



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

ESCUELA DE POSGRADO

PROGRAMA ACADÉMICO DE MAESTRÍA EN GESTIÓN PÚBLICA

Turismo y la identidad tumbesina en los estudiantes del 5to grado de secundaria de la I.E.

República del Perú, Tumbes – 2019.

TESIS PARA OBTENER EL GRADO ACADÉMICO DE:

Maestra en Gestión Pública

AUTORA:

Br. Huachillo Mendez, Miriam Eizamar (ORCID: 0000-0001-8613-8753)

ASESOR:

Dr. Saavedra Olivos Juan José (ORCID: 0000-0001-8191-8988)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Gestión de Políticas Públicas

PIURA-PERÚ

2019

DEDICATORIA

A mí querida madre, Isabel Mendez, por ser una madre ejemplar, luchadora y por inculcarme valores y ser la persona que soy. Por ser una mujer con un corazón noble y bondadoso con las personas.

Por estar siempre a mi lado en los buenos y malos momentos de mi vida brindándome su amor incondicional, agradezco a Dios ser su hija.

A mi familia por su cariño y aprecio.

Huachillo Mendez Miriam Eizamar

AGRADECIMIENTO

A Dios, por darme la sabiduría e inteligencia para culminar la maestría.

A mi madre que la amo con todo mi corazón por incentivar me a estudiar y apoyarme incondicionalmente.

A mis primas, Doris y Mora por el cariño y apoyo que siempre me han brindado.

Al Dr. Juan Saavedra por impartir sus conocimientos para poder desarrollar un buen trabajo de Investigación.

A los docentes de Posgrado por su apoyo al resolver mis dudas durante el desarrollo de mi tesis.

Página del Jurado



ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS

Siendo las 6:30:00 p.m. del día 29 de Noviembre del 2019, se reunió el Jurado evaluador para presenciar la sustentación de la tesis titulada: **"TURISMO Y LA IDENTIDAD TUMBESINA EN LOS ESTUDIANTES DEL 5TO GRADO DE SECUNDARIA DE LA I. E. REPÚBLICA DEL PERÚ, TUMBES – 2019"**, presentada/o por el /la bachiller **HUACHILLO MENDEZ MIRIAM EIZAMAR**.

Luego de evidenciar el acto de exposición y defensa de la tesis, se dictamina: _____
APROBAR POR UNANIMIDAD

En consecuencia, el/la/ graduando se encuentran en condición de ser calificado/a/ como APTO para recibir el grado de **MAESTRA EN GESTIÓN PÚBLICA**.

Piura, 29 de Noviembre del 2019



DR. JUAN JOSE SAAVEDRA OLIVOS
PRESIDENTE





MG. GANOZA UBILLUS LUCILA MARIA
SECRETARIA



MG. MELGAR OJEDA KEVIN ALEX
VOCAL

Declaratoria de Autenticidad

DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD

Yo, Br. Huachillo Mendez Miriam Eizamar; estudiante del Programa de Maestría en Gestión Pública de la Universidad César Vallejo - Piura, identificada con DNI N° 46677207, con la tesis titulada "Turismo y la identidad tumbesina en los estudiantes del 5to grado de secundaria de la I. E. República del Perú, Tumbes – 2019".

Declaro bajo juramento:

1. La tesis es de mi autoría.
2. He respetado las normas internacionales de citas y referencias para las fuentes consultadas. Por tanto, la tesis no ha sido plagiada, ni total ni parcialmente.
3. La tesis no ha sido auto plagiada; es decir, no ha sido publicada ni presentada anteriormente para obtener algún grado académico previo o título profesional.
4. Los datos presentados en los resultados son reales, no han sido falseados, ni duplicados, ni copiados y por tanto los resultados que se presenten en la tesis se constituirán en aportes a la realidad investigada.

De identificarse la falta de fraude (datos falsos), plagio (información sin citar a autores), auto plagio (presentar como nuevo algún trabajo de investigación propio que ya ha sido publicado), piratería (uso ilegal de información ajena) o falsificación (representar falsamente las ideas de otros), asumo las consecuencias y sanciones que de mi acción se deriven, sometiéndome a la normatividad vigente de la Universidad César Vallejo.

Piura, Julio del 2019.



Br. Huachillo Mendez Miriam Eizamar
DNI N° 46677207

ÍNDICE

Carátula	i
Dedicatoria	ii
Agradecimiento	iii
Página del jurado	iv
Declaratoria de autenticidad	v
Índice	vi
Índice de Tablas	vii
RESUMEN	viii
ABSTRACT	ix
I. INTRODUCCIÓN	1
II. MÉTODO	18
2.1. Tipo y diseño de investigación	18
2.2. Operacionalización de variables	20
2.3. Población, muestra y muestreo	23
2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad	24
2.5. Procedimientos	26
2.6. Método de análisis de datos	26
2.7. Aspectos éticos	26
III. RESULTADOS	27
IV. DISCUSIÓN	35
V. CONCLUSIONES	38
VI. RECOMENDACIONES	39
REFERENCIAS	40
ANEXOS	44

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1	Distribución de frecuencia de la variable turismo y la variable identidad tumbesina en los estudiantes de 5to grado de secundaria de la I. E. República del Perú, Tumbes	27
Tabla 2	Distribución de frecuencia de la variable turismo y el sentido de pertenencia de la identidad tumbesina en los estudiantes de 5to grado de secundaria	28
Tabla 3	Distribución de frecuencia de la variable turismo y la conciencia turística de la identidad tumbesina en los estudiantes de 5to grado de secundaria	29
Tabla 4	Distribución de frecuencia de la variable turismo y las costumbres – tradiciones de la identidad tumbesina en los estudiantes de 5to grado de secundaria	30
Tabla 5	Correlación entre las variables turismo e identidad tumbesina en los estudiantes del 5to grado de secundaria de la I. E. República del Perú, Tumbes – 2019	31
Tabla 6	Correlación entre la variable turismo y la dimensión sentido de pertenencia de la identidad tumbesina en los estudiantes del 5to grado de secundaria	32
Tabla 7	Correlación entre la variable turismo y la dimensión conciencia turística de la identidad tumbesina en los estudiantes del 5to grado de secundaria	33
Tabla 8	Correlación entre la variable turismo y la dimensión costumbres y tradiciones de la identidad tumbesina en los estudiantes del 5to grado de secundaria	34

RESUMEN

La investigación titulada: Turismo y la identidad tumbesina en los estudiantes del 5to grado de secundaria de la I. E. República del Perú, Tumbes – 2019, tuvo como objetivo determinar la relación que existe entre el Turismo y la identidad tumbesina en los estudiantes del 5to grado de secundaria de la I. E. República del Perú, Tumbes – 2019. La investigación planteó la hipótesis: Existe una relación directa y significativa entre el Turismo y la identidad tumbesina en los estudiantes del 5to grado de secundaria de la I. E. República del Perú, Tumbes – 2019. La población estuvo conformada por 588 estudiantes y la muestra de estudio fue de 97 estudiantes siendo no probabilística intencional. El estudio fue cuantitativo, de tipo correlacional-transversal, con un diseño no experimental. La técnica que se desarrolló fue la técnica de la encuesta y el cuestionario, utilizándose dos cuestionarios que evalúan la variable turismo y la variable identidad. Para el procesamiento de la información se utilizó el software SPSS versión 25. Los resultados se presentaron a través de tablas de contingencia y el estadístico sig. y Rho. Los resultados correlacionales muestran que existe correlación moderada y significativa entre el turismo y la identidad ($\rho=.615^{**}$ y $P=.000$), asimismo se encontró que la variable turismo se correlaciona significativamente con las dimensiones de la identidad tumbesina que son el sentido de pertenencia, conciencia turística y las costumbres y tradiciones. Se concluye la variable turismo correlaciona con la identidad tumbesina en los estudiantes del 5to grado de secundaria de la I. E. República del Perú, Tumbes – 2019.

Palabras claves: Turismo, atractivos turísticos, planta turística, identidad, sentido de pertenencia y conciencia turística.

ABSTRACT

The research entitled: Tumbes - 2019, aimed to determine the relationship between tourism and identity. Secondary Education of the Republic of Peru, Tumbes - 2019. The research proposed the hypothesis: There is a direct and significant relationship between tourism and the identity of people in the 5th grade students of the IE Republic of Peru, Tumbes - 2019. The population consisted of 588 students and the study sample was 310 students, not being intentional probabilistic. The study was quantitative, correlational-transversal, with a non-experimental design. The technique of the survey and the questionnaire, using the questionnaires that evaluate the variable tourism and the identity variable. For the processing of the information it is SPSS software version 25. The results are shown through contingency tables and the next statistic. and rho Correlative results show that there is a moderate and positive correlation between tourism and identity ($\rho = .615^{**}$ and $P = .000$), which is found in the variable tourism that correlates with the dimensions of the identity of tumbesina which are the sense of belonging, tourist awareness and customs and traditions.

Keywords: Tourism, tourist attractions, tourist plant, identity, sense of belonging and tourist awareness.

I. INTRODUCCIÓN

La realidad problemática, revisada demuestra que la Organización Mundial del Turismo (OMT), insiste que los líderes políticos muestren un mayor compromiso por el turismo, ya que es parte de la “nueva economía” que sin duda está aportando muchos ingresos y más empleo a diferencia de los otros sectores; al mismo tiempo explica que el turismo ayuda a reducir la pobreza y ayuda al avance económico, social, etc. (EFE Economía, 2013). El turismo, se destaca como una actividad todavía incipiente en el partido, aunque ha adquirido un impulso importante en este último tiempo desde diversas acciones llevadas adelante por el municipio (Honorable Concejo Deliberante Coronel Dorrego, 2014)

Milne y Ateljevic (2001) debido al acelerado crecimiento del turismo es que se le describe como una de las industrias más grande actualmente y se le reconoce como el desarrollo que se manifiesta a fuerzas exógenas, donde incluye el interés de las asociaciones multinacionales, a fuerzas geo-políticas, que incluye los residentes, visitantes, gobierno y emprendedores, se relacionan ambas fuerzas y forma el turismo que actualmente es ahora. Además, el turismo presenta muchos beneficios a nivel nacional, una de ellos es el incremento de la economía que se puede observar en muchas ciudades y países, también la organización de mayores puestos, promover la cultura, la interacción global y el desarrollo de las vinculaciones comerciales (Sancho, 1998).

Por otro lado, es importante el análisis de Barreto (2007), menciona que la correlación de las variables que nacen surge en la identidad de los individuos. Asimismo, refiere la autora, que nuestros antepasados, que nacieron en tribus y aldeas, crecían y morían conociendo su procedencia, no existiendo ningún cuestionamiento sobre su identidad; pero hoy en día las personas desconocen su procedencia y muchas veces su esencia de su identidad es nula y desconcertante también para la sociedad. Aunque los medios de comunicación, los viajes, los deportes, el internet, favorecen y apoyan para que los individuos se integren en el mundo, y lo más esencial es que sienten que pertenecen a las comunidades desrerritorializadas.

Señala Unyen (2000) es importante promover la identidad nacional por medio de la educación, ayudando a fortalecer nuestra identidad sintiendo que pertenecemos a un

lugar y que ahí se encuentran nuestras raíces, llevándonos a conocer cada punto de nuestra localidad, ello ayudara a revelar la hermosura turística que existe dentro del territorio donde nos desenvolvemos. Es así que El Ministerio de Cultura, mediante sus Lineamientos de Política Cultural 2013 - 2016, instituyó lo cultural como una forma de vida, sostenido por sus principios, creencias, costumbres, su percepción del mundo y sus conocimientos estables, que organizan sus vidas. Por lo que, a nivel nacional la política cultural sectorial, favorece las actividades plenas de la ciudadanía, relacionando a la comunidad.

