tiene sobre el estudiante el efecto de reactivar o consolidar su recuerdo, centrar la atención sobre aspectos importantes del contenido, estimular las estrategias de aprendizaje, proporcionarles oportunidades de consolidarlo, ofrecerle información sobre el mismo, ayudarle a conocer su progreso a efectos de mejorar su autoconcepto y guiar la elección de actividades de aprendizaje para incrementar el dominio de lo aprendido. Si la evaluación se refiere a módulos más amplios, cursos o experiencias amplias, se dice que sus efectos son los de aumentar la motivación de los estudiantes hacia la asignatura y condicionar la percepción de sus propias capacidades en la materia de que se trate, incidiendo también en la elección que los estudiantes hacen de estrategias de estudio.

Esto último es importante. Dependiendo de cómo preguntemos así va a estudiar el alumno. Si preguntamos cosas para memorizar, memorizarán. Si ponemos preguntas más de razonar o les advertimos del valor calificador de explicarse, poner ejemplos y razonar en los exámenes, su modo de estudiar y, por tanto, de aprender, será distinto y los resultados también. Es importante el cómo se evalúa, el cómo se mide determina en buena medida el comportamiento de los alumnos.

La consultora Griker y Asociados (1994, pág. 35) propone un método de evaluación colectiva para estudiar la rentabilidad de las acciones formativas en las empresas, que puede servir de orientación en otros ámbitos. El sistema se basa en el análisis detallado de cuatro puntos:

A) La percepción del evento formativo por parte de los participantes.

- B) La cantidad de aprendizaje consolidado después del curso.
- C) La transferencia de lo aprendido al puesto de trabajo.
- D) Análisis de los costes comparado con el impacto en la organización.

Promoción turística

Gurria M. (1997) Es la puesta en valor o venta de un producto turístico y que para ello requiere de un probable mercado para su consumo, para ello es necesario dar a conocerlo, tales como sus bondades, importancia, arquitectura, relevancia histórica y cultural, entre otros. Para su logro, la promoción turística debe utilizar los medios pertinentes, como la planeación, programas de promoción, los mercados posibles, medios publicitarios a utilizar, inversión económica y medición de los resultados.

Ley General de Turismo N° 29408, manifiesta que toda promoción turística debe estar enmarcado de acuerdo a las políticas sectoriales en relación a la actividad turística y para ello debe desarrollarse una política de implementación, planes puesta en marcha de planes estratégicos, ejecución de dichos planes y estrategias de promoción del país, de la región, de la provincia o distrito como destino turístico, tanto para visitantes extranjeros como visitantes.

Middleton (2001: 90) expresa que la promoción turística “es la totalidad de formas que se emplea para lograr que los potenciales turistas conozcan del producto que se ofrece para así generar en ellos anhelos y poder estimular la demanda”:

Viajes (circuitos turísticos)

Es el traslado de turistas utilizando diversos medios de transporte a un atractivo turístico predeterminado, para ello debe con unidades vehiculares adecuadas y en óptimas condiciones operativas, que durante el trayecto cuente con todas las comodidades satisfactorias como asientos cómodos, refresco y bebidas, servicios higiénicos adecuados, restaurantes de nivel, pistas y/o autopistas en buen estado y señalizadas, primeros auxilios y que satisfagan al turista en cada lugar visitado.

Visitas guiadas

Es el traslado de un turista, pasajero, excursionista, visitante o viajante hacía un atractivo o atractivos turísticos en la cual cuentan con el apoyo profesional de un guía, experto en el atractivo turístico a visitar, buscando la satisfacción plena del excursionista, para ello pueden contar con agencias de viajes internacionales, nacionales y locales, centros de información turística o en los propios museos a visitar.

B) Planteamientos Teóricos sobre Identidad Cultural

Identidad

Para la Real academia española (2001), la palabra "identidad" proviene del latín "identitas" que quiere decir "el mismo" o "lo mismo", "Conjunto de rasgos propios de una persona, de una sociedad, que los representa y diferencia ante los otros".

Carrero (2007), manifiesta que el término "Identidad" proviene de la etimología latina "identitas" alude, a "lo que es lo mismo", incluso "ser uno mismo", resaltando dos significados elementales: que pueden ser parciales o totales a través del tiempo. Carrero se refiere a dos tipos de probabilidad, que pueden ser semejantes o diferentes.

Cultura

Cultura proviene (Del lat. Cultura), o sea "conjunto de modos de vida y costumbres, conocimientos y grado de desarrollo artístico, científico, industrial, en una época y grupo social" (DRAE 2001, p. 483).

Según Castiel (2001), la palabra cultura, es una relación lógica que un sujeto elabora sobre significados que persisten y comparten, que son adquiridas por afiliación, permitiendo interpretar representaciones, conductas y actitudes normalmente valorados en esos estamentos sociales.

(Declaración Universal de la UNESCO sobre la diversidad cultural, 2002, p. 7) La cultura es el conjunto de elementos distintivos de orden espiritual, material, afectivo que distinguen a un grupo social, y en la cual también están involucradas las diversas formas de arte, letras, formas de vida, coexistencia, sistemas morales, axiológicos, creencias, que tienen su origen en sus tradiciones culturales, desarrolladas a lo largo del tiempo, intercambiando todo lo anteriormente expuesto con otras sociedades.

La cultura, constituye el conjunto de valores, costumbres, creencias y prácticas que constituyen la forma de vida de un grupo específico de personas (Eagleton, 2001, p. 58).

Estos valores son los que diferencian a un grupo humano de otro, toda vez que un mayor o menor grado de cultura obtenida evidencian el desarrollo alcanzando y la importancia que esta pudiera tener. Cuando se hace referencia a cultura, se está abordando las formas de ser, sentir, pensar y actuar de los seres humanos. Hace mención a los distintos componentes como el cognitivo, afectivo y conductual de la persona (Instituto Nacional de Cultura, 2002, p. 45). La cultura común es la que da a la sociedad su espíritu de cuerpo y lo que hace posible que sus miembros vivan y trabajen juntos, con un mínimo de confusión y de interacción mutua (Grimaldo, 2006 p. 40).

Identidad Cultural

Guerrero (2002) Es el cimiento de toda sociedad, que traspasa lo biológico y que congrega al grupo social al cual pertenece. En cambio, la cultural es el modo de existencia de sus integrantes, agrupación de ideas y costumbres que son aprendidas, compartidas y transmitidas generacionalmente en el tiempo y espacio.

La identidad cultural es definida por las diferentes expresiones y manifestaciones de una sociedad, diseñadas, construidas y elaboradas, donde el ser humano exterioriza mediante sentimientos y saberes, como, por ejemplo: los símbolos, que vendrían a ser el patrimonio material e inmaterial de su cultura. También es el nexo histórico que congatena lo pasado, está en nuestro presente y vislumbra el futuro.

Desde el punto de vista antropológico:

(Espinosa, 2000, p. 10) “La identidad cultural desde el punto de vista de la antropología, constituye un tipo de identidad social que tiene que ver con la toma de conciencia, por parte de los miembros de un grupo, acerca de sus diferencias culturales”.

(Maldonado, 2009, p. 25) Se deriva de la pertenencia de los individuos a una cultura determinada, de su participación de un conocimiento colectivo y de una memoria común, del uso continuado de un mismo sistema simbólico, unos signos, unos códigos y unas prácticas que no solo componen de un lenguaje y textos, sino también de ritos, mitos y tradiciones, de hábitos costumbres y ceremonias, de monumentos e imágenes.

(Valiente, 1993, p. 18) “Se precisa cuando es vinculado al sentimiento de pertenecer a un “nosotros” como grupo porque compartimos creencias e intereses similares, un pasado y un presente comunes, participamos de una tradición, vivimos en un territorio, nos comunicamos en una lengua”.

(Hernández & Espinosa, 2000, p. 21) “De decir que es la cultura lo que identifica un pueblo se suele pasar a afirmar que también es lo que hace que un pueblo sea idéntico así mismo y algo permanente en el tiempo. La cultura son las raíces que le dan a un pueblo solidez y permanencia”.

(Huisa, Hualpa, & Godinez, 2009) Se entiende por identidad a todos aquellos elementos que permiten identificarnos, caracterizamos, mostrar que tenemos en común y que nos diferencia de otros pueblos, mientras que al hablar de cultura, nos estamos refiriendo a elementos materiales y espirituales, que han sido organizados con lógica y coherencia, donde participan los conocimientos, creencias, arte, moral, derecho, costumbres, etc. que fueron adquiridos por un grupo humano organizado socialmente, oficialmente reconocida o marginal, la entendamos o no, es cultura.

Desde el punto de vista objetivo está integrada por costumbres, hábitos, tradiciones, valores. Creencias, maneras de vivir de pensar y de comportarse, así como un cierto

estilo de existencia y presencia en su comunidad. Es decir, su dimensión es antropológica.

a) Desde un punto de vista subjetivo es el sentimiento de pertenecer a una sociedad en la cual cada uno tiene la sensación de ser un actor de su propia historia. O sea, su dimensión es psicológica.

b) Vista desde el exterior, es la esencia misma de una cultura, el principio dinámico de una persona o de un grupo, que, en función de su pasado, promueve su acción de acuerdo con sus posibilidades y que recibe una ayuda externa a tenor de sus necesidades, lo que constituye un proceso continuado.

c) En el seno de una comunidad, corresponde al sentimiento compartido por los miembros de la sociedad de reconocerse en la cultura de ésta y su voluntad de pertenecer a las raíces de la misma. (Tremblay, 2003, p. 232).

Las identidades culturales son históricas, es decir se forman en un contexto socio histórico concretan y evolucionan, o incluso desaparecen, en directa relación con las características y las transformaciones de la sociedad de donde provienen y donde existen. La expresión identidad cultural se usa no sólo para referirse a grupos sino también para designar las características principales de creaciones culturales y sociales, por ejemplo, la identidad de la literatura latinoamericana, contemporánea o de un país. (Biagini & Roig, 2008, p. 286).

Elementos de la identidad cultural

Galán (2012) y Rivera (2004), catalogan una diversidad de elementos, que vienen a ser las columnas y estructuras de toda identidad cultural, que están representadas por el entorno geográfico, relacionado a su territorio, mares, ríos, lagos, pisos ecológicos, montañas, que vienen a ser su elemento geográfico y que van a tener relación directa con el desarrollo de una sociedad y que va a estar ligado a su forma de actividad económica, social, arquitectónica, cultural, entre otras.

La propuesta de Galán. (2012) cataloga estos elementos como pilares de la identidad cultural, los cuales son:

Entorno geográfico:

Referido al territorio y su geografía que influyen en el desarrollo de un pueblo, en sus actividades, vestimenta, arquitectura. etc.

El elemento histórico:

Es el principio, cambio, proceso, transformación y extinción de una sociedad determinada, en un espacio – tiempo, donde se han desarrollado culturas y civilizaciones de pueblos, naciones, reinos, entre otros.

Lo simbólico o imaginario:

Son manifestaciones culturales que no se pueden ver, entre las que destacan las costumbres, fiestas costumbristas, moral, ética, leyes, tradiciones, etc.

Lo tangible:

Relacionada a la creación y transformación de bienes materiales, como producto de su necesidad de subsistencia, como las herramientas, medicamentos, tecnología, cerámica, alimentación, vestido, entre otros.

Elementos de la identidad cultural

Para Rivera (2004), en su estudio sobre identidad cultural en el currículo de estudio del sistema educativo peruano, plantea componentes fundamentales sobre identidad cultural: el lugar de nacimiento, el idioma, el proceso histórico, las manifestaciones musicales, costumbres y tradiciones, la religión y la vestimenta.

Características de la identidad cultural

Molano (2006), manifiesta una diversidad de características que encierra toda identidad cultural; desde el punto de vista territorial puede ser mundial, nacional, regional y local, presenta, planos psicológicos, sociales y políticos, producidos por la interrelación social. Generador de conciencia individual y colectiva, se expresa también en aspectos culturales y sub culturales, es dialéctica, pues la constitución de la identidad no se desarrolla de manera individual, sino colectiva.

Es compuesta: Cada cultura y cada subcultura transportan valores e indicadores de acciones, de pensamientos y de sentimientos.

Es dialéctica: La construcción de la identidad no es un trabajo solitario e individual.

Factores que influyen en la identidad cultural

Molano (2006), afirma que “los factores de la identidad cultural son el conjunto de valores, tradiciones, símbolos, creencias y modos de comportamiento que funcionan como elemento cohesionador dentro de un grupo social y que actúa como sustrato para los individuos que lo forman puedan fundamentar su sentimiento de pertenencia”.

Los factores de la cultura permiten enfrentar con éxito la búsqueda de aquellos aspectos que dan el sentido cultural de las cosas y eventos de la vida cotidiana como son:

- **Los valores:** Establece claramente la utilidad o inutilidad de algo, que se le apropiamiento que le damos a lo que tenemos.
- **Simbolismo:** Es cualquier cosa u objeto, gesto o palabra que se pone en lugar de o representa a otra cosa.
- **Lenguaje:** Son las diferentes formas de expresión que posee cada grupo social, es un dialectico distintivo.

- **Costumbres:** Comportamientos socialmente adquiridos por tradición, conductas actuadas o mostradas en la vida cotidiana de la gente (mitos, comidas, adornos, etc.)

Importancia de la identidad cultural

Molano (2007) sustenta que la identidad cultural expresa un sentido de pertenencia a una determinada expresión social o sociedad donde se conjuga lazos y manifestaciones culturales entre las que destacan las creencias, los valores y costumbres, a su vez, la identidad cultural se desarrolla y plasma mediante su lengua o lenguaje que es el medio de expresión y comunicación entre los integrantes de una sociedad o comunidad, así como las interacciones sociales, rituales y manifestaciones ceremoniales.

La identidad cultural nos ayuda a reconocer el pasado, elementos simbólicos o referentes que le son propios y que ayudan a construir el futuro, también busca la reconstrucción de una identidad territorial para que constituya la razón evidente de individuos, grupos, localidades y de espacios motivados por un deseo de situarse, de enraizarse en una sociedad; de ésta manera es reconocida por todos, a través de las especificidades legadas por el pasado. Un pasado que puede ser reconstruido o reinventado, ya que se encuentran aún vivos: el idioma, los gustos, los comportamientos colectivos e individuales, la música, etc.

Dimensión: Sentimiento de Pertenencia

Proshansky (1983) Definido por límites, espacio de vida donde coexiste personas y grupos sociales, en ellas ocurren acontecimientos trascendentales en su existencia, donde se construirán elementos de dirección y empoderamiento del entorno donde viven. Para Proshansky, el sentido de pertenencia viene a ser un cúmulo de reminiscencias de expresión de ideas, manifestaciones y toda forma de expresión sobre el entorno físico en la que el sujeto desarrolla su existencia (pág. 60). Esta a su vez se expresa mediante actitudes, conductas, creencias y simbolismos que se construyen y consolidan con sus vínculos afectivos y de pertenencia a un país, nación, región, localidad como propio. Muntañola (1996) sostiene que la identidad presenta una trinidad indesligable, como el ambiente, el individuo y el grupo, creando un sentido de pertenencia, donde la identidad de tipo social y la identidad del lugar donde se vive se encuentran estrechamente vinculados.

Flores, I (2005), manifiesta que, en la estructura de una sociedad, sus integrantes exteriorizan sus sentimientos que los diferencia con relación a otros entes sociales al cual la califican como “otros”, por el contrario, ellos se identifican con “nosotros”, esa discrepancia genera pertenencia hacia un grupo social determinado, pues representa una necesidad elemental (Maslow, A, 1954).

Indicadores:

Costumbres

Forma de actuar tradicional de una sociedad o grupo humano. Según Guzmán, A. (1995, p. 623), "La costumbre es un fenómeno en el que intervienen el derecho, la moral, la sociabilidad y aun la religión; en ella se entremezcla, pues, todas las formas que inciden normativamente en la conducta humana, de ahí su excepcional importancia".

"Hobsbawn distingue entre "tradición" y "costumbre", destacando que las últimas son las que prevalecen en las sociedades periféricas, en las cuales aún se entablan relaciones "cara a cara". Mientras que las tradiciones se caracterizan por su permanencia o invariabilidad, la costumbre o ley común, muestra cierta flexibilidad en cuanto a su adherencia con el pasado y por lo tanto, variabilidad y adaptabilidad. Pero también afirma que la desaparición de la costumbre, necesariamente cambia la tradición" (Flores, I, 2005)

Creencia

Forma de pensar e ideas que un grupo humano o sociedad lo asume como algo real. Las creencias también encierran normas de conducta, elementos ceremoniales, rituales y sacrificios como parte auténtica de una determinada sociedad y con la que el hombre se identifica y reconoce sus vínculos con formas de divinidad.

Gastronomía

Incorporación de conocimientos y formas de actividad relacionados con una variedad de recetas, técnicas e ingredientes (culinaria) así como con su desarrollo y evolución histórica. También se entienden como la inclinación al buen comer, así como el aprecio y disfrute de la excelente comida y los renombrados restaurantes, que destacan por ello.

