



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**FACULTAD DE CIENCIAS DE LA
COMUNICACIÓN**

**ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA
COMUNICACIÓN**

“Propuesta de un programa piloto de televisión local para impulsar la cultura
turística del distrito de Cascas, provincia Gran Chimú, región La Libertad,
2017”.

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE

Licenciado en Ciencias de la Comunicación

AUTOR:

Vigo Quispe, Luis Fernando

ASESOR:

Rivero Ayllón, Raúl

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Desarrollo sostenible, emprendimiento y responsabilidad social

TRUJILLO – PERÚ

2017

Página del Jurado

Presidente

Raúl Rivero Ayllón

Secretario

Kilver Fasanando

Vocal

María Del Carmen Ballena

Dedicatoria

Este trabajo de investigación, le dedico a Dios, por brindarme mucha salud, bienestar físico y espiritual; a mis padres por apoyarme en todo lo que me he propuesto y porque siempre están ahí conmigo dándome aliento y cariño.

Agradecimiento

A mis queridos padres, como agradecimiento a su esfuerzo, amor y apoyo incondicional, durante mi formación tanto personal como profesional y también a nuestro profesor por darme la enseñanza y hacer posible elaborar esta tesis.

DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD

Por la presente investigación, yo Luis Fernando Vigo Quispe con DNI N° 74541452, estudiante de la Facultad y Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad César Vallejo, teniendo que elaborar la tesis “Propuesta de un programa piloto de televisión local para impulsar la cultura turística del distrito de Cascas, provincia Gran Chimú, región La Libertad, 2017”; con la propósito de obtener el título profesional de Licenciado en Ciencias de la Comunicación, concedido por la Universidad César Vallejo, expreso bajo juramento que toda esta información plasmada en esta presente investigación es veraz y autentica, citándose de manera correcta a cada autor con el procedimiento adecuado.

Así mismo, declaro bajo juramento que esta investigación es amparada con información de otros autores, y también fue planificada y esquematizada con criterios del autor, por lo que es auténtica.

En tal sentido, asumo toda responsabilidad correspondiente ante cualquier aparición de falsedad, plagio, ocultamiento u omisión, tanto de documentos como de información brindada, por ello, me someto a las normas académicas establecidas por esta universidad.

.....
Luis Fernando Vigo Quispe

DNI N° 74541452

PRESENTACIÓN

Señores miembros del jurado:

Cumpliendo con el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo, dejo a su disposición el presente trabajo, titulado: “Propuesta de un programa piloto de televisión local para impulsar la cultura turística del distrito de Cascas, provincia Gran Chimú, región La Libertad, 2017”.

La presente investigación es de tipo pre experimental y se buscó demostrar que mediante una propuesta de un programa de televisión local se puede impulsar la cultura turística del distrito de Cascas, provincia Gran Chimú, región La Libertad, 2017.

Dejo a su disposición para ser evaluado a modo un estudio de investigación.

INDICE

Página del Jurado	2
Dedicatoria	3
Agradecimiento	4
DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD	5
PRESENTACIÓN.....	6
RESUMEN	8
ABSTRACT	9
I. INTRODUCCIÓN.....	10
1.1. REALIDAD PROBLEMÁTICA.....	11
1.2. TRABAJOS PREVIOS	13
1.3. TEORÍAS RELACIONADAS AL TEMA	19
1.3. MARCO TEÓRICO	21
1.4.1. CULTURA TURÍSTICA.....	21
1.4.2. PROGRAMA TELEVISIVO	34
1.5. FORMULACIÓN AL PROBLEMA.....	38
1.6. JUSTIFICACIÓN DEL ESTUDIO	38
1.7. HIPÓTESIS.....	39
1.8. OBJETIVO	39
1.8.1. GENERAL.....	39
1.8.2. ESPECÍFICO	40
II. MÉTODO.....	41
2.1. DISEÑO DE INVESTIGACIÓN	42
2.2. VARIABLES, OPERACIONALIZACIÓN	42
2.3. POBLACIÓN Y MUESTRA.....	44
2.4. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS, VALIDEZ Y CONFIABILIDAD	44
2.5. MÉTODOS DE ANÁLISIS DE DATOS.....	45
2.6. ASPECTOS ÉTICOS	45
III. RESULTADOS	46
IV. DISCUSIÓN.....	57
V. CONCLUSIONES	62
VI. RECOMENDACIONES	64
VII. REFERENCIAS.....	66
VIII. ANEXOS	68

RESUMEN

La presente investigación estuvo centrada en demostrar que el programa televisivo piloto contribuye a impulsar la cultura turística del distrito de Cascas. Para ello se planteó la siguiente hipótesis: El programa piloto de televisión local impulsará la cultura turística del distrito de Cascas, provincia Gran Chimú, región La Libertad, en el año 2017.

El estudio fue de tipo pre experimental, puesto que se buscó demostrar que se mejoró y se impulsó la cultura turística de los pobladores de Cascas, aplicando un pre test antes de la emisión del programa; y una vez visto el programa televisivo, se aplicó una post test; cuyos resultados fueron satisfactorios.

El diseño fue pre experimental, puesto que se trabajó con un grupo pequeño de personas de los barrios Solución y Trébol, a las cuales se les aplicó el programa televisivo local. La muestra estuvo conformado por 20 personas de los barrios Solución y Trébol, del distrito de Cascas.

Para la recolección de datos se aplicó una encuesta en dos oportunidades (pre test y pos test) con el objetivo de determinar la cultura turística que poseen los pobladores casquinos antes de la emisión del programa televisivo local piloto, el cual se obtuvo que la cultura turística de los pobladores de Cascas, un 50% es de nivel bajo y después de las emisiones del programa televisivo local, se obtuvo que el 85 % de los casquinos se encontraban en un nivel alto de cultura turística de Cascas.

Al concluir el trabajo, se demostró que el programa televisivo piloto contribuye a impulsar la cultura turística del distrito de Cascas, provincia Gran Chimú, región La Libertad, en el año 2017.

Palabras claves: Televisión, Cultura turística.

ABSTRACT

The present research was focused on demonstrating that the pilot television programme contributes to promoting the tourist culture of the District of Cascas, province Gran Chimú, La Libertad region, in 2017. So arose the following hypothesis: the pilot program of local TV will boost the tourist culture of the District of Cascas, province Gran Chimú, La Libertad region, in 2017.

The study was of the type experimental pre, since it sought to demonstrate that improved and promoted the tourist culture of the inhabitants of Cascas, applying a pre test before the broadcast of the programme; and once watched the television program, applied a test post; the results were satisfactory.

In addition, the design was experimental pre, since we worked with a small group of people from the neighborhoods solution and clover, which is applied to the local television program. The sample was comprised of 20 people of the solution and clover, Cascas district neighborhoods.

For the collection of data, a survey was applied on two occasions (pre test and post test) in order to determine the tourism culture possessing the settlers casquinos before the issuance of the pilot local television program, which was obtained that the culture tourist of the inhabitants of Cascas, 50% is low level and after the emissions from the local television program, was obtained that 85% of the casquinos were on a high level of tourism culture of Cascas.

At the conclusion of the work, showed that the pilot television programme contributes to promoting the tourist culture of the District of Cascas, province Gran Chimú, La Libertad region, in 2017.

Keywords: Television, tourist culture.

I. INTRODUCCIÓN

1.1. REALIDAD PROBLEMÁTICA

El desarrollo turístico es importante para la mejora de calidad de vida y nuestro país es rico en todas sus manifestaciones materiales e inmateriales, costumbres, leyendas tradiciones, etc. Sin embargo vemos que en muchos pueblos de nuestro país, los ciudadanos no valoran su riqueza turística ya sea por la falta de información o por falta de interés e identidad con su cultura.

Los extranjeros tienen inclinados sus viajes a Perú, pues existe mucha diversidad, pero nosotros los peruanos no estamos preparados, identificados ni contamos con buenos servicios para ofrecer y satisfacer las necesidades de los turistas. Y vale pensar que a veces los extranjeros valoran más lo nuestro, que nosotros mismos.

Según el índice de la OMT de confianza en el turismo, muestra que es más elevada en Europa, y en segundo lugar en las Américas. La OMT prevé que las llegadas de turistas internacionales aumentarán entre un 3,5% y un 4,5% a lo largo del año 2016, confirmándose la previsión a largo plazo realizada por la OMT y que apuntaba a un crecimiento del 3,8% anual entre 2010 y 2020.

El Perú a nivel mundial, lidera crecimiento de turismo internacional en Sudamérica, según OMT y registró en el 2013 el mayor avance relativo en el número de arribos internacionales en Sudamérica, superando a países como Argentina, Chile y Colombia, de acuerdo al informe Panorama del Turismo Internacional-Edición 2014 elaborado por la Organización Mundial del Turismo (OMT).

En muchos distritos del Perú, el turismo es poco desarrollado. No porque no haya atractivos naturales, paisajísticos o zonas arqueológicas, sino por la falta de difusión e identidad de las personas con sus pueblos o comunidades, lo que hace que no se desarrollen proyectos que generen más turismo en dichas zonas y tengan todos un progreso tanto económico, cultural y el mejoramiento de sus vidas.

Cascas, pueblo aborigen y del clima templado, es considerada como “tierra primaveral de uvas, vinos y puros”, ya que la mayor parte de campesinos se dedican al cultivo de la uva y sus variedades. A partir de ello, como cosechan todo el año, varias familias y el CEFOC se han dedicado a elaborar los vinos y el puro de uva, pues gracias al Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR) mediante la propuesta de Desarrollo turístico Inclusivo “De mi tierra, un producto”, ha declarado a Cascas como el primer productor de uva a nivel regional y del Norte de nuestro país.

Por otro lado, Cascas posee una diversidad de atractivos turísticos: manifestaciones arqueológicas, sitios naturales, la gastronomía y festividades que se realizan en diversas fechas, siendo las más importantes el Festival de la Uva y la Festividad en honor a la Santísima Virgen del Rosario de Chiquinquirá, en donde muchos turistas nacionales y extranjeros visitan esta tierra y aprovechan a conocer a su gente, costumbres, leyendas, paisajes y demás riquezas de atracción, generando el adelanto y avance de mejores condiciones de vida para los pobladores casquinos.

Se ha observado que la difusión de la información turística que se debería manejar en esta tierra no es planificada y las comunicaciones no se han realizado adecuadamente hasta el momento, tampoco. Existe mucha desinformación, puesto que los pobladores no conocen ni valoran los atractivos turísticos de Cascas, lo cual impide a que se impulse una cultura turística, por lo tanto dificulta el desarrollo turístico de la zona.

Se observa también que muchos pobladores casquinos no poseen una cultura turística, es decir esa identidad con su pueblo para fomentar el buen trato a los turistas y demostrar que se orgullecen de sus raíces y de las manifestaciones materiales e inmateriales que los hacen únicos, para así no perder las costumbres y crear conciencia que mediante el desarrollo en la cultura turística en Cascas, se puede progresar y generar ingresos económicos, erradicando la pobreza que existe en el distrito.

Se observa además que los medios de comunicación con los que cuenta el distrito son la radio y la televisión municipal. Estos medios tradicionales deberían realizar la difusión de información sobre estos atractivos para fomentar la cultura turística en los pobladores casquinos, pero no lo hacen puesto que no cuentan con una programación o programa que muestre esta riqueza turística y fomente la valoración y conciencia de la cultura turística.

Según lo registrado tenemos dos radios que funcionan en frecuencia FM: Cadena 100 y Cascas. Estas emisoras de radio solo se dedican a emitir saludos, comunicados, publicidad local y música diversa, pero no cuentan con un programa específico, ni siquiera noticiero, solo un animador carismático que emite lo antes mencionado. En televisión tenemos al canal municipal, que emite pocas noticias de obras que la Municipalidad realiza en el distrito, mas no cuentan con un programa que se emita en este medio. En ambos medios tradicionales de comunicación no existen programas locales, y menos turísticos.

Por otro lado las redes sociales son poco utilizadas, mayormente lo utilizan los jóvenes, puesto que para muchos casquinos de caseríos no es muy accesible, y es que algunos adultos se han creado una cuenta en esta red social, pero no saben cómo manejarla, pues no se adaptan aun a las nuevas tecnologías, por lo cual los medios tradicionales tienen predominancia en el distrito de Cascas. La radio tiene más cobertura, pues llega a los 35 caseríos que posee el distrito de Cascas y la televisión que por el soporte de la imagen y sonido, en turismo es un medio adecuado para llegar a mostrar y persuadir al público televidente, pero tiene una menor cobertura que la radio.

1.2. TRABAJOS PREVIOS

1.2.1. INTERNACIONALES

- Varisco, Cristina (2008) en su tesis de postgrado “Desarrollo turístico y desarrollo local: la competitividad de los destinos turísticos de Sol y Playa” presenta en la Universidad Nacional de Mar de Plata, para

adquirir el título profesional de Maestría en Ciencias Sociales encontramos que llega a las siguientes conclusiones:

- La actividad turística puede ayudar al desarrollo local pero no puede crearlo como si fuera una actividad aislada.
 - El desarrollo local es un fenómeno complicado que demanda de nuevas perspectivas para su abordaje, también se puede decir que es un proceso endógeno liderado por representantes locales con la finalidad de mejorar el bienestar de vida de la sociedad.
- Salcedo, C. y Mora, E. (2012) en su informe: Construcción de la Propuesta Audiovisual Informativo Turística "Travesía Ecuador" presenta a la Escuela Superior Politécnica del Litoral de Ecuador, para graduarse en Diseño y Comunicación Visual, obtiene estas conclusiones:
 - La televisión nacional ecuatoriana manifiesta la penuria de programas instructivos, que en su mayoría son programas de farándula o entretenimiento, dando a deducir que la preferencia es lo económico a lo educacional. Por ello recomienda promover contenido informativo, que sea de carácter educativo, formativo o cultural, que promueva la identidad del ciudadano con sus raíces, ya que una sociedad necesita de producciones de tipo educativo para que la educación sea completa y de eficacia en futuras generaciones.
 - La creación del programa piloto "Travesía Ecuador", espera aportar con información sobre la diversa pluriculturalidad que posee el Ecuador, en todo lo que se refiere a sus tradiciones ancestrales, su riqueza cultural y gastronómica, para ser referente para los medios de comunicación, suscitando la elaboración de más proyectos con esta índole, y expresar un

contenido diferente al que están habituados a transmitir en su programación habitual.

- Gómez, Nora (2010) en su tesis “Promoción turística a través de los medios audiovisuales, caso Medellín, Colombia” presenta en la Universidad Internacional de Andalucía para conseguir su título profesional de maestría en Comunicación y Producción de Televisión: Géneros, Tecnología, Mercados y Procesos, donde obtiene las siguientes conclusiones:
 - El turismo como actividad económica va progresando hasta la actualidad, por lo cual las localidades no pueden ser indiferentes hacia esta tendencia. Pues ahora el propósito es presentar sus riquezas naturales, arquitectónicas y culturales, además también posicionar una marca de localidad, que ofrece un producto completo de hábitos.
 - El incremento turístico y su búsqueda para promocionarse por medio de los medios masivos de comunicación, las opciones viables que ofrece la riqueza turística, a los consumidores son la televisión, el video y las recientes tecnologías como por ejemplo el Internet. Lo antes mencionado se trasmite por medio de géneros televisivos donde figuran la crónica, el reportaje, el documental, el reality show, los cuales transfieren una experiencia de visita y capturan próximos viajeros.

1.2.2. NACIONALES

- Montoya, María (2013) en su documento “Turismo Comunitario y Desarrollo Rural: interacción y escalamiento de innovaciones” presenta en el Instituto de Estudios Peruanos de Lima, donde muestra un panorama donde se pueden aplicar estrategias para fomentar y fortalecer el turismo en zonas rurales como el Valle del Colca, Maras y el Amazonas, llega a las siguientes conclusiones:

- Los asuntos de turismo rural conocidos son muestras de prácticas de invención comercial, son el servicio turístico en territorios rurales, que muestran la complejidad del proceso que sigue para su perfección en determinado contexto.
 - Se identifica el mantenimiento de circuitos turísticos convencionales que existían anteriormente al desarrollo de estas innovaciones. El espacio donde se desarrollan estos emprendimientos se implantan en rutas que funcionan y su dinámica propicia el lanzamiento de nuevas propuestas turísticas que acceden a atender las demandas por nuevas experiencias e interacciones con el ámbito rural.
 - En las estrategias usadas, se han orientado en enfoques motivados por cada decisión y ha terminado en actividades de capacitación, pues las propuesta ha generado el fortalecimiento de varios roles y actividades, en función de las insuficiencias y particularidades de los participantes involucrados.
 - En los tres atractivos turísticos se muestra que deben establecer mecanismos que involucren a los jóvenes dentro de esta actividad como iniciativas; puesto que les otorga y ayuda a desarrollar muchas habilidades en manejo de información y manipulación a nuevas tecnologías. Así como abre las puertas a nuevas oportunidades en los espacios urbanos, nuevos mercados; que son elementos fundamentales en la organización, difusión y progreso de emprendimientos de esta índole.
- Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Lima. Facultad de Ciencias Administrativas (2014), presenta el proyecto “Plan de Desarrollo Turístico Local de La Provincia De Canta 2015 - 1018”, en donde muestra un Plan de Desarrollo Turístico basado en la Guía Metodológica del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR), en donde propone algunas etapas iniciando con el

resumen y análisis de información secundaria, talleres de trabajos, planteamiento estratégico, diseño de actividades, programas y proyectos del plan de avance turístico local y el taller de aprobación.