Estas apariencias son desarrolladas en la normatividad de la política cultural, siendo la normatividad 2, el fomentar la ciudadanía organizando planes intersectoriales pedagógicos acoplados, que apoyan a desarrollar una ciudadanía plena. Ello se designa por medio de la declaración del patrimonio cultural a nivel nacional, el cual promociona a nivel regional que as personas se relacionen teniendo en cuenta de que existe una gran diversidad cultural; como resultado lleva al fortalecimiento de la identidad y de la nación que es multicultural (Perú, Ministerio de Cultura, 2012).

Hoy en día en el Perú, se manipulan diversas ramas del turismo, estas son el: Turismo Convencional, Turismo Rural, Turismo Médico y, últimamente, Turismo Educativo, propuesto por Bonilla (2007), quien expresa que es un Programa de aprendizaje al aire libre, esta propuesta nace en Costa Rica en un inicio es dirigida por asociaciones distintas al turismo, pero vinculadas a los programas sociales y ambientales. Asimismo, Bonilla, se da el trabajo de comparar el Ecoturismo y el Turismo Educativo, que pueden ser confundidas por ello se debe conocer estos dos puntos: el primero se orienta a la naturaleza, mientras que el segundo amplía su temática. Por otra parte, el Turismo Educativo envuelve una proyección y codificación en un marco comprensible y metodológico específico, como se da en la enseñanza, fomento con ello nuevos métodos pedagógicos que se suscitan para apoyar la calidad educativa y facilita la edificación de creativos contextos pedagógicos y formativos.

ix respecto a los estudios revisados sobre el tema podemos encontrar estudios internacionales como el realizado por Serrano, (2017) en su investigación denominada: “Los valores culturales y la identidad cultural En la escuela de párvulos, del municipio

de Santa Cruz Barillas, Departamento de Huehuetenango”. Tuvo como objetivo identificar y socializar los valores culturales y la identidad cultural en la escuela oficial de párvulos con alumnos y alumnas de la escuela, que viven actualmente con sus familias, en el Municipio de Santa Cruz Barillas, Huehuetenango. La investigación se orienta en un enfoque cuantitativo, de tipo descriptivo, no experimental. Es importante resaltar la participación de 160 estudiantes y de 5 docentes y diez 10 practicantes de la carrera de Pre-primaria Bilingüe Infantil del Municipio de Barrillas, ellos fueron a quienes se les tomo dos instrumentos que midieron las variantes de estudio. Los resultados indicaron que los Valores culturales que los docentes utilizan para enseñar no llenan las expectativas de los estudiantes puesto que la mayoría solo utiliza los tradicionales no permiten su flexibilidad para poder practicar sus costumbres y valores que deben fomentar dentro de la sociedad utilizando la metodología que solo contribuyen al conformismo de parte de los estudiantes.

En otro escenario, Xoquic (2014) en su estudio titulado: “Identidad cultural factor influyente en la formación del autoconcepto en el adolescente” (estudio realizado en el centro educativo de educación básica Abraham Lincoln de Sololá). Dicho estudio fue de tipo descriptivo- correlacional, no experimental y con un enfoque cuantitativo. Esta investigación buscaba conocer de qué modo la variable independiente influía en la variable dependiente. La muestra estuvo constituida por 100 alumnos, de 12 a 18 años, a quienes se les aplico dos cuestionarios que midieron las variantes. Los resultados muestran que, el nivel de autoconcepto global se ubica en el nivel medio, aceptable, donde incluyen 4 dimensiones que son, académico, social, emocional, familiar, que influye en la identidad cultural; ya que la falta de aceptación de la identidad cultural crea un nivel bajo de autoconcepto; además se encontró que el 51% refiere que su idioma materno es el maya y un 49% menciona que el idioma materno es el español, esto significa que hay un gran porcentaje de alumnos que se ubicaron en el grupo étnico español no consideran el idioma maya como materno, por alguna razón.

Respecto a las investigaciones nacionales, se ha revisado la investigación de Huertas, (2017) denominada: “Análisis de la identidad cultural de los estudiantes del 5to grado de secundaria de la i.e. fe y alegría N°10 respecto a la Cultura Colli en la Actualidad”. buscando analizar la variante propuesta. El estudio fue cuantitativo, de diseño no

experimental, de tipo descriptivo simple. Seleccionando una muestra con la que se trabajó fue de 66 alumnos, aplicándoles un instrumento validado. El estudio concluye que los alumnos evaluados presentan un nivel bajo sobre la identidad cultural respecto a su cultura local, los Colli; evidenciándose que hay varios aspectos por mejorar, por ello se propone un programa dirigido a los alumnos para lograr sensibilizarlos e incrementar su nivel de identidad cultural.

Por su parte Trujillo, (2017) en su estudio que tiene como título: “Turismo y la identidad rímense en los estudiantes del nivel secundaria de la IE 3010 “Ramón Castilla” Rímac; Lima, 2016”. Con el fin de conocer la relación de ambas variables propuestas. El estudio sigue un enfoque cuantitativo, de tipo descriptivo-correlacional, con un diseño no experimental, con método hipotético-inductivo; la muestra estuvo constituida por 146 alumnos extraídos de la secundaria, a quienes se les aplico dos cuestionarios validados, luego se procedió al análisis de dichos cuestionarios. Arrojando como resultado que el turismo se correlaciona de forma positiva con la identidad en la Institución Educativa, teniendo como resultado ($Rho=0,591$ y $p=0,000$). Por ello se tiene que trabajar proponiendo estrategias para mejorar el turismo y por ende mejoraría la identidad rímense de los estudiantes.

Quiroz (2015) en su indagación titulada “Caracterización de la de la identidad Casmeña y propuesta de un programa de turismo escolar para el fortalecimiento de la identidad de los estudiantes del 3er grado “E” de secundaria de la Institución Educativa “Mariscal Luzuriaga” de Casma, 2015”. Tuvo la finalidad de analizar las variantes propuestas en la Institución Educativa. El estudio se enfasca en el enfoque cuantitativo y de tipo descriptivo; la muestra del estudio fue de 23 estudiantes, apoyándose en un instrumento diseñado para evaluar la identidad Casmeña. Todo este proceso permitió comprobar que una parte de los alumnos se sienten a gusto con su origen y no lo niegan; por otra parte, se evidencia que la gran mayoría de los alumnos presentan falta de conocimiento sobre los aspectos relacionados con la geografía y la cultura del lugar donde viven, careciendo de conciencia turística; tal es así que es necesario realizar un programa turístico para que se efectúe dentro del plan curricular educativo que ayude a que los estudiantes se identifiquen completamente con su provincia y sus recursos.

Rios y Ferreyra, (2014) en su estudio denominado: “Caracterización de la identidad iqueña. Propuesta de Programa de Turismo Escolar, Estudiantes del 1° de Secundaria de la I.E.P.S.M. Rosa Agustina Donayre de Morey, Iquitos 2014”. El estudio de tipo cuantitativo, cuantitativa, descriptivo y exploratorio. La muestra fue representada por 67 alumnos, siendo de 1° grado “I” (34) y 1° grado “H” (33). Siendo su primordial interés describir la existencia entre la correlación del nivel de pertenencia en su identidad iqueña y el turismo escolar. En esta ocasión se empleó una encuesta y un cuestionario conformado por 20 reactivos cuyas opciones iban desde débil, medianamente fuerte y fuerte. Es importante subrayar que este instrumento fue de tipo Likert y además se sometió a una validación de juicio de expertos. Los resultados permitieron conocer que el 1° grado “I” en la Identidad Iqueña es Fuerte el 57 %, Medianamente Fuerte el 20 % y Débil el 23 %. En el 1° grado “H” en la Identidad Iqueña es Fuerte el 55 %, Medianamente Fuerte el 20 % y Débil el 25 %. Por consiguiente, podemos tomar la hipótesis anteriormente planteada como válida, la misma que afirmaba existe una adecuada identidad Iqueña. Así mismo, es conveniente recomendar la organización de actividades turísticas orientadas a que los escolares puedan reforzar su identidad iqueña.

A nivel local, so se han encontrado estudios relacionados con las variables propuestas, pero esta investigación servirá como antecedentes para nuevas investigaciones.

En cuanto a los fundamentos teóricos de la investigación; iniciaremos explicando la primera variable denominada turismo con sus respectivas teorías y dimensiones posteriormente se explicará la segunda variable denominada identidad igualmente con sus teorías y dimensiones.

Respecto al turismo, Vandam (1982) describe al turismo como aquella actividad que se enfoca en conocer el pasado, explorando tradiciones que transporten al turista y lo hagan sentirse parte de él. Lo resume como “un valor, y que está relacionada a la persona y los objetos; al valor que se da a los bienes culturales” (pág. 21). La apreciación ideal y fantástica dependerá de la sintonía que mantenga el turista con la cultura que está descubriendo y conforme se van estimando los objetos conocidos, los

centros de conservación de estos y las tradiciones es así como la apreciación concebida va tomando cada vez más protagonismo, realismo y significancia.

En su opinión Mincetur (2004) refirió que la acción de viajar con fines de placer viene a ser el turismo, por ende, lo señaló como:

La inversión de tiempo libre para la diversión, además resalta que planta turística, infraestructura básica, el producto turístico, los servicios complementarios, los medios de transporte y los atractivos turísticos conforman los elementos proporcionados a los viajeros, las cuales conforman lo que se clasifica como recursos turísticos (p. 1).

Amaya (2000) refiere que el turismo llena de vida a las fronteras, debilita los recelos y prejuicios, refuerza el folklore, y da paso a la interrelación entre poblaciones.

Asimismo, Jiménez (2003) sostiene que el traslado de una persona al exterior de su comunidad, descubriendo lugares nunca antes conocidos con el fin de divertirse viene a ser el turismo. Además, también es el hecho de trasladarse con fines comerciales.

Según Mincetur (2004) tomando las ideas de la Organización Mundial del Turismo (OMT) señaló que el turismo envuelve todas las diligencias que ejecutan los individuos en el transcurso de sus viajes y la estadía en diversos sitios por plazos cortos, ya sea por vacaciones, negocios, estudio, ocio, etc. El turismo es una de las maneras provechosas para disfrutar los momentos de ocio y de tiempo libre, buscando un equilibrio.

La OMT (2015), responde a la importante tarea de la preservación del turismo, dado que este es altamente favorable a la economía, al mantenimiento de la naturaleza y sus tesoros turísticos, así mismo está enfocado en promover las políticas turísticas del mundo. Es importante resaltar que el turismo potencia la economía, por ende, ayuda a disminuir los índices de pobreza.

Por otro, De la Torre (2004) expresa que el hecho de hacer turismo está ligado a al entretenimiento, disfrutando de nuevas culturas, despejándose de las tareas cotidianas

y laborales voluntariamente. Es válido recordar que el turismo encierra varias clasificaciones.

Respecto a los factores de configuran las características del Turismo, Bote (1998) menciona cuatro factores que da apertura al turismo en este siglo XXI: Políticos: la firmeza política alcanzada después de dos guerras mundiales con una etapa de paz indefinidamente asegurado. Económico: Rescate de la economía de Europa y países combatientes, una economía general en incremento, un crecimiento de los índices del ingreso y de la calidad de vida, aparecimiento de grandiosas organizaciones de intermediario sobre turismo, surgiendo el marketing. Sociales: se consolido los derechos laborales, gratificación y tiempo de servicio, reconocimiento de congestión y escasa prosperidad en las localidades, incremento de la sección servicio y lo Tecnológico: se consolido la aviación comercial, acentuación de la independencia, confianza y comodidad de los vuelos, además progreso en los medios de transporte y en el sistema de comunicación. Aquí, sucede el inicia del desarrollo de los factores y coge más interés el turismo como evento vitalizado económicamente y socialmente, tanto en estados emisores como receptores.