Geografía Turística

Jean-Pierre Lozato-Giotart, en su *Géographie du Tourisme* (1987) Señalan que la geografía del turismo es el tratado de las relaciones existentes entre el espacio y la actividad turística, teniendo también en cuenta diversos factores que intervienen en el proceso turístico. Estudia la ubicación, el ambiente, el flujo de turistas, carga turística, desplazamientos hacia los atractivos turísticos, paisajes, poblaciones que se adaptan y comportan como destino turístico generando en ellos un orden, promoción y desarrollo sostenible para el beneficio del lugar visitado-

(Pearce, D. en Vasconi, M. 1991:19) La geografía turística es el estudio de centros de atractivos turísticos, su ubicación y características, en concordancia con sus riquezas naturales y monumentales, tradiciones, elementos comunicativos para un eficaz acceso a las instalaciones a visitar.

Leyenda

Historia de corte popular, que narra sobre un acontecimiento real o fantástico de un pueblo, nación o cultura y que se origina de manera oral. Las leyendas forman parte de una tradición de un pueblo, como por ejemplo La leyenda de los hermanos Ayar, que con el tiempo se deforma o magnifica y que se recuerdan a través del tiempo.

Mito

Historia extraordinaria de corte oral fabulosa que intenta explicar mediante narraciones, como se conjugan los dioses y su actuar ante las fuerzas naturales de la condición humana, entre otros. Narra acontecimientos realizados por dioses o entes sobrenaturales sobre la creación del mundo. Los mitos son historias fantásticas de tiempos ancestrales, donde se le atribuyen a dioses y personas cualidades extraordinarias, como es el caso de el Mito de Vichama

Símbolo

Elementos representativos de orden material, que expresan diversas condiciones humanas, como un crucifijo, una bandera, un monumento, entre otros. Los símbolos expresan también una variedad de formas de arte utilizando en muchos casos mensajes subliminales, creando diversidad de emociones. También están asociados a lo científico y técnico, mediante fórmulas, códigos, señales, nomenclaturas, elementos químicos, etc.

Tradicición

Es lo que se transmite, se comunica, que se preserva en sucesivas generaciones, como la literatura popular, rituales, costumbres, valores, que se conservan en una sociedad, religiones, ya sea de forma oral o escrita, desde tiempos inmemoriales y que ha perdurado a lo largo de los años.

Dimensión: Cultura

Taylor, en Kroeber y Cluckhoholm (citado en Austin, 2000) Concibe a la cultura como conductas de orden explícita e implícita, obtenidas a través del tiempo, constituyéndose como patrimonio resaltante de grupos sociales.

Iriarte (1994), define a la cultura como herencia social de un grupo determinado, en la cual se estipula maneras de vivir de ese grupo humanos, modos de enfrentar a su entorno, elementos físicos o naturales y sociales, para Iriarte: la cultura viene a ser una abstracción. Para la cultura puede abordarse de dos visiones antropológicas; en la primera los rasgos culturales pasan de generación en generación, en la segunda, la identidad no se hereda, sino que se construye, pues es dinámico, moldeable y puede manipularse.

Indicadores:**Alienación:**

Fenómeno social que consiste cuando una sociedad o individuo se convierte, piensa y actúa en algo diferente a sí mismo, perdiendo su identidad o dejando de ser auténtico. En tal sentido, la alienación es el cambio de conciencia y pensamiento que ocurre en grupos humanos y personas, contrario a su condición o naturaleza primigenia.

Autóctono

Es lo original y propio de un país, pueblo, grupo social o persona y que lo identifica y caracteriza de otras sociedades.

Factor Endógeno o Interno

La actividad turística es sostenible y endógeno. Se va construyendo, preservando sus valores históricos, elementos culturales, ambientales y socioeconómicos. Así mismo, mediante el turismo, se busca crear la equidad social, el cuidado del ambiente y el desarrollo económico y humano, buscando como objetivo calidad existencial de las generaciones involucradas.

Factor Exógeno o Externo

Presentan un impacto fulminante en el turismo regional, originando transformaciones de orden natural, social y económico. En este factor está involucrado diversas formas de infraestructura, como hoteles, seguridad, transporte, personal laboral, ingresos, población económicamente activa, vacaciones remuneradas, horario de trabajo flexible. Otros factores que también se encuentran involucrados en el desarrollo turístico con los niveles culturales, educativos y el deseo de la sociedad para familiarizarse con el idioma, costumbres y niveles de vida de otros países. También incluyen ingresos económicos y financieros.

Multiétnico

Se entiende como multiétnico a la congregación, unión de diversas etnias. Un país o nación es multiétnico cuando sus integrantes presentan diversidad étnica en menor o mayor grado, originado principalmente por movimientos migratorios, la conquista de nuevos territorios, etc., ejemplos hay muchos, como los seleccionados de fútbol de diferentes países, cuyos integrantes son de distintas etnias.

Multiculturalidad

Por extensión, es un fenómeno social donde coexisten diversidad de culturas en un mismo espacio social, físico y geográfico, así mismo ahí confluyen diversas manifestaciones idiomáticas, religiosas, racionales, lingüísticas de género, entre otros.

La sociología interpreta por multiculturalidad la influencia o intercambio de sociedad de diferente origen buscando una interrelación de tolerancia y respeto.

También existen grupos a nivel de estado e instituciones tutelares, que propugnan autonomía en las etnias, como es el caso de España con los vascos y catalanes, pues estas diferencias pueden generar conflictos a mayor o menor escala.

Multilingüismo

También conocido como plurilingüismo, explica que una persona, comunidad o grupo social que puede expresarse en idiomas, lenguas y dialectos. El multilingüismo se entiende como una solución a la continua extinción de lenguas o dialectos, como es el caso del Perú, sobre todo en las etnias amazónicas, amenazando la identidad y diversidad cultural global. Según investigaciones actuales, se cree que en los próximos 50 años desaparecerán 80% de las lenguas.

Patrimonio cultural:

(Castelli, M. en Nakayama, L. 1994:72). Son bienes y productos, así como manifestación creadora humana, cambios y transformaciones en la naturaleza, de forma valorativa y trascendente para las ciencias. También incluye aspectos espirituales y culturales en general. El patrimonio cultural está integrado por bienes tangibles, intangibles y naturales, que son parte integral de la praxis social, a los cuales se les califica valorativamente para poder ser difundidos y revalorados en diferentes épocas o en diferentes generaciones, por consecuencia, un objeto o hecho se vuelve patrimonio o bien cultural o puede dejar de serlo, ya sea por factores endógenos y exógenos, que pueden afirmar y negar su nueva identidad. (Dibam, Memoria, cultura y creación. Lineamientos políticos. Documento, Santiago, 2005).

El Patrimonio Cultural se divide en dos tipos, Tangible e Intangible.

Patrimonio Tangible:

Es todo aquello que presenta relevancia desde ópticas o puntos de vista históricos, estéticos, científicos, arquitectónicos, arqueológicos, catalogados como tales. Son producciones humanas, muchas veces única, visibles y que ocupa un espacio, por ejemplo: una catedral y que guarda relación directa con un territorio, ejemplo: un bosque. Un patrimonio tangible se conserva en instituciones públicas o privadas, como bibliotecas, archivos históricos, museos, entre otros. El patrimonio tangible viene a ser la expresión de culturas y civilizaciones de grandes monumentos físicos y majestuosos, como, por ejemplo: Machu Picchu.

Patrimonio Intangible

Este patrimonio lo constituye la parte invisible, que reside en el espíritu mismo de la cultura, no está vinculado a las creaciones materiales, sino al proceso histórico humano, muchas sociedades han concentrado sus conocimientos y sus técnicas, pero

también el recuerdo de sus ancestros, normalmente mediante la tradición oral, entre las que destacan sus saberes ancestrales, sus celebraciones, rituales y festividades, manifestaciones musicales, teatrales, literarias, entre otros.

1.2. Justificación de la Investigación

Este Proyecto de Investigación surge al observarse el desconocimiento por parte del alumnado, sobre las riquezas y diversidades de nuestros patrimonios turísticos que presenta la Región Lima.

Teniendo en cuenta mi condición de Docente, Sociólogo y Promotor Turístico Regional, se infiere que un número importante de estudiantes ignora la presencia de restos arqueológicos como Caral, Paramonga, Bandurria, Vichama y Áspero. Reservas ecológicas como las Lomas de Lachay, Albuferas de Medio Mundo y Laguna La Encantada. En el plano histórico los museos Bolivariano y Sanmartiniano. En lo místico como brujos y curanderos, en las tradiciones las fiestas costumbristas, religiosas y patronales, todos ellos desconocidos por los jóvenes universitarios sin olvidar la exquisita gastronomía regional.

Por lo anteriormente señalado el presente Proyecto tiene como justificación el de formar la identidad y conciencia cultural acerca de las bondades turísticas ya expuestas en los alumnos de la Universidad San Pedro pues ellos (los estudiantes), mañana más tarde, cuando sean profesionales contribuirán generando el efecto multiplicador respecto a la identidad cultural de la Región, sus provincias y la ciudad de Huacho.

La trascendencia teórica de este estudio implica que la implementación de Talleres Aplicativos y de acuerdo a los logros que se esperan alcanzar, puedan en el tiempo producir textos especializados en turismo regional y construir de esta manera la identidad cultural.

La propuesta de talleres no solo deberá aplicarse a los institutos y centros superiores de estudio sino también dirigida a los colegios secundarios y primarios en las horas libres que tiene cada una de estas instancias.

Su relevancia práctica está relacionada con el hecho de diseñar una propuesta Didáctica de Talleres y que su aplicación permitirá establecer metodologías e ir construyendo un aprendizaje más rápido visitando los lugares, recursos y/o atractivos turísticos, no solo a los alumnos, sino también los docentes serán partícipes de dichas actividades.

La relevancia social está enfocada en la participación activa de todos sus integrantes, difundiendo en todos los medios de comunicación social la importancia del conocer nuestros atractivos turísticos en sus más diversos aspectos y ser parte integrante de este proyecto, creando de esta manera una identidad cultural.

1.3. Problema

1.3.1. Problema General

¿En qué medida la aplicación de talleres de turismo influye significativamente en la formación de la identidad cultural de los estudiantes del Programa de Estudios de Administración I Ciclo de la Universidad San Pedro de Huacho 2016-II?

1.3.2. Problemas Específicos

¿En qué medida la aplicación de clases teóricas de talleres de turismo influirá significativamente en la formación de la identidad cultural de los estudiantes del Programa de Estudios de Administración I Ciclo de la Universidad San Pedro de Huacho 2016-II?

¿En qué medida la aplicación de clases prácticas de talleres de turismo influyó significativamente en la formación en la identidad cultural de los estudiantes del Programa de Estudios de Administración I Ciclo de la Universidad San Pedro de Huacho 2016-II?

1.4. Conceptualización y Operacionalización de las variables

Variable Independiente.

Talleres de turismo.

Definición de la Variable: Talleres de Turismo

Operacionalización de la variable: Talleres de Turismo Regional

VARIABLE	DIMENSIONES	ITEMS	INDICADORES
<p>TALLERES DE TURISMO REGIONAL: Definición conceptual (Reyes, 1998) concibe al taller como compleja, reflexiva e integradora, en donde se entrelaza tanto lo teórico como lo práctico, dando movimiento al proceso pedagógico, así mismo, también son un vehículo continuo y comunicativo con la realidad social y como grupo de trabajo, donde se interrelacionan docentes, capacitadores y estudiantes. En un taller cada integrante es un elemento más del grupo, realizando aportes determinados.</p> <p>Definición operacional El taller de turismo consta de cinco sesiones, donde se realizan diversas actividades para formar en ellos la identidad cultural y el sentimiento de pertenencia. Así como adecuada metodología, que tendrá como corolario el de fortalecer la identidad cultural de los estudiantes del I Ciclo de Administración – 2016.</p>	Clases teóricas	05	<ul style="list-style-type: none"> • Silabo. • Evaluación de entrada y salida • Historia del Turismo • Historia del Perú • Historia Regional • Geografía • Presentación de Vídeos • Elaboración de trípticos.
	Clases prácticas	05	<ul style="list-style-type: none"> • Promoción turística • Viajes (circuitos turísticos) • Visitas guiadas • Elaboración de documentales turísticos

Definición de la Variable: Identidad Cultural

Variable Dependiente:

Identidad Cultural

Operacionalización de Variables: Identidad Cultural

VARIABLE	DIMENSIONES	ITEMS	INDICADORES
<p>Definición conceptual: Toruño, Lanuza, Rodríguez y Ruíz (2010), manifiestan que la identidad cultural engloba un sentimiento de pertenencia en una sociedad determinada, donde se comparten creencias, costumbres, valores culturales.</p> <p>Definición operacional</p> <p>La definición de identidad cultural conlleva al conocimiento de lo que somos como cultura, el origen de nuestras raíces, el orgullo por el lugar de nacimiento y el amor a la patria transmitido a través de generaciones, formando parte de nuestro patrimonio cultural.</p>	Sentimientos de pertenencia	05	<ul style="list-style-type: none"> • Valores autóctonos • Tradiciones • Símbolos • Mitos y Leyendas • Fiestas costumbristas • Fiestas religiosas • Regionalismo
	Cultural	05	<ul style="list-style-type: none"> • Alienación • Autóctono • Cultura General • Multiculturalismo • Factor endógeno • Factor exógeno • Multiculturalismo • Multidiversidad • Multiétnico • Multilingüismo • Patrimonio cultural: P. tangible y P. Intangible

1.5. Hipótesis

1.5.1. Hipótesis General

H1: La Aplicación de Talleres de Turismo influye significativamente en la formación de la identidad cultural de los estudiantes del Programa de Estudios de Administración I Ciclo de la Universidad San Pedro de Huacho 2016-II.

H0: La Aplicación de Talleres de Turismo no influye significativamente en la formación de la identidad cultural de los estudiantes del Programa de Estudios del Administración I Ciclo de la Universidad San Pedro de Huacho 2016-II.

1.5.2. Hipótesis Específicas

La aplicación de clases teóricas de talleres de turismo influirá significativamente en la formación de la identidad cultural de los estudiantes del Programa de Estudios de Administración I Ciclo de la Universidad San Pedro de Huacho 2016 - II.

La aplicación de clases Prácticas de talleres de turismo influyó significativamente en la formación de la identidad cultural de los estudiantes del Programa de Estudios de Administración I Ciclo de la Universidad San Pedro de Huacho 2016 - II.

1.6. Objetivos

1.6.1. Objetivo General

Determinar en qué medida la aplicación de talleres de turismo influye significativamente en la formación de la identidad cultural de los estudiantes del Programa de Estudios de Administración I ciclo de la Universidad San Pedro de la ciudad de Huacho 2016-II.

1.6.2. Objetivos Específicos

Identificar en qué medida la aplicación de clases teóricas de talleres de turismo influirá significativamente en la formación de la identidad cultural de los estudiantes del Programa de Estudios de Administración I ciclo de la universidad San Pedro de la ciudad de Huacho 2016-II.

Identificar en qué medida la aplicación de clases prácticas de los talleres de turismo influyeron significativamente en la formación de la identidad cultural de estudiantes del Programa de Estudios de Administración I ciclo de la Universidad San Pedro de la ciudad de Huacho 2016-II.

II. METODOLOGÍA

2.1. Tipo y Diseño de Investigación

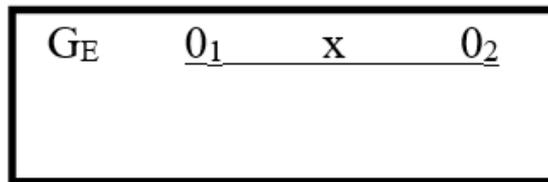
2.1.1. Tipo de la investigación

Hernández Sanpieri (2014) Esta investigación presenta un enfoque cuantitativo, y de acuerdo al fin que persigue es aplicado, en cuanto al diseño de investigación es pre experimental.

2.1.2. Diseño de la Investigación

Este diseño investigativo es Pre Experimental, con grupo de pre y post test. Según Hernández Sanpieri (2014) define al diseño de investigación en administrar estímulos de tratamiento a un grupo determinado y posteriormente aplicar la medición de una o diversas variables con el fin obtener diversos niveles de grupo en las variables (pág. 118).

Esquema del diseño de Investigación



Donde:

- G_E** : Grupo experimental
- O_1** : Aplicación del pre-test
- X** : Aplicación de la variable
- O_2** : Aplicación del post-test

2.2. Población Y Muestra

2.2.1. Población

La población está conformada por estudiantes del Programa de Estudios de Administración I Ciclo de la Universidad San Pedro de Huacho. (Selltiz, et al, 1980), manifiesta que una vez concluido la unidad de análisis de la investigación, se procede a delimitar lo que es población, que viene a ser el grupo de todos los casos que concuerdan con ciertas delimitaciones. Para Baptista (1983), una población debe ubicarse específicamente en cuanto al lugar, características de pertenencia y tiempo. La cual se señala en la siguiente tabla:

Tabla N 01

Distribución de la Población Estudiantil del Programa de Estudios de Administración I Ciclo de la Universidad San Pedro de Huacho – 2016 - II

Ciclo de Estudios	Hombres	Mujeres	Total
I Ciclo: Turno Mañana	08	24	32
TOTAL	08	24	32

Fuente: Información de la Dirección del Programa de Estudios de Administración I Ciclo de la Universidad San Pedro de Huacho.