- Arrieta, C., Solís, J. y Zapatero, G. (2010) en su tesis “Planeamiento estratégico para el desarrollo turístico del valle de Lurín” presenta a la Pontificia Universidad Católica del Perú, para adquirir la condición de magíster en administración estratégica de empresas consigue concluir en:
 - El valle de Lurín dispone con un alto nivel de recursos naturales que producen que se promueva eficazmente, actividades de turismo suplementarias que dan un elevado beneficio a la sociedad.
 - El potencial del valle están ubicadas cerca de la ciudad de Lima (principal emisor del turismo interno), y cuentan con un fácil acceso a través de la carretera a Cieneguilla y la Panamericana Sur. Asimismo, a lo largo de esta extensión, las actividades turísticas principales presentes son el turismo histórico-arqueológico, de naturaleza y de aventura. Asimismo, resalta el desarrollo de los restaurantes en las zonas de Cieneguilla y Pachacámac, incluyendo una creciente oferta gourmet.
 - El viajero extranjero observa que el valle concentra su visita en el Santuario de Pachacámac y desarrolla su visita en el transcurso del día pues su destino principal son otras ciudades como el Cusco, y su gasto se concentra en el transporte al sitio arqueológico y el ticket de entrada.
 - El turista interno que visita el valle procede de la capital de nuestro país y prioriza bastante el descanso y la relajación. Sus preferencias son los destinos con paisajes y de naturaleza. También hace visita con sus familiares cercanos y realiza un

gasto promedio de S/.100 nuevos soles. Por ello cabe destacar que existe un importante componente de turistas.

- El valle de Lurín, posee una gran deficiencia puesto que cada municipalidad trabaja independientemente para generar turismo, mediante los recursos turísticos que poseen, debido a que no tienen un organismo que impulse el desarrollo turístico a toda la zona.
- Los factores críticos determinados para fomentar el turismo en el valle de Lurín, es la demanda de fortalecer los atractivos turísticos de la zona, ampliando una estrategia genérica de diferenciación, por ello plantean estrategias alternativas de desarrollo de productos y penetración de mercados agrupados en lugares de mayor potencial del valle.

1.2.3. LOCALES

- Gutiérrez, Merly (2013) en su tesis “Plan de Comunicación Enoturístico para promover el Desarrollo Sostenible del Distrito de Cascas, Provincia Gran Chimú, Región La Libertad, Periodo 2013” presenta en la Universidad César Vallejo de Trujillo, para adquirir el título profesional de Licenciada en Ciencias de la Comunicación encontramos que concluye en lo siguiente:
 - Hasta el momento no se elaboró un plan de Comunicación enoturístico en el Distrito de Cascas, que cuente con la siguiente estructura: Diagnostico situacional del Distrito de Cascas, determinar la relación existente entre la actividad vitivinícola con los recursos turísticos, definir objetivos, definir al público objetivo, así como elaborar estrategias pertinentes para lograr cada objetivo, diseñando un cronograma de actividades, con su respectiva planificación de presupuestos y realizar la evaluación final del plan de comunicación.

- Las actividades más adecuadas para contribuir al desarrollo sostenible del Distrito de Cascas son: la coordinación con instituciones públicas y privadas y la promoción de circuitos turísticos.
- Melgar, Yasmina (2013) en su tesis “Plan de Comunicación Unidos por tu Comunidad siembra, cultiva y cosecha la taya o tara (Caesalpinaspinosa) para promover su comercialización en la comunidad de Ñary, Distrito de Simbal – Trujillo” presenta en la Universidad César Vallejo de Trujillo, para adquirir el título profesional de Licenciada en Ciencias de la Comunicación encontramos que llega a las siguientes conclusiones:
 - El plan de comunicación que se construyó fue obteniendo mediante el diagnóstico inicial de la situación, el análisis para el factor económico, social, demográfico y ecológico y por último se realizó un análisis FODA, para profundizar el estudio.
 - Se elaboraron las estrategias de comunicación contemplando su realidad sociocultural.

1.3. TEORÍAS RELACIONADAS AL TEMA

Esquema de modelo de Lasswell

Realizó su doctorado en la Universidad de Chicago (1926), Lasswell recorrió casas universitarias europeas como en Londres, Ginebra, París, Berlín. También vivió en carne propia y tuvo experiencia con respecto a los totalitarismos emergentes en relación con los medios de comunicación y el perfeccionamiento de la propaganda. Fue nombrado director del “War Communication Research” (1934 - 1945).

Modelo Lasswell

¿QUIÉN?	¿QUÉ DICE?	¿POR QUÉ CANAL?	¿A QUIÉN?	¿CON QUÉ EFECTO?
COMUNICADOR Análisis de control	MENSAJE Análisis de contenido	CANAL Análisis del medio	AUDIENCIA Análisis de audiencia	EFECTO Análisis de efectos

Esta teoría tiene relación con la propuesta de programa piloto de televisión local para impulsar la cultura turística del distrito de Cascas, provincia Gran Chimú, región La Libertad, 2017 y lo demostramos en la siguiente tabla a continuación:

¿QUIÉN?	¿QUÉ DICE?	¿POR QUÉ CANAL?	¿A QUIÉN?	¿CON QUÉ EFECTO?
COMUNICADOR Fernando Vigo	MENSAJE Información de atractivos turísticos de Cascas	CANAL Televisión municipal y cable	AUDIENCIA Pobladores del Distrito de Cascas	EFECTO Impulsar la cultura turística de los casquinos.

1.3. MARCO TEÓRICO

1.4.1. CULTURA TURÍSTICA

En el portal web de MINCETUR encontramos que define a la cultura turística como el conjunto de conocimientos, valores y actitudes que mejoran la identidad, incentivan al buen trato al turista (nacional y extranjero) y promueven la protección del patrimonio en todas sus expresiones, poniendo en valor al turismo a modo que es un mecanismo de desarrollo sostenible la sociedad.

Nos dice también que tiene como objetivo principal generar el reconocimiento de la importancia de la actividad turística para el desarrollo local y nacional, fomentando la participación conjunta del sector público y privado, con la finalidad de alcanzar el desarrollo sostenible del turismo y la dinamización del sector.

Así también como el fortalecer la identidad local, regional y nacional de las poblaciones anfitrionas, fomentar el buen trato al turista para asegurar su retorno y recomendación de visita, impulsar la toma de conciencia sobre el valor del turismo y su desarrollo, motivar el compromiso de los prestadores de servicios turísticos a brindar servicios de calidad, generar una cultura de planificación conjunta entre los gestores locales y nacionales para lograr el desarrollo de la Cultura Turística y gestionar con las entidades educativas competentes, la inclusión de contenidos turísticos en la currícula educativa nacional.

Entorno Turístico (2015) habla de que la cultura turística tiene como elementos primordiales a los conocimientos, valores y actitudes. Los conocimientos que los ciudadanos de un determinado lugar o localidad debe saber sobre geografía, historia; los recursos, factores y repercusiones del turismo; características de la comunidad en la cual se vive, técnicas y métodos en la operación de los servicios turísticos.

Otros elementos son los valores y actitudes, los cuales se refieren al compromiso, constancia, disciplina, honradez, moralidad, orgullo, respeto, responsabilidad y vocación de servicio, amabilidad, cortesía, eficiencia, disposición, profesionalismo.

Además también señala que la cultura turística tiene su fundamento desde la perspectiva del desarrollo sustentable, concebido como la adecuada administración de los recursos (naturales, materiales, financieros y humanos), de manera que se logre la mayor satisfacción del visitante y el mayor beneficio para la comunidad receptora. La frase que manifiesta este portal web afirma no hay país que no tenga riqueza cultural, atractivos y recursos diversos; sin embargo, lo que hace que este tenga más valor es su gente, más aun si esta población tiene muy claro que el Turismo es un tema cultural.

Entorno Turístico señala diez principios de la Cultura Turística, con las cuales se puede poner en práctica para una mejor atención al turista, mostrando el amor e identidad con su localidad o tierra, protegiendo los recursos naturales y estableciendo el desarrollo sostenible.

- Acoge al visitante con mucha calidez y amabilidad.
- Trata al turista como a ti te tratan.
- Brinda siempre un servicio o apoyo amigable y eficiente.
- Ten interés por estudiar perennemente.
- Conoce tu localidad y sus atractivos turísticos para que ofrezcas una orientación muy oportuna y confiable.
- Promueve con orgullo los atractivos turísticos de tu localidad.
- Protege los parques, monumentos y zonas de interés de tu localidad.
- Explica a tus compañeros, amigos y familiares que atender bien al turista es tarea de todos.
- No viones del turista cobrando demasiado o prometiendo lo inadmisibile.

- Tu sonrisa debe ser tu mejor cara.

MINCETUR manifiesta que debido al progresivo impacto económico del turismo en nuestro país, lo ubican en una situación privilegiada en el ámbito internacional y a nivel nacional se muestra un perfil favorable en crecimiento del turismo interno, debido al aumento del poder adquisitivo de la clase media y el aumento del flujo de turistas. Por el cual la cultura turística debe ser la base para poder impulsar el desarrollo turístico, primero que los ciudadanos se identifiquen con lo suyo para poder mostrar al turista su cultura y pueda emprender proyectos para mejorar instalaciones y los recursos para satisfacer las necesidades del turista.

Según la página web Catarina el turismo se convirtió en uno de los sectores más importantes y rentables del planeta, y va creciendo de manera interrumpida a una tasa anual de 4% a 5% durante la segunda mitad del siglo XX. En el año 1995, el turismo generó a escala mundial un total estimado bruto de 3.4 billones de dólares americanos y aportó el 10.9% del producto interno bruto mundial, estableciendo así unos 212 millones de puestos de trabajo y produciendo 637 mil millones de dólares en ingresos tributarios.

También nos da a conocer que el turismo es una actividad importante en muchos países desarrollados y favorece entre un 5% y un 10% al producto interno bruto nacional, como en algunos países pequeños, principalmente en países insulares del Caribe, Mediterráneo, Pacífico y Océano Índico, el turismo representa el 20 al 25% del producto interno bruto.

En muchas localidades, el turismo conforma un sector menor, se está expandiendo considerablemente y adquiere mayor prestancia en el futuro. Muchos territorios del mundo como un gran número de países y sus respectivas áreas, todavía están lejanos para cumplir y llegar al desarrollo turístico, por lo consiguiente se tendría que poner énfasis a la cultura

turística, hacer de ello un potencial para poder caminar con paso firme hacia el progreso de los pueblos, manejando con prudencia los recursos y medios de comunicación para hacer posible la difusión y concientización del potencial turístico que podemos aprovechar y cuidar; sintiéndonos identificados con ello y con nuestra cultura.

PROMPERÚ (2013) señala que se ejecutaron más de 4 millones de viajes por recreación y vacaciones dentro del Perú. Por ello debemos tomar con responsabilidad y mirando al futuro al crecimiento de la actividad turística. En ese aspecto cabe impulsar la cultura turística para ejecutar una apropiada programación y gestión que impulsara el desarrollo turístico sostenible, que este dentro de los requerimientos en políticas y estrategias; de igual manera los concernientes niveles de gobierno: nacional, regional y local, para optimizar los recursos disponibles y dominar los impactos negativos de cualquier actividad económica, incluyendo el turismo que pueda generar; todo esto se puede planificar cuando todos tengan una cultura turística bien definida, conocida e concientizada.

La cultura turística debe ser la base para el desarrollo turístico, pues debe planearse y tramitarse de forma que los beneficios económicos se repartan por toda la comunidad de la zona. Por consiguiente, los favores se optimizarán y los habitantes facilitarán para el impulso del turismo local. Así mismo son una práctica los proyectos turísticos de base comunitaria son para hacer llegar los beneficios a la población del área.

Las asociaciones administrativas y las agrupaciones empresariales representativas de las áreas naturales protegidas, tienen como finalidad importante elaborar sistemas y procedimientos que unan conceptos de desarrollo sostenible, para la identificación de las actuaciones para llegar hacer realidad el desarrollo turístico sostenible, mediante una el fortalecimiento de una cultura turística.

Martínez (2005) señala que las fases de la evolución turística desarrollada por Richard Butler, en donde la cultura turística ya debe estar aceptada por los ciudadanos para generar el turismo en sus zonas, esta consta de 5 pasos:

- **Exploración:**

Etapa del proceso de un destino turístico en donde los turistas empiezan a llegar y genera un bajo impacto, debido al menor número de turistas y a la insuficiente oferta de equipamiento.

- **Involucramiento:**

La sociedad local empieza a prestar servicios e instalaciones, lo cual produce el aumento del número de turistas. El trato entre turistas y residentes es mayor.

- **Desarrollo:**

Comienzo del destino turístico e incremento de los servicios turísticos. La cantidad de turistas crece precipitosamente y genera un fuerte impacto en el grupo local. En las buenas temporadas, el número de turistas puede superar la cantidad de residentes y requiere de mayor mano de obra para la zona.

- **Consolidación:**

El número de turistas incrementa pero con un ritmo menor. Desde el contexto económico el turismo se transforma en una actividad importante. También se desarrollan esfuerzos para desarrollar y mantener la actividad, mediante estrategias de marketing.

- **Estancamiento:**

Contempla el resultado de los impactos ambientales, sociales y económicos. Sin embargo ocasiona principalmente el deterioro de la calidad ambiental.

Enfoques del desarrollo turístico

Santana (2003), propone tres enfoques del Desarrollo Turístico

- ❖ **Desarrollo turístico como fenómeno urbanístico – geográfico**

Se fundamenta en el impacto espacial de la actividad turística. Quiere decir que estudiando los lugares se van conformando en diversas épocas como zonas donde existe una gran concurrencia de viajeros por un atractivo turístico, sus características y las distintas maneras en la que la actividad turística se implanta en la región y que ocasiona transformaciones en ellos.

- ❖ **Desarrollo turístico como fenómeno socio – antropológico**

Proporciona prioridad a las motivaciones y actitudes de los turistas y de los habitantes.

- ❖ **Desarrollo turístico como fenómeno socio – económico**

Pone atención al desarrollo de la oferta turística, principalmente las compañías que satisfacen las necesidades de los turistas.

Análisis de la demanda turística

Es de mucha importancia saber que los viajeros que visitan el Distrito de Cascas, tienen sus preferencias, necesidades y expectativas, para tener

en cuenta al momento de ofrecer un producto turístico, puesto que debe ser igual al perfil del turista, para que lo disfrute y tenga una agradable experiencia. Por lo cual se considera que los casquinos deben tener en cuenta todo ello, para poder mostrar su cultura turística de manera adecuada. Este análisis es una herramienta muy significativa para tomar buenas decisiones y para elaborar futuras estrategias.

Según MINCETUR (2012) señala que las principales tendencias de viaje de los turistas en el mercado internacional, se mencionan a continuación:

❖ **Búsqueda de autenticidad:**

Se identifica las preferencias de los turistas con respecto a los destinos turísticos que ellos optan por visitar, los cuales deben estar en buenas condiciones para albergar al turista y ofrecerle experimentar vivencias auténticas, dentro de la riqueza turística que puede poseer una zona.

❖ **Motivos de viaje:**

La Organización Mundial de Turismo manifiesta que lo principal y motivador de un viaje son las vacaciones, recreación u ocio, ya que tiene un ascenso a una tasa anual de 3.3%. Mientras que la tasa asciende a 3.5% anual, los viajes causados por las visitas de amigos y familiares, religión, salud, entre otros.

Para el año 2030, el 54% estará representado por los viajes con motivaciones de vacaciones, recreación u ocio, seguido de un 31% que pertenece a visitas de amigos y familiares, religión y salud, mientras que en 15% restante cumplirá viajes por motivos profesionales y de negocios.

❖ **Internet**

Gracias al adelanto de las tecnologías de la información y comunicación (TIC), la sociedad tiene más posibilidades para obtener la información, lo cual influye en la decisión de compra. Por ello esta tendencia hace que los operadores turísticos la utilicen, desarrollando canales modernos llevados por Internet para tener una proximidad a sus mercados a quienes son punto objetivo.

Estas herramientas les permiten fortalecer información y conocer adecuadamente el perfil y patrón de consumo. El uso del Internet en la actualidad es muy usada, hasta para la reserva de hoteles, aerolíneas y demás servicios, como también crece la confianza en portales web y blog especializados.

❖ **Mayor influencia de la marca país en la decisión de compra**

La definición de marca comercial ha buscado forzar la relación entre el consumidor y el producto. El desarrollo de una Marca País, en este ámbito, recoge importancia decisiva para amparar la oferta de un país entero. En nuestro país, el enorme potencial de beneficios es reconocido, puesto que el desarrollo de una marca genera turismo, el comercio y la inversión, por ello se labora apresuradamente en el posicionamiento de la Marca Perú.

❖ **Adecuación de los sectores productivos a una creciente población de clase media**

La clase media crece rápidamente en nuestro país como también a nivel internacional, con vistas de superar el 50% de la población mundial en un corto tiempo. Por ello se está impulsando el crecimiento económico, experimentando como un fenómeno en las economías salientes que incrementa el nivel de ingresos per cápita.

Por lo manifestado podemos decir que en los años siguientes, el Perú tiene la ocasión para desarrollar con mayor fuerza sus destinos de turismo vivencial y de naturaleza. Sin embargo los turistas van valorando más las condiciones de una vivencia de viaje auténtica, con lo cual se emprende una mayor cercanía mediante las tecnologías de información y comunicación.

Según el MINCETUR, ha diferenciado principalmente dos tipos de turista: el turista extranjero y el turista nacional o también llamado vacacionista. Según PROMPERÚ (2015) el turista extranjero es principalmente hombre (61.2%) de entre 25 a 34 años (30.7%), profesional ejecutivo (81.86%) con un grado universitario (42 %). Entre su principal motivo de viaje se encuentra las vacaciones, recreación y el ocio, aunque un grupo considerable viene por negocios (15 %). Un grupo reducido, que representa el 2.7 %, viene al Perú para asistir a congresos o conferencias.

Otro de los estudios realizados por PROMPERÚ, nos muestra el perfil del observador de aves, que es el perfil de un tipo de ecoturista, el cual es principalmente varón (76%) con instrucción superior (81%) y tiene 36 a 50 años de edad. De estos, un 34% usa paquetes turísticos y 57% usa internet para obtener información del destino para observar aves.

Los circuitos centrales de la región La Libertad tienen como objetivo fortalecer el turismo en la zona central de la región, implicando a las seis provincias y variando la oferta de acuerdo a los recursos turísticos de las mismas zonas.

Las provincias son: Trujillo, Ascope, Virú, Santiago de Chuco, Otuzco y Gran Chimú.

Los distritos, por provincia son:

Santiago de Chuco: Cachicadán, Quiruvilca, Santa Cruz de Chuca.

Trujillo: Moche, Salaverry, Huanchaco, El Porvenir, Laredo, Poroto y Simbal.

Otuzco: Huaranchal, Usquil, Charat, Agallpampa.