Para entender la actividad turística como un desarrollo económico, es importante analizarlo desde una visión sistemática, donde no se verifica un consentimiento de la conceptualización y los componentes que lo ajustan. Es la conceptualización menos desarrollada, a pesar de que trata como parte importante. La OMT (2015) explica que el Sistema Turístico es:

“el grupo de componentes relacionados entre sí que se desarrollan activamente. Las particularidades de una comunidad local, los recursos humanos, culturales y naturales de un territorio se acopla constituyendo elemento primordial del turismo. Todos los componentes se relacionan y se enredan en la actividad turística, y da como resultado un viaje turístico, que inicia en el lugar habitual donde se encuentra hasta el destino seleccionado en un perímetro que se replica” (p. 13).

Respecto a las teorías que respaldan la variable Turismo, se han encontrado las siguientes y que son tomadas para la explicación de la variable, una de ellas es la

teoría del desarrollo local aplicada al Turismo, desarrollada por Balastreri (1997), menciona que el desarrollo local se encuentra en una situación contraria a la globalización, analizando los aspectos del desarrollo turístico desde una posición crítica establecidos por las mayores asociaciones donde predomino las políticas neoliberales, en Latinoamérica y el Brasil, especialmente. El autor propone el desarrollo turístico inicialmente en su localidad, y que no dependa de una economía hegemónica, si no que este compaginada con una economía solidaria y a la inserción de los sectores más pobres mediante el emprendimiento micro productivo.

Por su parte Bosch y Simonelli (2003) se apoya en un estudio sobre los centros turísticos que ayuda al progreso de la localidad para plantearla se debe trabajar la actividad turística como un plan local que permita apaciguar algunos de los resultados negativos sembradas en la década del noventa en Argentina. Ello quiere enfatizar en el apoyo al lado del trabajo arduo de la ejecución de las actividades productivas, es decir trabajar conjuntamente y que este desarrollo inicie en la local y en el ámbito regional. El plan necesita ser aprobado por la comunidad local de esta concepción de desarrollo por medio de la colaboración y disputa política que se extienda a la construcción de los procesos estratégicos de acuerdo a su historia y situación social y cultural.

En la correlación entre la actividad turística y desarrollo local, Mantero (2004) examina que es un proceso estratégico donde todos son remunerados, y concuerda con que la cultura es el soporte primordial para reclutar las energías locales. Teniendo en cuenta que el progreso no se trata solo de la influencia de los sistemas macro económicos y de las organizaciones centrales y se encuentra correlación con las microiniciativas y la microeconomía que tiene como propósito causar y disipar de otra manera, estableciendo formas y medios de fabricación que respondan a otras inquietudes, a otras metas, a otros principios, generando que los labores de productividad ayuden a optimizar la calidad de las relaciones sociales y no solo a mantener a la Sociedad a sus requerimientos”. En relación a la complicación de las actividades turísticas, se reconoce que le son ajustables las dimensiones del desarrollo local que son: social, identitaria, económico productiva, y política sistémica.

Según la teoría del desarrollo local y la propuesta realizada por Mincetur (2004), se formulan las dimensiones de la variable turismo que son la estructura esencial, condiciones para traslado, el centro turístico, los encantos turísticos, y los recursos pertinentes para el turismo.

Respecto a la dimensión recursos turísticos, según Mincetur (2004), subrayó la existencia del elemento natural, cultural y las personas que son las responsables de los viajes realizados, todos estos aspectos conforman la dimensión anteriormente mencionada. Para el autor el turismo cuenta con bienes necesarios: los sitios naturales: se reduce al espacio geográfico con el que se cuenta en una localidad, para la presente investigación se toman con indicadores para la ciudad de Tumbes según lo indicado por Mincetur, conformada por diversos ecosistemas como los esteros y manglares, el seco bosque ecuatorial (Parque Nacional Cerro de Amotape) y el bosque tropical del Pacífico (Zona de reserva de Tumbes), se tiene conocimiento que más del 30% de su territorio ha sido declarado Área Natural Protegida. Tumbes tiene muchos bienes turísticos naturales, donde el mayor atractivo turístico lo constituyen sus playas.

Otro indicador son las manifestaciones culturales: las cuales vienen a ser aquellas creaciones por la mano humana en el pasado y que han sido descubiertas y valoradas por los hombres del presente. Nos referimos a las iglesias, los lugares de adoración, plazas, centros de arqueología, y varios atractivos agradables para los extranjeros y amantes del turismo. Como indicadores para el presente estudio están el Paseo Boulevard de la Madre, Paseo el triunfo, Santuario Rosa Mística, Antiguo Cabildo de Tumbes, Casa Hacienda Plateros, Casa Hacienda Blanqueada, Iglesia Matriz San Nicolás de Tolentino, la Cruz de la Conquista, Zona Arqueológica Monumental de Cabeza de Vaca, Zona Arqueológica Monumental de Guineal y la Zona Arqueológica Monumental de Rica Playa.

Respecto al indicador Folklor: se enfoca en las tradiciones, las danzas, cuentos legendarios, la música, las costumbres, la comida, el artesanado y demás aspectos pertenecientes a un país, comunidad u otro. Gracias al folklor podemos enterarnos de los inicios de un lugar, los sucesos ocurridos y así darle un significado importante más allá del mero conocimiento y así podremos figurarnos respecto a su vida, sus

prioridades, sus deidades, su gastronomía, sus fiestas y sus motivos de alegría. “este indicado fusiona las creencias medicinales en favor de la salud, brujerías, encantamiento, predicción, aparición de fantasmas y de criaturas mitológicas” (Betacourt ,2004). En el caso de Tumbes está lo referido a la pelea de gallos, bailes populares, medicina tradicional, curanderismo, las cumananas, la danza de la Pava.

Los acontecimientos programados: hacen referencia a la manera en cómo se impulsa el arte y la tradición con ayuda de las representaciones artísticas mediante la danza y aspectos culturales (p. 2), en la presente investigación se refiere a la Fiesta Patronal Inmaculada Concepción del 1 al 15 de diciembre y la Fiesta Patronal Santa Catalina del 12 al 14 de agosto.

En cuanto a la segunda dimensión, atractivos turísticos: Según Mincetur (2004) esta dimensión refiere a los elementos materiales o abstractos, los cuales se prestan para generar la curiosidad de las personas dispuestas a trasladarse hasta ellos para deleitarse conociéndolos. Para estar dentro de esta clasificación el destino turístico debe contar con servicio de traslado, el trayecto hacia él debe estar en buenas condiciones, deben existir opciones de tours, hospedaje entre otros servicios como alcantarillado, alumbrado y servicio de agua. Respecto a Tumbes cuenta con los atractivos turísticos como Puerto Pizarro, sus diferentes playas de la región y el Santuario Nacional de los Manglares.

Respecto a la dimensión planta turística: Según Mincetur (2004) planteó que son las entidades empresariales las que se dan la tarea de diseñar lugares de hospedaje, restaurantes a la disposición de los viajeros, servicios para el traslado de estos, todo esto enfocado a cubrir las expectativas del turista y hacer de su viaje una experiencia placentera. La OMT clasifica a estos lugares como hoteleros y extra hoteleros.

En la categoría de hoteleros se encuentran los establecimientos que además de ofrecer alojamiento, también ofrecen servicio de comidas y shows referentes al lugar, estos califican como hoteles. Por otro lado, existen algunos de una categoría superior los cuales ofertan cocer platos fríos o calientes y además encontramos los llamados

hostales. Finalmente podemos mencionar aquellos lugares que ofrecen gastronomía netamente representativa del lugar especialmente para los viajeros. (p. 4).

En cuanto a la dimensión medios de transporte: Según Mincetur (2004) se refieren a las empresas que ofertan trasladar a los turistas por vía terrestre, ya sea en recorridos por los encantos de la zona, o en servicios de taxistas. En otro escenario podemos encontrar los trasportes por vía marítima abocados a movilizar a los turistas o para intercambiar productos de comercio.

Respecto a la dimensión infraestructura básica: Según Mincetur (2004) se centra en indicadores de comunicación y dentro de ellos encontramos los servicios de telefonía, internet y todo lo que estos desprenden. Estos servicios en nuestra actualidad han cobrado una significativa importancia siendo cada vez más indispensables no solo por el hecho de permitir la ampliación de la comunicación global sino también por que contribuyen al buen desarrollo de un país, logrando que este se encuentre apto para el turismo. Además, se cuenta con vía terrestre, aérea, etc. Las cuales facilitan el acceso de los aventureros.

Identidad

Para Cerutti y Gonzáles (2008), mencionan que es la forma que las personas no pueden admitirse sin el temor, necesitan de los demás para formar su identidad. Por ende, llegamos a plantear que la identidad existe y se fortalece por medio de la interacción: es el medio relacional, en el interreconocimiento donde las diversas identidades propias que aparecen perfiladas por un determinante de la organización social que se concilian.

Estupiñan, y Agudela (2008) resaltaron la importancia de concebir una identidad ya sea personal o social. El hecho de construir una nos hace capaces de adoptar ideas, comportamientos y posturas propias de nuestra comunidad (p. 7). Según Ríos y Ferreyra (2014) se resume al hecho de apropiarse adecuada y positivamente de aspectos pertenecientes a la comunidad, situación que provoca un sentimiento de pertenencia.

Arancibia (2016) señala que “la identidad es una construcción cultural” y tiene que ver con un proceso de socialización de la persona en distintos grupos (p. 18). En esta misma línea de ideas, Giménez (2016), refiere que la identidad y la cultura son dos conceptos que no pueden ir por separado, ya que:

Nuestra identidad trata de la adquisición diferenciada de algunas recopilaciones culturales que hallan en el contexto social o en la sociedad. Teniendo en cuenta que una de las principales funciones es marcar límites entre uno y otro, siendo la única forma de diferenciarse unos de los otros mediante una constelación de perfiles culturales diferentes” (p. 20).

Respecto a los tipos de identidad Valdivia (2012), resalta la tipología clasificada por los autores Phiney y Rosenthal, los cuales son los siguientes: Identidad Étnica: se refiere al estado en el que una persona es felizmente consciente de que pertenece a un lugar; la identidad social: (Tajfel 1984) refiere en que es aquella situación en la que un individuo se encuentra dentro de un grupo social y va incorporando características y perspectivas de este grupo y en el proceso asume la responsabilidad de pertenecer allí, concibiendo un sentimiento de satisfacción respecto a su pertenencia, lo cual lo hace distinguirse de otras sociedades y de las personas pertenecientes a estas. También tenemos la identidad cultural: este se resume como el sentir de un individuo respecto a su pertenencia a una socialización. Es importante resumir que mientras que la identidad de una aldea es la admisión de un individuo a que otro pertenezca a su misma aldea, y la identidad cultural es aquel proceso que con el tiempo logra que los individuos valoren la historia de su comunidad.

Respecto a la importancia de la Identidad Cultural en las escuelas, se ha vuelto indispensable puesto que es provechoso para el fortalecimiento del aprendizaje en la globalización (Trujillo, 2017). En el ámbito de la sociedad, es válido subrayar la necesidad de enseñar e incentivar actividades en beneficio de la preservación del patrimonio cultural, tangible y abstracto en los centros educativos. Los centros de educación son los primeros núcleos de información y concientización en contra de las tendencias exteriores que atentan contra la identidad cultural. Tal es que Bammer (1994) nos recuerda la importancia del fortalecimiento de las interacciones entre culturas, reforzando el respeto hacia los diferentes tipos de folklore de los pueblos, ya que cuando estos aspectos escasean en las personas es cuando se manifiesta la falta de

tolerancia hacia lo diferente y consigo se fomenta la violencia. Políticamente hablando también es importante comentar que lo establecido en nuestra Constitución Política del Perú debe ser respetado y acatado por cada ciudadano, teniendo en cuenta que esta nos insta a mostrar respeto y apreciación por las distintas culturas. Así mismo, el hecho de ser una nación nos impulsa a cultivar conscientemente el amor por lo nuestro y de esta manera cooperar para el cuidado de cada uno de nuestros tesoros turísticos.