2.2.2. Muestra

Para seleccionar la muestra se empleó el método no probabilístico, de tipo intencional al aula del Programa de Estudios de Administración I ciclo – 2016, de las cuales 24 son estudiantes mujeres y 08 son estudiantes varones, con un total de 32 estudiantes

Tamaño de la Muestra

La muestra consiste es 32 estudiantes del Programa de Estudios de Administración I Ciclo de la Universidad San Pedro de Huacho.

Unidad de análisis

La unidad de análisis son los estudiantes del Programa de Estudios de Administración I Ciclo de la Universidad San Pedro de Huacho. Para el logro de los objetivos, se elaboraron cinco talleres:

-Diseño de los talleres: estos talleres estuvieron diseñados para lograr en los alumnos talleristas capacidades, habilidad cognitivas y socialización entre sus integrantes.

-Estructura: presenta cinco etapas:

- 1. El problema:** explica la problemática a tratar.
- 2. La organización:** todo taller gira en torno al trabajo en grupos.
- 3. Ejecución:** todo grupo debe ser protagonista en el desarrollo del debate.
- 4. Debate:** todo grupo tiene el deber de exponer sus resultados.
- 5. Valoración final:** buscar conclusiones y resultados.

-Contenidos: de acuerdo a las dimensiones e indicadores de la investigación.

-Número de talleres: 05 talleres

-Tiempo de aplicación del taller: 02 horas

-Cada taller tiene un orden teórico – práctico.

-Materiales: videos, dvd, folletos, separatas, trípticos.

Otros recursos: Evaluación, preguntas y debates.

2.3. Técnicas e instrumento de recojo de información

Del Águila (1986, p 119), conceptúa a la técnica como una adición de procesos estructurados de manera sistemática, que se diferencian de los métodos, donde la aptitud y la capacidad conllevan a la preparación e instrucción adecuada para el recojo de la información, también denominado datos. Para ello, se debe recurrir al manejo de materiales; tiene como herramientas las siguientes técnicas para recoger información; como es el cuestionario, que es un instrumento impreso, cuyo contenido son una diversidad de preguntas, que tienen secuencia lógica, cuya finalidad es de obtener respuesta a quienes se le ha proporcionado. También está el pretest y el posttest, cuya utilidad es la recolección de información durante el proceso denominado trabajo de campo.

Mediante dicha técnica se procederá a la recolección de información de primera mano de los estudiantes del Programa de Estudios de Administración I Ciclo. Luego de recopilar la información mediante una Matriz de Datos se van a ordenar, estructurar los datos recopilados en esquemas como en gráficos. También la distribución de los valores, su ocurrencia en frecuencias, conforme tal como lo señalan los diversos objetivos de la investigación.

El uso de esta técnica se hizo posible gracias a los instrumentos de recolección de datos como son: Pre-test y Post-test.

Instrumentos:

Test.

- Es una técnica que nos proporcionará recoger información relevante sobre la identidad cultural.
- El instrumento que hará posible el registro de información es en formato de test.

Administración de los instrumentos con respecto a la elaboración.

- Sobre las elaboración y validación de los instrumentos

Con respecto a la elaboración

- Se tendrá que estructurar formatos de test en base a las dimensiones e indicadores que se va a medir, para establecer la categorización de datos, en base a los indicadores que se va a medir.

En la elaboración de cada test se tomará en cuenta lo que a continuación se detalla:

- Concordancia entre los diversos ítems, dimensiones, así como las variables a aplicar; precisando objetivamente la información recogida y el orden de obtención.
- Formulación de los indicadores acorde a los objetivos señalados en la investigación, garantizando de esta forma, orden de las respuestas, asegurando de esta manera la información a investigar.
- El formato de test aplicado debe ser confiable.
- Redacción clara y precisa.
- Formato adecuado para cada tipo de instrumento.
- Coherencia entre las técnicas y los instrumentos de recolección de datos.
- Aplicación metodológica y coherente entre las técnicas y la recolección de datos
- Coherencia en la construcción textual y gramatical en la elaboración de la investigación.

Sobre la aplicación de los instrumentos:

- Se establecerá un cronograma basado en muestras y a la vez se coordinará su aplicación.
- Se organizará los diversos materiales como recolector de información requerida.

Secuencia para la aplicación de instrumentos y recolección de toda la información

El pretest y postest se sustenta en dimensiones como la de sentimiento de pertenencia y la dimensión cultura, en la cual se encuentran los indicadores tanto de la variable

independiente como la de la variable dependiente para darle validez al cuestionario, así como la estructura de los talleres, que abarca indicadores teóricos y prácticos

De acuerdo al cronograma establecido se tomará en cuenta lo siguiente:

- Recajo de información objetiva de investigación.
- Visita de campo obligatoria a los atractivos turísticos de la región Lima y así poder recolectar información adecuada.

Proceso de la información

Se seguirán los siguientes procedimientos:

- Revisión de datos, para el análisis exhaustivo de los diversos instrumentos para la recolección de datos, así como para establecer su validez, en el cual no hubo ninguna anomalía.
- Codificación de datos que se convirtieron en códigos, números en concordancia a los instrumentos suministrados a los estudiantes.
- Clasificación de datos de los test aplicados a acorde a sus frecuencias absolutas, relativas y porcentuales, también las desviaciones, organizados de acorde a escalas cuantitativas.
- Diseño de matriz de codificación, datos y tabulación.
- Utilización de gráficos que expresen tendencias en relación a las variables medidas.

2.4. Procesamiento y análisis de la información

- Es la recolección de información que se obtuvo, que se organizó y que sirvió como fuente para la realización de pruebas de hipótesis previamente formulados. Se realizó un ordenamiento tabular, aplicando los conceptos adecuados para el cálculo.
- La información recolectada se realizó mediante un proceso mecánico, a través del software con el uso estadístico del SPSS Statistics, versión 23.

Presentación de los datos: la información previamente procesada será presentada de manera resumida y sistemática en:

- Prueba de Pre-test y Post-test
- Tabla de distribución
- Gráficos estadísticos
- Prueba de normalidad
- Pruebas de muestras emparejadas

III. RESULTADOS

3.1. Presentación:

La presente investigación utilizó cinco talleres, con una duración de 02 horas, en una secuencia teórica - práctica. Finalizando el primer taller se aplicó el instrumento del pretest, en la quinta y última sesión se aplicó el instrumento del posttest. En cuanto a los participantes de los talleres, la muestra estuvo conformado por 32 estudiantes; en el cual participaron 24 estudiantes mujeres y 08 estudiantes varones, la asistencia fluctuó en un 90%. Este nivel de asistencia y porcentaje también se manifestó en los viajes o circuitos turísticos.

De esta forma se mostró los frutos tanto del Pre-test como el Post-test de los estudiantes del Programa de Estudios de Administración I ciclo de la Universidad San Pedro de Huacho. Siendo los procedimientos a seguir:

- a) Primero, se ordenó las calificaciones que fueron obtenidas tanto del pre-test y post-test, realizándose las Estadísticas descriptivas, frecuencias, así como los gráficos de normalidad de pruebas.
- b) Segundo, se tabuló los resultados expresados de forma gráfica en tablas y figuras, así como los resultados obtenidos durante el proceso de recolección de datos. Estos datos han expresados de forma gráfica y a la vez interpretados, teniendo como sustento el marco teórico.
- c) Tercero y último, la prueba de hipótesis se realizó con Shapiro – Wilk, se vio acerca de la significancia asintótica (p) < al nivel de significancia (0.05), se rechaza H_0 ; Entonces se acepta H_1 ., donde se procedió a emplear el software SPSS v. 23.

3.2. Análisis e interpretación

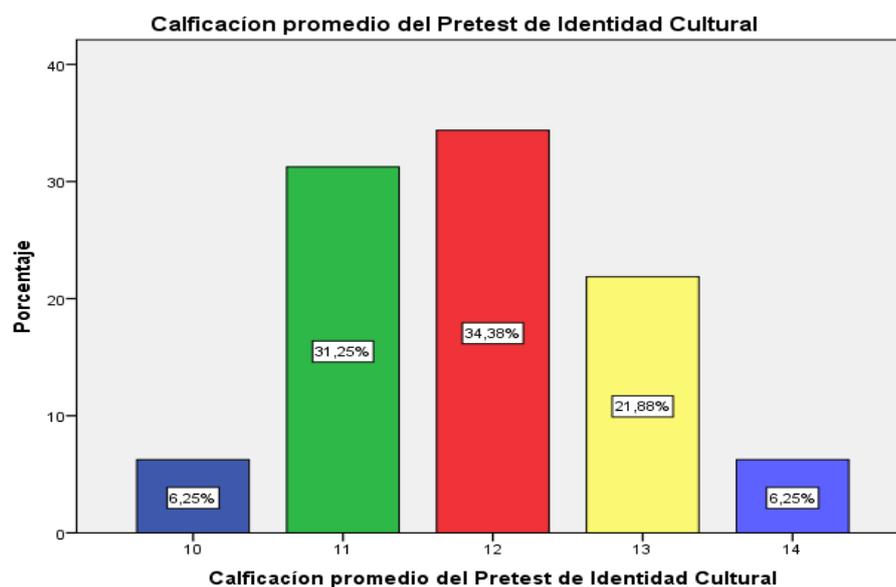
Resultados de Identidad Cultural

Calificación Pretest

Tabla N 02: Los resultados de las calificaciones finales del Pretest de los estudiantes del Programa de Estudios de Administración I ciclo de la Universidad San Pedro de Huacho 2016-II.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido 10	2	6,3	6,3	6,3
11	10	31,3	31,3	37,5
12	11	34,4	34,4	71,9
13	7	21,9	21,9	93,8
14	2	6,3	6,3	100,0
Total	32	100,0	100,0	

Figura N 02: Resultados de la Calificación Pretest



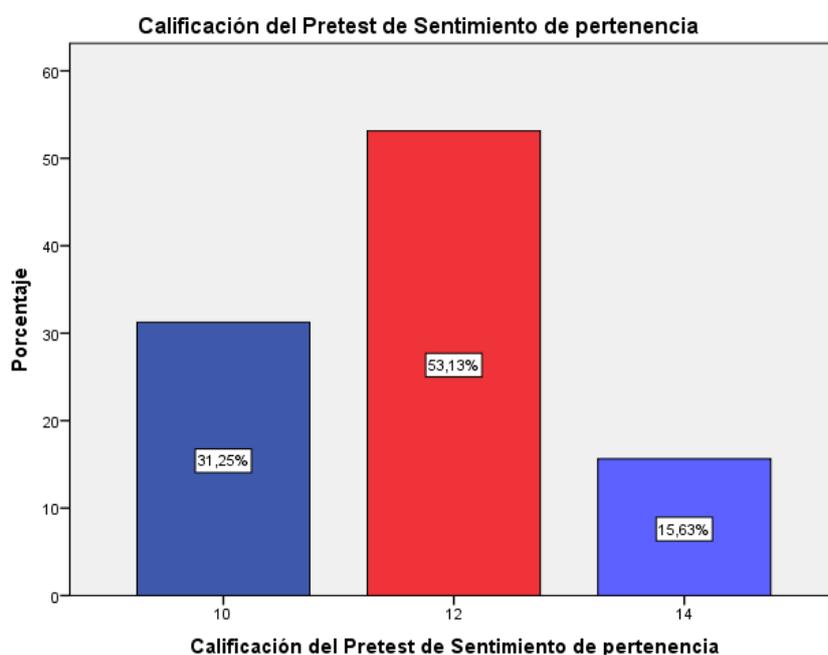
En la **Figura N 02** se obtuvo la calificación promedio del Pretest de los 32 estudiantes de Administración de I ciclo 2016-II en donde se aplicó un Pretest de entrada para identificar el nivel de conocimiento sobre identidad cultural, donde arrojó que el 6.25% obtuvo una calificación desaproboratoria de 10, el 31.25% obtuvo una calificación mínima aprobatoria de 11, el 34.38% obtuvo una calificación de 12, 21.88% obtuvo una calificación 13 y el 6.25% obtuvo una calificación de 14. Estos son los resultados obtenidos del Pretest

Pretest de Sentimiento de pertenencia

Tabla N 03: Los resultados del Pretest de sentimiento de pertenencia de los estudiantes del Programa de Estudios de Administración I ciclo de la Universidad San Pedro de Huacho 2016-II.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido 10	10	31,3	31,3	31,3
12	17	53,1	53,1	84,4
14	5	15,6	15,6	100,0
Total	32	100,0	100,0	

Figura N 03: Pretest de Sentimiento de pertenencia



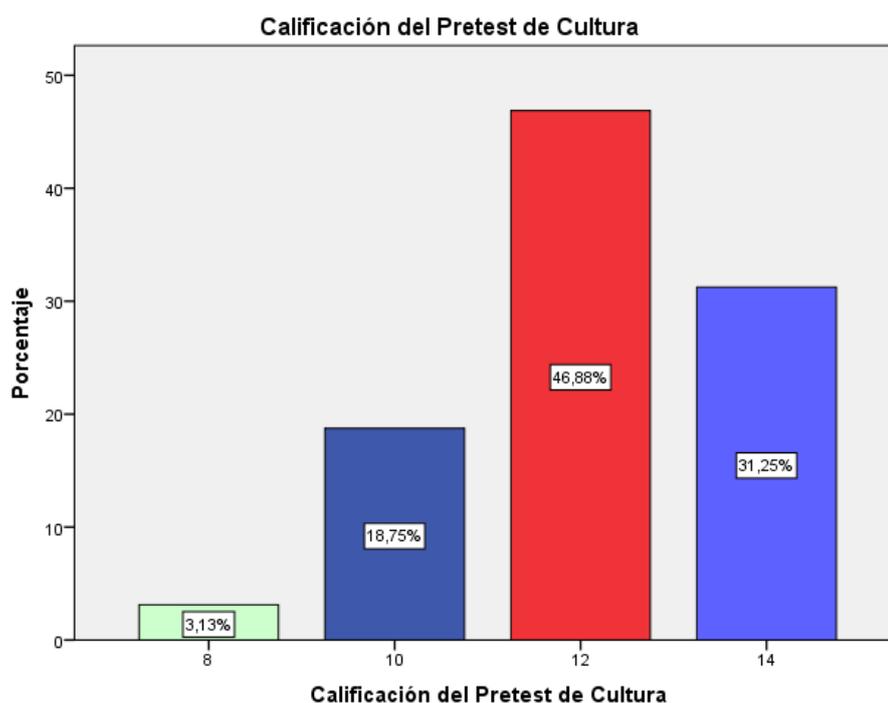
En la **Figura N 03** se obtuvo del Pretest del Sentimiento de pertenencia de los 32 estudiantes de Administración de I ciclo 2016-II, donde arrojó que el 31.25% obtuvo una calificación desaprobativa de 10, el 53.13% obtuvo una calificación de 12 y el 15.63% obtuvo una calificación de 14. Estos son los resultados obtenidos del Pretest del sentimiento de pertenencia.

Pretest de Cultura

Tabla N 04: Los resultados del Pretest de cultura de los estudiantes del I ciclo de Administración de la Universidad San Pedro de Huacho 2016-II.

Calificación del Pretest de Cultura				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido 8	1	3,1	3,1	3,1
10	6	18,8	18,8	21,9
12	15	46,9	46,9	68,8
14	10	31,3	31,3	100,0
Total	32	100,0	100,0	

Figura N 04: Pretest de cultura



En la **Figura N 04** se obtuvo del Pretest de cultura de los 32 estudiantes de Administración de I ciclo 2016-II, donde arrojó que el 3.13% obtuvo una calificación desaprobativa de 08, el 18.75% obtuvo una calificación desaprobativa de 10, el 46.88% obtuvo una calificación de 12 y el 31.25% obtuvo una calificación de 14. Estos son los resultados obtenidos del Pretest de cultura.