Virú: Chao y Guadalupito.

Ascope: Chicama, Chocope, Casagrande, Santiago de Cao.

Gran Chimú: Cascas y Lucma.

Constituye un gran circuito que engloba diversas rutas y recursos favorables para desarrollar el ecoturismo, termalismo y el turismo rural comunitario, como también de afianzar el turismo cultural y el turismo de naturaleza.

Así mismo se podrían desenvolver visitas cortas de una o dos días conociendo la riqueza en atractivos:

Campiña, cultura y Mar: Abarca el litoral desde Trujillo a Virú, donde se puede disfrutar de la campiña y el poblado de Moche, visitar las Huacas del Sol y La Luna. Podemos visitar las playas como Las Delicias, Huanchaco, Puerto Morín y Salaverry. La actividad portuaria de Salaverry es otro punto de interés para los viajeros.

Virú y Calipuy: En Virú encontramos un potencial en zonas arqueológicas tales como el Castillo de Tomabal, Huaca Partida, Queneto, Huanaco, , Huaca Verde, Huaca Gallina, Huaca Gallo; también productos agrícolas como la dulce ciruela, el acceso por Chao a la Reserva, el Bosque de Protección del Puquio Santa Rosa y Santuario Nacional de Calipuy en Santiago de Chuco.

Cultura, naturaleza y termalismo: en la provincia de Santiago de Chuco se encontramos los restos arqueológicos del Cerro Acke, el Santuario Nacional de Calipuy y termalismo en Cachicadán, pero sobre todo la casa donde vivió Cesar Vallejo, el poeta peruano. También se caracteriza por sus tejedoras y telares.

Religión y naturaleza: El fervor religioso de Otuzco y de los liberteños hacia la Virgen de la Puerta, ocasiona que muchos visitan su Santuario y el Museo Religioso, por lo cual es conocida como la capital de la fe. Aquí también encontramos recursos naturales como el bosque de Casmiche, el bosque de Piedras del Paraíso, bosque de Eucalipto, cataratas El Chorro

y Sanchicón, complejo lacustre San Lorenzo y diferentes parajes naturales y agrícolas.

Vid, vino y granadilla: Cascas es el principal abanderado con el cultivo de la vid y su producción vitivinícola y Otuzco con el potencial en sembríos de granadilla.

Así mismo hallamos un gran potencial en recursos naturales como la laguna de Kuan, Catarata el Chorro y el bosque de Cachil (Cascas – Contumazá).

Ruta Agrícola / Agroindustrial o Ruta del Azúcar y el Ron: en esta ruta podemos nombrar a Ascope, donde los recursos son agrícola y parajes naturales. Así mismo se puede producir la industria azucarera sus derivados y playas de la provincia.

Atractivos turísticos del distrito de Cascas

Díaz (2008), menciona que entre los atractivos principales que posee esta tierra tenemos:

❖ Manifestaciones arqueológicas

Conjunto arqueológico Cojitambo: Se localiza a 1Km del Cruce (carreta que asciende a Cascas); en donde se plasmaron motivos antropomorfos, zoomorfos y geométricos de estilo del realismo primitivo. Destaca un personaje de brazos extendidos y círculo concéntrico a la altura del pecho.

Chullpas de Pueblo Viejo: Localizado a unos 3010 m.s.n.m. en el centro poblado de San Felipe. Presenta una arquitectura elaborada a base de piedra labrada, en todo el conjunto de chullpas, las que están distribuidas alrededor de la cima del cerro San Felipe. Las chullpas poseen bases de forma cuadrangular y miden algunos 2 metros de altura y más de 1 metro de ancho.

Pinturas Rupestres de Alto Chepate: Ubicada a unos 17 Km de Cascas, dirigiéndose al poblado de Chepate; allí encontramos un abrigo rocoso en donde el hombre de tiempos pasados plasmó mensajes o pictografías en el cual vemos personajes tomados de las manos, elaborados en línea horizontal y de color rojo. No muy lejos del abrigo, en la parte sur, se evidencia una plataforma ceremonial, acompañado de jeroglíficos, al que denominaron “Cueva de la Lechuza”

❖ **Sitios Naturales**

Cristo de las Rocas: Es una formación rocosa ubicada a una altura de 1391 m.s.n.m. a escasos metros del árbol de las mil raíces en la trayectoria de la vía que asciende a Contumaza. La observación y la fe han popularizado dicha formación donde se puede ver el perfil de Cristo.

Catarata el Chorro: Ubicada a 1400 m.s.n.m. en la vía carrozable que une al caserío de Salmuche, parte baja de la estrecha ladera del cerro Antivo. La época propicia para visitarlas es la temporada de invierno, pues el aumento del caudal por las lluvias hace más vistosa a esta catarata.

Árbol de las mil raíces: Conocida así por la formación natural, cuya peculiaridad es que se observan las raíces aéreas. Este árbol es identificado como “Higuerón”.

El bosque de Cachil: Bosque húmedo, recorrido por una quebrada que forma pequeñas ondulaciones y rápidas caídas de agua, que se ubica enclavado entre elevaciones que sobrepasan los 3000 m.s.n.m. dominada por formaciones rocosas del Mosaico y áreas cenagosas.

El bosque de Cachil es un bosque relictivo, único en su género, protegido por sus propietarios.

❖ **Otros Recursos**

Miradores: El cerro Chunkason, donde se puede tomar fotografías del hermoso paisaje casquino, así como contemplar la ciudad y los viñedos.

El cerro El Zapote permite a los amantes de la fotografía lograr excelentes imágenes del amanecer y atardecer casquino.

También de otros atractivos turístico del Distrito de Cascas, podemos mencionar su gastronomía y bodegas de vino.

Gastronomía: El plato típico de Cascas es arroz, lenteja y gallina con salsa criolla y el postre típico es arroz con leche.

Bodegas de vino: En Cascas se produce muchas variedades de uva y se cosecha todos los días del año, y con las cuales se producen vinos, y se está industrializando (en CEFOP), y también semi-industrial y artesanal. Se produce diferentes tipos de vinos, tinto (seco, semiseco, dulce), blanco, rose, mistela, etc.

Quienes elaboran estos vinos son el CEFOP y las bodegas viníferas como: Don Manuelito, Lavalet, AR, El Pedregal, Danielito, Fabrizio, entre otros.

Costumbres de la población casquina

Díaz (2008), menciona que entre las principales costumbres que posee esta tierra tenemos:

- **Costumbres relacionadas a la familia**

El enamoramiento, la pedida de mano, el agua del socorro, el landaruto, el repique de campanas, las nueve noches, el cabo de año, el bautizo, el ojo, el chucaque, etc.

- **Costumbres relacionadas con el trabajo**

La mita, la minga, el rodeo, los capachos, la limpia de acequia, entre otras.

Principales festividades

- Semana Santa (marzo - abril)
- Festival de la Uva (julio)
- Fiesta Patronal en Honor a la Virgen del Rosario de Chiquinquirá (octubre)
- Navidad (diciembre)
- Carnavales (febrero)

1.4.2. PROGRAMA TELEVISIVO

DEFINICIÓN DE TELEVISIÓN

Hay muchas definiciones de lo que es la televisión, pero citaremos algunas, por ejemplo La ley de Ordenación de las Telecomunicaciones (LOT) manifiesta que la televisión “es la forma de comunicación que permite la emisión o transmisión de imágenes no permanentes, por medio de ondas electromagnéticas propagadas por cable, por el espacio sin guía artificial o por cualquier otro medio”

Otra definición aporta la Comisión de Mercado de las Telecomunicaciones (CMT) la cual nos dice que “la televisión es un servicio de comunicación que pone a disposición del público mediante técnicas y equipos de

telecomunicación contenidos, contenidos audiovisuales en video y sonidos asociado, con finalidad informativa, cultural, publicitaria, comercial o de mero recreo”.

GÉNEROS TELEVISIVOS

Una frase clásica referida dice que la televisión pretende informar, formar y entretener. Esto es así, pero con un mayor predominio de los programas de entretenimiento y de información, puesto que la educación queda relegada dentro de las parrillas de programación actuales a horarios marginales.

Con respecto a los formatos de programas, existe cierta tendencia a la hibridación siendo el formato magazine uno de los más representativos. Actúa a modo de estructura contenedora y puede albergar todo tipo de contenidos: entrevistas, tertulias, secciones de información, reportajes, humor, etc.

LENGUAJE AUDIOVISUAL

Jiménez (2008), explica el lenguaje audiovisual que los constituyen los planos, ángulos, movimientos de cámara.

TIPOS PLANOS

- **Plano general:** es un plano descriptivo de la acción y su entorno. Muestra a los personajes con bastante espacio a su alrededor.
- **Plano general largo:** Plano mayor que el general. Se usa para situaciones que necesitan más elementos para describirla.
- **Plano entero:** Muestra al personaje de los pies hasta la cabeza.
- **Plano americano:** Muestra al personaje por encima de las rodillas hasta su cabeza. Descriptivo de la expresión del actor y de sus acciones. Viene del western, había que incluir las pistolas.

- **Plano medio:** este plano es muy usado en televisión. Muestra al personaje desde la cintura hasta la cabeza.
- **Primer plano:** este plano muestra al personaje desde los hombros hasta la cabeza.
- **Primerísimo primer plano:** muestra detalles del rostro del personaje: ojos, boca, orejas, etc.
- **Plano detalle o inserto:** Objetos que ocupan todo el cuadro.

TIPOS ANGULOS

- **Normal o ángulo neutro:** Cámara se ubica a la altura de los ojos del personaje.
- **Picado:** Cámara inclinada hacia abajo, personajes y objetos vistos desde arriba. Transmite sensaciones de inferioridad, pequeñez.
- **Contrapicado:** Cámara inclinada hacia arriba; personajes y objetos vistos desde abajo.
- **Genital:** Es una posición de cámara desde la vertical superior del objeto o persona.
- **Nadir:** Es una posición de cámara desde la vertical inferior del objeto o persona.
- **Subjetiva:** La cámara nos muestra lo que el personaje está viendo.

MOVIMIENTOS DE CÁMARA

- **Cámara al hombro:** Se utiliza en televisión de manera usual. Es muy subjetivo.
- **Cámara en mano:** Capta movimientos bruscos, connotan torpeza o velocidad y riesgo.
- **Barridos:** Movimiento más brusco y rápido
- **Panorámicas:** Movimiento de arriba, abajo, izquierda, derecha sobre su eje. Se usa el trípode.
- **Travelling:** Movimiento de la cámara.

Fases en la elaboración de un Programa de Televisión

Según CRIF (2008), las fases en la elaboración de un programa de televisión constan de 4 fases: Pre Producción, Producción, Postproducción y Emisión.

La televisión tiene un profundo componente tecnológico y de recursos técnicos que precisan su estructura. Como elementos básicos nos encontramos:

- ✓ Cámaras para captar las imágenes, ya sean de estudio o de exteriores.
- ✓ Sistema de microfonía para captar el sonido.
- ✓ Sistemas de grabación de la imagen y el sonido.
- ✓ Mesas de Edición, donde mezclar las diversas fuentes de imágenes y sonidos y componer los documentos audiovisuales.
- ✓ Mesas de Postproducción, donde introducir grafismos y efectos especiales tanto a la imagen como al sonido.

PROGRAMAS DE TURISMO EN PERÚ

TV PERÚ es el canal que cuenta con dos programas que fomentan el turismo a nivel nacional, los cuales muestra la riqueza turística que nuestro país posee. Según el portal web de este canal del Estado describe lo siguiente:

- **Costumbres:** “El verdadero espíritu de los peruanos”

Costumbres cumple hasta la actualidad 15 años recorriendo nuestro. Este programa tiene más de 500 fiestas visitadas y reconocimientos tales como el Premio ANDA, Premio Cambie, Trofeo Ciudad de Lima, Premio PROVAL, Premio de la Veeduría Ciudadana, entre

otros. Sonaly Tuesta, su directora y conductora, es desde el 2015 Personalidad Meritoria de la Cultura, distinción otorgada por el Ministerio de Cultura.

– **Reportaje al Perú**

Reportaje al Perú es un programa de turismo y aventura con más de 16 años en la televisión peruana. Manolo del Castillo, su animoso conductor, recorre las regiones para mostrar de manera entretenida y agradable la variedad de recursos turísticos que tiene nuestro Perú. Por ello, busca nuevos destinos y hace parte al televidente en cada programa que emite y donde muestra la belleza del Perú.

El horario en que se emite este programa son los domingos a las 6:00 p.m. y cada jueves a las 8:00 p.m. donde muestra la riqueza turística que posee cada zona a la que visita.

1.5. FORMULACIÓN AL PROBLEMA

¿De qué manera un programa piloto de televisión local impulsará la cultura turística del Distrito de Cascas, provincia Gran Chimú, región La Libertad, en el año 2017?

1.6. JUSTIFICACIÓN DEL ESTUDIO

TEÓRICA: Esta investigación contribuirá a recolectar material bibliográfico sobre desarrollo de la televisión local, enmarcada en sus características, fundamentos, teorías y nuevas propuestas para los pueblos de la región La Libertad.

PRÁCTICA: La investigación pretende producir un programa piloto de televisión local donde se emitan información y los ciudadanos refuercen,

fortalezcan y revaloren los atractivos naturales, arqueológicas y otros recursos, para el desarrollo de la cultura turística del distrito de Cascas.

SOCIAL: Cascas es un pueblo con mucha riqueza arqueológica, cultural, paisajística, turística y social, por lo cual es importante que se produzcan programas televisivos; ya que la localidad no cuenta con programas, ni medios que mantengan informada a los ciudadanos, ni mucho menos a formar una identidad con su pueblo.

El tema de investigación pertenece a una de las líneas generales de la Universidad César Vallejo, que es el desarrollo Sostenible, emprendimiento y responsabilidad social y a la línea de investigación de Comunicación para el desarrollo.

METODOLÓGICA: Los instrumentos que se construya para la investigación serán validados y servirá para otras investigaciones similares o para poner en ejecución un proyecto para impulsar la cultura turística en otros pueblos.

1.7. HIPÓTESIS

H1: El programa piloto de televisión local impulsará la cultura turística del distrito de Cascas, provincia Gran Chimú, región La Libertad, en el año 2017.

H0: El programa piloto de televisión local no impulsará la cultura turística del distrito de Cascas, provincia Gran Chimú, región La Libertad, en el año 2017.

1.8. OBJETIVO

1.8.1. GENERAL

Demostrar que el programa televisivo piloto contribuye a impulsar la cultura turística del distrito de Cascas, provincia Gran Chimú, región La Libertad, en el año 2017.

1.8.2. ESPECÍFICO

- Determinar la cultura turística que poseen los pobladores casquinos antes de la emisión del programa televisivo local piloto.
- Elaborar el programa televisivo local turístico para fomentar la cultura turística en los pobladores casquinos.
- Validar el programa televisivo local turístico cuando sea visto por los pobladores casquinos.
- Determinar la cultura turística que poseen los pobladores casquinos después de la emisión del programa televisivo local piloto.

II. MÉTODO

2.1. DISEÑO DE INVESTIGACIÓN

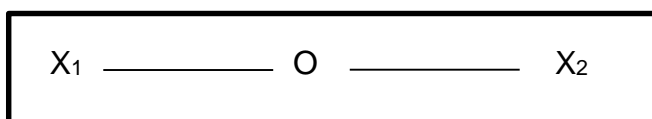
Tipo de estudio

Aplicativo, ya que en este trabajo de investigación se emitirá un programa piloto de televisión local para impulsar la cultura turística del distrito de Cascas, provincia Gran Chimú, región La Libertad, 2017. Por lo cual los conocimientos que se generan mediante la investigación, ayudarán a solucionar el problema de la desinformación de la riqueza turística de Cascas, para fortalecer la identidad y cultura de los pobladores casquinos.

Diseño de estudio

El presente estudio es de *tipo investigación pre experimental*, puesto que busca mejorar y determinar el nivel de conocimiento de la cultura turística que contribuirá a impulsar la identidad de los pobladores de Cascas, aplicando un pre test antes de la emisión del programa y una vez visto el programa televisivo se aplicará una post test, el mismo que se representa de la siguiente manera:

Esquemmatización:



X₁ = Pre test antes de la emisión del programa televisivo local.

O = Estimulo; la aplicación del programa televisivo local.

X₂ = Post test después de la emisión del programa televisivo local.

2.2. VARIABLES, OPERACIONALIZACIÓN

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ESCALA DE MEDICIÓN
Programa piloto de televisión	Es la forma de comunicación que admite la emisión o transmisión de imágenes no permanentes, a través de ondas electromagnéticas propagadas por cable, por el espacio sin guía artificial o por cualquier otro medio. (La ley de Ordenación de las Telecomunicaciones)	Programa piloto	Pre producción	Planificación <ul style="list-style-type: none"> - Género - Horario - Objetivo - Estructura - Temas - Tipo de programa 	Ordinal
			Producción	Programa grabado	
			Post producción	Edición	
Cultura Turística	El conjunto de conocimientos, valores y actitudes que mejoran la identidad, incentivan al buen trato al turista (nacional y extranjero) y promueven la protección del patrimonio en todas sus expresiones, poniendo en valor al turismo a modo que es un mecanismo de desarrollo sostenible la sociedad. (MINCETUR)	Cultura Turística	Conocimientos	Creencias Aprendizaje	Ordinal
			Actitudes	Valores Significados	
			Prácticas	Hábitos costumbres	

2.3. POBLACIÓN Y MUESTRA

La población de esta investigación son todos los pobladores de los Barrios del Distrito de Cascas, que son 13 979 habitantes, los cuales constituyen en el objetivo de la investigación.

La muestra será intencional según Sampieri (2016), nos explica que eligen los individuos que se estima que son representativos o típicos de la población. Por ello esta muestra consta con 20 pobladores del Barrio Solución y Trébol, del pueblo de Cascas. Personas de ambos sexos, entre 20 a 60 años de edad.

Criterios de Inclusión

- Pobladores entre los 20 a 60 años de edad.
- Que vivan en los Barrios Solución y Trébol.

Criterios de Exclusión

- Pobladores menores de 20 años y mayores de 60 años de edad.
- Pobladores que no pertenezcan a los Barrios Solución y Trébol

2.4. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS, VALIDEZ Y CONFIABILIDAD

TÉCNICA	INSTRUMENTO
Encuesta	Cuestionario de 15 preguntas a la muestra determinada.