Enfoques que respaldan la variable Identidad, son varios que manifiestan el problema y que se detallaran a continuación.

a) Concepción Ontológica o esencialista: “La identidad es un grupo de particulares propias que dependen del territorio, gramatical, histórico, político, económico y se resuelve de una forma cultural única”. La concepción enfatiza en los elementos estáticos de la identidad, esto quiere busca y paraliza un determinado período histórico y ve la forma de conservarla inalterable a lo largo del tiempo. Sucediendo que esta es la primordial e importante limitación de esta concepción, debido que no tiene en cuenta los procesos de cambio sociocultural, que son inseparable de dicha concepción. La identidad no debe ser aferrada a un específico tiempo histórico de la sociedad (Recondo, 1997).

b) Concepciones dinámicas: aquí es importante conocer la existencia de dos “sub enfoques”.

1- Concepciones dialécticas: Se concentra en la idea que identidad es una fabricación, considerando la mecánica de la mudanza cultural que ineludiblemente concluirá afectando en ella. La precisa a través de la correlación del grupo con los otros, es decir mediante la obstrucción, la identidad del grupo es apreciada de acuerdo a la distintiva que existe con los demás grupos. Es por ello que se conoce que la comunidad no es reconocida por lo que es, más bien por los componentes distintos de los demás grupos. Siendo esta una de las limitaciones primordiales de este enfoque.

2- Concepción proteica o multiforme: este enfoque manifiesta que la identidad de un grupo depende del alegato y no de la oposición, es decir, que la identidad se suscita porque comparten algunos componentes culturales habituales y no por

las discrepancias que existan con los demás grupos. Por ello se reconoce el énfasis en las particularidades del mismo grupo. La identidad es la consecuencia del proceso histórico electivo o extremadamente dinámico, determinado mediante la identificación temporal, jamás permanente” (Recondo, 1997).

Respecto a las dimensiones de la variable Identidad

Para los investigadores Ríos y Ferreyra (2014) el término identidad responde a esas características propias de nuestra individualidad, las cuales nos ayudan a definir quiénes somos y a reconocer los aspectos que nos hacen inigualables. Generalmente hablando Cerutti y González (2008), dejaron claro un dato importante, el cual resalta la intermitencia de la identidad con el pasar del tiempo, la misma que, así como se concibe individualmente también es cultivada de manera grupal siendo reconocida por cada integrante del mismo.

La primera dimensión es el sentido de pertenencia, la misma que los autores Ríos y Ferreyra (2014) quienes enfatizaron en que este aspecto se va generando a partir de la aceptación de un sujeto frente a su familia y después a su comunidad, adoptando características, tradiciones y demás llegando a sentir satisfacción por el hecho de formar parte de ella. A su vez, Castillo (2008) nos permite conocer que el que una persona represente a su comunidad emotivamente y anuncie su disposición a permanecer allí es el sentido de pertenencia.

En cuanto a los indicadores de sentido de pertenencia, los autores Ríos y Ferreyra (2014) clasifican factores como: Multiculturalismo: básicamente es la tolerancia y buena disposición que expresan una o más culturas ubicadas en un mismo espacio geográfico entre sí, la confianza: se trata de tener la certeza del cumplimiento de leyes en beneficio a la preservación y seguridad del pueblo por parte de las autoridades; situación que da pie a la armonía social y pasividad social. En este grupo están incluidos: instituciones como las fuerzas armadas, jefes de sindicatos, la prensa, los representantes del poder judicial, representantes pertenecientes al gobierno central, y representantes de la localidad, la participación: son las tareas puestas en práctica con el fin de fortalecer la comunidad. La participación debe estar presente en ámbitos como: (a) Político: se refiere al hecho de ser participe en proceso de elección política

de manera continua o cesada simpatizando con cualquier grupo político. (b)Social: se refiere a la prestación de servicio dentro de cualquier club comunitario los cuales pueden ser sociedad de madres, de vaso de leche, algún equipo deportivo y demás. (c) Cohesión social: está basado en incorporar a todos y cada uno de los individuos a América. (d)Funcionales: hace alusión a la participación realizada por cada sujeto en grupos sociales, ya sean de jóvenes, familiares, entidades enfocadas en los derechos laborales. Además, presta atención a apreciaciones sobre lo que está por venir teniendo en cuenta las oportunidades que brinda el estado. En un proceso que comprende aproximadamente tres años en el país, luego se encuentra la mejora económica a favor de un buen estilo de vida y culminando con una mejora en el ámbito familiar teniendo como escenario el país de origen o el extranjero. (pp.34-35).

La segunda dimensión es la conciencia turística, para la cual Ríos y Ferreyra (2014), comentan que si los pobladores son conscientes de que los extranjeros son quienes se transportan hasta su comunidad para conocerla y que, si todos contribuyen para hacer de esta una experiencia agradable y memorable, ya que la impresión con la que regresen redundará en el exterior y esto beneficiará no solo al pueblo, sino también al estado ya que la actividad turística se potenciará y con ella la economía también, por ellos es importante contribuir a la mejora y preservación de las maravillas turísticas de un pueblo.

Por su parte Castro (2012) comenta que hablamos de conciencia turística cuando las personas valoran y destacan la belleza de los lugares propicios para clasificar como encantos del turismo, también cuando se respeta y aprecia a los visitantes recordando lo esenciales son para lograr mejoras económicas.

La tercera dimensión son las costumbres y tradiciones, la tradición es un constructo social que puede cambiarse transitoriamente, de una descendencia a otra; y especialmente, de un área a otra. Esto quiere decir, que las tradiciones varían de una cultura a otra, con el tiempo y según el grupo social. La idea general que se posee que las tradiciones provienen de la etimología del término del latín “Tradere”, del que procedería tradición, que trata de lo que se trasmite en el tiempo, de los conocimientos que cada generación transmite a la subsiguiente. Pero este concepto inicial está

pasando por una distinta transformación. Además, la tradición, llega a actualizar y renovar el pasado a partir del tiempo actual. La tradición para conservarse dominante, y no desaparecer se llega a modificar al ritmo de la sociedad, ya que constituye la prolongación cultural, es aquí que se observa la habilidad del cambio y de adaptación cultural. La tradición para ser utilitario, sufre muchas renovaciones llegando a crear, recrear, inventar y destruye cada día. (Marcos, 2004).

Por otra parte, Guzmán (1995, p. 623), "menciona que la costumbre es una manifestación en donde intercede el derecho, la moral, la civilidad y mucho más la religión; en ella se envuelve, las diferentes normatividades del comportamiento humano, es de allí su singular valor".

"Hobsbawn diferencia la "tradición" y "costumbre", enfatizando que esta última son las que se mantienen por sobre todo en la sociedad periférica, en donde se originan interrelación de "cara a cara". Por su parte la tradición es estable y sin variaciones a diferencia de la costumbre la cual es maleable y en ocasiones discontinua. Pertinentemente se debe tomar en cuenta que, si las costumbres van quedando en el olvido, con esto las tradiciones cambiarán (Flores, 2005).

En relación a los planteamientos realizados se formula el problema general de la investigación: ¿Qué relación existe entre el Turismo y la identidad tumbesina en los estudiantes del 5to grado de secundaria de la I. E. República del Perú, Tumbes – 2019? Y como Problemas específicos: ¿Qué relación existe entre el Turismo y el sentido de pertenencia de la identidad tumbesina en los estudiantes del 5to grado de secundaria de la I. E. República del Perú, Tumbes – 2019?, ¿Qué relación existe entre el Turismo y la conciencia turística de la identidad tumbesina en los estudiantes del 5to grado de secundaria de la I. E. República del Perú, Tumbes – 2019? y ¿Qué relación existe entre el Turismo y las costumbres y tradiciones de la identidad tumbesina en los estudiantes del 5to grado de secundaria de la I. E. República del Perú, Tumbes – 2019?

Este estudio está justificado dado que es menester el fortalecimiento de identidad en los estudiantes de la I.E. República del Perú que por motivos de la globalización se

está perdiendo, y conocer si efectivamente la actividad turística se encuentra ligada a la identidad de los estudiantes de la I. E. República del Perú. A nivel práctico, debido a que no existen estudios realizados sobre la relación entre el Turismo y la Identidad en las Instituciones Educativas, es por ello que el estudio servirá como antecedente para futuras investigaciones y los resultados servirá para los Directores, alumnos y a la Comunidad, esperando que los alumnos cambien su actitud y que esto mismo ayude al desarrollo del Turismo. A nivel social el estudio es relevante, ya que beneficiará a los directores, alumnos y a la comunidad, debido a que permitirá analizar la información sobre la importancia del Turismo y como este se relaciona con la identidad de los alumnos.

Con el afán de responder a las interrogantes del estudio ha sido formulado un objetivo general: Determinar la relación que existe entre el Turismo y la identidad tumbesina en los estudiantes del 5to grado de secundaria de la I. E. República del Perú, Tumbes – 2019. Y como objetivos específicos: Determinar la relación que existe entre el Turismo y el sentido de pertenencia de la identidad tumbesina en los estudiantes del 5to grado de secundaria de la I. E. República del Perú, Tumbes – 2019., Establecer la relación que existe entre el Turismo y la conciencia turística de la identidad tumbesina en los estudiantes del 5to grado de secundaria de la I. E. República del Perú, Tumbes – 2019 e Identificar la relación que existe entre el Turismo y las costumbres y tradiciones de la identidad tumbesina en los estudiantes del 5to grado de secundaria de la I. E. República del Perú, Tumbes – 2019.

El estudio da paso a la hipótesis general de investigación: Existe una relación directa y significativa entre el Turismo y la identidad tumbesina en los estudiantes del 5to grado de secundaria de la I. E. República del Perú, Tumbes – 2019. Y como hipótesis específicas: Existe una relación directa y significativa entre el Turismo y el sentido de pertenencia de la identidad tumbesina en los estudiantes del 5to grado de secundaria de la I. E. República del Perú, Tumbes – 2019., Existe una relación directa y significativa entre el Turismo y conciencia turística de la identidad tumbesina en los estudiantes del 5to grado de secundaria de la I. E. República del Perú, Tumbes – 2019., Existe una relación directa y significativa entre el Turismo y las costumbres y

tradiciones de la identidad tumbesina en los estudiantes del 5to grado de secundaria de la I. E. República del Perú, Tumbes – 2019.

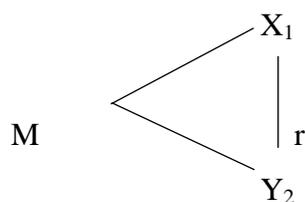
II. MÉTODO

2.1. Tipo y diseño de investigación

Esta indagación va enmarcada al enfoque cuantitativo, además, utilizó instrumentos como el cuestionario y los resultados alcanzados se plasmaron en tablas. En tanto el enfoque cuantitativo investiga la correlación entre las variantes propuestas, cuya dirección es lineal; es decir, que haya una notoriedad entre las variantes que son el turismo y la identidad y que se puedan conceptualizar, delimitar y conocer de dónde procede la dificultad y cuál es el tipo de ocurrencia entre ambas variantes.

El estudio es no experimental, ya que no se maneja ninguna de las variantes, llegando a recolectar la información en el mismo lugar y tiempo. (Hernández ., 2012). Además, será correlacional-transversal, porque se correlacionaron las variantes y los datos recogidos fueron en un solo tiempo, tratando de buscar el nivel de correlación que existe entre ambas variantes.