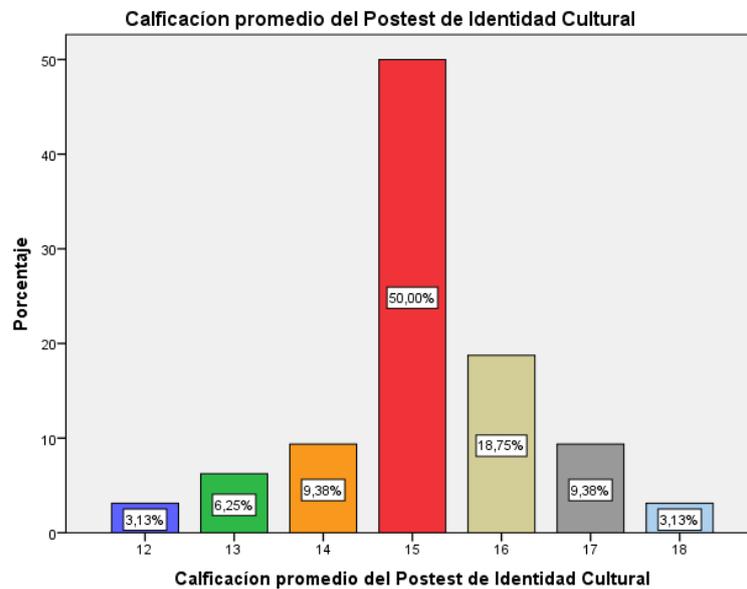
Calificación Postest

Tabla N 05: Los resultados de las calificaciones finales del Postest de los estudiantes del Programa de Estudios de Administración I ciclo de la Universidad San Pedro de Huacho 2016-II.

Calificación promedio del Postest de Identidad Cultural

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido 12	1	3,1	3,1	3,1
13	2	6,3	6,3	9,4
14	3	9,4	9,4	18,8
15	16	50,0	50,0	68,8
16	6	18,8	18,8	87,5
17	3	9,4	9,4	96,9
18	1	3,1	3,1	100,0
Total	32	100,0	100,0	

Figura N 05: Calificación Postest



En la **figura N 05** se obtuvo del Postest de identidad cultural de los 32 estudiantes del Programa de Estudios de Administración I ciclo 2016-II, donde arrojo que el 3.13% obtuvo una calificación de 12, el 6.25% obtuvo una calificación de 13, el 9.38% obtuvo una calificación de 14, el 50.00% obtuvo una calificación de 15, el 18.75% obtuvo una calificación de 16, el 9.38% obtuvo una calificación de 17 y el 3.13% obtuvo una calificación de 18. Esto nos quiere decir que son los resultados obtenidos del Postest de identidad cultural.

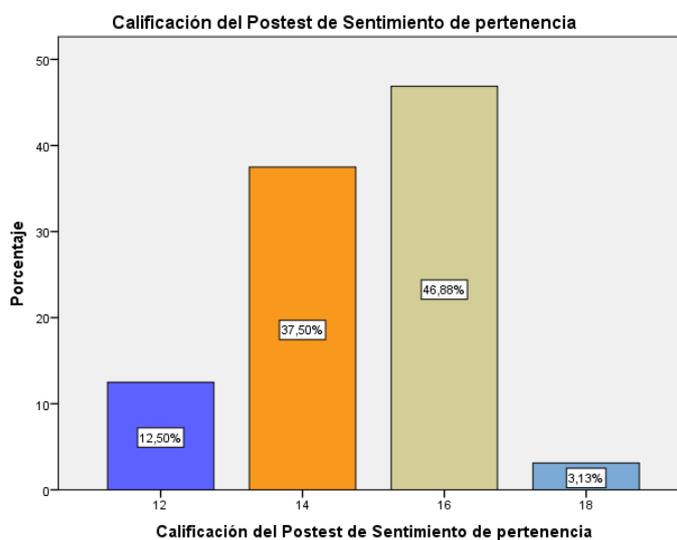
Postest de Sentimiento de Pertenencia

Tabla N 06: Los resultados del Postest de Sentimiento de Pertenencia de los estudiantes del Programa de Estudios de Administración I ciclo de la Universidad San Pedro de Huacho.

Calificación del Postest de Sentimiento de pertenencia

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido 12	4	12,5	12,5	12,5
14	12	37,5	37,5	50,0
16	15	46,9	46,9	96,9
18	1	3,1	3,1	100,0
Total	32	100,0	100,0	

Figura N 06: Postest de Sentimiento de pertenencia



En la **figura N 06** se obtuvo del Postest de Sentimiento de Pertenencia de los 32 estudiantes de Administración de I ciclo 2016-II, donde arrojó que el 12.50% obtuvo una calificación de 12, el 37.50% obtuvo una calificación de 14, el 46.88% obtuvo una calificación de 16 y el 3.13% obtuvo una calificación de 18. Esto nos quiere decir que son los resultados obtenidos del Postest de Sentimiento de Pertenencia.

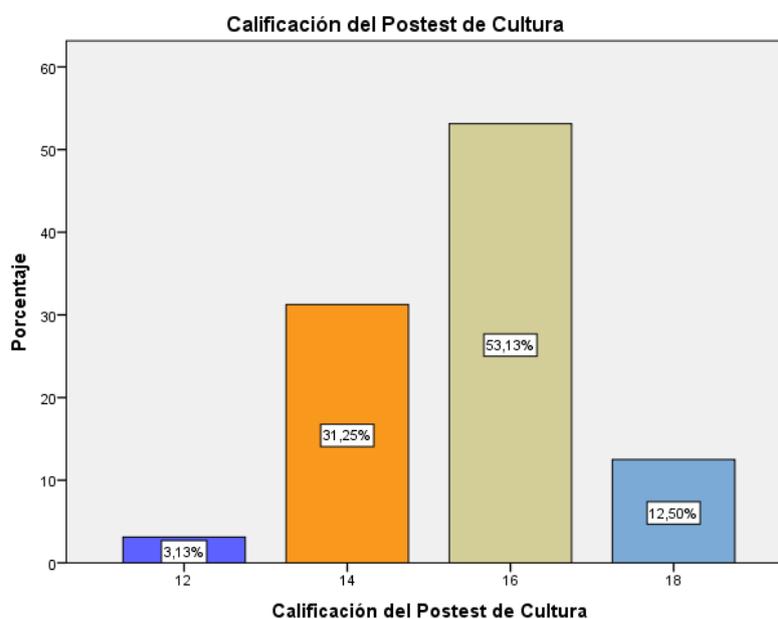
Postest de Cultura

Tabla N 07: Los resultados del Postest de Cultura de los estudiantes del Programa de Estudios de Administración I ciclo de la Universidad San Pedro de Huacho.

Calificación del Postest de Cultura

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido 12	1	3,1	3,1	3,1
14	10	31,3	31,3	34,4
16	17	53,1	53,1	87,5
18	4	12,5	12,5	100,0
Total	32	100,0	100,0	

Figura N 07: Postest de Cultura



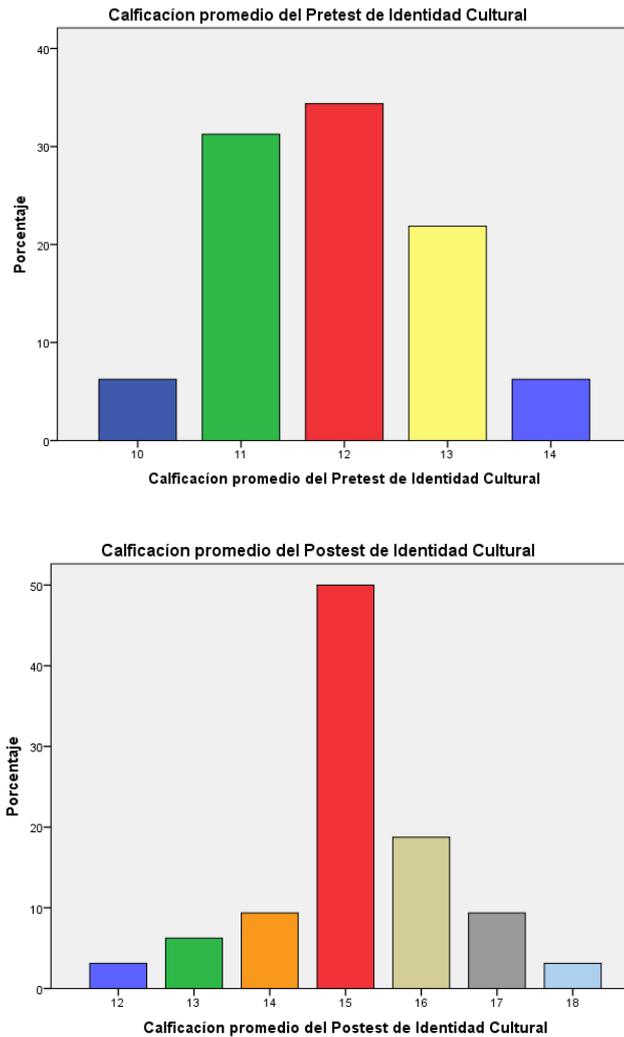
En la **figura N 07** se obtuvo del Postest de Cultura de los 32 estudiantes de Administración de I ciclo 2016-II, donde arrojó que el 3.13% obtuvo una calificación de 12, el 31.25% obtuvo una calificación de 14, el 53.13% obtuvo una calificación de 16 y el 12.50% obtuvo una calificación de 18. Esto nos quiere decir que son los resultados obtenidos del Postest de Cultura.

3.3. Consolidado de Resultado Pretest y Postest

Cuadro de calificaciones de Antes y Después

Datos de los Estudiantes de I ciclo de administracion					
Test de Sentimiento de Pertenecia		Test de Cultura		Promedio de Calificaciones	
Pretest	Postet	Pretest	Postet	Pretest	Postest
12	14	14	16	13	15
12	14	12	16	12	15
10	14	12	14	11	14
12	16	10	16	11	16
12	16	8	14	10	15
10	12	10	14	10	13
12	14	14	16	13	15
12	12	10	12	11	12
10	12	12	14	11	13
10	14	14	16	12	15
10	14	12	16	11	15
12	16	12	14	12	15
14	16	10	14	12	15
12	16	12	16	12	16
12	18	14	18	13	18
12	14	14	16	13	15
10	16	14	18	12	17
12	16	14	16	13	16
10	14	14	16	12	15
14	16	14	14	14	15
12	14	10	16	11	15
10	16	12	16	11	16
12	12	12	16	12	14
12	16	12	14	12	15
14	16	12	16	13	16
10	16	12	16	11	16
12	14	12	14	12	14
14	16	14	18	14	17
12	16	10	14	11	15
12	16	12	18	12	17
14	14	12	16	13	15
10	14	12	16	11	15

Figura N 08: Comparación de las Calificaciones Promedio del Pre Test y del Postest



En la **figura N 08** se observó una comparación de las calificaciones de antes y después, donde se ve la diferencia de mejora de calificaciones, esto queda afianzado por la tabla 10 donde se demuestra por medio de t-student que existe una media de 3.250 entre Pretest y Postest demostrando acerca que la aplicación de talleres de turismo influye significativamente sobre la identidad cultural de los 32 estudiantes del Programa de Estudios de Administración I ciclo de la Universidad San Pedro de Huacho 2016-II.

3.4. Contrastación de Hipótesis

Planteamiento de la Hipótesis General

H₁: La Aplicación de Talleres de Turismo influye significativamente en la identidad cultural de los estudiantes del Programa de Estudios de Administración I ciclo de la Universidad San Pedro de Huacho 2016 - II.

H₂: La Aplicación de Talleres de Turismo no influye significativamente en la identidad cultural de los estudiantes del Programa de Estudios de Administración I ciclo de la Universidad San Pedro de Huacho 2016 - II.

Nivel de significancia – Prueba de normalidad Shapiro Wilk

Utilización del Criterio:

Si la significancia asintótica (p) < al nivel de significancia (0.05), se rechaza H_0 ; Entonces se acepta H_1 .

Aplicando SPSS 23 se Obtiene el Siguiete Resultado

Tabla N° 09 Prueba de Normalidad

	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
Calificación promedio del Pretest de Identidad Cultural	,186	32	,006	,913	32	,014
Calificación promedio del Postest de Identidad Cultural	,262	32	,000	,905	32	,009

a. Corrección de significación de Lilliefors

Si: Sig. >0,05: los datos provienen de una distribución normal de la población.

Si: Sig. <0,05: los datos no provienen de una distribución normal de la población.

Prueba estadística de (*T-Student*) para la hipótesis

Demostración de la Hipótesis General Aplicando el Software Estadístico SPSS 23.

Tabla N 10: Cuadro de inferencia de Media de Calificación de Pre Test y Postest

Descriptivos			Estadístico	Error estándar
Calificación promedio del Pretest de Identidad Cultural	Media		11,91	,182
	95% de intervalo de confianza para la media	Límite inferior	11,54	
		Límite superior	12,28	
	Media recortada al 5%		11,90	
	Mediana		12,00	
	Varianza		1,055	
	Desviación estándar		1,027	
	Mínimo		10	
	Máximo		14	
	Rango		4	
	Rango intercuartil		2	
	Asimetría		,198	,414
	Curtosis		-,445	,809
	Calificación promedio del Postest de Identidad Cultural	Media		15,16
95% de intervalo de confianza para la media		Límite inferior	14,72	
		Límite superior	15,60	
Media recortada al 5%			15,17	
Mediana			15,00	
Varianza			1,491	
Desviación estándar			1,221	
Mínimo			12	
Máximo			18	
Rango			6	
Rango intercuartil			1	
Asimetría			-,204	,414
Curtosis			1,107	,809

Prueba de muestras emparejadas

		Diferencias emparejadas				t	gl	Sig. (bilateral)	
		Media	Desviación estándar	Media de error estándar	95% de intervalo de confianza de la diferencia				
					Inferior				Superior
Par 1	Calificación promedio del Postest de Identidad Cultural - Calificación promedio del Pretest de Identidad Cultural	3,250	1,218	,215	2,811	3,689	15,092	31	,000

Según en la **Tabla 10** se aprecia que existe una diferencia de media **3,250** entre pretest y postest. La consistencia de dicha diferencia de media se demuestra el estadístico *t-student* obteniéndose el siguiente resultado: el nivel Significancia de $t(0,000) < 0,05$.

Por lo tanto:

La aplicación de talleres de Turismo influye significativamente en la formación de la identidad cultural de los estudiantes del Programa de Estudios de Administración I ciclo de la Universidad San Pedro de Huacho 2016-II.

Planteamiento de Hipótesis Específica I

H₁: La aplicación de clases teóricas de talleres de turismo influirá significativamente en la formación de la identidad cultural de los estudiantes del Programa de Estudios de Administración I Ciclo de la Universidad San Pedro de Huacho 2016 - II.

H₂: La aplicación de clases teóricas de talleres de turismo no influirá significativamente en la formación de la identidad cultural de los estudiantes del Programa de Estudios de Administración I Ciclo de la Universidad San Pedro de Huacho 2016 - II.

Nivel de Significancia

Utilización del Criterio:

Si la significancia asintótica (p) < al nivel de significancia (0,05), se rechaza H_0 . Entonces se acepta H_1 .

Prueba Estadística (*T-Student*) Para la Hipótesis

Demostración de la Hipótesis Específica 1 Aplicando el Software Estadístico SPSS 23.

Descriptivos			Estadístico	Error estándar
Calificación del Postest de Sentimiento de pertenencia	Media		14,81	,267
	95% de intervalo de confianza para la media	Límite inferior	14,27	
		Límite superior	15,36	
	Media recortada al 5%		14,83	
	Mediana		15,00	
	Varianza		2,286	
	Desviación estándar		1,512	
	Mínimo		12	
	Máximo		18	
	Rango		6	
	Rango intercuartil		2	
	Asimetría		-,377	,414
	Curtosis		-,403	,809
Calificación del Pretest de Sentimiento de pertenencia	Media		11,69	,239
	95% de intervalo de confianza para la media	Límite inferior	11,20	
		Límite superior	12,18	
	Media recortada al 5%		11,65	
	Mediana		12,00	
	Varianza		1,835	
	Desviación estándar		1,355	
	Mínimo		10	
	Máximo		14	
	Rango		4	
	Rango intercuartil		2	
	Asimetría		,198	,414
	Curtosis		-,705	,809

Tabla 11: Cuadro de inferencia de Media Conceptual del Pretest y Postest

		Prueba de muestras emparejadas				t	gl	Sig. (bilateral)	
		Diferencias emparejadas							
		Media	Desviación estándar	Media de error estándar	95% de intervalo de confianza de la diferencia				
Inferior	Superior								
Par 1	Calificación del Postest de Sentimiento de pertenencia - Calificación del Pretest de Sentimiento de pertenencia	3,125	1,680	,297	2,519	3,731	10,522	31	,000

Según la **tabla 11** se aprecia que existe una diferencia de media 3,125 entre pretest y postest. La consistencia de dicha diferencia de media se demuestra el estadístico *t-student* obteniéndose el siguiente resultado: el nivel de Significancia de $t(0,000) < 0,05$.

Por lo tanto:

La aplicación de clases teóricas de talleres de turismo influirá significativamente en la formación de la identidad cultural de los alumnos del Programa de Estudios de Administración I Ciclo de la Universidad San Pedro de Huacho 2016 - II.

Planteamiento de Hipótesis Específica II

H₁: La aplicación de clases Prácticas de talleres de turismo influyeron significativamente en la formación de la identidad cultural de los estudiantes de la del Programa de Estudios de Administración I ciclo de la Universidad San Pedro de Huacho 2016-II.