VALIDEZ

Los instrumentos de recolección de datos serán validados a juicio tres profesionales expertos en los temas que en esta investigación se está realizando. Ellos serán los que calificarán y vean los parámetros que demanda el instrumento de investigación.

CONFIABILIDAD:

De un total de 10 pruebas realizadas a nivel piloto para medir la confiabilidad se obtuvo un índice de confiabilidad Alfa de Cronbach de $\alpha = 0.975$ ($\alpha > 0.70$) lo cual indica que el instrumento que evalúa los conocimientos, actitudes Y prácticas sobre la cultura turística del Distrito de Cascas es confiable. (Ver anexo N° 4).

2.5. MÉTODOS DE ANÁLISIS DE DATOS

Se utilizara el Microsoft Excel y se elaborara cuadros y gráficos para mostrar el resultado de la Encuesta.

2.6. ASPECTOS ÉTICOS

La investigación es original. Parte de una necesidad y un problema del contexto donde vive el autor.

La información que se muestra en la investigación, será citada correctamente, como lo estableció la dirección de investigación de la Universidad César Vallejo, con la finalidad de respetar la propiedad intelectual.

III. RESULTADOS

RESULTADOS DE APLICACIÓN DE LA ENCUESTA ANTES DE LA EMISIÓN DEL PROGRAMA PILOTO DE TELEVISIÓN.

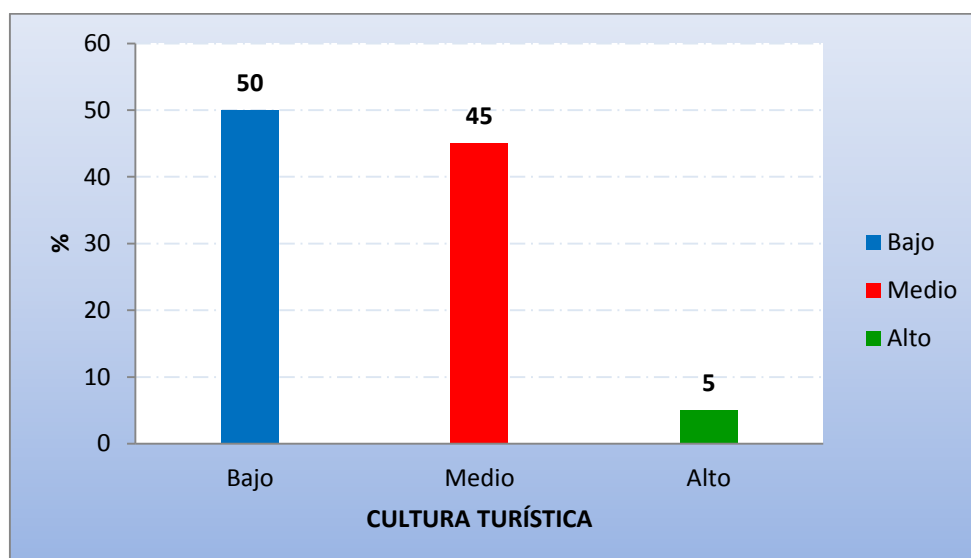
Tabla 1.

Nivel de cultura turística de los pobladores del Distrito de Cascas, Provincia de Gran Chimú – 2017.

CULTURA TURÍSTICA	Escala	N°	%
Bajo	15 - 35	10	50
Medio	36 - 55	9	45
Alto	56 - 75	1	5
Total		20	100

Fuente: Aplicación de la encuesta de investigación, Trujillo – 2017.

Comentario: En la Tabla 1 se observa que el 50% de los pobladores del Distrito de Cascas obtienen nivel bajo de cultura turística, el 45% tienen nivel medio y el 5% de los pobladores del Distrito de Cascas obtienen nivel alto de cultura turística. Denotándose que la cultura turística de los pobladores del Distrito de Cascas es de nivel bajo (50%).



Fuente: Tabla 1.

Figura 1. Nivel de cultura turística de los pobladores del Distrito de Cascas, Provincia de Gran Chimú – 2017.

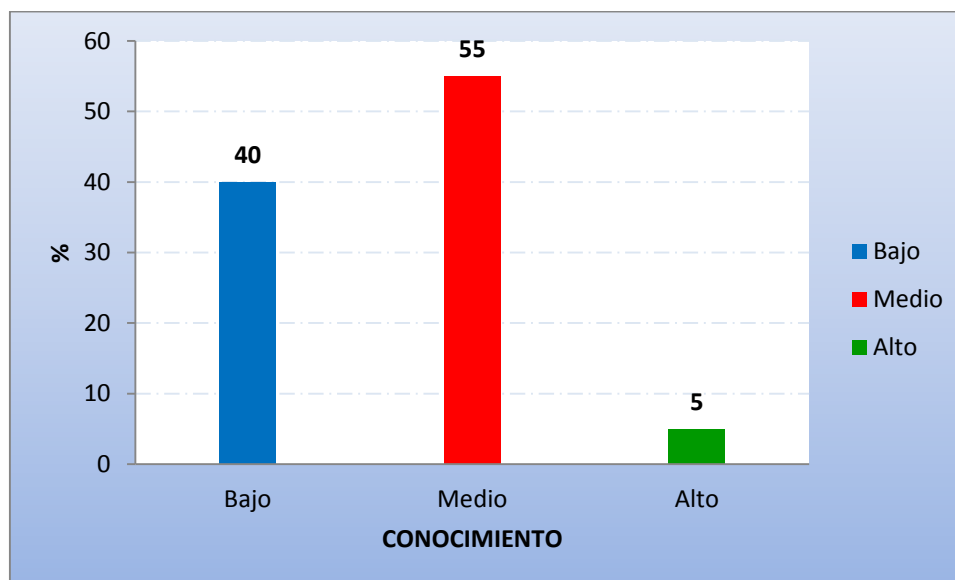
Tabla 2.

Nivel de conocimientos sobre la cultura turística de los pobladores del Distrito de Cascas, Provincia de Gran Chimú – 2017.

CONOCIMIENTO	Escala	N°	%
Bajo	5 - 11	8	40
Medio	12 - 18	11	55
Alto	19 - 25	1	5
Total		20	100

Fuente: Aplicación de la encuesta de investigación, Trujillo – 2017.

Comentario: En la Tabla 2 se observa que el 55% de los pobladores del Distrito de Cascas obtienen nivel medio de conocimientos sobre la cultura turística, el 40% tienen nivel bajo y el 5% de los pobladores del Distrito de Cascas obtienen nivel alto de conocimientos sobre la cultura turística. Denotándose que el conocimientos sobre la cultura turística de los pobladores del Distrito de Cascas es de nivel medio (55%).



Fuente: Tabla 2.

Figura 2. Nivel de conocimientos sobre la cultura turística de los pobladores del Distrito de Cascas, Provincia de Gran Chimú – 2017.

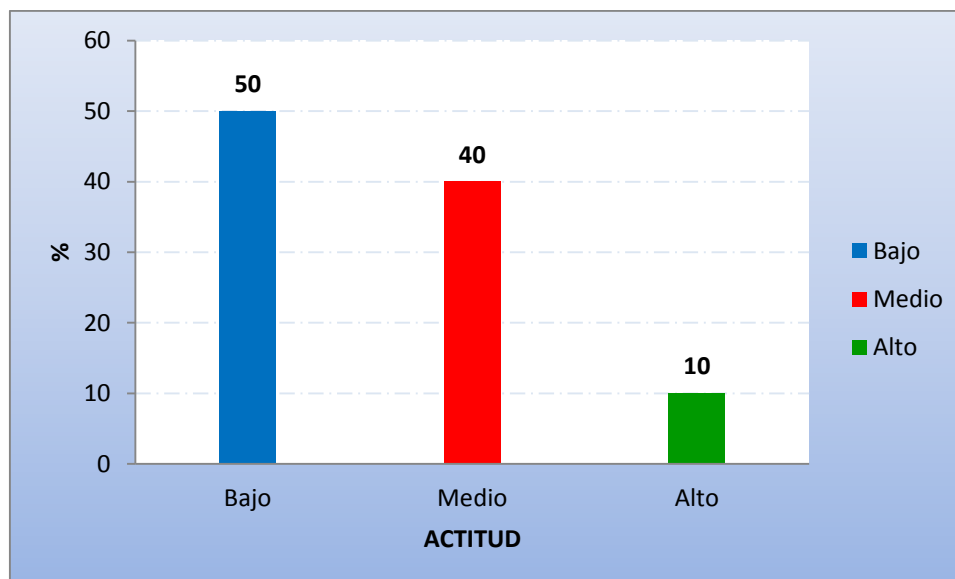
Tabla 3.

Nivel de actitudes sobre la cultura turística de los pobladores del Distrito de Cascas, Provincia de Gran Chimú – 2017.

ACTITUD	Escala	N°	%
Bajo	5 - 11	10	50
Medio	12 - 18	8	40
Alto	19 - 25	2	10
Total		20	100

Fuente: Aplicación de la encuesta de investigación, Trujillo – 2017.

Comentario: En la Tabla 3 se observa que el 50% de los pobladores del Distrito de Cascas obtienen nivel bajo de actitudes sobre la cultura turística, el 40% tienen nivel medio y el 10% de los pobladores del Distrito de Cascas obtienen nivel alto de actitudes sobre la cultura turística. Denotándose que las actitudes sobre la cultura turística de los pobladores del Distrito de Cascas es de nivel bajo (50%).



Fuente: Tabla 3.

Figura 3. Nivel de actitudes sobre la cultura turística de los pobladores del Distrito de Cascas, Provincia de Gran Chimú – 2017.

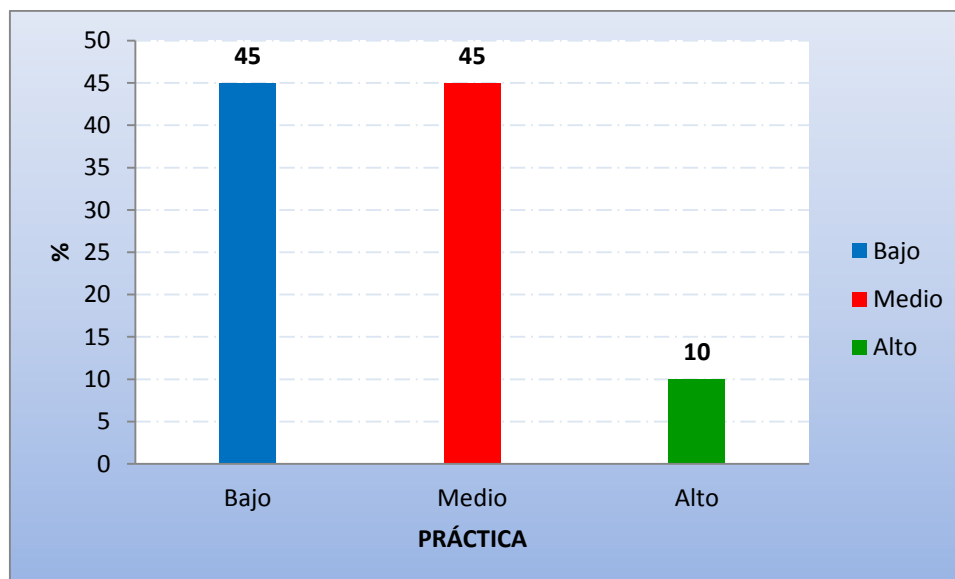
Tabla 4.

Nivel de prácticas sobre la cultura turística de los pobladores del Distrito de Cascas, Provincia de Gran Chimú – 2017.

PRÁCTICA	Escala	N°	%
Bajo	5 - 11	9	45
Medio	12 - 18	9	45
Alto	19 - 25	2	10
Total		20	100

Fuente: Aplicación de la encuesta de investigación, Trujillo – 2017.

Comentario: En la Tabla 4 se observa que el 45% de los pobladores del Distrito de Cascas obtienen nivel bajo de prácticas sobre la cultura turística, el 45% tienen nivel medio y el 10% de los pobladores del Distrito de Cascas obtienen nivel alto de prácticas sobre la cultura turística. Denotándose que las prácticas sobre la cultura turística de los pobladores del Distrito de Cascas es de nivel bajo (45%).



Fuente: Tabla 4.

Figura 4. Nivel de prácticas sobre la cultura turística de los pobladores del Distrito de Cascas, Provincia de Gran Chimú – 2017.

RESULTADOS DE APLICACIÓN DE ENCUESTA LUEGO DE LA EMISIÓN DEL PROGRAMA TELEVISIVO

Tabla 1.

Nivel de cultura turística en los pobladores del Distrito de Cascas, Provincia Gran Chimú, Región La Libertad - 2017.

CULTURA TURÍSTICA	Escala	Pre Test		Post Test	
		N°	%	N°	%
Bajo	15 - 35	10	50	0	0
Medio	36 - 55	9	45	3	15
Alto	56 - 75	1	5	17	85
Total		20	100	20	100
t_{cal} = 8.32		p = 0.000		< 0.05	

Fuente: Aplicación de la encuesta de investigación, Trujillo – 2017 (Anexo N°19).

Descripción: En la Tabla 1 se observa que en el pre-test el 50% de los pobladores obtienen nivel bajo de cultura turística de Cascas y el 45% tienen nivel medio, después de aplicar el Programa piloto de televisión local (post-test), el 85% de los pobladores obtienen nivel alto de cultura turística de Cascas y el 15% tienen nivel medio; evidenciándose un cambio de mejora en el nivel de cultura turística de Cascas del pre al post test. También se observa que el valor de la prueba estadística es $t_{cal} = 8.32$ con nivel de significancia menor al 5% ($p < 0.05$), demostrándose que el Programa piloto de televisión local mejora significativamente el nivel de cultura turística en los pobladores del Distrito de Cascas, Provincia Gran Chimú, Región La Libertad - 2017.

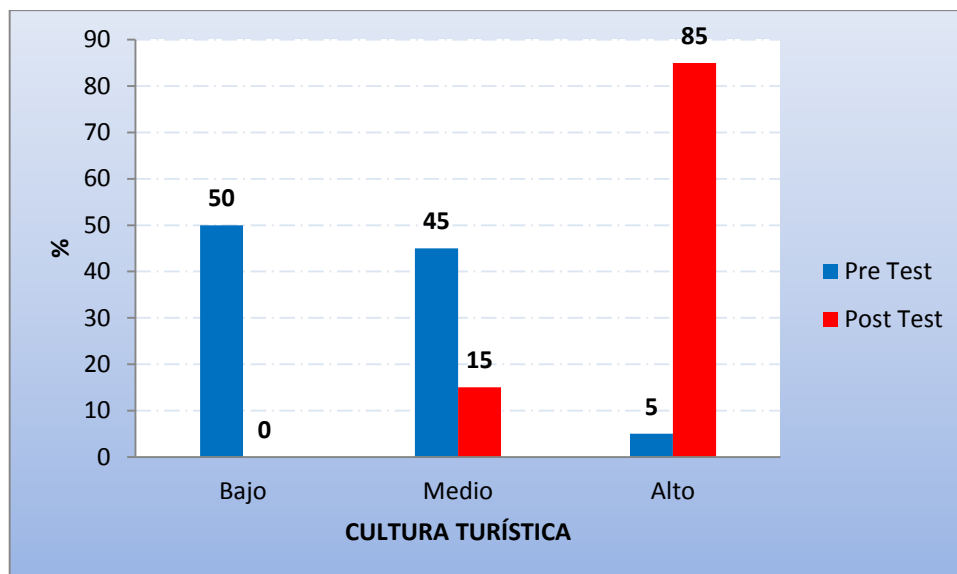


Figura 1. Nivel de cultura turística en los pobladores del Distrito de Cascas, Provincia Gran Chimú, Región La Libertad - 2017.

Tabla 2.

Nivel de conocimiento de los pobladores del Distrito de Cascas, Provincia Gran Chimú, Región La Libertad - 2017.

CONOCIMIENTO	Escala	Pre Test		Post Test	
		N°	%	N°	%
Bajo	5 - 11	8	40	0	0
Medio	12 - 18	11	55	2	10
Alto	19 - 25	1	5	18	90
Total		20	100	20	100
t_{cal} = 11.30		p = 0.000		< 0.05	

Fuente: Aplicación de la encuesta de investigación, Trujillo – 2017 (Anexo N° 19).

Descripción: En la Tabla 2 se observa que en el pre-test el 40% de los pobladores obtienen nivel bajo de conocimiento sobre la cultura turística de Cascas y el 55% tienen nivel medio, después de aplicar el Programa piloto de televisión local (post-test), el 90% de los pobladores obtienen nivel alto de conocimiento sobre la cultura turística de Cascas y el 10% tienen nivel medio; evidenciándose un cambio de mejora en el nivel de conocimiento sobre la cultura turística de Cascas del pre al post test. También se observa que el valor de la prueba estadística es $t_{cal} = 11.30$ con nivel de significancia menor al 5% ($p < 0.05$), demostrándose que el Programa piloto de televisión local mejora significativamente el nivel de conocimiento sobre cultura turística en los pobladores del Distrito de Cascas, Provincia Gran Chimú, Región La Libertad - 2017.

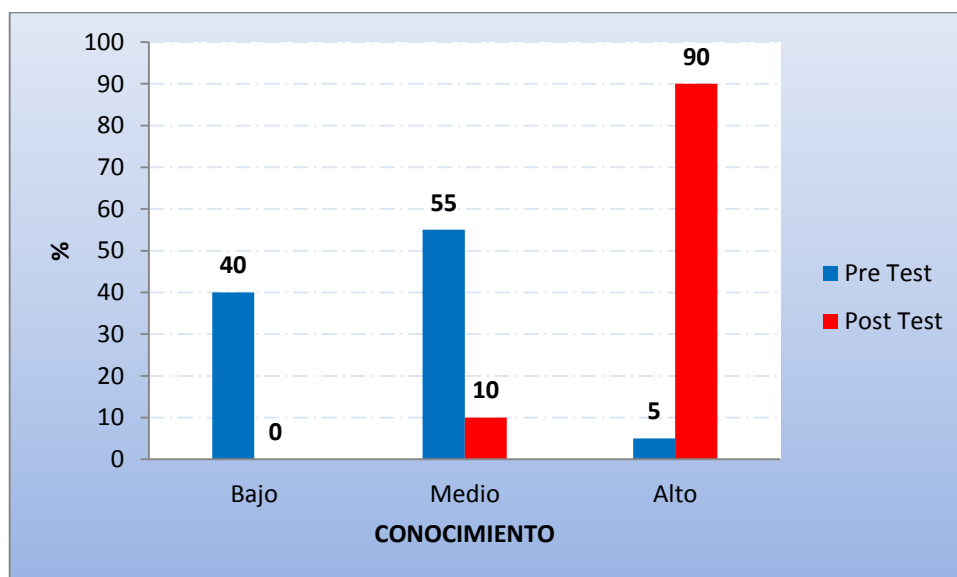


Figura 2. Nivel de conocimiento de los pobladores del Distrito de Cascas, Provincia Gran Chimú, Región La Libertad - 2017.