Se esquema del estudio es el siguiente:



Dónde:

M = Alumnos

X1 = Turismo

Y2 = Identidad

r = Relación

2.2. Variables y operacionalización

2.2.1. Variables

Variable 1: Turismo

Dimensiones:

Recursos turísticos

Los atractivos turísticos

Planta turística

Medios de transporte

Infraestructura básica

Variable 2: Identidad

Dimensiones:

Sentido de pertenencia

Conciencia turística

Costumbres y tradiciones

2.2.2. Operacionalización

Variables	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicador	Escala de medición
Turismo	Mincetur (2004) indico que es viajar por placer, es la utilización del tiempo libre para su recreación, son los componentes del producto turístico, compuesto por todos los elementos que se pueda brindar a los turistas y son los siguientes como: la planta turística, la infraestructura básica, los recursos turísticos, los medios de transporte y los atractivos turísticos (p. 16).	La variable se evaluará mediante un cuestionario que será aplicado a los alumnos que mide las cinco dimensiones recursos turísticos, atractivos turísticos, planta turística, medios de transporte e infraestructura básica.	Los recursos turísticos	<ul style="list-style-type: none"> • Sitios naturales • Manifestaciones culturales • Folclor • Acontecimientos programados 	Ordinal
			Los atractivos turísticos	<ul style="list-style-type: none"> • Puerto Pizarro • Santuario Nacional los Manglares de Tumbes • Playas • Platos típicos 	
			Planta turística	<ul style="list-style-type: none"> • Alojamiento • Agencia de viajes • Sistema financiero 	
			Medios de transporte	<ul style="list-style-type: none"> • Terrestre • Aéreo 	Ordinal

		Infraestructura básica		<ul style="list-style-type: none"> • Comunicaciones • Rutas de acceso • Servicios básicos 	
Identidad	Ríos y Ferreyra (2014) es un sentimiento de pertenecer a un grupo, costumbres y tradiciones propias de este distrito, es una adaptación positiva que cambia en su diseño y adopta características propias culturales, a través del tiempo y permanecen (p. 26).	La variable se evaluará mediante un cuestionario que será aplicado a los alumnos que mide tres dimensiones sobre sentido de pertenencia, conciencia turística y las costumbres y tradiciones	Sentido de pertenencia	<ul style="list-style-type: none"> • Identificación • Multiculturalismo • Patrimonio cultura • Confianza con la institución • Participación en campaña • Participación en proyección social • Identidad cultural 	Ordinal
			Conciencia turística	<ul style="list-style-type: none"> • Conocimiento del turismo ecológico • Participación en tours • Trato con amabilidad y respecto • Presentación positiva • Cuidado de los recursos 	Ordinal

turísticos

Costumbres y tradiciones	• Programas	Ordinal
	• Instituciones que apoyan	
	• Espacios	

Fuente: Elaboración propia

2.3. Población y muestra

2.1.1. Población

Está conformada por un grupo de individuos, definidos, limitados y accesibles que formaran parte de la investigación y que mantienen ciertas peculiaridades similares. Haciendo hincapié que no solo se puede trabajar con un grupo de individuos si no también con otros aspectos (Arias, 2016). Para esta ocasión se cuenta con los alumnos del nivel secundaria de la Institución Educativa “República del Perú” de Tumbes y que se encuentran formalmente matriculados, los cuales hacen un total de 588 estudiantes distribuidos de 1ero a 5to de secundaria.

Tabla 01:

Distribución de la población de secundaria

Grado	Total
1ero	116
2do	120
3ero	114
4to	113
5to	125
Total	588

Fuente: Registro de matricula

2.1.2. Muestra

Hernández, et al (2010) aclara que la muestra viene a ser una porción extraída de la población, siendo convocada para posteriormente ser estudiada siendo esta del tipo no probabilístico intencional. De este modo contamos con los alumnos del de 5to grado de secundaria de la Institución Educativa “República del Perú” de Tumbes y que se encuentran formalmente matriculados, el total de la muestra fue de 125 estudiantes de las cinco secciones.

Tabla 02:

Distribución de la población de muestra

Grado	Sección	Total
5to	A	28
	B	25
	C	25
	D	24
	E	23
Total		125

Fuente: Registro de matrícula

La muestra final de la investigación fue de 97 estudiantes dado que 28 estudiantes no se presentaron en la semana de aplicación de los instrumentos, por motivos de salud.

2.4. Técnicas e instrumento de recolección de datos, validez y confiabilidad

2.1.3. Técnica

Es conveniente apoyarnos en la “Encuesta”, técnica que no es más que un texto formulado por el autor a cargo de la observación y presentado a las personas con el fin de analizar sus perspectivas, inclinaciones, comportamientos y demás (Hernández, et al 2010, pg. 70)

2.1.4. Instrumento

Se consideró pertinente valerse de un cuestionario, el cual está compuesto por ítems diseñados con el fin de obtener datos precisos de un tema en particular con el fin de alcanzar los objetivos anteriormente planteados (Hernández, et al 2010). Posteriormente obteniendo los datos se realizó un análisis descriptivo de las variantes propuestas. Inmediatamente un análisis crítico por parte del autor de la investigación será necesario para una correcta obtención de datos.

Para la variable turismo, se ha construido un instrumento en base a las teorías citadas, diseñamos un cuestionario con 33 reactivos, los cuales están distribuidos en las cinco dimensiones que forman parte de la variable, la primera dimensión referida a recursos

turísticos está compuesta por 12 ítems, la segunda dimensión dominada atractivos turísticos está compuesta por 6 ítems, la tercera dimensión de nombre planta turística está conformada por 8 ítems, la cuarta dimensión medios de transporte está compuesta por 4 ítems y la quinta dimensión infraestructura básica compuesta por 3 ítems; la escala utilizada es de Likert con tres opciones de respuestas: Si (3), Poco (2) y No (1), la duración de aplicación es de 30 minutos y se debe tomar en forma individual.

En cuanto a la segunda variable, igualmente su construcción está basada en la revisión de estudios previos y en las teorías citadas, se ha elaborado un cuestionario con 17 ítems, los cuales se distribuyen en las tres dimensiones que forman parte de la variable, la primera dimensión referida al sentido de referencia compuesta por 7 ítems, la segunda dimensión dominada conciencia turística compuesta por 6 ítems y la tercera dimensión de nombre costumbres y tradiciones está conformada por 4 ítems, la escala utilizada es de Likert con tres opciones de respuestas: Si (3), Poco (2) y No (1), la duración de aplicación es de 30 minutos y se debe tomar en forma individual.

2.1.5. Validez y confiabilidad:

Esta referida a que tan bien mide un instrumento la variable elegida, es decir que recoja la información real de la variable según sus dimensiones trabajadas y sustentadas bajo un enfoque teórico (Hernández, et al 2014), dentro de los tipos de validez en la presente investigación se realizará la validez de contenido, aquella que se basa en conocer cuán conveniente es el instrumento empleado para una población en específico de acuerdo a la variable elegida para la medición.

La evaluación de validez de contenido es encomendada a un juicio de expertos, que viene a ser la apreciación por parte de personas que son ampliamente entendidas en el tema expuesto, además estas deben contar con la debida experiencia del caso, siendo capaces de informar, corregir y valorar imparcialmente el trabajo a evaluar (Ding & Hershberger, 2002). Dentro de esta indagación científica se realizó la validez teniendo en cuenta el formato de validez de experto proporcionado por el docente metodológico.

Confiabilidad

Se refiere al nivel logrado por un instrumento produciendo respuestas congruentes y semejantes una persona. Para conseguir demostrar la presencia de confiabilidad en un trabajo de investigación se recurre al Alfa de Cronbach, el cual se expresa en categorías que van desde el cero hasta el uno, teniendo en cuenta que la confiabilidad es nula cuando se alcanza un valor de cero, caso contrario la obtención de un valor de uno garantiza el que instrumento es altamente confiable (Hernández, et al 2010). Para este análisis ambos instrumentos fueron sometidos prueba piloto con la cual se obtuvo los siguientes resultados:

Instrumento de la variable turismo (33 ítems): Alfa de Cronbach= .855

Instrumento de la variable Identidad cultural (17 ítems): .884

2.5. Procedimiento

Para poder realizar el estudio, se procedió a solicitar el permiso a la institución, con la cual se realizaron las coordinaciones respectivas para la aplicación de los instrumentos. Una vez aplicados los instrumentos se vaciaron los datos a una hoja de Excel para posteriormente fueron analizados. Los datos obtenidos fueron evaluados estadísticamente para poder realizar tablas de frecuencia simple y de correlación

2.6. Método de análisis de datos

Cada dato codificado y tabulado en una base de Excel, pasa a ser procesado dentro del programa estadístico SPSS versión 25, y el producto conseguido será presentado en cuadros descriptivos de frecuencia y porcentual con sus respectivas interpretaciones, estando listo para dar respuesta a las interrogantes y para corroborar aquella hipótesis con ayuda de estadística inferencial usando la prueba de correlación de Spearman.

2.7. Aspectos éticos

Esta averiguación científica se rige a los principios de confidencialidad, manteniéndose en el anonimato la identidad de cada uno de los estudiantes que colaboraron para el desarrollo del estudio, al igual que sus apreciaciones, teniendo en cuenta el uso del formato de consentimiento informado y se cumplió con el código de ética de la investigación formulado por la UCV.

III. RESULTADOS

Objetivo general:

Determinar la relación que existe entre el Turismo y la identidad tumbesina en los estudiantes del 5to grado de secundaria de la I. E. República del Perú, Tumbes – 2019.

Tabla 3

Distribución de frecuencia de la variable turismo y la variable identidad tumbesina en los estudiantes del 5to grado de secundaria de la I. E. República del Perú, Tumbes.

Nivel de la variable turismo	Nivel de la variable identidad tumbesina							
	Débil		Regular		Fuerte		Total	
	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%
Baja	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
Moderado	1	1.0%	14	14.4%	13	13.4%	28	28.9%
Alto	0	0.0%	18	18.6%	51	52.6%	69	71.1%
Total	1	1.0%	32	33.0%	64	66.0%	97	100.0%

Fuente: Instrumento aplicado a los estudiantes

Podemos observar dentro de la tabla 3, un 71.1% de estudiantes del 5to grado de secundaria de la I.E República del Perú Tumbes, exhibe un alto nivel de conocimiento del Turismo, este porcentaje es mayor en los estudiantes que presentan un nivel fuerte de identidad tumbesina con un 52,6%. Los que se ubicaron en un nivel moderado de conocimiento sobre el turismo 28.9% presentan un nivel regular de identidad tumbesina, 14.4%. Por lo tanto, el nivel de conocimiento sobre el turismo si explica el nivel de identidad tumbesina dado que a un alto nivel sobre el turismo existe un nivel fuerte de identidad tumbesina.

Objetivo específico 1:

Determinar la relación que existe entre el Turismo y el sentido de pertenencia de la identidad tumbesina en los estudiantes del 5to grado de secundaria de la I. E. República del Perú, Tumbes – 2019.