H₀: La aplicación de clases Prácticas de talleres de turismo no influyeron significativamente en la formación de la identidad cultural de los estudiantes de la del Programa de Estudios de Administración I ciclo de la Universidad San Pedro de Huacho 2016-II.

Nivel de Significancia

Utilización del Criterio:

Si la significancia asintótica (p) < al nivel de significancia (0.05), se rechaza H₀; Entonces se acepta H₁.

3.5. Prueba Estadísticas (T-Student) Para la Hipótesis

Demostración de la Hipótesis Específica 2 Aplicando el Software Estadístico SPSS 23.

Tabla N 12: Cuadro de inferencia de Media Procedimental de Pretest y Postest.

Descriptivos			Estadístico	Error estándar
Calificación del Postest de Cultura	Media		15,50	,254
	95% de intervalo de confianza para la media	Límite inferior	14,98	
		Límite superior	16,02	
	Media recortada al 5%		15,51	
	Mediana		16,00	
	Varianza		2,065	
	Desviación estándar		1,437	
	Mínimo		12	
	Máximo		18	
	Rango		6	
	Rango intercuartil		2	
	Asimetría		-,139	,414
	Curtosis		-,025	,809
	Calificación del Pretest de Cultura	Media		12,13
95% de intervalo de confianza para la media		Límite inferior	11,55	
		Límite superior	12,70	
Media recortada al 5%			12,21	
Mediana			12,00	
Varianza			2,565	
Desviación estándar			1,601	
Mínimo			8	
Máximo			14	
Rango			6	
Rango intercuartil			2	
Asimetría			-,518	,414
Curtosis			-,126	,809

Según la **tabla N 12** se aprecia que existe una diferencia de media **3,375** entre Pretest y Postest. La consistencia de dicha diferencia de media se demuestra el estadística *t-student* obteniéndose el siguiente resultado: el nivel Significancia de $t(0,000) < 0,05$.

Prueba de muestras emparejadas

		Diferencias emparejadas				t	gl	Sig. (bilateral)	
		Media	Desviación estándar	Media de error estándar	95% de intervalo de confianza de la diferencia				
					Inferior				Superior
Par 1	Calificación del Postest de Cultura - Calificación del Pretest de Cultura	3,375	1,476	,261	2,843	3,907	12,938	31	,000

Por lo Tanto: La aplicación de clases prácticas de talleres de turismo influyeron significativamente en la formación de la identidad cultural de los estudiantes del Programa de Estudios de Administración I ciclo de la Universidad San Pedro de Huacho 2016-II.

IV. ANÁLISIS Y DISCUSIÓN

En la presente Investigación se llevó a cabo una serie de comparaciones sobre los resultados obtenidos con otras investigaciones semejantes, distinguiéndose las variables con su respectiva relación, destacando aspectos similares o discrepancia con los antecedentes y fuentes teóricas citadas en la investigación.

Los resultados de la presente investigación nos conducen al manejo de los programas de talleres turísticos aplicándolo a la enseñanza–aprendizaje donde la Aplicación de Talleres de Turismo influyen de manera significativa en la identidad cultural de los estudiantes de la del Programa de Estudios de Administración I ciclo de la Universidad San Pedro de Huacho 2016-II.

Estos resultados nos afirman que son importante la aplicación de turismo regional con formador de la identidad cultural. Teniendo relación con Guamanquispe (2015) en su tesis sobre “identidad cultural y su incidencia en el desarrollo turístico de la Parroquia Pilahuin, Cantón Ambato, provincia de Tungurahua”, llega a la conclusión de que los valores culturales deben ser rescatados y revalorados, con lo cual coincido y poner así en valor el patrimonio cultural, como son las tradiciones, mitos, leyendas propias y auténticas de esa zona. Preservando incólume su acervo cultural, que no solo es patrimonio intangible de su región o país, sino también de la humanidad. Esta investigación debe servir de ejemplo para otras investigaciones, de orden antropológico, sociológico, histórico, entre otros.

López Sierra (2018) en su tesis: “Fortalecimiento de la Identidad Cultural Colombiana a través de textos literarios en estudiantes de 4to grado”, concluye que tanto la producción literaria nacional, regional y local, es un medio eficaz, para alcanzar una identidad nacional. Esto debe inculcarse desde temprana edad, durante el aprestamiento, educación inicial y primaria, mediante videos animados; en los últimos años de primaria y toda secundaria el alumnado debe tener como lectura obligatoria acontecimientos, obras y hechos ocurridos en su región o distrito, demostrando que la producción de textos literarios viene a ser la contribución de un pueblo que escribe, siente y ama, siendo esta su legado y herencia.

Moreno (2012) quien investigó sobre: “La construcción Social de la identidad cultural: Una interpretación Antropológica, cultural de Castilla – La Mancha”, sustenta su investigación desde una perspectiva de la expresión del arte en todas sus manifestaciones, que a la postre es quien forma la idiosincrasia propia de una región o localidad. Se concuerda plenamente con este autor, porque en Huacho existen diversas formas de manifestaciones que involucran al arte, desde una visión gastronómica, artesanal, pictórica, etc. , que identifican a nuestra región a nivel nacional

Ticona (2017) en su tesis: “La Identidad Cultural y personal en los estudiantes bilingües Aymaras del área rural de la institución educativa secundaria San Antonio de Checa del distrito de Ilave - 2015”, concluye que existe una correlación directa entre la identidad cultural y personal de manera positiva, significativa y considerable, debido

a que los habitantes aymaras se consideran una nación; partiendo desde rasgos antropológicos comunes, idioma, origen y tradiciones en común, motivo por el cual se sienten identificados, estableciendo así su sentimiento de pertenencia. Es importante resaltar esta experiencia y aplicarla a otras realidades, en especial en la costa, donde coexiste una mixtura de orígenes autóctonos, andinos y selváticos, fomentando y consolidando lo cultural y lo personal, que son factores indisolubles para lograr un sentimiento de pertenencia como nación peruana.

Aguilar T. (2019), quien investigó sobre: “Resultado de los talleres Saberes Productivos del programa Pensión 65 en la identidad cultural de los estudiantes de 4to y 5to de secundaria de la I.E.S. Túpac Amaru del distrito de Paucarcolla - Puno”, concluye que dicho taller permite revalorar los saberes ancestrales, realizado por los adultos mayores de dicha comunidad, resaltando su idioma quechua y su entorno sociocultural. Esta experiencia es aplicable a toda realidad, donde lo antiguo o ancestral ocupa un rol preponderante para su aplicabilidad. Son los adultos mayores, quienes enseñan a los jóvenes el valor de los saberes ancestrales.

Huertas (2017) en su tesis: “Análisis de la Identidad Cultural de los estudiantes de 5to grado de secundaria de la I.E. Fe y Alegría N°10 respecto a la cultura Colli en la actualidad”, concluye que la formación de la identidad cultural, ocupa un lugar preponderante para el desarrollo cultural de los estudiantes; esto es aplicable, mediante la integración entre los compañeros de clase, adquiriendo lo que conocemos como sentimiento de pertenencia, que viene a ser la asimilación de los valores tradicionales y costumbristas, propias del distrito. Se coincide con Huertas que el rol de la educación va a contribuir de manera fehaciente en el desarrollo de su identidad cultural, y que la predisposición de los alumnos facilitará esta formación cultural.

Boy Prado (2019) en su tesis: “Taller soy trujillano para mejorar la identidad cultural trujillana”, resalta la herencia cultural y milenaria de esta zona; no solo por su patrimonio arqueológico, sino también por su danza emblemática que es la marinera, para ello aplica una serie de talleres, donde a los niños desde los cuatro años se les va inculcando la identidad cultural trujillana, que concluye con una mejora exponencial y reconociéndose como parte de ella. En la investigación sobre talleres de turismo, como formador de la identidad cultural de los alumnos del I Ciclo de Administración, se realizó una equivalencia, comparación y contrastación con la tesis de Boy Prado, alcanzando objetivos similares, que es el formar una identidad cultural regional.

Panta (2018) quien investigó sobre: “Identidad Cultural y su relación con la conservación del patrimonio cultural en el distrito de Végueta”, concluye que un porcentaje de 70% manifiesta un regular nivel de identidad cultural y un 80% también manifiesta un regular conocimiento sobre conservación del patrimonio cultural. Esta conclusión nos hace visualizar que tanto el gobierno regional, municipalidad provincial y el municipio distrital deben colaborar estrechamente en coordinación con entidades especializadas en turismo, pudiendo cubrir dichas brechas o falencias y

consolidar esta relación indisoluble que es la identidad cultural y conservación – preservación de su patrimonio cultural.

Poma (2018) quien investigó sobre: “Identidad Cultural y el impacto turístico ambiental en el distrito de Huaura” concluye que existe una relación directa entre la identidad cultural y el impacto turístico ambiental, ecológico, manifestaciones culturales y atractivos turísticos de Huaura. Desde nuestra perspectiva coincidimos con Poma, que para ello debe realizarse toda una política de educación turística, resaltando el impacto turístico ambiental, debido principalmente a la gran afluencia de visitantes al distrito, en colaboración con el gobierno regional, provincial y distrital, así como instituciones especializadas, llámese la universidad, institutos superiores, cámara provincial del turismo, con el fin de obtener un mayor soporte académico, que redundará en beneficio del distrito haurino.

V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. Conclusiones:

1.-La investigación determinó que existe una relación directa y significativa entre la aplicación de talleres de turismo y la formación de la identidad cultural de los 32 estudiantes del Programa de Estudios de Administración I ciclo de la Universidad San Pedro de Huacho 2016-II, observándose una comparación de las calificaciones de antes y después, donde se ve la diferencia de mejora de calificaciones, esto queda afianzado por la tabla 10 donde se demuestra por medio de t-student que existe una media de 3.250 entre Pretest y Postest . La consistencia de dicha diferencia de media se demuestra el estadístico t-student obteniéndose el siguiente resultado: el nivel Significancia de $t(0,000) < 0,05$ lo que significa que a mayor aplicación de talleres de turismo mayor formación de la identidad cultural.

2.-La investigación determinó que existe una relación directa y significativa entre la aplicación de clases teóricas en talleres de turismo y la formación de la identidad cultural, se aprecia que existe una diferencia de media 3,125 entre pretest y postest. La consistencia de dicha diferencia de media se demuestra el estadístico t-student obteniéndose el siguiente resultado: el nivel de Significancia de $t(0,000) < 0,05$. Por lo tanto, La aplicación de clases teóricas de talleres de turismo influirá significativamente en la formación de la identidad cultural de los alumnos del Programa de Estudios de Administración I Ciclo de la Universidad San Pedro de Huacho 2016 - II.

3.- La investigación determinó que existe una relación directa y significativa entre la aplicación de clases prácticas en talleres de turismo y la formación de la identidad cultural, se aprecia que existe una diferencia de media 3,375 entre Pretest y Postest. La consistencia de dicha diferencia de media se demuestra el estadística t-student obteniéndose el siguiente resultado: el nivel Significancia de $t(0,000) < 0,05$. Por lo tanto: la aplicación de clases prácticas de talleres de turismo influyó significativamente en la formación de la identidad cultural de los estudiantes del Programa de Estudios de Administración I ciclo de la Universidad San Pedro de Huacho 2016-II.

5.2. Recomendaciones:

1.- Dados los resultados de una correlación positiva en cuanto a la aplicación de talleres de turismo se recomienda seguir fortaleciendo la implementación de los mismos sin excepción en todas las facultades y programas de estudio a fin de lograr la formación de la identidad cultural de los estudiantes de la Universidad San Pedro, sede Huacho. Siendo indispensable que la USP establezca convenios con instituciones estratégicas de la comunidad huachana.

2.- A la luz de los resultados, se recomienda continuar con la aplicación de clases teóricas en talleres de turismo en todas las facultades y programas de estudio de la Universidad San Pedro, a fin de fortalecer la identidad cultural de los estudiantes, en la sede Huacho.

3.- Considerando, que existe una relación directa y significativa entre la aplicación de clases prácticas en talleres de turismo y la formación de la identidad cultural, se recomienda continuar con la aplicación de clases prácticas en talleres de turismo en todas las facultades y programas de estudio de la Universidad San Pedro, a fin de fortalecer la identidad cultural de los estudiantes, en la sede Huacho.

VI. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. Acerenza, M. Á. (2005). Promoción Turística Enfoque Turístico. Mexico: Trillas.
2. Aguilar G. (2019) “*Resultados de los Talleres Saberes Productivos del Programa Pensión 65 en la Identidad Cultural de los estudiantes del 4to y 5to de la I.E.S. Túpac Amaru del distrito de Paucarcolla – Puno*” PERÚ
3. Arrillaga Montecarlo J. I. (1970) Diccionario Turístico Internacional. ed Española
4. Batista, M. V. (2013). La interpretación del patrimonio en el medio rural. ¿Y ahora qué? Revista ph84. Panorama.
5. Betancourt A. (1996). El taller educativo. ¿Qué es? fundamentos, como organizarlo y dirigirlo, cómo evaluarlo.
6. Biagini, H., & Roig, A. (2008). Diccionario del pensamiento alternativo. Buenos Aires: Biblos.
7. Boullón, R. C. (2006). Planificación del Espacio Turístico. (4a ed.). Mexico: Trillas.
8. Boy Prado (2019) “*Taller soy trujillano*”. Perú
9. Carrero V. (2007) El Sentido del Ser. Revista electrónica de motivación y emoción (REME). Volumen X
10. De Aguilar e Silva, V. M. (1986). El concepto de la literatura. En V. M. De Aguilar e Silva, Teoría de la literatura, Madrid: Gredos.
11. Dibam (2005) Memoria, cultura y creación: Lineamiento Político, Chile.
12. Domínguez de Nakayama, L (1994) Relevamiento turístico, Santa Fe, Argentina, Editorial: Centro de Estudios Turísticos,
13. Eagleton, T. (2001). La Idea de la Cultura: Barcelona. Paidós
14. Espinosa, M. (2000). Los mestizos ecuatorianos y las señas de identidad cultural. Quito: Trama social.
15. Ezagui (2000) Turismo Religioso
16. Fernández Del Riego, Francisco 1999 " A obra da generación "Nos"". En: 8º congreso de antropología; las identidades y la tensiones esculturas de la modernidad. Homenaje a la xeración Nos. Pp.9-24. Santiago de Compostela: Federación de Asociaciones de Antropología del Estado Español. Asociación Galega de Antropología.
17. Flores, I. (2005). Identidad cultural y el sentimiento de pertenencia a un espacio socia: una discusión teórica.
18. Galán, Y. (2012). Identidad y diversidad cultural en el norte del Perú. Chiclayo. Perú. Ediciones Filka.
19. Grimaldo, M. (2006). Identidad Y Política Cultural En El Perú. Universidad De San Martín De Porres. Perú.
20. Grimaldo, M (2006, 13 de octubre). Identidad y política cultural en el Perú.
21. Guerrero, A. (2002). Manual de sociología de la educación. Madrid: Ed. Síntesis, S.A.
22. Guamanquispe A. (2015) “*Identidad Cultural y su Incidencia en el Desarrollo Turístico de la Parroquia Pilahuín Cantón Ambato provincia de Tungurahua.*” Ambato – Ecuador.