Tabla 3.

Nivel de actitud de los pobladores del Distrito de Cascas, Provincia Gran Chimú, Región La Libertad - 2017.

ACTITUD	Escala	Pre Test		Post Test	
		N°	%	N°	%
Bajo	5 - 11	10	50	0	0
Medio	12 - 18	8	40	3	15
Alto	19 - 25	2	10	17	85
Total		20	100	20	100
		t_{cal} = 13.01	p = 0.000	< 0.05	

Fuente: Aplicación de la encuesta de investigación, Trujillo – 2017 (Anexo N° 19).

Descripción: En la Tabla 3 se observa que en el pre-test el 50% de los pobladores obtienen nivel bajo de actitud sobre la cultura turística de Cascas y el 40% tienen nivel medio, después de aplicar el Programa piloto de televisión local (post-test), el 85% de los pobladores obtienen nivel alto de actitud sobre la cultura turística de Cascas y el 15% tienen nivel medio; evidenciándose un cambio de mejora en el nivel de actitud sobre la cultura turística de Cascas del pre al post test. También se observa que el valor de la prueba estadística es $t_{cal} = 13.01$ con nivel de significancia menor al 5% ($p < 0.05$), demostrándose que el Programa piloto de televisión local mejora significativamente el nivel de actitud sobre cultura turística en los pobladores del Distrito de Cascas, Provincia Gran Chimú, Región La Libertad - 2017.

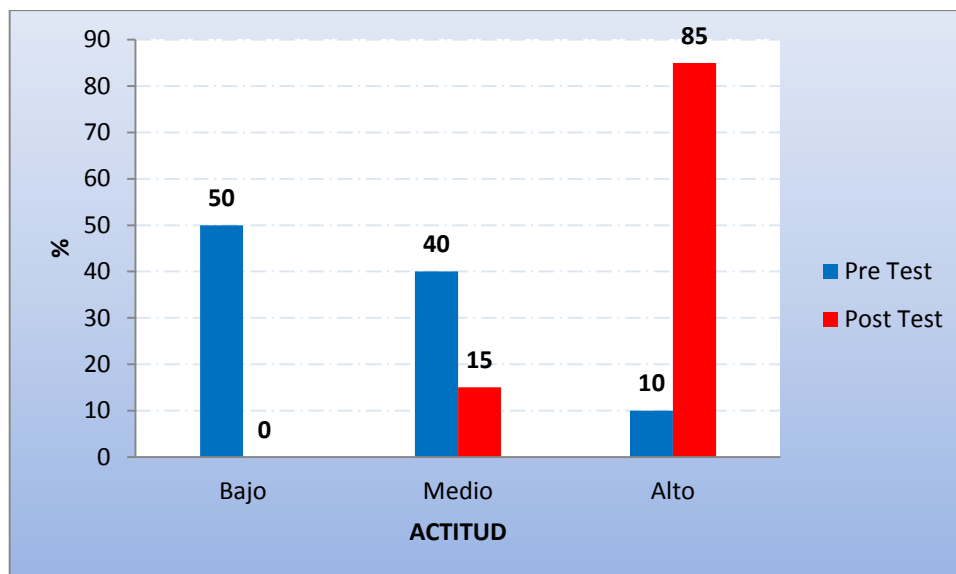


Figura 3. Nivel de actitud de los pobladores del Distrito de Cascas, Provincia Gran Chimú, Región La Libertad - 2017.

Tabla 4.

Nivel de práctica de los pobladores del Distrito de Cascas, Provincia Gran Chimú, Región La Libertad - 2017.

PRÁCTICA	Escala	Pre Test		Post Test	
		N°	%	N°	%
Bajo	5 - 11	9	45	0	0
Medio	12 - 18	9	45	4	20
Alto	19 - 25	2	10	16	80
Total		20	100	20	100
t_{cal} = 10.79		p = 0.000		< 0.05	

Fuente: Aplicación de la encuesta de investigación, Trujillo – 2017 (Anexo N° 19).

Descripción: En la Tabla 4 se observa que en el pre-test el 45% de los pobladores obtienen nivel bajo de práctica sobre la cultura turística de Cascas y el 45% tienen nivel medio, después de aplicar el Programa piloto de televisión local (post-test), el 80% de los pobladores obtienen nivel alto de actitud sobre la cultura turística de Cascas y el 20% tienen nivel medio; evidenciándose un cambio de

mejora en el nivel de práctica sobre la cultura turística de Cascas del pre al post test. También se observa que el valor de la prueba estadística es $t_{cal} = 10.79$ con nivel de significancia menor al 5% ($p < 0.05$), demostrándose que el Programa piloto de televisión local mejora significativamente el nivel de práctica sobre cultura turística en los pobladores del Distrito de Cascas, Provincia Gran Chimú, Región La Libertad - 2017.

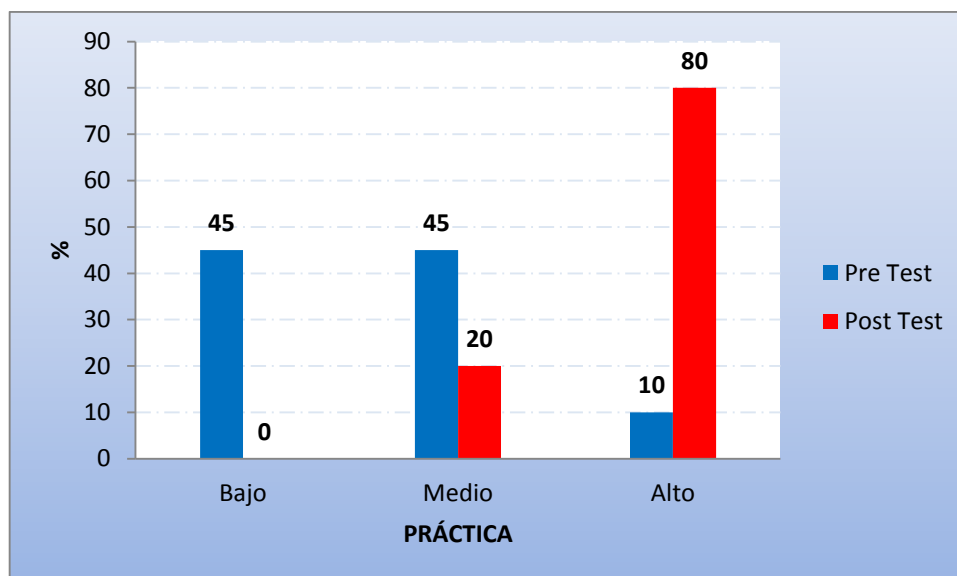


Figura 4. Nivel de práctica de los pobladores del Distrito de Cascas, Provincia Gran Chimú, Región La Libertad - 2017.

IV. DISCUSIÓN

DISCUSIÓN

Los resultados del pre test de la cultura turística se muestrean de nivel bajo (50%), nivel medio (45%) y nivel alto (5%); luego los resultados del post test se muestran de nivel alto (85%), nivel medio (15%) y nivel bajo (0%). Evidenciándose que el Programa piloto de televisión local influye en la mejora de la cultura turística de los pobladores del Distrito de Cascas, Provincia Gran Chimú, Región La Libertad - 2017. (Ver Tabla 1).

MINCETUR manifiesta que debido al progresivo impacto económico del turismo en nuestro país, lo ubican en una situación privilegiada en el ámbito internacional y a nivel nacional se muestra un perfil favorable en crecimiento del turismo interno, debido al aumento del poder adquisitivo de la clase media y el aumento del flujo de turistas.

Los resultados del pre test del conocimiento de la cultura turística se expresa de nivel bajo (40%), nivel medio (55%) y nivel alto (5%); luego los resultados del post test se comportan de nivel alto (90%), nivel medio (10%) y nivel bajo (0%). Evidenciándose que el Programa piloto de televisión local influye en la mejora del conocimiento de la cultura turística de los pobladores del Distrito de Cascas, Provincia Gran Chimú, Región La Libertad - 2017. (Ver Tabla 2).

PROMPERÚ (2013) señala que se ejecutaron más de 4 millones de viajes por recreación y vacaciones dentro del Perú. Por ello debemos tomar con responsabilidad y mirando al futuro al crecimiento de la actividad turística.

Los resultados del pre test de la actitud de la cultura turística se expresa de nivel bajo (50%), nivel medio (40%) y nivel alto (10%); después los resultados del post test se exponen de nivel alto (85%), nivel medio (15%) y nivel bajo (0%). Evidenciándose que el Programa piloto de televisión local influye en la mejora de la actitud de la cultura turística de los pobladores del Distrito de Cascas, Provincia Gran Chimú, Región La Libertad - 2017. (Ver Tabla 3).

Martínez (2005) señala que las fases de la evolución turística desarrollada por Richard Butler, en donde la cultura turística ya debe estar aceptada por los ciudadanos para generar el turismo en sus zonas ecoturísticas.

Los resultados del pre test de la práctica de la cultura turística se expresa de nivel bajo (45%), nivel medio (45%) y nivel alto (10%); luego los resultados del post test se muestran de nivel alto (80%), nivel medio (20%) y nivel bajo (0%). Evidenciándose que el Programa piloto de televisión local influye en la mejora de la práctica de la cultura turística de los pobladores del Distrito de Cascas, Provincia Gran Chimú, Región La Libertad - 2017. (Ver Tabla 4).

En muchas localidades, el turismo conforma un sector menor, se está expandiendo considerablemente y adquiere mayor prestancia en el futuro. Muchos territorios del mundo como un gran número de países y sus respectivas áreas, todavía están lejanos para cumplir y llegar al desarrollo turístico, por lo consiguiente se tendría que poner énfasis a la cultura turística, hacer de ello un potencial para poder caminar con paso firme hacia el progreso de los pueblos, manejando con prudencia los recursos y medios de comunicación para hacer posible la difusión y concientización del potencial turístico que podemos aprovechar y cuidar; sintiéndonos identificados con ello y con nuestra cultura.

El puntaje promedio obtenido en el pre test de la cultura turística es 36.5 y en el post test es de 66.7, existiendo una diferencia del 30.2 la cual expresa el 40.2%. El valor de la prueba estadística t-student es $t_{cal} = 11.30$ siendo mayor al valor tabular $t_{tab} = 1.73$ ($t_{cal} > t_{tab}$) y el nivel de significancia es $p = 0.000$ la cual es menor al 5% ($p < 0.05$), por ello se demuestra que el Programa piloto de televisión local contribuye en la mejora de la cultura turística de los pobladores del Distrito de Cascas, Provincia Gran Chimú, Región La Libertad - 2017. (Ver Tabla 1).

Éste resultado concuerda con la investigación realizado por Gutiérrez, Merly (2013) en su tesis “Plan de Comunicación Enoturístico para promover el Desarrollo Sostenible del Distrito de Cascas, Provincia Gran Chimú, Región La Libertad, Periodo 2013”. Concluye que hasta el momento no se elaboró un plan de Comunicación ecoturístico en el Distrito de Cascas, que cuente con la siguiente estructura: Diagnostico situacional del Distrito de Cascas, determinar la relación existente entre la actividad vitivinícola con los recursos turísticos, definir objetivos, definir al público objetivo, así como elaborar estrategias pertinentes para lograr cada objetivo, diseñando un cronograma de actividades, con su respectiva planificación de presupuestos y realizar la evaluación final del plan de

comunicación. Las actividades más adecuadas para contribuir al desarrollo sostenible del Distrito de Cascas son: la coordinación con instituciones públicas y privadas y la promoción de circuitos turísticos.

El puntaje promedio obtenido en el pre test del conocimiento sobre la cultura turística es de 12.5 y en el post test es de 22.8, mostrando una diferencia del 10.3 la cual equivale al 41.2%. El valor de la prueba estadística t-student es $t_{cal} = 13.01$ siendo mayor al valor tabular $t_{tab} = 1.73$ ($t_{cal} > t_{tab}$) y el nivel de significancia es $p = 0.000$ la cual es menor al 5% ($p < 0.05$), por ello se demuestra que el Programa piloto de televisión local influye significativamente en la mejora del conocimiento sobre la cultura turística de los pobladores del Distrito de Cascas, Provincia Gran Chimú, Región La Libertad - 2017. (Ver Tabla 2).

Este resultado concuerda con la investigación realizado por Melgar, Yasmina (2013) en su tesis "Plan de Comunicación Unidos por tu Comunidad siembra, cultiva y cosecha la talla o tara (*Caesalpinaspinosa*) para promover su comercialización en la comunidad de Ñary, Distrito de Simbal – Trujillo". Concluye que el plan de comunicación que se construyó fue teniendo en cuenta el diagnóstico inicial de la situación, el análisis para el factor económico, social, demográfico y ecológico y por último se realizó un análisis FODA, para profundizar el estudio. Se elaboraron las estrategias de comunicación contemplando su realidad sociocultural

El puntaje promedio conseguido en el pre test de la actitud sobre la cultura turística es de 12.0 y en el post test es de 23.2, mostrando una diferencia del 11.2 la cual equivale el 44.8%. El valor de la prueba estadística t-student muestra que es $t_{cal} = 8.32$ siendo mayor al valor tabular $t_{tab} = 1.73$ ($t_{cal} > t_{tab}$) y el nivel de significancia es $p = 0.000$ la cual es menor al 5% ($p < 0.05$), por ello se demuestra que el Programa piloto de televisión local influye significativamente en la mejora de la actitud sobre la cultura turística de los pobladores del Distrito de Cascas, Provincia Gran Chimú, Región La Libertad - 2017. (Ver Tabla 3).

El resultado antes manifestado tiene relación con la investigación realizado por Arrieta, C., Solís, J. y Zapatero, G. (2010) en su tesis "Planeamiento estratégico para el desarrollo turístico del valle de Lurín". Concluye que el turista interno que

visita el valle procede de la capital de nuestro país y prioriza bastante el descanso y la relajación. Sus preferencias son los destinos con paisajes y de naturaleza. También hace visita con sus familiares cercanos y realiza un gasto promedio de S/.100 nuevos soles. Por ello cabe destacar que existe un importante componente de turistas. El valle de Lurín, posee una gran deficiencia puesto que cada municipalidad trabaja independientemente para generar turismo, mediante los recursos turísticos que poseen, debido a que no tienen un organismo que impulse el desarrollo turístico a toda la zona. Los factores críticos determinados para fomentar el turismo en el valle de Lurín, es la demanda de fortalecer los atractivos turísticos de la zona, ampliando una estrategia genérica de diferenciación, por ello plantean estrategias alternativas de desarrollo de productos y penetración de mercados agrupados en lugares de mayor potencial del valle.

El puntaje promedio obtenido en el pre test de la práctica sobre la cultura turística es de 12.0 y en el post test es de 20.7, mostrando una diferencia del 8.7 la cual equivale el 34.6%. El valor de la prueba estadística t-student es $t_{cal} = 34.6$ siendo mayor al valor tabular $t_{tab} = 1.73$ ($t_{cal} > t_{tab}$) y el nivel de significancia es $p = 0.000$ la cual es menor al 5% ($p < 0.05$), por ello se demuestra que el Programa piloto de televisión local influye significativamente en la mejora de la práctica sobre la cultura turística de los pobladores del Distrito de Cascas, Provincia Gran Chimú, Región La Libertad - 2017. (Ver Tabla 4).

Éste resultado concuerda con la investigación realizado por Montoya, María (2013) en su documento "Turismo Comunitario y Desarrollo Rural: interacción y escalamiento de innovaciones". Concluye que los asuntos de turismo rural conoedores son muestras de prácticas de invención comercial, son el servicio turístico en territorios rurales, que muestran la complejidad del proceso que sigue para su perfección en determinado contexto. En los tres atractivos turísticos se muestra que deben establecer mecanismos que involucren a los jóvenes dentro de esta actividad como iniciativas; puesto que les otorga y ayuda a desarrollar muchas habilidades en manejo de información y manipulación a nuevas tecnologías. Así como abre las puertas a nuevas oportunidades en los espacios urbanos, nuevos mercados; que son elementos fundamentales en la organización, difusión y progreso de emprendimientos de esta índole.

V. CONCLUSIONES

CONCLUSIONES

Luego de presentar la discusión de resultados de la presente investigación, a continuación se expone las conclusiones:

- Se demostró que el programa piloto de televisión local contribuye significativamente ($p < 0.05$) mejorar el nivel de cultura turística de los pobladores del Distrito de Cascas, Provincia Gran Chimú, Región La Libertad - 2017.
- La cultura turística de los pobladores de Cascas, provincia Gran Chimú, región La Libertad, 2017, se encontró en un nivel bajo 50% con respecto a su cultura turística antes de la emisión del programa televisivo local.
- Para la elaboración del programa televisivo local, se realizó un estudio de mercado para construir el perfil del programa, que es turístico.
- La aplicación del programa piloto de televisión local contribuye significativamente ($p < 0.05$) a mejorar el nivel de conocimiento sobre la cultura turística de los pobladores del Distrito de Cascas, Provincia Gran Chimú, Región La Libertad - 2017.
- La aplicación del programa piloto de televisión local contribuye significativamente ($p < 0.05$) a mejorar el nivel de actitud sobre la cultura turística de los pobladores del Distrito de Cascas, Provincia Gran Chimú, Región La Libertad - 2017.
- La aplicación del programa piloto de televisión local contribuye significativamente ($p < 0.05$) a mejorar el nivel de práctica sobre la cultura turística de los pobladores del Distrito de Cascas, Provincia Gran Chimú, Región La Libertad - 2017.