Tabla 4

Distribución de frecuencia de la variable turismo y el sentido de pertenencia de la identidad tumbesina en los estudiantes del 5to grado de secundaria

Nivel de la variable turismo	Nivel sentido de pertenencia							
	Débil		Regular		Alto		Total	
	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%
Baja	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
Moderado	1	1.0%	22	22.7%	5	5.2%	28	28.9%
Alto	0	0.0%	25	25.8%	44	45.4%	69	71.1%
Total	1	1.0%	47	48.5%	49	50.5%	97	100.0%

Fuente: Instrumento aplicado a los estudiantes

Se puede distinguir que en la tabla 4, el 71.1% de los estudiantes del 5to grado de secundaria de la I. E. República del Perú, Tumbes tienen un nivel alto de conocimiento del turístico; este porcentaje es mayor en los estudiantes que presentan un nivel fuerte de sentido de pertenencia con un 45.4%. Los que se ubicaron en un nivel moderado de conocimiento sobre el turismo 28.9% presentan un nivel regular de identidad tumbesina 22.7%. Por lo tanto, el nivel de conocimiento sobre el turismo si explica el nivel de sentido de pertenencia dado que a un alto nivel sobre el turismo igualmente existe un nivel fuerte de sentido de pertenencia de la identidad cultural.

Objetivo específico 2:

Establecer la relación que existe entre el Turismo y la conciencia turística de la identidad tumbesina en los estudiantes del 5to grado de secundaria de la I. E. República del Perú, Tumbes – 2019.

Tabla 5

Distribución de frecuencia de la variable turismo y la conciencia turística de la identidad tumbesina en los estudiantes del 5to grado de secundaria

Nivel de la variable turismo	Nivel de conciencia turística						Total	
	Débil		Regular		Alto			
	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%
Baja	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
Moderado	1	1.0%	12	12.4%	15	15.5%	28	28.9%
Alto	0	0.0%	20	20.6%	49	50.5%	69	71.1%
Total	1	1.0%	32	33.0%	64	66.0%	97	100.0%

Fuente: Instrumento aplicado a los estudiantes

La tabla 5 muestra que el 71.1% de los estudiantes de 5to grado de secundaria de la I. E. República del Perú, Tumbes tienen un nivel alto de conocimiento del turístico; este porcentaje es mayor en los estudiantes que presentan un nivel fuerte de conciencia turística con un 50,5%. Los que se ubicaron en un nivel moderado de conocimiento sobre el turismo, 28.9% muestran nivel alto 15.5% sobre conciencia turística. Por lo tanto, el nivel de conocimiento sobre el turismo si explica el nivel de conciencia turística dado que a un alto nivel sobre el turismo igualmente existe un nivel alto de conciencia turística de la identidad cultural.

Objetivo específico 3:

Identificar la relación que existe entre el Turismo y las costumbres y tradiciones de la identidad tumbesina en los estudiantes del 5to grado de secundaria de la I. E. República del Perú, Tumbes – 2019.

Tabla 6

Distribución de frecuencia de la variable turismo y las costumbres – tradiciones de la identidad tumbesina en los estudiantes del 5to grado de secundaria

Nivel de la variable turismo	Nivel de costumbres y tradiciones							
	Débil		Regular		Alto		Total	
	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%
Baja	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
Moderado	4	4.1%	19	19.6%	5	5.2%	28	28.9%
Alto	5	5.2%	33	34.0%	31	32.0%	69	71.1%
Total	9	9.3%	52	53.6%	36	37.1%	97	100.0%

Fuente: Instrumento aplicado a los estudiantes

Claramente la tabla 6, detalla que el 71.1% de los estudiantes del 5to grado de secundaria de la I. E. República del Perú, Tumbes exhibe un nivel alto de conocimiento del turístico; presentándose un porcentaje casi similar en los niveles regular 34% y alto 32% de práctica de costumbres y tradiciones. Los que se ubicaron en un nivel moderado de conocimiento sobre el turismo, 28.9% muestran nivel regular 19.6% sobre las costumbres y tradiciones. Por lo tanto, el nivel de conocimiento sobre el turismo si explica el nivel de costumbres y tradiciones.

Hipótesis general

Hi: Existe una relación directa y significativa entre el Turismo y la identidad tumbesina en los estudiantes del 5to grado de secundaria de la I. E. República del Perú, Tumbes – 2019.

Ho: No existe relación directa y significativa entre el Turismo y la identidad tumbesina en los estudiantes del 5to grado de secundaria de la I. E. República del Perú, Tumbes – 2019.

Tabla 7

Correlación entre las variables turismo e identidad tumbesina en los estudiantes del 5to grado de secundaria de la I. E. República del Perú, Tumbes – 2019.

		Turismo	Identidad
Rho de Spearman	Turismo	1.000	.615**
	Coeficiente de correlación		
	Sig. (bilateral)	.	.000
	N	97	97

** . La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

La tabla 7 detalla la obtención de un coeficiente de correlación de 0.615 (correlación moderada y positiva) atribuida a la aplicación de la prueba de Spearman y un p-valor obtenido de 0.000, el cual es menor al p-valor tabulado de 0.01, motivo suficiente para aclarar la invalidez de la hipótesis nula, siendo aceptada la hipótesis planteada por el autor de la investigación. Siendo un hecho que, al aumentar el conocimiento sobre el turismo, mejoran los niveles de identidad tumbesina o viceversa en los estudiantes del 5to grado de secundaria de la I.E. República del Perú, Tumbes – 2019.

Hipótesis específica 1

Hi1: Existe una relación directa y significativa entre el Turismo y el sentido de pertenencia de la identidad tumbesina en los estudiantes del 5to grado de secundaria de la I. E. República del Perú, Tumbes – 2019.

Ho1: No existe relación directa y significativa entre el Turismo y el sentido de pertenencia de la identidad tumbesina en los estudiantes del 5to grado de secundaria de la I. E. República del Perú, Tumbes – 2019.

Tabla 8

Correlación entre la variable turismo y la dimensión sentido de pertenencia de la identidad tumbesina en los estudiantes del 5to grado de secundaria.

		Turismo	Sentido de pertenencia
Rho de Spearman	Turismo	1.000	.659**
	Coefficiente de correlación		
	Sig. (bilateral)	.	.000
	N	97	97

** . La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

Dentro de la tabla 8 está detallado el alcance de un coeficiente de correlación de 0.659 (correlación moderada y positiva) atribuido a la aplicación de la prueba de Spearman en la muestra y un p-valor obtenido de 0.000, el cual es menor al p-valor tabulado de 0.01, motivo suficiente para referir la invalidez de la hipótesis nula y la aceptación de la hipótesis generada por el autor de la investigación. Lo cual implica que a mayor conocimiento sobre el turismo mejor será el sentido de pertenencia o viceversa en los estudiantes del 5to grado de secundaria de la I.E. República del Perú, Tumbes – 2019.

Hipótesis específica 2

Hi2: Existe una relación directa y significativa entre el Turismo y conciencia turística de la identidad tumbesina en los estudiantes del 5to grado de secundaria de la I. E. República del Perú, Tumbes – 2019.

Ho2: No existe una relación directa y significativa entre el Turismo y conciencia turística de la identidad tumbesina en los estudiantes del 5to grado de secundaria de la I. E. República del Perú, Tumbes – 2019.

Tabla 9

Correlación entre la variable turismo y la dimensión conciencia turística de la identidad tumbesina en los estudiantes del 5to grado de secundaria.

		Turismo	Conciencia turística
Rho de Spearman	Coefficiente de correlación	1.000	.436**
	Sig. (bilateral)	.	.000
	N	97	97

** . La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

Gracias a la tabla 9 se alcanzó un coeficiente de correlación de 0.436 (correlación moderada y positiva) el mismo que es atribuido a la aplicación de la prueba de Spearman a la muestra y un p-valor obtenido de 0.000, el cual es menor al p-valor tabulado de 0.01, fundamentándose así el rechazo de la hipótesis nula y con ello la automática aceptación de la hipótesis planteada por el autor de la investigación. Lo que implica que a mayor conocimiento sobre el turismo mejor será la conciencia turística o viceversa en los estudiantes del 5to grado de secundaria de la I.E. República del Perú, Tumbes – 2019.

Hipótesis específica 3

Hi3: Existe una relación directa y significativa entre el Turismo y las costumbres y tradiciones de la identidad tumbesina en los estudiantes del 5to grado de secundaria de la I. E. República del Perú, Tumbes – 2019.

Ho3: No existe una relación directa y significativa entre el Turismo y las costumbres y tradiciones de la identidad tumbesina en los estudiantes del 5to grado de secundaria de la I. E. República del Perú, Tumbes – 2019.

Tabla 10

Correlación entre la variable turismo y la dimensión costumbres y tradiciones de la identidad tumbesina en los estudiantes del 5to grado de secundaria.

		Turismo	Costumbres turística
Rho de	Turismo	1.000	.285**
Spearman	Coefficiente de correlación		
	Sig. (bilateral)	.	.000
	N	97	97

** . La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

Con ayuda de la tabla 10 se puede detallar la obtención de un coeficiente de correlación de 0.285 (correlación baja y positiva) el cual es atribuido a la aplicación de la prueba de Spearman a la muestra y un p-valor obtenido de 0.000, el cual es menor al p-valor tabulado de 0.01, hecho que permite el rechazo de la hipótesis nula y la aceptación de la hipótesis concebida por el autor de la investigación. Por lo tanto, a mayor conocimiento sobre el turismo mejor será el sentido de pertenencia o viceversa en los estudiantes del 5to grado de secundaria de la I.E. República del Perú, Tumbes – 2019.

IV. DISCUSIÓN

El objetivo en general: Determinar la relación que existe entre el Turismo y la identidad tumbesina en los estudiantes del 5to grado de secundaria de la I. E. República del Perú, Tumbes – 2019, el 71.1% de los estudiantes del 5to grado de secundaria tienen un nivel alto de conocimiento turístico; porcentaje que viene siendo mayor en los alumnos que presentan un nivel fuerte de identidad tumbesina con un 52,6%, consecuentemente se logró corroborar la presencia de una correlación entre las variables aceptándose la hipótesis del investigador; es decir los estudiantes que tienen conocimientos sobre las diferentes agencias, hoteles y los horarios de atención mostraran un nivel alto de sentido de pertenencia. Coincide con la definición de Vandam (1982) quien define el turismo como “un valor, y que está relacionada a la persona y los objetos; al valor que se da a los bienes culturales” (p. 21). Y con Arancibia (2016) que señala que “la identidad es una construcción cultural” y tiene que ver con un proceso de socialización de la persona en distintos grupos (p. 18). Respuestas semejantes se concibieron en el trabajo del autor Trujillo (2017) titulado: “Turismo y la identidad rímense en los estudiantes del nivel secundaria de la IE 3010 “Ramón Castilla” Rímac; Lima, 2016”. Arrojando un resultado que demuestra que el turismo se encuentra correlacionado de forma positiva con la identidad en la Institución Educativa, teniendo como resultado ($Rho=0,591$ y $p =0,000$). Por ello se tiene que trabajar proponiendo estrategias para mejorar el turismo y por ende mejoraría la identidad rímense de los estudiantes

Con respecto al objetivo 1: Explicar la relación que existe entre el Turismo y el sentido de pertenencia de la identidad tumbesina en los estudiantes del 5to grado de secundaria de la I. E. República del Perú, Tumbes – 2019, el 71.1% de los alumnos del 5to grado de secundaria exhiben un nivel alto de conocimiento del turístico; siendo mayor el porcentaje en los estudiantes que presentan un nivel fuerte de sentido de pertenencia con un 45.4%, asimismo se encontró que existe correlación entre el turismo y el sentido de pertenencia aceptándose la hipótesis del investigador, es decir los estudiantes que tienen conocimientos sobre las agencias de viajes que transportan a las distintas zonas turísticas en Tumbes mostraran un alto nivel de sentido de pertenencia. Datos se asemejan al marco teórico de Amaya (2000) quien indica las ventajas que trae consigo el turismo; actividad que optimiza la comunicación entre comunidades, mejorando su cultura y debilitando los prejuicios. Y por su parte Ríos y Ferreyra (2014) quienes enfatizaron en que este aspecto se va generando

a partir de la aceptación de un sujeto frente a su familia y después a su comunidad, adoptando características, tradiciones y demás llegando a sentir satisfacción por el hecho de formar parte de ella. Los resultados encontrados en el estudio discrepan con la conclusión de la investigación de Huertas, (2017) denominada: “Análisis de la identidad cultural de los estudiantes del 5to grado de secundaria de la i.e. fe y alegría N°10 respecto a la Cultura Colli en la Actualidad”; concluye que los alumnos evaluados presentan un nivel bajo sobre la identidad cultural en cuanto a su cultura local, los Colli.