23. Gurria Di-Bella, M. (1997). *Introducción al Turismo*. México: Trillas.
24. Guzmán A. (s.f.) *Turismo, Patrimonio Cultural y Desarrollo Sustentable*. Argentina.
25. Hernández, A., & Espinosa, J. (2000). *Nacionalismo: pasado, presente, futuro*. Cuenca: Universidad de Castilla - La Mancha.
26. Hernández, R. Fernández, C Y Baptista, L. (2010). *Metodología de la investigación*. México: Mc Grall-Hill.
27. Huertas D. (2017) “*Análisis de la Identidad Cultural de los Estudiantes del 5to Grado de Secundaria de la I.E. Fe y Alegría N°10 respecto a la Cultura Colli en la Actualidad*” Lima – Perú.
28. Huisa, M., Hualpa, L., & Godinez, A. (8 de Octubre de 2009). *Identidad Cultural*.
29. Instituto Nacional De Cultura. (2002). *Lineamientos Y programas De Política Cultural Del Perú 2003-2006*. Lima: Concejo nacional De Cultura.
30. Huisa Veria, E. (2015) *Política de incentivo de la investigación y publicación de la producción científica en la Facultad de Letras y Ciencias Humanas de la UNMSM (2000 – 2014) – Perú*.
31. Iriarte Moncayola M. (2015) *Cultura, Multiculturalidad e Interculturalidad. Análisis de la Educación Intercultural en la ciudad de Málaga – España*.
32. Jean-Pierre, Lozato-Giotart (2008) *Geografía del turismo, España - Editorial: HOEPLI*.
33. Kurt Krapf - Walter Hunziker (1942) *Origen del Turismo*.
34. Kluckhohn C. y Kroeber A. (1952) *Culture. A Critical Review of Concepts and Definitions*
35. Ley General de Turismo 29408 (2009) *Diario Oficial el Turismo*
36. López Sierra P. (2018) “*Fortalecimiento de la identidad cultural colombiana a través de textos literarios en estudiantes de grado cuarto*” – Bogotá.
37. Maldonado, M. (2009). *Literatura e identidad cultural*. Bern: Peter Lang S.A.
38. Martinell, A. (2010). *Aportaciones de la Cultura al desarrollo y a la lucha contra la pobreza*. In A. Martinell, *Cultura y desarrollo. Un compromiso para la libertad y el bienestar* (pp. 1-24). Madrid: Fundación Carolina - Siglo XXI.
39. Maslow. Abraham Harol.(s.f.) *Motivación*. Enciclopedia. Microsoft Encarta.
40. Middleton, V. (2001). *Marketing in travel and tourism*. Oxford.
41. Molano, O. (2007). *Identidad cultural. Un concepto que evoluciona*. Revista Opera, No 7
42. Molano, O. (2008). *Identidad Cultural. Identidad Cultural un concepto que evoluciona*, 73.
43. Molano, O (2007, mayo). *Identidad cultural un concepto que evoluciona*.
44. Molano, O. L. (s.f.). *Identidad cultural: un concepto que evoluciona*. OPERA(17),
45. Molano, Olga Lucía (2006a) *La identidad cultural, uno de los detonantes del desarrollo territorial. Proyecto de Desarrollo territorial rural a partir de servicios y productos con identidad*. Abril. Disponible en: www.rismip.org/TerritorioeIdentidad
46. Molano, Olga (2006b) *Identificación y valorización de los activos de los pobres rurales: estudio piloto de investigación en las Comunidades de la Sierra Sur del Perú*.
47. Moreno A. J. (2012) “*La Construcción Social de la Identidad: Una Interpretación Antropológica-Cultural de Castilla La-Mancha*” – Madrid.

48. Muntañola(1996) Editorial: Plancton. Colección:. Fecha Edición: 1973. Estado: BIEN. El humor de Muntañola nº 10, 1ª edición, junio 1973, 110 paginas con dibujos en b / n, tapa blanda, buen estado. N ° de ref. De la librería 205228
49. Nicoletta, R. &. (2012). Tourists opinions and their selection of tourism destination images: An affective and motivational evaluation. *Perspectives, Tourism Management*.
50. Organización Mundial del Turismo: “Turismo sostenible y gestión municipal. Agenda para planificadores locales”, Edición para América Latina y el Caribe, Madrid, OMT, 1999.
51. OMT (1985) Organización Mundial de Turismo
52. Palma, Fuster. 2015. La identidad cultural y su relación con la gestión pedagógica de los docentes de las instituciones educativas del nivel secundario de la provincia de Oxapampa. Tesis para optar al grado de doctor en educación. Universidad Nacional de Educación (Perú). Mimeo.
53. Panta L. (2018) “*Identidad Cultural y su relación con la conservación del Patrimonio Cultural en el distrito de Végueta*”
54. Pasel, S. (1999). Aula taller. Buenos Aires: Aique.
55. Pearce, Douglas (1988) “Desarrollo turístico, su planificación y ubicación geográfica” - Trillas, México.
56. Pérez J. (2015) Actualizado: Definicion.de: Definición de zona turística
57. Poma M. (2018) “*Identidad Cultural y el Impacto Turístico Ambiental en el distrito de Huaura*. Huacho – Perú.
58. Proshansky, H. M., Fabian, A. K., & Kaminoff, R. (Mar de 1983). Place-identity: Physical world socialization of the self. *Journal of Environmental Psychology*, 3(1), 57-83.
59. Real Academia de la Lengua Española, D. (2007). Larousse.
60. Sampieri, R. H. (2006). Metodología de la Investigación . México DF: Mc Graw Hill
61. Sampieri, R (2010). Metodología de la investigación 5ta edición. México: Mc Graw Hill
62. Selltiz, Claire (1980) Métodos de las Ciencias Sociales - Madrid, España.
63. Ticona E. (2017) “*La Identidad Cultural y Personal en los estudiantes bilingües Aimaras del área rural de la Institución Educativa Secundaria San Antonio de Checa del distrito de Ilave–2015*” Puno – Perú
64. Tremblay, G. (2003). Industrias culturales y diálogo entre las civilizaciones en las Américas. Francia: Université Lava.
65. UNESCO. (1982). 1982 – 2000: de MONDIACULT a “Nuestra diversidad creativa”.
66. UNESCO. (2002). Declaración Universal Sobre La Diversidad Cultural – Una Vison, Una Plataforma Conceptual, un semillero de ideas, un paradigma nuevo. UNESCO el 15 de agosto del 2012
67. UNMSM (2014) Centro Pre-universitario, compendio académico teórico – práctico desarrollado: *Historia del Perú*.
68. Valiente, T. (1993). Didáctica de la ciencia de la vida en la educación primaria intercultural bilingüe. Quito: ABYA-YALA.

Enlaces Bibliográficos:

1. <http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/handle/20.500.12404/6785>
2. http://repositorio.usil.edu.pe/bitstream/USIL/2076/2/2015_Mamani_Identidad.pdf
3. http://www.repositorioacademico.usmp.edu.pe/bitstream/handle/usmp/3347/huertas_add.pdf;jsessionid=579BEE2FF7C3881BFA32B5E57D444907?sequence=3
4. http://repositorio.unap.edu.pe/bitstream/handle/UNAP/6094/Ticona_Ticona_Erik.pdf?sequence=1&isAllowed=y
5. http://opac.pucv.cl/pucv_txt/txt-5000/UCE5135_01.pdf
6. <https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/13995/1/IDENTIDAD%20CULTURAL%20Y%20SU%20INCIDENCIA%20EN%20EL%20DESARROLLO%20TUR%3%8DSTICO%20DE%20LA%20PARROQUIA%20PILAHU%3%8DN%20CANT%3%93N%20AMB.pdf>
7. <http://recursosbiblio.url.edu.gt/tesiseortiz/2015/05/43/Gonzalez-Bonnie.pdf>
8. <https://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/284952/TLMBA.pdf?sequence=1>
9. <http://repositorio.umb.edu.pe/bitstream/UMB/87/1/Valverde%20Sanchez%20Rosa%20Yessenia%20Tesis.pdf>
10. <https://repositorio.upse.edu.ec/bitstream/46000/1756/1/BORBOR%20POZO%20DAVID.pdf>
11. <https://definicion.de/sentido-de-pertenencia/#:~:text=Estas%20definiciones%20nos%20ayudan%20a,a%20quienes%20entiende%20como%20pares.>
12. <http://dspace.unitru.edu.pe/handle/UNITRU/15749>
13. <http://repositorio.unsaac.edu.pe/bitstream/handle/UNSAAC/124/253T20150030.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
14. https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/621923/C%3%B3rdova_pk.pdf?sequence=1&isAllowed=y
15. http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/20.500.12404/8256/BARRETO_COLLANTES_PLANAMIENTO_TURISMO.pdf?sequence=8&isAllowed=y
16. <http://dspace.unitru.edu.pe/bitstream/handle/UNITRU/2429/VALDEZ%20CABANILLAS%20ERIKA%20RUTH%28FILEminimizer%29.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
17. https://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/462801/CAdJS_TESIS.pdf?sequence=1&isAllowed=y
18. <https://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/386418/gaiv1de1.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
19. <https://repositorio.unan.edu.ni/2073/1/16453.pdf>

VII. ANEXOS Y APÉNDICES

7.1. Anexos

7.1.1. Ley General del Turismo

Fomento De La Calidad y la Cultura Turística Título VII

Artículo 38°.- Calidad Turística

Los organismos del Estado vinculados al sector turismo deben orientarse al mejoramiento de la calidad turística en todos sus niveles, con especial énfasis en la prestación de servicios.

Artículo 39°.- Recursos Humanos

El Ministerio de Comercio Exterior y Turismo promueve, difunde e impulsa la actividad turística en el aspecto educativo, orientado a la calidad y profesionalización de los involucrados en esta actividad, elaborando currículas de acorde a su realidad.

Artículo 40°.- Cultura Turística

Todos los Ministerios como de Educación, Salud, del Ambiente, así como gobiernos regionales y locales, entidades públicas y del sector privado vinculados al turismo deben de estar en permanente coordinación con el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo en lo referente a la difusión, implementación, mantenimiento y preservación de una cultura turística.

Promoción Del Turismo Título VIII

Artículo 41°.- Promoción Turística

La promoción turística debe estar enmarcada de acuerdo con las políticas de estado, referente a dicho sector, promocionando el destino Perú a nivel interno y externo.

Artículo 42°.- Ejecución de los Planes y Estrategias de Promoción del Turismo

La ejecución de planes estratégicos para la promoción del turismo en el Perú, es llevado a cabo por una Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo – Promperú, tanto a nivel nacional e internacional, buscando posicionarse como destino turístico prioritario

Diseño e implementación de una política pública cultural

Por otro lado, en el Perú, se ha tratado de buscar una política cultural, pero lamentablemente con lineamientos poco aplicables como plantea Víctor Vich para la aplicación de estrategias efectivas. A partir de ello se plantea tres preguntas básicas:

- ¿De dónde parte una política pública cultural?
- ¿Hasta dónde llega?
- ¿Quiénes pueden aportar a su diseño e implementación?

Los puntos de partida de una política pública cultural

En relación a la primera pregunta, una política pública cultural, en tanto orienta las intervenciones de la acción cultural, debe partir de conocer la dinámica cultural territorial y las necesidades o problemas de la población. Debe procurar satisfacer y resolver éstos últimos, mediante procesos de consulta y participación ciudadana. Esto implica el desarrollo de diagnósticos o mapeos que permitan conocer qué está pasando con el consumo cultural; con su oferta y demanda; y con el acceso a la cultura.

Los puntos de partida de una política pública cultural

En cuanto a la primera pregunta, debemos buscar satisfacer y solucionar mediante consultas y participación de la sociedad basado en una prognosis que nos permita visualizar lo que ocurre en lo que respecta a su oferta y demanda.

Un ejemplo es el caso del Consejo Nacional de Cultura de Chile en relación a la “Cartografía Cultural de Chile”.

En relación al Perú, dicha cartografía cultural todavía está en compás de espera, sufriendo injustificadas postergaciones debido a la ineficiencia de los funcionarios de turno. Si se aplicara una cartografía cultural peruana, se podría acceder a la ubicación del atractivo turístico en sus más diversos aspectos llámese arqueológico, religioso, gastronómico, folclórico, ecológico, costumbrista, místico, histórico entre otros, así como su ubicación geográfica, piso ecológico, clima, estación, acceso terrestre, marítimo, fluvial, aéreo y así poder potencializar el patrimonio cultural durante los doce meses y las cuatro estaciones del año.

La aplicación y puesta en marcha de una verdadera y estudiada política pública cultural, fomentará investigaciones a nivel geográfico, antropológico, sociológico, gastronómico para poder ser disponible a diversos sectores culturales y el conocimiento de la realidad cultural a la que pretende beneficiar, información que luego debe ser puesta a disposición especialmente en el sector al que corresponde.

Alcances de la política pública cultural

En lo que respecta a la segunda pregunta, lo real es que no tenemos modelos auténticos en cuanto a gestión se refiere, y lo que se utiliza han sido estructurados y formulados para otros niveles y realidades, en consecuencia, los gestores culturales de acuerdo a sus posibilidades han desarrollado sus propios modelos de acuerdo al ámbito en el cual se desempeñan, lo cual ha generado mayor libertad de acción.

Alfonso Martinell manifiesta que existe una especie de sociedad entre el tipo de agente y el tipo de gestión, ósea, lo que conlleva a sectores que no tienen fines de lucro y otros orientados al sector privado.

En nuestro país, el Estado no alienta al sector privado para que promocióne investigaciones de nuestro patrimonio cultural, por lo tanto, el reto es poner en marcha

nuevas políticas culturales y para ello deben intervenir diversos actores, por ejemplo, el Ministerio de Educación.

Agentes del diseño e implemento de una política pública cultural

Los gestores culturales deben ser agentes activos en lo referente a la implementación de las políticas culturales y por ende deben ser partícipes en la estructuración del diseño de dichas políticas. Ellos vendrían a ser los artífices de lo anteriormente mencionado.

Los gestores culturales deben conocer la realidad en la cual ellos van a interactuar, llámese, los proyectos culturales, la problemática y expectativa de la población comprometida, dentro de un marco jurídico en la cual ellos van a ser el soporte e intermediarios ante la población.

Así mismo, los gestores culturales deben formar redes con sus similares de otras regiones, y así poder generar una visión holística de lo que realmente significa la gestión cultural en este siglo XXI.

El gestor cultural: punto de partida, autor y objetivo de la política pública cultural.

El gestor cultural tiene como labor; promover políticas culturales, orientadas al desarrollo de una comunidad y por lo tanto se requiere una institución especializada para que instruya a profesionales altamente capacitados; a la vez, debe estar constantemente capacitado para poder elaborar una gama de manuales y materiales que faciliten su gestión, ya sea en el ámbito público o privado, así como la investigación en todos sus ámbitos. Los gestores culturales pertenecientes al sector estatal tienen la gran labor de elaborar políticas destinadas a la formación de nuevos gestores para:

Involucrarse en lo referente a nuestra diversidad cultural.

- Ser intermediario entre los agentes y actores antagónicos.
- Investigar el amplio espectro de cómo es la dinámica cultural nacional.
- Buscar los cambios necesarios en lo referente a la desigualdad y discriminación social en la que viven nuestros connacionales.

Ante esta problemática es difícil y complejo su inicio y punto de partida. Lo cierto es que dicha problemática debe ser abarcada desde diferentes puntos de vista, ya sea antropológicos, sociológicos, etnológicos, psicológicos, históricos, entre otros; y para ellos, la participación de los gestores culturales en la administración pública debe ser preponderante para tener una visión global y dar solución de manera más eficaz y contundente.

Líneas de Trabajo de los Grupos

Conocimiento y valoración del patrimonio cultural: Comprende la elaboración e identificación de un catastro para conocer los bienes culturales de la localidad, provincia, región, etc.

Formación y divulgación del patrimonio cultural: Esta línea tiene como objetivo la parte medular en lo referente a su conservación, capacidad de comprensión, su recuperación y la parte sostenible en el tiempo, del patrimonio cultural.

Para ello es importante la creación de grupos de vigías y promotores culturales que van a ser de engranaje ante el gestor cultural en lo que respecta en la preservación del bien, su cuidado y promoción.

Componentes del Programa

Capacitación: Viene a ser la parte medular mediante la aplicación de talleres, mesas redondas, conversatorios, videoconferencias, entre otros, que se ofrece a los participantes, llámense vigías y promotores turísticos a nivel distrital, provincial y regional, con la finalidad de desarrollar y mejorar los diversos proyectos programados, por ejemplo: feria artesanal, donde sus integrantes deben ser capacitados con anticipación.

Difusión: Programar eventos, congresos, simposios, conversatorios, etc., que susciten interés en la población.

Estímulos: La realización de eventos de mayor magnitud o trascendencia, ya sea a nivel nacional e internacional, y así poder intercambiar experiencias, de acuerdo a su entorno y realidad. Fomentando galardones y/o premios anuales, donde deben estar involucrados todos los estamentos del sector turismo (cámara de turismo, públicos y privados).

Estructura del Programa

El programa y/o programas deben de estar orientados a diversos grupos interdisciplinarios como comunidades nativas, gestores, promotores, vigías culturales, historiadores, docentes, escuelas tanto primarias como secundarias, institutos, universidad públicas y privadas y la comunidad en general.

Cada uno de los sectores antes mencionados deben estar representados en lo que podría ser una cámara de turismo local, provincial y regional, contando con sus representantes y/o coordinadores.

Para ello se debe de crear una Red de Vigías del Patrimonio, con la finalidad de poder intercambiar y difundir toda la información posible, logrando óptimos resultados.

Red de Grupos de Vigías

Vienen a ser el nexo o grupo articulado entre los diversos estamentos comprometidos en el desarrollo de la gestión y patrimonio.

Mediante esta red se busca formar un nuevo objetivo de trabajo, cuya bandera debe ser la creatividad, innovación e intercambio con sus similares, para así entender y difundir nuestra diversidad cultural.

Organigrama

Equipo coordinador, conformado por los gestores culturales, alcalde municipal o provincial, Gobierno Regional, empresa privado del sector, cámara de turismo, UGEL, DREL, universidades y grupos sociales organizados.

Funciones del Coordinador General:

Tiene como función principal la de dirigir a todos los sectores involucrados en la gestión cultural anteriormente ya mencionados, promoviendo proyectos, así como la búsqueda de financiamiento.

Crear y proponer eventos que premien la difusión cultural, para así consolidar lo que es el fin de esta investigación que es la identidad cultural.