VI. RECOMENDACIONES

RECOMENDACIONES

1. El área de turismo de la Municipalidad Provincial Gran Chimú, debe desarrollar e implementar planes de manejo y mecanismos efectivos que controlen, reglamenten y amplíen el turismo que fluye hacia las zonas turísticas. Además también pautas profesionales establecidas para la planificación y el manejo de áreas protegidas.
2. El área de turismo de la Municipalidad Provincial Gran Chimú debe establecer diálogos de comunicación con las comunidades locales acerca del desarrollo del turismo y de las oportunidades que ofrece dicho sector, a fin de maximizar los beneficios para los lugares turísticos que ofrece el Distrito de Cascas.
3. Los pobladores de Cascas debe requerir el desarrollo de estrategias ecoturísticas al área de turismo de la Municipalidad Provincial Gran Chimú, como parte de los estudios gubernamentales de planificación que están relacionadas de una u otra manera con el sector turismo, clarificando los mandatos jurisdiccionales y las responsabilidades de los distintos organismos involucrados en la planificación y el manejo del ecoturismo.
4. La Municipalidad Provincial Gran Chimú debe explorar las oportunidades dentro del mercado para el arte y las artesanías, posiblemente con la ayuda de las ONGs y aquellos organismos nacionales que fomenten el ecoturismo.
5. El sector de imagen institucional de la Municipalidad Provincial Gran Chimú, debe emprender proyectos para contar con la logística adecuada para poder producir un programa de televisión (equipos, cámaras, espacio, luces, etc.)
6. Al área de turismo de la Municipalidad Provincial Gran Chimú para que se capacite más a los orientadores turísticos y pueda promover la cultura turística de los casquinos de la mano de los medios de comunicación, para su difusión.
7. A la Facultad de Ciencias de la Comunicación para que incentiven en los estudiantes a desarrollar temas de comunicación en el ámbito local, en las distintas provincias y distritos de la región La Libertad.

VII. REFERENCIAS

BIBLIOGRAFÍA

- Cebrián, Aurelio (2001) “Turismo Cultural y Desarrollo Sostenible”. Universidad de Murcia. España. 1era edición.
- Díaz, Juan (2008) “Síntesis Monográfica del Distrito de Cascas”. Edición 2008.
- Gonzales, Manuel (2012) “Cultura Turística de la Población Local Anfitriona Del Turismo”, 272 págs.
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado y Pilar Baptista L. (2006). “Metodología de la Investigación”. Editorial McGrawHill. México, D.F
- Oscar Garaycochea (2007) “Lenguaje Audiovisual”. Cap 5. Escuela de Cine y Televisión, Universidad de Chile.
- López N y Gómez L (2012) “Géneros, formatos y programas de televisión preferido por los jóvenes”. Publicada en Revista de Comunicación y Tecnologías Emergentes. Madrid, España.

LINKOGRAFIAS

- <http://www.edcom.espol.edu.ec/sites/edcom.espol.edu.ec/files/proyecto6.pdf>
- <http://dspace.unia.es/handle/10334/757>
- <https://metodologiaecs.wordpress.com/2016/01/31/libro-metodologia-de-la-investigacion-6ta-edicion-sampieri-pdf/>
- <http://www.mincetur.gob.pe/>
- www.elmundoforestal.com
- www.municanta.gob.pe
- http://nulan.mdp.edu.ar/550/1/varisco_c.pdf
- http://perio.unlp.edu.ar/tpm/textos/tpm-lenguaje_audiovisual.pdf
- <https://repository.uaeh.edu.mx/bitstream/bitstream/handle/123456789/14620/muestraMuestreo.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- www.regionlalibertad.gob.pe
- <http://www.tvperu.gob.pe>

VIII. ANEXOS

ANEXO N° 01

MATRIZ DE CONSISTENCIA LÓGICA PARA LA ELABORACIÓN DE LOS INSTRUMENTOS PARA EL PROGRAMA

OBJETIVO GENERAL	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	TÉCNICAS	INSTRUMENTOS	UNIDAD DE ANÁLISIS	ASPECTOS TEMÁTICOS	ÍTEMS
<p>Demostrar que el programa televisivo piloto contribuye a impulsar la cultura turística del distrito de Cascas, provincia Gran Chimú, región La Libertad, en el año 2017.</p>	<p>Realizar un estudio de mercado para elaborar el programa televisivo local turístico para fomentar la cultura turística en los pobladores casquinos.</p>	<p>Encuesta</p>	<p>Cuestionario</p>	<p>40 pobladores de la localidad Cascas. Personas de ambos sexos, entre 12 a 40 años de edad, con un estilo de vida progresistas y conservadoras.</p>	<p>Planificación</p>	<ul style="list-style-type: none"> • ¿Si existiera un programa turístico televisivo local, como te gustaría que se llame? <ul style="list-style-type: none"> a) Conociendo mi Tierra b) Rutas de Cascas c) El Casquino d) Otro:..... • ¿En qué horario del día le gustaría que se transmitiera? <ul style="list-style-type: none"> a) Mañana b) Tarde c) Noche <p>Especifique la hora:</p> • ¿Qué desearía ver en el programa turístico televisivo local? <ul style="list-style-type: none"> a) Reportajes b) Entrevistas

						<p>c) a y b</p> <p>Otros:</p> <ul style="list-style-type: none">• ¿Cree que mediante un programa televisivo local se pueda fomentar la cultura turística del Distrito de Cascas? ¿Por qué? a) Sí b) No
--	--	--	--	--	--	---

ANEXO N° 02

Encuesta aplicada a 40 personas de la ciudad de Cascas, para recolectar información con respecto al programa de televisión local para impulsar la cultura

ENCUESTA PARA PROGRAMA DE TELEVISIÓN

Nombre y apellidos:.....

Sexo: F M

INTRODUCCIÓN: En la siguiente encuesta marque la respuesta que considere apropiada.

1. ¿Si existiera un programa turístico televisivo local, como te gustaría que se llame?

- a) Conociendo mi Tierra b) Rutas de Cascas
- c) El Casquino
- d) Otro:

2. ¿En qué horario del día le gustaría que se transmitiera?

- a) Mañana b) Tarde c) Noche
- Especifique la hora:

3. ¿Qué desearía ver en el programa turístico televisivo local?

- a) Reportajes b) Entrevistas c) a y b
- d) Otros:

4. ¿Cree que mediante un programa televisivo local se pueda fomentar la cultura turística del Distrito de Cascas? ¿Por qué?

- a) Sí b) No
-
-

ANEXO N° 03

Fotografías de la aplicación de la encuesta que se muestra en el ANEXO N° 1, al público casquino de la ciudad de Cascas.

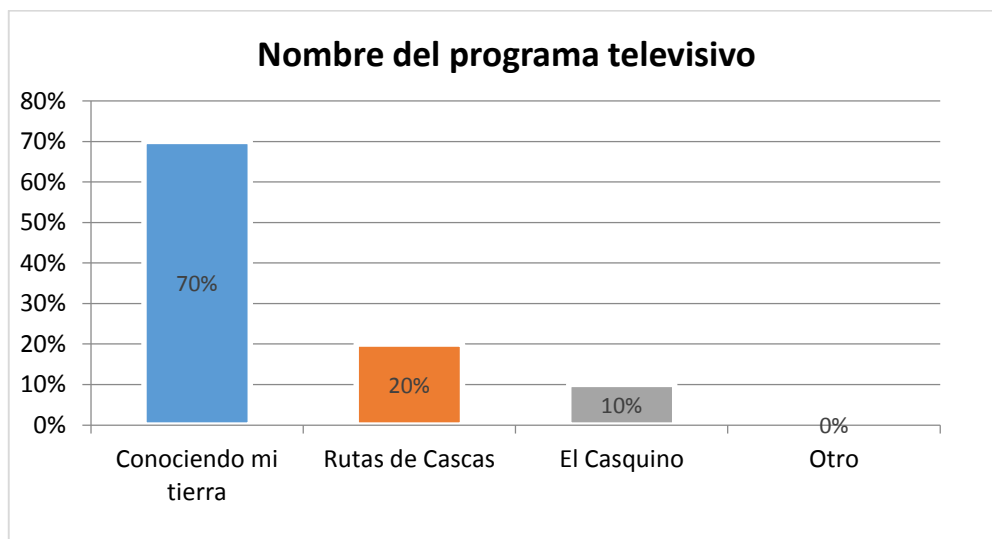




ANEXO N° 04

Resultados de la encuesta que se muestra en el ANEXO N° 02, aplicada a 40 pobladores de la ciudad de Cascas

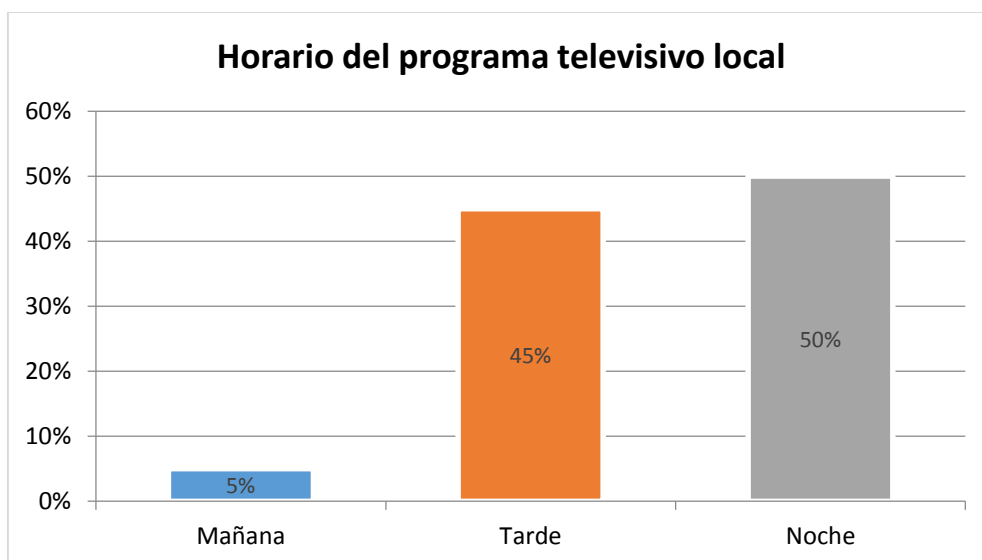
1. *¿Si existiera un programa turístico local, como le gustaría que se llame?*



COMENTARIO

El 70% de casquinos encuestados prefieren que el programa televisivo local, se llame "Conociendo mi tierra", sin embargo otro 20% prefiere que se llame "Rutas de Cascas", un 10% optan por el nombre de "El Casquino" y ninguno propuso otro nombre para el programa televisivo.

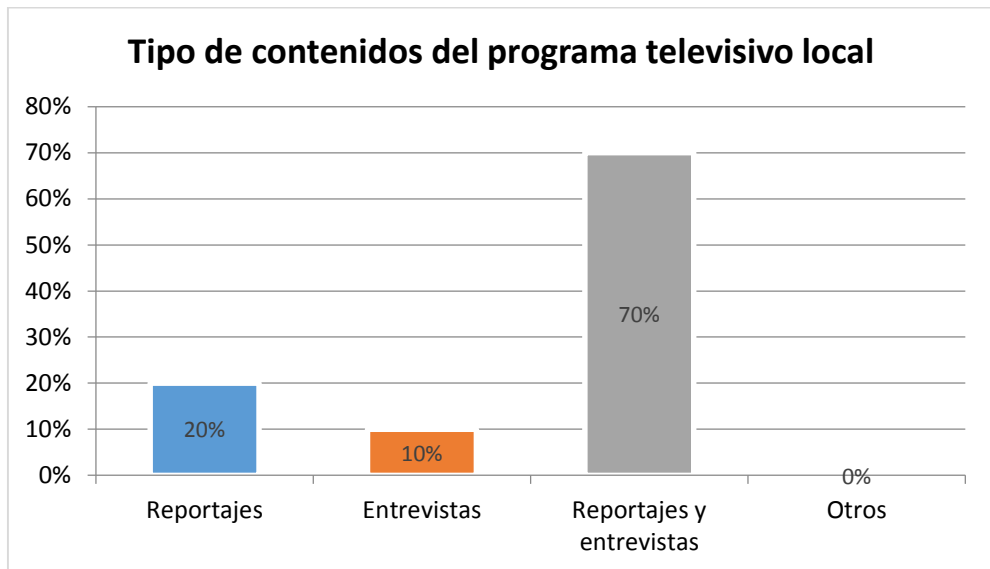
2. *¿En qué horario del día le gustaría que se transmitiera?*



COMENTARIO

El 50% de casquinos encuestados optan a que el programa televisivo local se emita por la noche, seguido de un 45% que prefieren ver en un horario por la tarde y solo el 5% prefiere verlo por la mañana.

3. ¿Qué desearía ver en el programa turístico televisivo local?



COMENTARIO

El 70% de casquinos encuestados prefieren ver reportajes y entrevistas, un 20% solo reportajes y un 10% solo entrevistas y ninguno opto por otro tipo de contenidos.

4. ¿Cree que mediante un programa televisivo local se pueda fomentar la cultura turística del distrito de Cascas? ¿Por qué?



COMENTARIO

Todos los casquinos encuestados si creen que mediante un programa televisivo local se puede fomentar la cultura turística del distrito de Cascas.

Al preguntar la razón o razones esto es lo que contestaron:

- Estaríamos más informados de los sitios turísticos de nuestro Cascas.
- Conoceríamos más sobre nuestro Distrito de Cascas.
- Mejorar sus lugares y nuestro pueblo.
- Porque permite la participación de personas que conocen nuestro pasado – presente.

ANEXO N° 05

Análisis de confiabilidad estadística del instrumento que evalúa los conocimientos, actitudes y prácticas sobre la Cultura turística del Distrito de Cascas.

Nº	CONOCIMIENTOS					ACTITUDES					PRÁCTICAS				
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
1	3	2	2	3	2	2	2	2	2	2	3	2	2	3	3
2	5	4	5	3	5	5	3	3	4	4	4	5	5	4	5
3	1	3	1	2	2	1	2	2	2	2	3	2	2	1	3
4	4	3	4	3	3	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4
5	3	2	2	1	2	3	2	3	3	2	1	2	1	2	2
6	5	4	4	5	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4
7	3	3	2	3	2	2	2	2	1	2	3	3	2	2	1
8	4	4	4	3	4	4	4	3	3	4	5	4	4	5	5
9	2	3	1	2	1	1	1	2	2	1	2	2	2	1	2
10	4	5	3	5	4	3	4	4	4	4	4	4	4	5	3

Fuente: Muestra Piloto.

1. Prueba de Confiabilidad del Instrumento que evalúa los conocimientos, actitudes y prácticas sobre la Cultura turística del Distrito de Cascas “α” de Cronbach.

$$\alpha = \frac{k}{k-1} \times \left(1 - \frac{\sum S_i^2}{S_t^2} \right)$$

Dónde:

α: Coeficiente de Confiabilidad

K: Número de ítems

S_i^2 : Varianza de cada ítem

S_t^2 : Varianza del total de ítems

Σ: Sumatoria

Cálculo de los datos:

$$K = 15$$

$$\sum S_i^2 = 22.100$$

$$S_t^2 = 245.878$$

Reemplazando:

$$\alpha = \frac{15}{15-1} \times \left(1 - \frac{22.100}{245.878} \right) = 0.975 > 0.70 \Rightarrow \text{Confiable}$$

Confiabilidad según ítems:

ÍTEMS	CONOCIMIENTOS	ACTITUDES	PRÁCTICAS
Ítem 1	0.889		
Ítem 2	0.921		
Ítem 3	0.895		
Ítem 4	0.927		
Ítem 5	0.878		
Ítem 6		0.939	
Ítem 7		0.917	
Ítem 8		0.939	
Ítem 9		0.921	
Ítem 10		0.911	
Ítem 11			0.939
Ítem 12			0.917
Ítem 13			0.939
Ítem 14			0.921
Ítem 15			0.911
α dimensiones	0.921	0.940	0.942
α total	0.975		

Fuente: Información obtenida de la muestra piloto.
Salida SPSS Vrs. 23.0

ANEXO N° 06

Logotipo para el programa televisivo local “Conociendo mi tierra”



El logotipo está conformado por varios elementos: el racimo de una ubicado al margen inferior izquierdo, pues hace referencia al producto bandera que produce el Distrito de Cascas; el cerro que expresa el relieve del Distrito de Cascas, pues existe muchos cerros y denota la aventura y caminata y por ultimo las letras que dicen “Conociendo mi tierra”. Todos los elementos son de color morado oscuro.

ANEXO N° 07

ESQUEMA DEL PROYECTO DE PROGRAMA TELEVISIVO LOCAL

1. PROGRAMA TELEVISIVO: “CONOCIENDO MI TIERRA”

2. DEFINICIÓN DEL PROGRAMA

Este programa trata diversos temas la riquezas turísticas y culturales del Distrito de Cascas. El programa tiene como nombre “Conociendo mi Tierra”, el cual tiene la finalidad de mostrar los atractivos turísticos del distrito de Cascas, sus costumbres, creencias, festividades, gastronomía, artesanía, historia, leyendas, etc.; es decir todas las manifestaciones materiales e inmateriales que forman la cultura de Cascas.

3. CANAL DE TRANSMISIÓN:

Televisión Municipal y cable del Distrito de Cascas.

4. PÚBLICO OBJETIVO

Nuestro programa va dirigido a personas con el siguiente perfil:

- **Variables sociales**

Este programa va dirigido para hombres y mujeres de 15 a 60 años de edad, la mayoría son progresistas y conservadoras.

- **Variables geográficas**

El público objetivo son hombres y mujeres que pertenecen al Distrito de Cascas, provincia Gran Chimú, región La Libertad.

- **Variables Socioculturales**

Las creencias, valores y costumbres propios de la población de la sierra norte del Perú.

- **Variables Sico gráficas**

Nuestro público objetivo tiene un estilo de vida que pertenece a familias **progresistas y conservadoras**.