De acuerdo al objetivo 2: Establecer la relación que existe entre el Turismo y la conciencia turística de la identidad tumbesina en los estudiantes del 5to grado de secundaria de la I. E. República del Perú, Tumbes – 2019, el 71.1% de los estudiantes del 5to grado de secundaria tienen un nivel alto de conocimiento del turístico; porcentaje que viene siendo mayor en los estudiantes que presentan un nivel fuerte de conciencia turística con un 50,5%, consecuentemente se puede apreciar una correlación entre el turismo y la conciencia turística aceptándose la hipótesis del investigador, es decir los estudiantes que tienen conocimientos sobre los distintos medios de transporte en Tumbes mostrarán un alto nivel de conciencia turística. Los datos coinciden con la definición de Jiménez (2003) sostiene que el traslado de una persona al exterior de su comunidad, descubriendo lugares nunca antes conocidos con el fin de divertirse viene a ser el turismo. Además, también es el hecho de trasladarse con fines comerciales. Y en cuanto a conciencia turística, los investigadores Ríos y Ferreyra (2014), comentan que si los pobladores son conscientes de que los extranjeros son quienes se transportan hasta su comunidad para conocerla y que, si todos contribuyen para hacer de esta una experiencia agradable y memorable, ya que la impresión con la que regresen redundará en el exterior y esto beneficiará no solo al pueblo, sino también al estado ya que la actividad turística se potenciará y con ella la economía también, por ellos es importante contribuir a la mejora y preservación de las maravillas turísticas de un pueblo.

Resultados ajenos se encontraron en la tesis de Quiroz (2015) denominada: “Caracterización de la de la identidad Casmeña y propuesta de un programa de turismo escolar para el fortalecimiento de la identidad de los estudiantes del 3er grado “E” de secundaria de la Institución Educativa “Mariscal Luzuriaga” de Casma, 2015”. Posteriormente al análisis se logró conocer que una parte de los alumnos se sienten a gusto

con su origen y no lo niegan; por otra parte, se evidencia que la gran mayoría de los alumnos presentan falta de conocimiento sobre los aspectos relacionados con la geografía y la cultura del lugar donde viven y carecen de una apropiada conciencia turística, manifestándose la urgencia del diseño de un programa turístico para que se efectuó dentro del plan curricular educativo que ayude a que los estudiantes se identifiquen completamente con su provincia y sus recursos.

En el objetivo 3: Identificar la relación que existe entre el Turismo y las costumbres y tradiciones de la identidad tumbesina en los estudiantes del 5to grado de secundaria de la I. E. República del Perú, Tumbes – 2019, el 71.1% de los estudiantes del 5to grado de secundaria tienen un nivel alto de conocimiento del turístico; presentándose un porcentaje casi similar en los niveles regular 34% y alto 32% de práctica de costumbres y tradiciones, asimismo se encontró que existe correlación entre el turismo y las costumbres y tradiciones aceptándose la hipótesis del investigador, es decir los estudiantes que tienen conocimientos sobre los medios de comunicación y las rutas de acceso a todos los recursos turísticos muestran un nivel alto del uso de costumbres y tradiciones. La realidad es coherente con la postura de Mincetur (2004) tomando las ideas de la Organización Mundial del Turismo (OMT) que refirió que las actividades turísticas enfrasan aquellas diligencias ejecutadas por los individuos en el transcurso de sus viajes y la estadía en diversos sitios por plazos cortos, ya sea por vacaciones, negocios, estudio, ocio, etc. Y con la de Marcos (2004) que menciona que la tradición para conservarse dominante, y no desaparecer se llega a modificar al ritmo de la sociedad, ya que constituye la prolongación cultural, es aquí que se observa la habilidad del cambio y de adaptación cultural. Además, se halló resultados opuestos en el estudio de Serrano, (2017) denominada: “Los valores culturales y la identidad cultural En la escuela de párvulos, del municipio de Santa Cruz Barillas, Departamento de Huehuetenango”. Los resultados indicaron que los Valores culturales que los docentes utilizan para enseñar no llenan las expectativas de los estudiantes puesto que la mayoría solo utiliza los tradicionales no permiten su flexibilidad para poder practicar sus costumbres y valores que deben fomentar dentro de la sociedad utilizando la metodología que solo contribuyen al conformismo de parte de los estudiantes.

V. CONCLUSIONES

- Se resalta la presencia de una correlación moderada directa y significativa entre la variable turismo y la identidad tumbesina en los estudiantes del 5to grado de secundaria de la I.E. República del Perú; lo que nos indica que mientras más visiten nuestros recursos y atractivos turísticos, los estudiantes tendrán mayor identidad por su región.

- Existe una correlación positiva, directa alta entre el turismo y el sentido de pertenencia; asimismo se pudo evidenciar un alto conocimiento sobre el turismo y un alto nivel de sentido de pertenencias, donde se concluye que el sentido de pertenencia manifestado por el multiculturalismo, patrimonio cultural, participación en campañas y la participación de los estudiantes en eventos culturales está fortalecida por un conocimiento turístico por parte de los estudiantes.

- Existe correlación moderada, directa y positiva entre el turismo y la conciencia turística; dado que se obtuvo un nivel alto en ambas variables lo que nos hace aseverar que los estudiantes si saben reconocer los atributos turísticos con los que cuenta Tumbes, se tiene una actitud positiva al turismo y al turista y se identifican con sus creencias y costumbres.

- Se resalta la correlación baja, positiva y significativa entre la variable turismo y las costumbres – tradiciones de Tumbes; encontrándose además un nivel alto de la variable turismo y un nivel regular de costumbres y tradiciones; lo que nos hace suponer que los estudiantes han ido modificando su pensamiento respecto a las costumbres y que les cuesta seguir manteniéndolas por los diversos distractores a los que está expuesto actualmente.

VI. RECOMENDACIONES

- Directamente a quien dirige la I.E, coordinar con algunas entidades como la Dirección Regional de Turismo y el Ministerio de Cultura para desarrollar conjuntamente proyectos relacionados al desarrollo del turismo dentro de la institución e involucren a los estudiantes con el fin de fortalecer aún más la identidad en ellos. Asimismo, continuar preservando los recursos turísticos.

- A la directora de la I.E, en coordinación con los docentes implementar políticas de desarrollo turístico institucional y local, que incluyen programas de capacitación turística dirigida a los estudiantes, para consolidar aún mucho más el grado de conciencia para con el turismo.

- A quien dirige la I.E, reorganizar con los docentes la forma de brindar los conocimientos turísticos mediante clases temáticas para vigorizar la imagen turística de los estudiantes, para que con ello su sentido de pertenencia siga siendo muy fuerte.

- A los docentes de la I.E, continuar conservando y promocionando las costumbres y tradiciones en un pequeño momento a la hora que dictan sus clases, además formar grupos para que demuestren su arte folclórico tradicional a los demás estudiantes de la institución en algunas ceremonias programadas; consolidando aún más su identidad.

REFERENCIAS

- Alelú, M., Cantín, S., López, N., y Rodríguez Zazo, M. (s.f.). *Métodos de Investigación*. Madrid: Educación Especial.
- Amaya, S. (2000). *El turismo como estrategia de integración escuela-comunidad para las escuelas básicas del municipio Colina en el Estado Falcón*. Venezuela. (Tesis para optar el título de Licenciado en Educación integral, UNA). Recuperado de <http://biblo.una.edu.ve/docu.7/bases/marc/texto/t34363.pdf>.
- Arancibia, M. (2016). *La "Identidad", Como Una Construcción Cultural Para La Sociología*. Sincretismo Sociológico. Nuevos Imaginarios. Recuperado de [Año 1 Número 2] http://www.sincretismossociologicos.com/uploads/3/2/2/6/3226167/la_identidad_como_una_construcci%C3%B3n_cultural_para_la_sociolog%C3%ADa.pdf
- Balastreri, A. (1997). *Turismo y lugar: un contrapunto a la Globalización*. En aportes y transferencias. Centro de investigación Turísticas. UNMDP. Año 1 volumen 2, p. 65-78.
- Barreto, M. (2007). *Turismo y Cultura*. Relaciones, contradicciones y expectativas. Asociación Canaria de Antropología. Pasos, Revista de Turismo y Patrimonio Cultural, Numero 1.
- Betacourt, M. (2004). *Propuesta de una guía de apoyo para fomentar los valores de identidad regional a través de los cantos y bailes tradicionales del Estado Bolívar para la primera etapa de educación básica*. Venezuela. (Tesis para optar el título de Licenciado en Educación integral, UNA). Recuperado de <http://biblo.una.edu.ve/docu.7/bases/marc/texto/t663.pdf>.
- Bonilla, M. (2007). *Turismo Educativo: Programando el aprendizaje al aire libre*. Tecnitur, Revista oficial de la Asociación Costarricense de Profesionales en Turismo. 23 (122), 24-25. Recuperado el 15 de junio de 2012, de http://www.tecnitur.com/edicion122/Tecnitur_122.pdf.
- Bosch, J., y Simonelle, A. (2003). *Los centros turísticos como escala de desarrollo local. El rol de los Municipios turísticos en un contexto de globalización de la Economía*. En aportes y transferencias. Centro de investigación turística. UNMDP. Año 7 volumen 2, p. 31-42.
- Bote, V. (1998). *Planificación Económica del Turismo*, Trillas, Madrid.
- Castillo, A. (2008). *Sentido de Pertenencia*. Recuperado de <https://unavidafeliz.com/2008/05/19/sentido-de-pertenencia>
- Castro, K. (2012). *Propuesta de un programa de turismo escolar para el fortalecimiento de la identidad Casmeña de los estudiantes del 5to grado de Educación Secundaria, del*

- Colegio República de Chile, de Casma, 2013.* Casma, Perú. Recuperado de <http://erp.uladech.edu.pe/archivos/03/03012/documentos/repositorio/2012/01/20/000180/00018020130131124950.pdf>
- Cerutti, A. y Gonzáles, C. (2008). *Identidad e Identidad Nacional*. Revista de la Facultad de Derecho y Ciencias Sociales. Universidad Nacional de Comahue [Vol. 14, 77 - 94]. Recuperado de <http://fadeweb.uncoma.edu.ar/extension/publifadecs/revista/revista14/08-Cerutti&Gonzalez.pdf>.
- De la Torre, O. (2004). *El turismo-fusda. México*. Recuperado de <http://www.fusda.org/Revista%2014/Revista14-1ELTURISMO.pdf>.
- EFE Economía. (2013). *La OMT defiende que el turismo crea más empleo y riqueza que otros sectores tradicionales*. El País.
- Estupiñan, N. y Agudela, N. (2008). *Identidad cultural y educación en Paulo Freire: reflexiones en torno a estos conceptos*. Revista Historia de la Educación Latinoamericana, N°10. Colombia: Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2708708>.
- Flores, I. (2005). *Identidad cultural y el sentimiento de pertenencia a un espacio social: una discusión teórica*. Recuperado de <http://cdigital.uv.mx/bitstream/123456789/345/1/2005136P41.pdf>
- Giménez, G. (2016). *La cultura como identidad y la identidad como cultura*. Estudios Culturales. Recuperado de: <http://perio.unlp.edu.ar/teorias2/textos/articulos/gimenez.pdf> [Consulta: 09 de junio del 2018].
- Honorable Concejo Deliberante de Coronel Dorrego. (2014). *Información general del partido de Coronel Dorrego*. Disponible en: <http://www.hcddorrego.gov.ar>.
- Huertas, D. (2017). "Análisis de la identidad cultural de los estudiantes del 5to grado de secundaria de la i.e. fe y alegría N°10 respecto a la Cultura Colli en la Actualidad". http://www.repositorioacademico.usmp.edu.pe/bitstream/usmp/3347/3/huertas_add.pdf.
- Jiménez, L. (2003). *Turismo educativo*. (Tesis de licenciatura en Turismo: Universidad Abierta Interamericana). Recuperado de <http://imgbiblio.vaneduc.edu.ar/fulltext/files/TC051181.pdf>.
- Mantero, J. (2004). *Desarrollo local y actividad turística*. En aportes y transferencias, Centro de investigación Turísticas. UNMDP, año 8 volumen 1; p 11-38.