Funciones del Coordinador local:

- Colaborar con el coordinador general en lo referente a la difusión de eventos programados y por llevarse a cabo.
- Ser el nexo a nivel local, provincial, regional y nacional.
- Promover la creación de nuevos participantes.
- Intercambiar experiencias con entidades comprometidas a nivel del patrimonio cultural con organismos nacionales y mundiales.
- Designar coordinadores de apoyo en lugares donde no existe.
- Apoyar a los coordinadores y al personal comprometido en tal labor para la implementación de programas y actividades a realizarse a nivel de entidades públicas responsables de la custodia del patrimonio cultural.

7.2. MATRIZ DE CONSISTENCIA

TEMA: APLICACIÓN DE TALLERES E IDENTIDAD CULTURAL EN LOS ESTUDIANTES DE LA UNIVERSIDAD SAN PEDRO 2016-II.

PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES E INDICACIONES																
<p>1.Problema General</p> <p>¿En qué medida la aplicación de talleres de turismo influye significativamente en la formación de la identidad cultural de los estudiantes del Programa de Estudios de Administración I Ciclo de la Universidad San Pedro de Huacho 2016-II?</p> <p>2.Problemas Específicos</p> <p>¿En qué medida la aplicación de clases teóricas de talleres de turismo influirá significativamente en la formación de la identidad cultural de los estudiantes del Programa de Estudios de Administración I Ciclo de la Universidad San Pedro de Huacho 2016-II?</p> <p>¿En qué medida la aplicación de clases prácticas de talleres de turismo influyó significativamente en la formación en la identidad cultural de los estudiantes del Programa de Estudios de Administración I Ciclo de la Universidad San Pedro de Huacho 2016-II?</p>	<p>Objetivos General</p> <p>Determinar en qué medida la aplicación de talleres de turismo influye significativamente en la formación de la identidad cultural de los estudiantes del Programa de Estudios de Administración I ciclo de la Universidad San Pedro de la ciudad de Huacho 2016-II.</p> <p>Objetivos Específicos</p> <p>Identificar en qué medida la aplicación de clases teóricas de talleres de turismo influirá significativamente en la formación de la identidad cultural de los estudiantes del Programa de Estudios de Administración I ciclo de la universidad San Pedro de la ciudad de Huacho 2016-II.</p> <p>Identificar en qué medida la aplicación de clases prácticas de los talleres de turismo influyeron significativamente en la formación de la identidad cultural de estudiantes del Programa de Estudios de Administración I ciclo de la Universidad San Pedro de la ciudad de Huacho 2016-II.</p>	<p>Hipótesis General</p> <p>H1: La Aplicación de Talleres de Turismo influye significativamente en la formación de la identidad cultural de los estudiantes del Programa de Estudios de Administración I Ciclo de la Universidad San Pedro de Huacho 2016-II.</p> <p>H0: La Aplicación de Talleres de Turismo no influye significativamente en la formación de la identidad cultural de los estudiantes del Programa de Estudios del Administración I Ciclo de la Universidad San Pedro de Huacho 2016-II.</p> <p>Hipótesis Específicos</p> <p>La aplicación de clases teóricas de talleres de turismo influirá significativamente en la formación de la identidad cultural de los estudiantes del Programa de Estudios de Administración I Ciclo de la Universidad San Pedro de Huacho 2016 - II.</p> <p>La aplicación de clases Prácticas de talleres de turismo influyó significativamente en la formación de la identidad cultural de los estudiantes del Programa de Estudios de Administración I Ciclo de la Universidad San Pedro de Huacho 2016 - II.</p>	<p>VARIABLE INDEPENDIENTE Aplicación de talleres de turismo regional</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Variable</th> <th>Dimensiones / Aspectos</th> <th>Indicadores</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td rowspan="2">Talleres de Turismo Regional</td> <td>Clases Teóricas</td> <td>Elaboración de folletos Geografía del Perú Historia Regional Historia del Turismo Regional Literatura Regional Turismo</td> </tr> <tr> <td>Clases Practicas</td> <td>Promoción turística Viajes (circuitos turísticos) Visitas guiadas</td> </tr> </tbody> </table> <p>Variable dependiente Identidad Cultural</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Variable</th> <th>Dimensiones / Aspectos</th> <th>Indicadores</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td rowspan="2">Identidad Cultural</td> <td>Sentimiento de pertenencia</td> <td>Costumbres Creencia Gastronomía Leyendas Mitos Símbolos Tradiciones</td> </tr> <tr> <td>Cultura</td> <td>Alienación Autóctono Factor endógeno Factor exógeno Multiétnico Multiculturalismo Multilingüismo Patrimonio Cultural: P. Tangible y P. Intangible</td> </tr> </tbody> </table>	Variable	Dimensiones / Aspectos	Indicadores	Talleres de Turismo Regional	Clases Teóricas	Elaboración de folletos Geografía del Perú Historia Regional Historia del Turismo Regional Literatura Regional Turismo	Clases Practicas	Promoción turística Viajes (circuitos turísticos) Visitas guiadas	Variable	Dimensiones / Aspectos	Indicadores	Identidad Cultural	Sentimiento de pertenencia	Costumbres Creencia Gastronomía Leyendas Mitos Símbolos Tradiciones	Cultura	Alienación Autóctono Factor endógeno Factor exógeno Multiétnico Multiculturalismo Multilingüismo Patrimonio Cultural: P. Tangible y P. Intangible
Variable	Dimensiones / Aspectos	Indicadores																	
Talleres de Turismo Regional	Clases Teóricas	Elaboración de folletos Geografía del Perú Historia Regional Historia del Turismo Regional Literatura Regional Turismo																	
	Clases Practicas	Promoción turística Viajes (circuitos turísticos) Visitas guiadas																	
Variable	Dimensiones / Aspectos	Indicadores																	
Identidad Cultural	Sentimiento de pertenencia	Costumbres Creencia Gastronomía Leyendas Mitos Símbolos Tradiciones																	
	Cultura	Alienación Autóctono Factor endógeno Factor exógeno Multiétnico Multiculturalismo Multilingüismo Patrimonio Cultural: P. Tangible y P. Intangible																	

7.3. Pretest y Postest



UNIVERSIDAD SAN PEDRO ESCUELA DE POSTGRADO

Estimado alumno (a), la presente encuesta tiene como objetivo recoger información sobre la Aplicación de Talleres e Identidad Cultural en los estudiantes de la Universidad San Pedro 2016-II. Agradeceremos que responda a las preguntas formuladas con mucha sinceridad. Gracias

INSTRUCCIONES: Marque con X según corresponda la alternativa según usted crea conveniente.

Valoración: pretest 05-09-2016

Maestría: Luis Fernando Quinteros Nicho

DIMENSION: SENTIMIENTO DE PERTENENCIA

1. Según Tu Punto De Vista el turismo viene a ser un (una):

- a) Ciencia b) pasatiempo c) diversión d) actividad

2. Dentro del contexto de la historia del Perú y del Mundo, a la civilización Caral se le considera laen el mundo, siendo la primera, la civilización Sumeria:

- a) Segunda b) tercera c) cuarta d) quinta

3. En lo que respecta a nuestra historia regional (Lima - Provincias) ¿Cuál de esta cultura y/o civilización no pertenece a nuestra región:

- a) Bandurria b) Moche c) Chancay d) Caral

4. Geográficamente hablando, la Fortaleza de Paramonga, Centro arqueológico Vichama, Bandurria, Museo Bolivariano en Pativilca y las Albuferas de Medio Mundo, se ubican en el (la):

- a) Costa b) Yunga c) Suni d) Omagua

5. Dentro de la diversidad gastronómica de la región Lima Provincias encontramos una variedad de platos típicos, de cada distrito o ciudad ¿Cuál de las siguientes corresponde a la gastronomía regional?

- a) Chambar – arroz con pato – ceviche de pato
b) Chanco al palo – sopa huachana – ceviche de pato
c) Pato en aji – pari – inchicape
d) Pachamanca de chanco – manchapecho – sopa huachana

6. Crees que debemos dar valor a todos lo que nos han dejado nuestros antepasados y por lo tanto ser preservados:

- a) Nunca
b) dependiendo su trascendencia
c) El darle valor formará y reforzará nuestra identidad regional
d) lo importantes es lo actual y lo que viene a futuro

7. ¿Cuál es la actividad artística y folclórica más importante de nuestra región?

- a) Vichama raymi b) mixtura c) Inti Raymi d) San Juan

8. Choc Spana, Corquin, Vichama y Guamancatac fueron:

- a) caciques b) dioses c) curacas d) guerreros

9. Un sentimiento de pertenencia y tradición del habitante de Huacho es que es considerado y conocido en el país por ser:

- a) capital de la agricultura b) ciudad de los reyes

c) tierra de brujos y curanderos d) tierra de los tamales y alfajores

10. La cultura Chancay que se asentó en esta zona destacó sin lugar a dudas por su:

Textilería b) cerámica c) agricultura d) religión

DIMENSION: CULTURA

11. Desde tu perspectiva, crees que la promoción turística es beneficioso para lograr la identidad regional.

Si es beneficioso b) no es beneficioso c) a veces d) nunca

12. Se denomina turismocuando el visitante interactúa con las personas del lugar.

a) Social b) ecológico c) artesanal d) vivencial

13. El Perú es un país que ha aglutinado a personas y grupos con diversas tradiciones, costumbre y lenguas; por lo tanto, podría decirse que nuestro país es:

a) Autóctono b) multicultural c) foráneo d) todas las anteriores

14. ¿En qué región del Perú se hablan más dialectos o lenguas?

a) Selva b) Sierra c) Costa d) Sur

15. Tipo de factor cultural que se presenta en países medianamente homogéneos y que han aceptado inmigrantes y diversos tipos de culturas.

a) Endógeno b) intercultural c) exógeno d) a, b y c son correctas

16. Festividades como el Halloween, son negativos y son factores para la pérdida de la identidad cultural. A este fenómeno social se le conoce como:

a) Aculturación b) asimilación c) penetración cultural d) Alienación

17. Es la convivencia de diversas identidades dentro de un mismo grupo social:

a) Afluencia Social b) Multidiversidad c) Muchedumbre d) Multitud

18. Es el elemento más negativo para la pérdida de la identidad cultural

a) El prejuicio b) Status Social c) Status económico d) Alienación

19. La cultura general permite al individuo tener una _____ del mundo y de sus acontecimientos:

a) Puntito de vista particular b) Saber histórico y geográfico
c) Visión General d) A y B son correctas

20. Existen tres tipos de multiculturalismo como el endógeno, exógeno e intercultural, ¿Cuál de ellos engloba a un grupo autóctono minoritario sujeto a un estado-nación con valores occidentales como es el caso de los pobladores tirolese de Pozuzo?

a) Exógeno b) Intercultural c) Endógeno d) A, B y C



UNIVERSIDAD SAN PEDRO

ESCUELA DE POSTGRADO

Estimado alumno (a), la presente encuesta tiene como objetivo recoger información sobre la Aplicación de Talleres e Identidad Cultural en los estudiantes de la Universidad San Pedro 2016-II. Agradeceremos que responda a las preguntas formuladas con mucha sinceridad. Gracias.

Valoración: postest 21-11-2016

Maestría: Luis Fernando Quinteros Nicho

Alumno (a):.....

DIMENSION: SENTIMIENTO DE PERTENENCIA

1. Durante el viaje de estudios, concluiste que el turismo es un (una):

- a) Ciencia b) pasatiempo c) diversión d) actividad

2. ¿Con los resultados obtenidos como la prueba del carbono 14, se considera a la civilización Caral como la en el mundo, después de la civilización Sumeria:

- a) Primera b) Segunda c) Tercera d) Cuarta

3. Sobre nuestra historia regional Lima – Provincias ¿Qué Cultura tuvo mayor influencia en la construcción de la fortaleza de Paramonga!:

- a) Chimú b) Moche c) Chancay d) Chanca

4. Geográficamente hablando, todos los lugares visitados se encuentran en el piso ecológico:

- a) Costa b) Sierra c) Cordillera d) Puna

5. Dentro de la diversidad gastronómica de la región Lima Provincias destaca la comida huachana, siendo su plato típico más importante:

- a) Chanchito al palo b) Pato en ají c) Mancha pecho d) Ceviche de pato

6. Estás convencido el otorgarle valor al legado que nos han dejado nuestros antepasados y que por lo tanto deben ser preservados:

- a) Es anticuado b) depende de su trascendencia
c) Tuvo su época d) Formará parte la identidad cultural

7. ¿Cuál de esta actividad folclórica e histórica es propia de la región Lima Provincias?

- a) Inti raymi b) La tunantada c) Vichama Raymi d) San Pedro

8. ¿Fue considerado el Dios más importante de la cultura chancay?

- a) Inti b) Aipayec c) Corquín d) Vichama

9. Huacho ha sido siempre considerado tierra de brujos y curanderos. Esto sería un(a):

- a) Sentimiento de pertenencia b) Alienación cultural
c) Solo es un apelativo d) todas son correctas

10. Actividad artística en la cual destacó la cultura chancay:

- a) Orfebrería b) Textilería c) Cerámica d) Agricultura

DIMENSION: CULTURA

11. Desde tu perspectiva, y luego del viaje de estudios ¿estas convencido, que la promoción turística es beneficioso para lograr la identidad regional y cultural:

- a) No me parece b) Si es beneficioso c) No está claro d) Casi nunca

12. El haber interactuado con los lugareños en el viaje de estudios, está enmarcado dentro del llamado turismo _____:

- a) Artesanal b) Vivencial c) Místico d) Ecológico

13. Al ser el Perú un país con muchas culturas, etnias, tradiciones costumbres y lenguas, se puede considerar como:

- a) Multicultural b) Autóctono c) foráneo d) todas las anteriores

14. Las lenguas aguajún, ashanika, jíbaro entre otras, son propias de:

- a) La costa b) El altiplano c) La selva d) La sierra

15. Tipo de factor cultural, propios de países medianamente homogéneos y que han aceptado inmigrantes y diversos tipos de cultura como es el caso de Australia y Nueva Zelanda:

- a) Exógeno b) intercultural c) Interracial d) Endógeno

16. Viene a ser la pérdida de valores culturales y autóctonos. Así como el desinterés y desprecio por sus costumbres historia y tradiciones:

- a) Pérdida de valores b) alienación c) asimilación d) penetración cultural

17. Es el producto de la convivencia de diversas identidades dentro de un mismo contexto social como el mestizaje, sincretismo religioso, gastronómico, entre otros:

- a) Alienación b) Adaptación c) Multidiversidad d) Todas son correctas

18. La alienación viene a ser el elemento más nefasto para la pérdida del(la):

- a) Status Social b) Identidad Cultural c) Globalización d) A,B y C son correctas

19. Los viajes realizados abarcaron aspectos históricos, ecológicos, arqueológicos, artísticos, gastronómicos, entre otros, nos han permitidos desarrollar un(a):

- a) Cultura general b) Conocimiento de los atractivos turísticos
c) Alienación cultural d) Adaptación cultural

20. Factores culturales propios y característicos de un grupo minoritario pero sujetos a un estado-nación:

- a) Factor intercultural b) Factos exógeno c) Factor interracial
d) Factor endógeno

7.4. Aplicación de Talleres de Turismo como formador de la Identidad Cultural

En este taller buscamos los fundamentos referentes a la aplicación de talleres turísticos como formador de la identidad cultural, que se sustentan basados en la parte teórica de esta investigación, así como sus resultados.

Aplicación De Talleres

Fundamentos que sustentan los talleres

Es una experiencia pedagógica que tiene como objetivo principal el resolver los trabajos de manera grupal, buscando desarrollar en los alumnos capacidades, habilidades cognitivas y socialización que son fundamentales para el logro del taller. Addine (1996), los talleres vienen a ser una forma diferenciada para abordar ciertos conocimientos, en la cual se propone:

- a) Obtener una praxis científico-práctico para la resolución de problemas y tiene como principio fundamental la concatenación práctica - teoría – práctica.
- b) Buscar aprendizajes y solución de manera grupal o colectiva.
- c) Los talleres están centrados de manera interdisciplinaria, buscando una actitud indagatoria acerca de las causas de un problema y su posterior solución.
- d) El tallerista participa de manera activa.
- e) El alumno participante del taller debe aprender a trabajar de manera socializada con su grupo y para su grupo, que es la esencia de los aprendizajes en talleres.

(Kisnerman, 1997) Conceptua a los talleres como una vía que facilita el desarrollo profesional, sustentando de manera sistemática sus actividades de forma gradual y coordinada con el fin de alcanzar sus metas.

El desarrollo de talleres debe estar a cargo por un facilitador, conocedor o docente que tenga amplia experiencia y conocimiento sobre el tema a tratar o debatir en las diferentes fases del taller, ser flexible, reflexivo y empático con sus alumnos. Para ello un taller debe estar estructurado en cinco fases para la consecución de sus logros. Se considera pertinente asumir 5 etapas por la que debe transitar la realización de los talleres:

Fase 1. El problema

En esta fase se explica la problemática a tratar y la temática a desarrollar, en este caso la formación de la identidad cultural, así mismo, se esbozan los objetivos y contenidos del taller.