- ✓ **Progresistas**

- Hombres que buscan permanentemente el progreso personal y familiar.
- Son es su mayoría obreros, empleados y empresarios.
- Su meta es conseguir dinero por medio del trabajo y piensan que el éxito radica en el esfuerzo y tiempo relacionado al trabajo.
- La vía de progreso es la educación.
- Compran lo necesario para consumir.
- Buscan rendimiento económico.
- Pasan la mayor parte de tiempo en la calle y en sus centros de trabajo.
- Son obreros, trabajadores, empleados.
- Prefieren lo bueno, bonito y barato.
- Utilizan la Televisión para informarse.

✓ **Conservadoras**

- Son en su mayoría amas de casa o empleadas domésticas.
- Personas dedicadas a la crianza de los hijos.
- Son personas muy ahorrativas.

• **Personalidad**

La personalidad de nuestro público es pasivo, conformista, heterogéneo.

✓ **Indiferente**

Ya que el oyente deja pasar por alto aquellas deficiencias que encuentra al momento de sintonizar el programa. No reclama, simplemente no vuelve a escuchar el programa radial, ya que nunca se atreve a reclamar sus derechos como oyente

✓ **Heterogéneo**

Porque cada consumidor presenta sus propias características en su personalidad y actitudes.

5. MARCO TEMPORAL DEL PROGRAMA

Este programa se emitirá en un horario por las tardes de 5:00 p.m.

Por el cable que tiene cobertura en la ciudad se emitirá en el canal 24, al mediodía y por las noches.

Se emitirá los días martes, jueves y sábados.

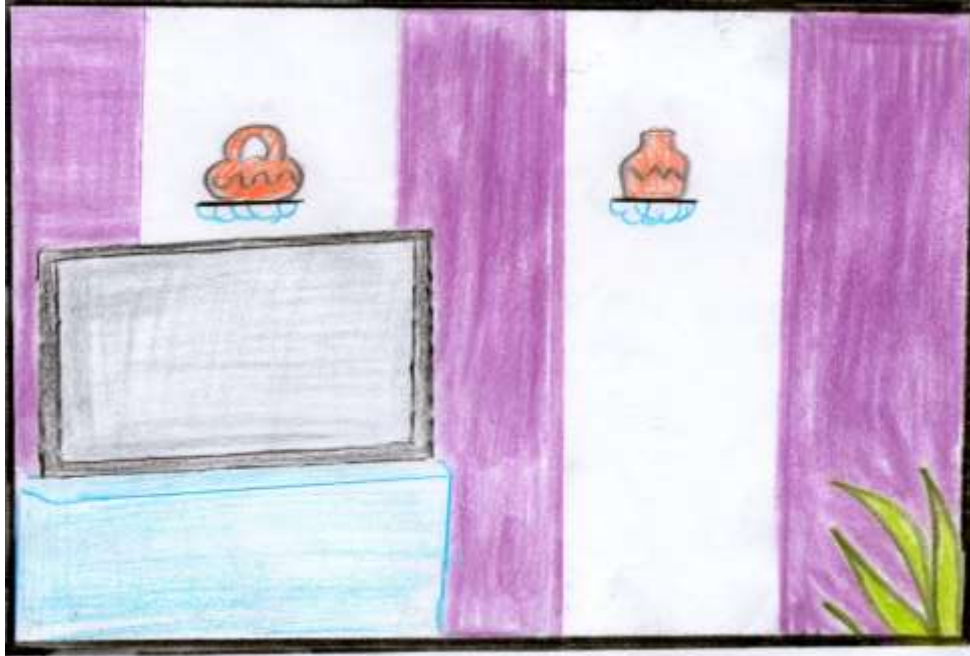
El tiempo de emisión es de 35 - 40 minutos.

6. ESTRUCTURA DEL PROGRAMA

N° DE BLOQUE	DETALLE	TIEMPO
BLOQUE 1		
Careta de entrada	Aparecerá el logotipo y se escuchara la música que identificará al programa.	10 segundos
Saludo y presentación de programa	Baile y saludo del conductor y mención del contenido del programa.	2 minutos con 50 segundos
Reportaje 1	Presentación del reportaje, emisión del reportaje y comentario del conductor.	6 minutos
Reportaje 2	Presentación del reportaje, emisión del reportaje y comentario del conductor.	5 minutos
Corte Comercial	Publicidad local	6 minutos
BLOQUE N° 2		
Reportaje 3	Presentación del reportaje, emisión del reportaje y comentario del conductor.	9 minutos
Reportaje 4	Presentación del reportaje, emisión del reportaje y comentario del conductor.	8 minutos
Corte comercial	Publicidad local	6 minutos
BLOQUE N° 3		
Entrevista o reportajes	Con la persona pública de Cascas determinada, en el transcurso de la entrevista se ira mostrando imágenes o pequeñas notas.	15 minutos
Despedida del programa	Conductor despide el programa	1 minuto 50 segundos
Careta de salida	Aparecerá el logotipo y se escuchara la música que identificará al programa.	10 segundos

ANEXO N°08

Dibujo de la idea del set de televisión para el programa televisivo “Conociendo mi tierra”



ANEXO N° 09

Set de televisión para el programa “Conociendo mi tierra”, cuyos colores son el morado y blanco, pues son los colores representativos del Distrito de Cascas.



Set de televisión

- Colores de fondo blanco y morado
- Un televisor
- Artesanías que están colocadas en pequeñas repisas sobre unos tapetes de nailo blanco.
- Cada franja morada está iluminada.
- Un jarrón con plantas de agua.
- Caja de uvas.

ANEXO N° 10

Tipos de planos que se utilizarán para grabar la conducción en el set de televisión para el programa “Conociendo mi tierra”.



Plano americano, ángulo normal



Plano medio, ángulo normal



Plano conjunto, ángulo picado



Plano detalle, ángulo normal

ANEXO N° 11

Cintillo y frases para el programa televisivo “Conociendo mi tierra”



Conforman el cintillo el logotipo del programa televisivo “Conociendo mi tierra”, ubicado al margen inferior izquierdo de la pantalla. Los dos rectángulos que la conforman uno es morado oscuro y el otro blanco. La tipografía utilizada para el rectángulo morado oscuro es Myriad Arabic Bold (tamaño 92) y para el rectángulo blanco es Myriad Regular (tamaño 76.5)



Frases que van saliendo en el transcurso de los comentarios del conductor en un rectángulo morado oscuro.

ANEXO N° 12

Programación de contenidos para el programa “Conociendo mi tierra”, que se emitirá en el mes de noviembre, consta de 5 programas en total.

PROGRAMA N° 1 DE “CONOCIENDO MI TIERRA”

N° DE BLOQUE	DETALLE	TIEMPO
BLOQUE 1		
Careta de entrada	Aparecerá el logotipo y se escuchara la música que identificara al programa.	10 segundos
Saludo y presentación de programa	Baile y saludo del conductor y mención del contenido del programa.	2 minutos
Reportaje 1	Atractivos turísticos del Distrito de Cascas (manifestaciones arqueológicas, coloniales, sitios naturales).	6 minutos
Reportaje 2	Cerro Chunkason (Contaminación) Semana Santa	5 minutos
Corte Comercial	Publicidad local	6 minutos
BLOQUE N° 2		
Reportaje 3	Festividad del Arcángel San Gabriel, patrono de la Parroquia de Cascas.	9 minutos
Entrevista	Rolando Estela Díaz	8 minutos
Corte comercial	Publicidad local	6 minutos
BLOQUE N° 3		
Reportajes 4 y 5	Conjunto arqueológico de Cojitambo Colección arqueológica del Sr. José Saldaña Cuestas de Cojitambo	15 minutos
Despedida del programa	Conductor despide el programa	1 minuto 50 segundos
Careta de salida	Aparecerá el logotipo y se escuchara la música que identificara al programa.	10 segundos

PROGRAMA N° 2 DE “CONOCIENDO MI TIERRA”

N° DE BLOQUE	DETALLE	TIEMPO
BLOQUE 1		
Careta de entrada	Aparecerá el logotipo y se escuchara la música que identificara al programa.	10 segundos
Saludo y presentación de programa	Baile y saludo del conductor y mención del contenido del programa.	2 minutos
Reportaje 1	Catarata El Chorro.	6 minutos
Reportaje 2	Cristo de las Rocas, árbol de las mil raíces y catarata Corlás	5 minutos
Corte Comercial	Publicidad local	6 minutos
BLOQUE N° 2		
Reportaje 3	Complejo arqueológico de Pueblo Viejo	9 minutos
Reportaje 4	Hacienda de San Felipe	8 minutos
Corte comercial	Publicidad local	6 minutos
BLOQUE N° 3		
Nota informativa	Descendimiento de la sagrada imagen de la Virgen del Rosario de Chiquinquirá. Comentario del conductor.	15 minutos
Despedida del programa	Conductor despide el programa	1 minuto 50 segundos
Careta de salida	Aparecerá el logotipo y se escuchara la música que identificara al programa.	10 segundos

PROGRAMA N° 3 DE “CONOCIENDO MI TIERRA”

N° DE BLOQUE	DETALLE	TIEMPO
BLOQUE 1		
Careta de entrada	Aparecerá el logotipo y se escuchara la música que identificara al programa.	10 segundos
Saludo y presentación de programa	Baile y saludo del conductor y mención del contenido del programa.	2 minutos
Reportaje 1	Fiesta Patronal de la Virgen del Rosario de Chiquinquirá.	6 minutos
Reportaje 2	Historia de la Virgen del Rosario de Chiquinquirá.	5 minutos
Corte Comercial	Publicidad local	6 minutos
BLOQUE N° 2		
Reportaje 3	Capilla Colonial de Jolluco	9 minutos
Reportaje 4	Recorrido por los stand en la plaza de armas de Cascas	8 minutos
Corte comercial	Publicidad local	6 minutos
BLOQUE N° 3		
Reportaje 5	Día de los difuntos. Comentario del conductor.	15 minutos
Despedida del programa	Conductor despide el programa	1 minuto 50 segundos
Careta de salida	Aparecerá el logotipo y se escuchara la música que identificara al programa.	10 segundos

PROGRAMA N° 4 DE “CONOCIENDO MI TIERRA”

N° DE BLOQUE	DETALLE	TIEMPO
BLOQUE 1		
Careta de entrada	Aparecerá el logotipo y se escuchara la música que identificara al programa.	10 segundos
Saludo y presentación de programa	Baile y saludo del conductor y mención del contenido del programa.	2 minutos
Reportaje 1	Pinturas rupestres de Alto Chepate y Poza del Diablo	6 minutos
Reportaje 2	Cataratas de Pampas de Chepate	5 minutos
Corte Comercial	Publicidad local	6 minutos
BLOQUE N° 2		
Reportaje 3	La tinaja del Pancal – Chepate Bajo	9 minutos
Reportaje 4	Hacienda de Lledén	8 minutos
Corte comercial	Publicidad local	6 minutos
BLOQUE N° 3		
Reportaje 5	Fiesta Patronal en Honor a San Martín – Caserío de San Martín. Comentario del conductor.	15 minutos
Despedida del programa	Conductor despide el programa	1 minuto 50 segundos
Careta de salida	Aparecerá el logotipo y se escuchara la música que identificara al programa.	10 segundos

PROGRAMA N° 5 DE “CONOCIENDO MI TIERRA”

N° DE BLOQUE	DETALLE	TIEMPO
BLOQUE 1		
Careta de entrada	Aparecerá el logotipo y se escuchara la música que identificara al programa.	10 segundos
Saludo y presentación de programa	Baile y saludo del conductor y mención del contenido del programa.	2 minutos
Reportaje 1	Quebrada El Sol	6 minutos
Reportaje 2	Huaca Sausalito y Conjunto arqueológico de Quebrada Honda.	5 minutos
Corte Comercial	Publicidad local	6 minutos
BLOQUE N° 2		
Reportaje 3	Huaca El Salitre	9 minutos
Reportaje 4	Bella durmiente de Palmira	8 minutos
Corte comercial	Publicidad local	6 minutos
BLOQUE N° 3		
Reportaje 5	Bosque de Cachil. Comentario del incendio forestal.	15 minutos
Despedida del programa	Conductor despide el programa	1 minuto 50 segundos
Careta de salida	Aparecerá el logotipo y se escuchara la música que identificara al programa.	10 segundos

<ul style="list-style-type: none"> - Tomas de Quebrada El Sol. - Tomas de la Huaca Sausalito. - Tomas de las pinturas rupestres de Alto Chepate. - Tomas de Huaca El Salitre. - Tomas del conjunto arqueológico de Quebrada Honda. 		
---	--	--

2. NOTA DE SEMANA SANTA: Viviendo la pasión, muerte y resurrección de Jesús.

IMAGEN	AUDIO	TIEMPO
<ul style="list-style-type: none"> - Aparece escrito que dice Semana Santa 	Canción "perdona a tu pueblo".	12 segundos
<ul style="list-style-type: none"> - Tomas del señor de los ramos. - Toma señor de los ramos siendo acomodado en su burrito. - Tomas de la procesión del Domingo de Ramos. 	Canción "una vez más rezare".	18 segundos
<ul style="list-style-type: none"> - Fotografías del Señor del Huerto. - Toma del anda del Señor del Huerto. - Fotografías de la procesión del Señor de la Humildad y la Paciencia. - Toma de la procesión del Cristo Nazareno. - Toma del encuentro de Cristo Nazareno y la Virgen Dolorosa. 	"Como no creer en Dios" interpretado por la banda de música de Huanchaco.	46 segundos
<ul style="list-style-type: none"> - Tomas de la adoración al Santísimo Sacramento de la Eucarística. 	Canción "Nadie te ama como yo"	14 segundos
<ul style="list-style-type: none"> - Tomas de la procesión del cristo crucificado. 	"Como no creer en Dios" interpretado por la banda de música de Huanchaco.	28 segundos
<ul style="list-style-type: none"> - Toma de las personas que van adorar a la cruz. 		13 segundos
<ul style="list-style-type: none"> - Tomas del desclavamiento del Cristo Adyacente. 	Canción "perdona a tu pueblo".	60 minutos
<ul style="list-style-type: none"> - Toma de la urna de Cristo anunciando el luto con el tocamiento de la 		49 segundos

trompeta.		
- Toma del inicio de la procesión del Cristo Adyacente dentro del templo.	Canción "perdona a tu pueblo".	24 segundos
- Tomas de la procesión del Cristo Adyacente.	"Como no creer en Dios" interpretado por la banda de música de Huanchaco.	13 segundos
- Fotografías del Cristo resucitado.	Canción "alto escúchame".	20 segundos
	Total	4 minutos 57 segundos

CATARATA EL CHORRO: Una maravilla natural.

IMAGENES	AUDIO	TIEMPO
- Tomas de la Catarata.	VOZ EN OFF: La Catarata El Chorro se encuentra ubicada en el caserío de Salmuche a 1400 m.s.n.m. en las laderas del cerro Antivo. Se puede llegar a ella por la vía carrozable que pasa por el caserío de La Banda, a solo 20 minutos en movilidad.	4 minutos
- Tomas de detalle de la Catarata.	Es una bella caída de agua natural, que al observarla nos conecta con la naturaleza.	
- Toma del conductor hablando. - Tomas de la catarata pequeña.	Sobre la gran caída de agua se encuentra otra catarata más pequeña, la cual forma una poza de aproximadamente 1.50 metro de profundidad.	
- Tomas de detalle de la caída de agua. - Tama del conductor hablando.	La época propicia para visitarla es en la temporada de invierno, pues el aumento del caudal, hace más vistosa la caída de agua.	

<ul style="list-style-type: none"> - Tomas del árbol de higuierón. 	<p>Cerca de la catarata, llama la atención un árbol de higuierón, por su gran tamaño y por la forma que tiene, pues estar bajo su gran follaje, hace que uno sienta una gran experiencia.</p>	
---	---	--

- **Pueblo Viejo: Sitio de Chullpas y de restos arqueológicos.**

IMAGENES	AUDIO	EFECTOS
<ul style="list-style-type: none"> - Toma donde el conductor entrevista al guía. - Tomas del conductor caminando por el cerro. - Tomas del cerro San Felipe - Tomas de las personas subiendo la cuesta del cerro San Felipe. - Toma de la entrevista con el muro de piedra. 	<p>VOZ EN OFF: Iniciamos la caminata por un sendero rodeado de árboles de talla que pertenece a la comunidad campesina de San Felipe, pues don Genaro Esparsa nos guiaba por el camino que poco a poco nos acercaba al complejo arqueológico de Pueblo Viejo.</p> <p>A lo lejos divisábamos el Cerro San Felipe, pues en la cima, en lo más alto de este cerro, se encontraba lo que pronto nos sorprendería.</p> <p>En la zona donde caminaríamos una gran cuesta nos encontramos con otro poblador de la zona que nos acompañó hasta un buen tramo de la subida y donde observamos una pirca de piedra, pues nos mostraba que estábamos cerca de llegar al sitio arqueológico.</p> <p>Luego nos refrescamos en una naciente de agua, pues de ahí en adelante no había agua. Descansamos y nuevamente empezamos a caminar.</p> <p>A lo lejos divise la primera</p>	<p>8 minutos</p>

<ul style="list-style-type: none"> - Tomas de la naciente de agua. - Toma de los caminantes descansando. - Toma del conductor caminando. - Tomas de los caminantes con la primera chullpa. - Toma con el señor entrevistándolo junto a la chullpa. - Tomas de detalle de las chullpas. - Tomas de detalle de las chullpas. - Tomas del conductor con el guía dentro de la chullpa. - Toma del conductor dentro de la chullpa. - Tomas de las chullpas. 	<p>construcción, y vaya que fue muy llamativa. Al fin luego de dos horas y media, llegamos a Pueblo Viejo.</p> <p>Este sitio arqueológico se encuentra ubicado a 3010 m.s.n.m. y pertenece a la jurisdicción del caserío San Felipe.</p> <p>El conjunto de chullpas poseen una arquitectura elaborada a base de piedra labrada y están distribuidas alrededor de la cima del cerro San Felipe.</p> <p>Miden aproximadamente dos metros de alto y más de un metro de ancho.</p> <p>En la parte más alta encontramos otras construcciones que se mostraban a pesar del monte. Todas estas evidencias arquitectónicas pertenecen al imperio Huari. Esperemos que pronto este lugar reciba el cuidado y la conservación que se merece, es una maravilla arquitectónica que posee nuestro distrito de Cascas.</p>	
--	--	--