Fase 2. Organización

Todo taller gira en torno al trabajo en grupo, así como la conformación de equipos de trabajo, propiciando la socialización e intercambio de ideas que fortalecen el taller. Un taller debe tener como tiempo de duración de una a dos horas.

Fase 3. Ejecución

Todo grupo debe ser protagonista en el desarrollo del taller y generar reflexión en sus participantes. Debe tomarse en cuenta el grado de preparación de los que participan en el taller, así también el intercambio de ideas, su análisis y buscar consensos entre todos los participantes. En esta fase, el capacitador debe observar quienes participan más, quienes son más responsables y entienden mejor los textos, manuales y trípticos entregados.

Fase 4. Debate

Todo grupo tiene el deber de exponer sus resultados para poder entrar en debate con otros grupos; esta etapa es crucial en todo taller, siendo la esencia del mismo, así mismo, el docente debe tener manejo o dominio en la conducción del debate.

Fase 5. Valoración final.

El docente y los participantes del taller deben buscar las conclusiones y resultados del debate o ponencia. Tener apertura a las conclusiones diversas o disímiles a las nuestras, buscando resaltar el taller realizado.

7.5. Estructura Temática:

N°	DENOMINACIÓN	FECHA
1.	INTRODUCCIÓN AL TURISMO, TURISMO REGIONAL E IDENTIDAD REGIONAL	05/06/2016
2.	GEOGRAFÍA REGIONAL, CIRCUITOS TURÍSTICOS Y ASTRONOMÍA	26/09/2016
3.	HISTORIA DEL PERÚ, LITERATURA REGIONAL Y PROMOCIÓN TURÍSTICA	17/10/2016
4.	HISTORIA REGIONAL, MITOS, LEYENDAS, TRADICIONES Y COSTUMBRES	07/11/2016
5.	LA ALIENACIÓN CULTURAL, FACTORES ENDÓGENOS Y EXÓGENOS, MULTIDIVERSIDAD, MULTILINGÜISMO, MULTICULTURALISMO, PATRIMONIO CULTURAL	11/11/2016

7.6. Talleres de Turismo

Para su realización se elaboraron temas de acorde con las dimensiones e indicadores de la dimensión.

Taller N°01:

TEMA: INTRODUCCIÓN AL TURISMO, TURISMO REGIONAL E IDENTIDAD REGIONAL

1.1.El turismo como identidad cultural

1.2.El turismo regional

1.3.La identidad Cultural como sentimiento de pertenencia

Objetivo:

Alcanzar una aproximación teórica – práctica sobre el turismo y la identidad cultural como elemento integrador.

Método: Conversación Heurística.

Medios: trípticos, folletos, fotografías, videos.

Forma de organización: taller

Tipo: apreciación – creación.

Tiempo de duración: 2h

Fecha: 05/09/2016

Evaluación: debates, rol de preguntas.

Motivación:

Para motivar el taller:

- Presentación de cada integrante, destacando su lugar de procedencia, así como sus atractivos turísticos.
- Se presenta un video de lo que es el turismo a nivel mundial, nacional y regional.
- Establecer un conversatorio sobre lo visto en el video y cuáles son los lugares turísticos más importante que recuerdan, tanto a nivel mundial como nacional.

Desarrollo

- En el video se observan los atractivos turísticos más emblemáticos de España, Francia, Italia, Grecia, India, China, México, Perú, Caral, Fortaleza de Paramonga, Vichama, Museo Sanmartiniano y Albúferas de Medio Mundo, entre otros.
- Responde de manera crítica ¿Qué representan estos monumentos históricos? Argumentando tu respuesta.
- Los participantes se expresan libremente, el docente instructor elabora una introducción a lo que es el taller, así como su temática.

- El docente orienta sobre los temas a tratar y cuál es el objetivo de la aplicación de los talleres, buscando en los alumnos capacidad reflexiva, sobre el mundo del turismo.
- El docente pregunta ¿Qué entienden por identidad cultural? Y buscar en los alumnos un argumento sólido.
- Dar apertura al debate y buscar que todos los participantes se involucren en el tema, expresando sus opiniones y puntos de vista.
- Terminado el debate, el profesor vuelve a hacer la pregunta: ¿qué relación tiene el turismo con la identidad cultural? ¿Por qué?

Conclusiones:

- El turismo y por añadidura sus atractivos forman en los visitantes identidad cultural. El docente argumenta lo expresado.
- El docente resume el tema a tratar en el siguiente taller y manifiesta a los alumnos que se preparen para el próximo debate.

Evaluación: Aplicación del Pretest.

Evidencias:



TALLER N°01 – EVALUACIÓN PRETEST

TALLER N°02: GEOGRAFÍA REGIONAL, CIRCUITOS TURÍSTICOS Y GASTRONOMÍA

2.1. Geografía Regional y Cultural

2.2. Pisos Ecológicos, donde se ubican geográficamente los atractivos turísticos.

2.3. Circuitos turísticos y Gastronomía Cultural

Objetivo:

Reconocer los diversos pisos ecológicos de la provincia Huaura y donde están ubicadas sus atractivos turísticos.

Reconocer los platos típicos de cada distrito de la provincia de Huaura, Huaral y Barranca.

Método: Conversación Heurística.

Medios: videos, folletos, trípticos, fotografías, separatas.

Forma de organización: taller

Tipo: apreciación – creación.

Tiempo de duración: 2h

Fecha: 26/09/2016

Evaluación: preguntas y debate.

Motivación:**Para motivar el taller:**

El docente pregunta sobre los 8 pisos ecológicos del Perú y que pisos ecológicos tienen las provincias de Barranca, Huaura y Huaral

Se proyecta un video de sus principales atractivos turísticos en norte chico.

Establecer diálogos sobre lo visto en el video, resaltando sus principales atractivos turísticos.

Desarrollo

Explicar en qué parte del video se ubican los pisos ecológicos, actividades económicas como su agricultura, industria y monumentos históricos.

Los participantes al taller, manifiestan los lugares de interés, su ubicación geográfica, platos típicos, tradiciones, entre otros.

El docente instructor orienta sobre los temas tratados y sus objetivos busca que los alumnos reflexionen sobre los temas antes mencionados e invita a comentar.

¿Qué entiendes por geografía y pisos ecológicos?, ¿qué es la gastronomía?

Se da apertura al debate y discusión para que intervengan todos los participantes

Conclusiones:

Los principales atractivos turísticos del norte chico están ubicados en diversos pisos ecológicos

Los platos típicos de cada distrito del norte chico, tienen como base a su producción agrícola, ganadera y avícola.

El docente argumenta y resume lo expresado en el taller.

Evaluación: rol de preguntas.

Evidencia:



VISTA PANORÁMICA DE LA ALBÚFERA DE MEDIO MUNDO



ESTATUA DE JESUCRISTO REDENTOR EN BARRANCA

TALLER N°03: HISTORIA DEL PERÚ, LITERATURA REGIONAL Y PROMOCIÓN TURÍSTICA.

3.1. La Historia del Perú como formador de la Identidad Cultural.

3.2. Literatura Regional Huachana.

3.3. Promoción Turística y elaboración de Circuitos Turísticos.

Objetivo:

- Reconocer la Historia del Perú, desde su poblamiento, civilización Caral, Chavín, Tiahuanaco, Cultura Chancay, Mochica, Chimú, Nazca, Paracas, el Imperio Inca, el Virreinato y la República.
- Reconocer a los principales exponentes de la literatura huachana como Flor de María Drago y poetas como Juan Rosadio Pizarro, entre otros.
- Elaborar viajes de promoción turística y circuitos turísticos.

Método: Conversación Heurística.

Medios: videos, folletos, separatas, trípticos, fotografías, etc.

Forma de organización: taller

Tipo: apreciación – creación.

Tiempo de duración: 2h

Fecha: 17/10/2016

Evaluación: preguntas y debate.

Motivación:**Para motivar el taller:**

- El docente pregunta desde cuando se inició el poblamiento peruano hasta la república de manera ordenada y cronológica.
- En la pizarra el docente grafica una línea de tiempo para que los alumnos escriban de manera cronológica antes y después de Cristo.
- Se proyecta un vídeo sobre historia del Perú, estampas costumbristas del Huacho Antiguo y breve biografía de poetas y escritores
- Conversa sobre lo visto en el vídeo, tanto de historia peruana, su ubicación geográfica de las grandes culturas y los poemas de autores huachanos.

Desarrollo

- Explicar lo que en el video se pudo observar donde se desarrollaron las grandes culturas peruanas, principales ciudades durante el virreinato, el proceso de emancipación e independencia del Perú hasta la creación de la República.
- Los talleristas participantes manifiestan de manera amplia y crítica las diversas fases del Perú hasta la actualidad.
- El docente instructor orienta el tema y los objetivos del taller, buscando una actitud reflexiva en los alumnos.
- Se inicia el debate, donde todos los participantes expresen sus ideas y opiniones.

- El docente muestra fotografías de las estampas costumbristas huachanas y sus autores.
- El docente instructor pide a los estudiantes elaborar circuitos turísticos regionales, con un día de duración, guardando relación con su ubicación geográfica, distancias, acceso vial y pisos ecológicos, para poder elaborar la promoción turística.
- El taller a tratar guarda relación con los indicadores de la investigación.
- Los talleristas se aproximan por ver primera a conceptos y terminologías de índole turística para incorporarlos a su léxico.

Conclusiones:

- La historia del Perú, así como los poetas y autores huachanos, son elementos fundamentales de nuestra cultura como identidad. Se busca que el alumno argumente esta afirmación.
- El taller estuvo orientado a la elaboración de circuitos turísticos en la provincia y su posterior promoción.
- Se programó al primer circuito turístico con la participación de todos los integrantes.
- Se explica brevemente el contenido del siguiente taller.

Evaluación: se realiza una batería de preguntas sobre el tema tratado.

Evidencias:



CUADROS DE SIMÓN BOLÍVER Y MANUELITA SAÉNZ EN EL "MUSEO BOLIVARIO DE PATIVILCA"



FORTALEZA DE PARAMONGA

TALLER N°04: HISTORIA REGIONAL, MITOS, LEYENDAS, TRADICIONES Y COSTUMBRES

4.1. Historia Regional, Civilización Caral, cultura Chancay, la gesta Emancipadora (San Martín y Bolívar)

4.2. Los mitos, leyendas, costumbres y creencias de la región.

Objetivo:

- Reconocer la importancia histórica de nuestras culturas y la gesta emancipadora de nuestras provincias.
- Determinar la importancia de toda forma de creencia, mitos y leyendas, transmitidas por generaciones.

Método: Conversación Heurística.

Medios: videos, folletos, separatas, trípticos, fotografías, etc.

Forma de organización: taller

Tipo: apreciación – creación.

Tiempo de duración: 2h

Fecha: 07/11/2016

Evaluación: preguntas y debate.

Motivación:

Para motivar el taller:

- En un pupiletras, los alumnos buscan el nombre de las culturas que se desarrollaron en esta zona, así como mitos, tradiciones, leyendas y dioses antiguos.
- Se proyecta un vídeo sobre Caral, la cultura Chancay, brujos y curanderos y creencias arraigada en nuestra zona.
- El docente conversa sobre lo visto en el video, centrando su ponencia en sobre la civilización Caral, así como la influencia de brujos y curanderos en nuestra provincia, resaltando sus rituales.

Desarrollo

- El profesor explica que en el vídeo se observan las pirámides de Caral, el piso ecológico donde están ubicados, su geografía circundante, en la parte del vídeo de brujos y curanderos, hiervas y plantas que utilizan y los demás utensilios que emplean durante sus ceremonias o ritos.

- El docente comenta las diversas actividades que realiza los brujos y curanderos manifestando la siguiente pregunta: ¿Crees que existe la brujería? ¿Crees que los curanderos y brujos son charlatanes?
- Acto seguido los alumnos talleristas expresan al auditorio sus opiniones o puntos de vista y porque este tipo de creencias se mantiene tan arraiga.
- El docente instructor invita a los alumnos a debatir, primero sobre las culturas regionales, posteriormente sobre el rol que desempeñaron José de San Martín y Bolívar en Huaura y Pativilca respectivamente y sobre la leyenda del dios Vichama.
- El docente instructor en un mapa busca que los alumnos ubiquen geográficamente los distritos o lugares arqueológicos que se mencionaron en el taller, así como la ubicación de distritos importantes en la gesta Emancipadora, como Huacho, Huaura, Végueta, Supe y Pativilca los rituales de los brujos y curanderos.

Conclusiones:

- La ciudadela de Caral y su cultura son reconocidos como la civilización más antigua de América. El docente argumenta tal conclusión.
- Los habitantes de estas zonas creen mucho en los mitos y leyendas que son transmitidas de generación en generación.
- Los pobladores de esta zona creen y asisten de manera masiva a brujos y curanderos para solucionar sus males o dolencias.
- Se explica el tema a tratar en el próximo taller.
- Se programa un nuevo viaje de estudios.

Evaluación: rol de preguntas.

Evidencias:



CASA DE LAS BRUJAS EN EL DISTRITO DE PARAMONGA

TALLER N°05: LA ALIENACIÓN CULTURAL, FACTORES ENDÓGENOS Y EXÓGENOS, MULTIDIVERSIDAD, MULTILINGÜISMO, MULTICULTURALISMO, PATRIMONIO CULTURAL

5.1. La Alienación y los factores Endógenos y Exógenos

5.2. La Multidiversidad, Multilingüismo y Multiculturalidad

5.3. Patrimonio Cultural

Objetivo:

- Reconocer el fenómeno social de la alienación y su relación con influencias externas e internas.
- Establecer las semejanzas y diferencias del multilingüismo, multidiversidad, multiétnico y multicultural.
- Diferenciar entre lo tangible y lo intangible dentro del concepto del patrimonio cultural.

Método: Conversación Heurística.

Medios: videos, folletos, separatas, trípticos, fotografías, etc.

Forma de organización: taller

Tipo: apreciación – creación.

Tiempo de duración: 2h

Fecha: 21/11/2016

Evaluación: preguntas y debate.

Motivación:

Para motivar el taller:

- El profesor presenta un mapa y explica donde están ubicadas las etnias amazónicas, así como el dialecto y lengua que hablan.
- Se conversa sobre lo visto en el vídeo y se establecen las semejanzas y diferencias de las lenguas aborígenes, rasgos faciales de los habitantes de la Sierra y de la Selva.
- El profesor también pregunta sobre qué se entiende por alienación y que factores influyen para que puedan manifestarse.

Desarrollo:

- En el vídeo se puede observar la diversidad de etnias selváticas y andinas, como viven, su geografía, su alimentación, su comercio y como está estructurada su sociedad.

- El profesor hace la siguiente pregunta, ¿Crees que los habitantes de las etnias amazónicas y de la sierra deben vivir en esas condiciones? Los alumnos responden con argumentos y se plantea otra interrogante ¿Crees que los aborígenes de la selva y de la sierra debe mantener su forma de vivir actuar?
- Los alumnos talleristas expresan sus puntos de vista, orienta el tema y objetivos del taller y los insta a tener una actitud reflexiva sobre el tema tratado.
- Se inicia el debate, para que todos los alumnos participen. Acto seguido, el docente explica sobre lo que es la alienación y que influencia tienen los factores exógenos y endógenos.
- Se invitan a los alumnos a debatir y plantear sus opiniones o puntos de vista.

Conclusiones:

- El Perú es un país multidiverso, pluricultural, multiétnico y multicultural.
- Se plantea una serie de argumentos.
- La alienación es negativo para el desarrollo de la identidad cultural de los pueblos, nuestro país presenta una serie de patrimonios culturales, ya sea intangible o inmaterial, como, por ejemplo, el código moral inca y patrimonio cultural tangible o material como los restos arqueológicos de Machu Picchu.

Evaluación: Aplicación del postest

Evidencia:



HUERTO DE SIMÓN BOLÍVAR EN EL MUSEO BOLIVARIANO - PATIVILCA



MUSEO DE HISTORIA ANTIGUA EN PATIVILCA



**ESCRITORIA DEL GENERAL DON JOSÉ DE SAN MARTÍN
EN EL MUSEO SANMARTINIANO DE HUAURA**



EXPLANADA EN LA FORTALEZA DE PARAMONGA

7.6. INSTRUMENTO DE EVALUACIÓN

Guía de Observación

INDICADORES NOMBRES Y APELLIDOS			
1.	0	1	2
2.			
3.			
4.			
5.			
6.			
7.			
8.			
9.			
10.			
11.			
12.			
13.			
14.			
15.			
16.			
17.			
18.			
19.			
20.			
21.			
22.			
23.			
24.			
25.			
26.			
27.			

DEDICATORIA

A mis padres Carlos y Julia por darme la vida, A Rosa, mi amada esposa, Camila y Ricardo, mis adorados hijos por acompañarme en los momentos más trascendentales de mi existencia.