Hacienda San Felipe:

IMAGENES	AUDIO	EFECTOS
<ul style="list-style-type: none"> - Imágenes de las chullpas de Pueblo Viejo. - Fachada de la hacienda. - Patio de la hacienda. - Tomas de las pinturas de Juan Zerapio. - Toma de la tumba de Chávez. - Tomas de las declaraciones de la esposa de Juan Zerapio. - Tomas de la hacienda de San Felipe. 	<p>VOZ EN OFF: El caserío de San Felipe además de trasladarnos al pasado con el Complejo arqueológico de Pueblo Viejo, también tiene una hacienda antigua a la que fui a visitar.</p> <p>En su interior encontramos dos plazas grandes, una tumba que correspondería al dueño de esta hacienda, la cual era del Sr. Juan Martin Chavez , una banca hecha de madera y una pinturas que llamo mi atención, hechas por el Sr. Juan Serapio.</p> <p>Fuimos a buscarlo, pero no lo encontramos, pero su esposa nos contó que.</p> <p>En la actualidad la hacienda es ocupada por familiares del verdadero dueño y aun preserva las ventanas y puertas antiguas de estilo colonial.</p>	<p>4 minutos</p>

ANEXO N°14

Ficha de datos de las 20 personas encuestadas antes y después de la trasmisión del programa “Conociendo mi tierra”

N°	APELLIDOS Y NOMBRES	SEXO	EDAD	OCUPACIÓN	DOMICILIO
01	Alayo Briones, Noelia	Femenino	39 años	Ama de casa	Calle Félix Díaz – Barrio Solución
02	Alcántara Morales, Ower Hipólito	Masculino	53 años	Empleado	Calle Primavera – Barrio Solución.0
03	Alva Miranda, Laly Tomasa	Femenino	38 años	Ama de casa	Av. Libertad
04	Ambrocio Díaz, Doris Amparo	Femenino	52 años	Ama de casa	Los Geranios – El Trébol.
05	Carril Alva, Rocío Pilar	Femenino	49 años	Docente	Calle Félix Díaz N° 250 - Barrio Solución.
06	Castillo Castillo, Emidia Deidad	Femenino	22 años	Ama de casa	Calle Félix Díaz – Barrio Solución
07	Castillo Zarate, Kevin Edwin	Masculino	22 años	Construcción	Pasaje San Agustín – El Trébol.
08	Díaz Chávez, Teresa	Femenino	48 años	Ama de casa	Calle Félix Díaz N° 286 - Barrio Solución.
09	Fernández Mostacero, Jorge Luis	Masculino	49 años	Empleado público	Av. Libertad S/N – Barrio Solución.
10	García Ruiz, Daniel	Masculino	60 años	Administrador	Pasaje San Juan N° 112 – El Trébol
11	Jave Barrantes, Sussan	Femenino	26 años	Asistente de	Barrio El Trébol

				OMAPED	
12	Leiva Sánchez, Deivis Daniel	Masculino	30 años	Guardaespaldas	Calle Primavera – Barrio Solución.
13	León Velásquez, Erlita Enith	Femenino	35 años	Ama de casa	Pasaje San Agustín N° 176 – El Trébol.
14	Miranda Castillo, Rosaura Emma	Femenino	44 años	Ama de casa	Calle Primavera- Barrio Solución.
15	Muñoz Aguilar, Aurora	Femenino	60 años	Ama de casa	Pasaje Bellavista s/n – El Trébol.
16	Nontol Nontol, Carmen Luisa	femenino	49 años	Docente	Pasaje San Juan – El Trébol
17	Obando Castillo, Enner Catalino	Masculino	41 años	Albañil	Pasaje San Agustín N° 176 – El Trébol.
18	Quispe Serrano, Delsy Karina	Femenino	39 años	Ama de casa	Calle Félix Díaz N° 217 - Barrio Solución.
19	Quispe Serrano, Sandra Maribel	Femenino	44 años	Ama de casa	Calle Félix Díaz - Barrio Solución.
20	Zarate Díaz, Luisa Florcelina	Femenino	41 años	Ama de casa	Barrio Solución

ANEXO N° 15

MATRIZ DE CONSISTENCIA LÓGICA PARA LA ELABORACIÓN DE LOS INSTRUMENTOS

Título: “Propuesta de un programa piloto de televisión local para impulsar la cultura turística del distrito de Cascas, provincia Gran Chimú, región La Libertad, 2017”.

Enunciado del problema: ¿De qué manera un programa piloto de televisión local impulsará la cultura turística del Distrito de Cascas, provincia Gran Chimú, región La Libertad, en el año 2017?

OBJETIVO GENERAL	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	TÉCNICAS	INSTRUMENTOS	UNIDAD DE ANÁLISIS	ASPECTOS TEMÁTICOS	ÍTEMS
Demostrar que el programa televisivo piloto contribuye a impulsar la cultura turística del distrito de Cascas, provincia Gran Chimú, región La Libertad, en el año 2017.	Determinar la cultura turística que poseen los pobladores casquinos antes de la emisión del programa televisivo local piloto	Encuesta	Cuestionario	20 pobladores del Barrio Solución y Trébol, del pueblo de Cascas.	Conocimientos	<p>Todos los ítems tienen categorías que corresponde a la escala de Likert:</p> <p>Totalmente de acuerdo (TA)</p> <p>De acuerdo (A)</p> <p>Ni de acuerdo ni en desacuerdo (NA/AD)</p> <p>En desacuerdo (D)</p> <p>Totalmente en desacuerdo (TD)</p> <p>1. Conozco los lugares turísticos de Cascas que me permiten guiar a los visitantes cuando ellos lo necesitan.</p> <p>2. Sé cuáles son las festividades importantes que celebran Cascas.</p> <p>3. Sé de qué país fue traída la Virgen del Rosario</p>

					<p>de Chiquinquirá.</p> <p>4. Conozco la denominación que se le ha dado al Distrito de Cascas.</p> <p>5. Conozco los platos típicos y los postres que identifican al Distrito de Cascas.</p>
				Actitudes	<p>6. Me siento orgulloso de ser Casquino.</p> <p>7. Me preocupo por conservar los lugares turísticos del Distrito de Cascas.</p> <p>8. Trato de mantener y divulgar las costumbres del Distrito de Cascas.</p> <p>9. Actúo de forma energética cuando veo que se está atentando contra los patrimonios turísticos de mi Distrito.</p> <p>10. Me preocupo por difundir los lugares turísticos del distrito de Cascas.</p>
				Prácticas	<p>11. He visitado todos los atractivos turísticos naturales de Cascas.</p> <p>12. He visitado todos los atractivos arqueológicos de Cascas.</p> <p>13. Practico las creencias y costumbres que me transmitieron mis familiares.</p> <p>14. Informo de manera adecuada cuando me preguntan sobre los lugares turísticos de Cascas.</p> <p>15. Visito frecuentemente los principales cerros de Cascas.</p>

ANEXO N° 16

ENCUESTA QUE EVALÚA CONOCIMIENTOS, ACTITUDES Y PRACTICAS DE LA CULTURA TURÍSTICA DEL DISTRITO DE CASCAS.

ESTIMADO(A):

Soy estudiante de la carrera profesional de Ciencias de la comunicación de la Universidad César Vallejo y estoy realizando un estudio sobre los conocimientos, actitudes y prácticas de la cultura turística del Distrito de Cascas. Te presento una relación de 15 preguntas que evalúan el conocimiento, actitudes y prácticas, con categorías que corresponden a la siguiente escala de Likert:

Totalmente de acuerdo	(TA)
De acuerdo	(A)
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	(NA/ND)
En desacuerdo	(D)
Totalmente en desacuerdo	(TD)

Para que usted en forma analítica y honesta nos dé una respuesta marcando con una "X" en el casillero que crea que es la más correcta.

DATOS GENERALES:

Nombres y apellidos: _____

Sexo: M F Edad: _____ Ocupación: _____

CONOCIMIENTOS, ACTITUDES Y PRÁCTICAS		TA	A	NA ND	D	TD
		5	4	3	2	1
I. CONOCIMIENTOS						
1	Conozco los lugares turísticos de Cascas que me permiten guiar a los visitantes cuando ellos lo necesitan.					
2	Sé cuáles son las festividades importantes que celebran en Cascas.					
3	Sé de qué país fue traída la Virgen del rosario de Chiquinquirá.					
4	Conozco la denominación que se le ha dado al Distrito de Cascas.					
5	Conozco los platos típicos y los postres que identifican al Distrito de Cascas.					

CONOCIMIENTOS, ACTITUDES Y PRÁCTICAS		TA	A	NA ND	D	TD
		5	4	3	2	1
II. ACTITUDES						
6	Me siento orgulloso de ser Casquino.					
7	Me preocupo por conservar los lugares turísticos del Distrito de Cascas.					
8	Trato de mantener y divulgar las costumbres del Distrito de Cascas.					
9	Actúo de forma enérgica cuando veo que se está atentando contra los patrimonios turísticos de mi Distrito.					
10	Me preocupo por difundir los lugares turísticos del Distrito de Cascas.					
III. PRÁCTICAS						
11	He visitado todos los atractivos turísticos naturales de Cascas.					
12	He visitado todos los atractivos turísticos arqueológicos de Cascas.					
13	Práctico las creencias y costumbres que me transmitieron mis familiares.					
14	Informo de manera adecuada cuando me preguntan sobre los lugares turísticos de Cascas.					
15	Visito frecuentemente los principales cerros de Cascas.					

ANEXO N° 17

Fotografías de la aplicación de la encuesta de la emisión del programa
“Conociendo mi tierra”



Sra. Pilar Carril desarrollando la encuesta



Sra. Karina Quispe desarrollando la encuesta



Sra. Teresa Díaz desarrollando la encuesta



Sra. Florcelina Zarate desarrollando la encuesta.



Sra. Sussan Jave desarrollando la encuesta.



Sr. Catalino Obando desarrollando la encuesta.



Sra. Noelia Alayo desarrollando la encuesta.



Sra. Rosaura Miranda desarrollando la encuesta.



Sra. Carmen Nontol desarrollando la encuesta.



Sra. Erlita León desarrollándola encuesta.

ANEXO N° 18
BASE DE DATOS DEL PRE TEST

N°	CONOCIMIENTO							ACTITUD							PRÁCTICA							TOTAL	
	1	2	3	4	5	PTJE	NIVEL	6	7	8	9	10	PTJE	NIVEL	11	12	13	14	15	PTJE	NIVEL	PTJE	NIVEL
1	3	1	2	2	1	9	Bajo	1	2	1	2	1	7	Bajo	2	1	2	1	1	7	Bajo	23	Bajo
2	3	3	2	4	3	15	Medio	2	2	2	4	3	13	Medio	3	1	4	1	4	13	Medio	41	Medio
3	2	2	2	3	3	12	Medio	4	4	1	1	1	11	Bajo	1	2	2	3	3	11	Bajo	34	Bajo
4	5	5	3	4	3	20	Alto	3	5	5	4	4	21	Alto	4	5	4	3	5	21	Alto	62	Alto
5	4	2	1	1	1	9	Bajo	3	1	3	1	1	9	Bajo	2	1	2	2	1	8	Bajo	26	Bajo
6	3	1	2	3	2	11	Bajo	1	2	3	2	1	9	Bajo	3	3	2	1	1	10	Bajo	30	Bajo
7	3	3	3	3	1	13	Medio	2	2	3	3	2	12	Medio	3	3	1	3	2	12	Medio	37	Medio
8	1	2	2	1	2	8	Bajo	2	2	1	1	1	7	Bajo	2	1	1	1	1	6	Bajo	21	Bajo
9	2	3	1	1	2	9	Bajo	2	2	1	3	1	9	Bajo	2	2	2	1	1	8	Bajo	26	Bajo
10	3	3	2	3	3	14	Medio	3	2	3	2	3	13	Medio	3	1	4	4	1	13	Medio	40	Medio
11	3	2	2	3	1	11	Bajo	1	1	1	2	4	9	Bajo	4	2	1	1	2	10	Bajo	30	Bajo
12	3	3	3	1	1	11	Bajo	2	2	4	2	1	11	Bajo	3	1	2	3	2	11	Bajo	33	Bajo
13	3	3	2	3	1	12	Medio	2	3	3	2	1	11	Bajo	3	3	2	1	3	12	Medio	35	Bajo
14	3	1	3	3	3	13	Medio	2	3	2	3	2	12	Medio	4	2	2	3	2	13	Medio	38	Medio
15	2	2	1	2	3	10	Bajo	3	2	1	1	2	9	Bajo	2	2	1	2	3	10	Bajo	29	Bajo
16	1	3	3	3	3	13	Medio	2	3	2	2	3	12	Medio	3	1	3	3	3	13	Medio	38	Medio
17	4	1	3	3	4	15	Medio	3	2	4	4	1	14	Medio	4	2	2	3	3	14	Medio	43	Medio
18	3	4	3	1	4	15	Medio	3	3	3	3	3	15	Medio	3	4	3	2	2	14	Medio	44	Medio
19	4	1	4	4	2	15	Medio	4	2	3	3	4	16	Medio	3	3	2	3	3	14	Medio	45	Medio
20	3	3	3	3	3	15	Medio	4	5	4	3	4	20	Alto	3	4	5	4	4	20	Alto	55	Medio

ANEXO N° 19
BASE DE DATOS DEL POS TEST

N°	CONOCIMIENTO							ACTITUD							PRÁCTICA							TOTAL	
	1	2	3	4	5	PTJE	NIVEL	6	7	8	9	10	PTJE	NIVEL	11	12	13	14	15	PTJE	NIVEL	PTJE	NIVEL
1	5	5	5	5	5	25	Alto	5	5	5	5	5	25	Alto	4	4	4	4	4	20	Alto	70	Alto
2	4	5	4	5	5	23	Alto	5	5	5	5	5	25	Alto	4	4	5	5	4	22	Alto	70	Alto
3	4	4	3	3	4	18	Medio	3	4	4	3	4	18	Medio	4	3	4	3	4	18	Medio	54	Medio
4	4	5	5	4	5	23	Alto	5	4	4	4	4	21	Alto	4	4	5	4	4	21	Alto	65	Alto
5	4	4	4	5	5	22	Alto	5	5	4	5	4	23	Alto	5	3	4	5	4	21	Alto	66	Alto
6	5	5	5	5	5	25	Alto	5	5	5	5	5	25	Alto	4	4	5	5	5	23	Alto	73	Alto
7	5	5	4	5	5	24	Alto	5	5	5	5	5	25	Alto	4	4	5	5	5	23	Alto	72	Alto
8	5	4	4	5	5	23	Alto	5	4	5	5	5	24	Alto	5	4	5	5	4	23	Alto	70	Alto
9	4	4	4	5	4	21	Alto	5	5	5	5	5	25	Alto	5	5	5	5	5	25	Alto	71	Alto
10	5	4	4	5	5	23	Alto	5	5	5	4	4	23	Alto	5	3	5	5	5	23	Alto	69	Alto
11	5	5	5	5	5	25	Alto	2	4	3	3	4	16	Medio	3	2	3	2	3	13	Medio	54	Medio
12	5	5	5	5	5	25	Alto	5	5	5	5	5	25	Alto	4	3	3	3	5	18	Medio	68	Alto
13	5	5	4	5	5	24	Alto	5	5	5	5	5	25	Alto	3	4	5	3	4	19	Alto	68	Alto
14	5	5	3	5	5	23	Alto	5	5	5	5	5	25	Alto	4	4	5	5	5	23	Alto	71	Alto
15	4	3	4	4	3	18	Medio	3	4	3	4	4	18	Medio	4	4	3	3	4	18	Medio	54	Medio
16	5	5	5	4	5	24	Alto	5	5	5	5	5	25	Alto	4	3	5	5	4	21	Alto	70	Alto
17	4	5	5	4	5	23	Alto	5	5	5	5	5	25	Alto	4	4	5	4	3	20	Alto	68	Alto
18	5	5	5	5	5	25	Alto	5	5	5	4	5	24	Alto	4	4	5	5	4	22	Alto	71	Alto
19	4	5	3	5	5	22	Alto	5	5	5	5	4	24	Alto	4	3	5	4	4	20	Alto	66	Alto
20	4	4	4	4	4	20	Alto	5	5	4	5	4	23	Alto	3	4	5	4	4	20	Alto	63	Alto

ANEXO N° 20

Constancia de Validación



CONSTANCIA

Visto el desarrollo de Tesis denominado: "PROPUESTA DE UN PROGRAMA PILOTO DE TELEVISIÓN LOCAL PARA IMPULSAR LA CULTURA TURÍSTICA DEL DISTRITO DE CASCAS, PROVINCIA GRAN CHIMÚ, REGIÓN LA LIBERTAD, 2017".

Se deja constancia que habiendo revisado el instrumento que evalúa conocimientos, actitudes y prácticas sobre cultura turística del Distrito de Cascas, y de acuerdo a los procedimientos estadísticos adecuados, la técnica alfa de cronbach, la cual se obtuvo un coeficiente $\alpha = 0.975$ que resultó altamente confiable; determinándose que el instrumento para evaluar los conocimientos, actitudes y prácticas sobre cultura turística del Distrito de Cascas es confiable para continuar con el desarrollo de la investigación.

Se refrenda la presente, para los fines de la tesis del autor.

Trujillo, 18 de Octubre del 2017.

ASESORÍA Y CONSULTORÍA ESTADÍSTICA
SOLUCIONES

Dr. YACHE CUENCA EDUARDO JAVIER
Colegio de Estadísticos del Perú COESPE 428
948669959 949310911

ANEXO N° 21

Programa N°01 de “Conociendo mi tierra”.

ANEXO N°22

Programa N°02 de “Conociendo mi tierra”.

ANEXO N° 23

Programa N°03 de “Conociendo mi tierra”

ANEXO N°24

Programa N°04 de “Conociendo mi tierra”.

ANEXO N° 25

Programa N°05 de “Conociendo mi tierra”.

ANEXO N° 26

Opiniones de los televidentes encuestados con respecto a la valoración del programa “Conociendo mi tierra”