- Marcos, J. (2004). *La Tradición, El patrimonio y la identidad*. Revista de Estudios Extremeños, 60(3), 925-956.
- Milne, S., y Ateljevic, I. (2001). “*Turismo, desarrollo económico y el nexo global-local: teoría que abarca la complejidad*”. Geografías de turismo: una revista internacional de espacio, lugar y medio ambiente de turismo 3 (4): 369-393.
- MINCETUR (2004). Lima, Perú. Recuperado de http://www.mincetur.gob.pe/TURISMO/Producto_turistico/Fit/fit/Guias/Amazonas.
- Ministerio de Cultura. (2012). *Lineamientos de Política Cultural 2013-2016*. Ministerio de Cultura. Perú: Lucent Perú S.A.C.
- Organización Mundial del Turismo (OMT). (2015) Revista de Acerca de la OMT Recuperado de <http://www2.unwto.org/es/content/acerca-de-la-omt>.
- Organización Mundial del Turismo (OMT). (2001). *Cooperación sectores público y privado y la competitividad del turismo*, Madrid.
- Quiroz, J. (2015). “*Caracterización de la de la identidad Casmeña y propuesta de un programa de turismo escolar para el fortalecimiento de la identidad de los estudiantes del 3er grado “E” de secundaria de la Institución Educativa “Mariscal Luzuriaga” de Casma, 2015*”.
- http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/832/TURISMO_ESCOLA_R_IDENTIDAD_CULTURAL QUIROZ_RAMIREZ_JEMIMA_ELIZABETH.pdf?sequence=1&isAllowed=y.
- Recondo, G. (1997). *Identidad, Integración y Creación Cultural en América Latina. El desafío del Mercosur*. UNESCO. Editorial de Belgrano. Buenos Aires.
- Ríos, J y Ferreyra, A. (2014). “*Caracterización de la identidad iquiteña. Propuesta de Programa de Turismo Escolar, Estudiantes del 1° de Secundaria de la I.E.P.S.M. Rosa Agustina Donayre de Morey, Iquitos 2014*”.
- http://repositorio.unapiquitos.edu.pe/bitstream/handle/UNAP/3528/Alain_Tesis_Titulo_2_014.pdf?sequence=1&isAllowed=y.
- Guzmán (1995). *Antropología del turismo, ¿nuevas hordas, viejas culturas?*, Ariel, Barcelona.
- Sancho, A. (1998). *Introducción al Turismo*. Madrid: Organización Mundial de Turismo.
- Serrano, M. (2017). “*Los valores culturales y la identidad cultural En la escuela de párvulos, del municipio de Santa Cruz Barillas, Departamento de Huehuetenango*”.

- Trujillo, N. (2017). “*Turismo y la identidad rímense en los estudiantes del nivel secundaria de la IE 3010 “Ramón Castilla” Rímac; Lima, 2016*”.
http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/5644/Trujillo_MNR.pdf?sequence=1&isAllowed=y.
- Unyén, V. (2000). *Ancash y su Proceso de Identidad – Chimbote*. (Artículo en Internet)
Disponible en: <http://victorunyenzelezmore.blogspot.com/2010/02/ancash-y-su-proceso-de-identidad.html>.
- Vandam, O. (1982). *Identidad Cultural un concepto que evoluciona. Revista de Opera. Colombia*.
Recuperado de <http://revistas.uexternado.edu.co/index.php/opera/article/view/1187/1126>
- Valdivia, L. (2012). *Identidad Cultural y actitud frente a los apellidos étnicos (quechua y aymara) de los estudiantes de enfermería de la UNJBG-Tacna*. (Tesis). Tacna, Perú.
Recuperado de http://tesis.unjbg.edu.pe:8080/bitstream/handle/unjbg/204/89_2013_Valdivia_Reyes_LJ_FACS_Enfermeria_2013.pdf?sequence=1
- Xoquic, D. (2014). “*Identidad cultural factor influyente en la formación del autoconcepto en el adolescente*” (estudio realizado en el centro educativo de educación básica Abraham Lincoln de Sololá).

ANEXOS

CUESTIONARIO APLICADO A LOS ESTUDIANTES

VARIABLE: 1 TURISMO

CÓDIGO:

Indicaciones: Estimado estudiante, este cuestionario contiene ítems sobre la variable turismo tumbesino, por favor responda con toda sinceridad, ya que de ello dependerá que los resultados de esta investigación sean objetivos y puedan contribuir con el mejoramiento de la cultura turística en los estudiantes

Lea Usted comprensivamente y conteste a las afirmaciones marcando “X” en una sola alternativa.

Las categorías de respuesta son: **Si (3)** **Poco (2)** **No (1)**

Dimensión/ítems		1	2	3
Recursos turísticos				
1	¿Conoces los sitios naturales de Tumbes como el bosque seco Ecuatorial (Parque Nacional Cerro de Amotape) y el bosque tropical del Pacífico (Zona de reserva de Tumbes)?			
2	¿Has visitado las Aguas Termales medicinales que se encuentran en Tumbes?			
3	¿Has visitado la Isla de los Pájaros?			
4	¿Has visitado el Paseo Boulevard de la Madre y el Paseo Triunfo?			
5	¿Conoces la Iglesia Matriz San Nicolás de Tolentino?			
6	¿Conoces la Zona Arqueológica Cabeza de Vaca?			
7	¿Has asistido a peleas de gallo?			
8	¿Conoces sobre el uso de medicina tradicional y curanderismo?			
9	¿Has escuchado hablar de las cumananas?			
10	¿Conoces el baile de la Pava?			
11	¿Conoces la festividad de la Fiesta Patronal Inmaculada?			

	Concepción?			
12	¿Conoces la festividad de la Fiesta Patronal Santa Catalina?			
Atractivos turísticos				
13	¿Conoces Puerto Pizarro en toda su magnitud?			
14	¿Sabes si se práctica deportes acuáticos en este lugar?			
15	¿Conoces los platos típicos de Tumbes?			
16	¿Conoces la difusión de la variedad de aves que existen en el Santuario Nacional los Manglares?			
17	¿Conoces la difusión de la variedad de peces que existen en el Santuario Nacional de los Manglares?			
18	¿Sabes cuantas playas existen en Tumbes?			
Planta turística				
19	¿Conoces el servicio que brindan los hospedajes en Tumbes?			
20	¿Conoces sobre los hoteles de cuatro estrellas que existen en Tumbes?			
21	¿Sabes cuántos hoteles de cuatro estrellas existen en Tumbes?			
22	¿Conoces los precios aproximados de los hoteles en Tumbes?			
23	¿Conoces sobre las diferentes agencias de viajes que hay en Tumbes?			
24	¿Sabes cuáles son los horarios de atención de estas agencias?			
25	¿Sabes cuáles son las agencias de viajes que transportan a las distintas zonas turísticas en Tumbes?			
26	¿Hay facilidad de realizar operaciones bancarias en Tumbes?			
Medios de transporte				
27	¿Puedes desplazarte con facilidad en los medios de transporte terrestre que cuenta Tumbes?			
28	¿Cuenta Tumbes con transporte aéreo?			
29	¿Existe en Tumbes sistema de taxis para transportar turistas?			
30	¿Las moto taxis prestan seguridad a los turistas?			
Infraestructura básica				
31	¿Se cuenta con los medios de comunicación como teléfonos y conexión de internet suficiente para mantenerse informados?			
32	¿Conoces si existen rutas de acceso a todos los recursos turísticos?			

33	¿Los lugares que visitas cuentan con energía eléctrica, agua y desagüe? con energía eléctrica, agua y desagüe?			
----	--	--	--	--

FICHA TÉCNICA

- **DATOS INFORMATIVOS:**

- .1. Denominación : Turismo
- .2. Tipo de Instrumento : Cuestionario
- .3. Institución Educativa : I.E. República del Perú, Tumbes
- .4. Fecha de Aplicación : Julio del 2019
- .5. Autor : Br. Miriam Eizamar Huachillo Méndez
- .6. Medición : La percepción hacia el turismo
- .7. Administración : Estudiantes del 5to grado de secundaria
- .8. Tiempo de Aplicación : 30 min.
- .9. Forma de Aplicación : Individual - Colectiva

- **OBJETIVO:**

Evaluar el nivel de conocimiento sobre el turismo de los estudiantes del 5to grado de secundaria de la I.E República del Perú, Tumbes- 2019.

- **CAPACIDADES ESPECÍFICAS A EVALUARSE:**

- .1. **Los recursos turísticos:**
 - Sitios naturales
 - Manifestaciones culturales
 - Folclor
 - Acontecimientos programados
- .2. **Los atractivos turísticos:**
 - Puerto Pizarro
 - Platos típicos
 - Santuario Nacional de los Manglares
 - Playas

- .3. **Planta turística:**
 - Alojamiento
 - Agencia de viajes
 - Sistema financiero
 4. **Medios de transporte:**
 - Continuidad de las Terrestre
 - Aéreo
 5. **Infraestructura básica:**
 - Uso Comunicaciones
 - Rutas de acceso
 - Servicios básicos
- **INSTRUCCIONES:**
 1. El Cuestionario de Identidad, consta de 33 ítems, sus dimensiones: Recursos turísticos, Atractivos turísticos, Planta Turística, Medio de Transporte e Infraestructura básica.
 2. Se han establecido tres niveles para describir las dimensiones investigadas: favorable, regular y desfavorable. Si consideramos el sistema de calificación de la encuesta, el puntaje mínimo que se podía obtener, es tres puntos y el máximo es 33 puntos, para cada una de las dimensiones.
 3. Cada ítem tiene una valoración de Si (3), Poco (2) y No (1).
 4. El resultado final es la suma de las cinco dimensiones haciendo un total de 99 puntos.
 - **MATERIALES:**

Cuestionario, lápices, lapiceros y borrador.
 - **EVALUACIÓN:**
 - a. **Nivel para cada una de las dimensiones del Turismo:**

El puntaje parcial, se obtendrá sumando los ítems por cada capacidad, es decir, se obtendrá el nivel de cada una de las dimensiones.

b. Nivel del Turismo:

El puntaje final, se obtendrá sumando los puntajes parciales de cada una de las dimensiones, obteniéndose el nivel de Turístico de los estudiantes.

ANALIS DE CONFIABILIDAD DEL INSTRUMENTO TURISMO

Estadísticos de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
.855	33

Estadísticos total-elemento

	Media de la escala si se elimina el elemento	Varianza de la escala si se elimina el elemento	Correlación elemento-total corregida	Alfa de Cronbach si se elimina el elemento
VAR00001	66.7250	120.461	.573	.845
VAR00002	66.8250	128.404	.171	.856
VAR00003	66.4250	127.789	.170	.857
VAR00004	66.3500	126.695	.228	.855
VAR00005	66.2750	123.897	.377	.850
VAR00006	66.6000	125.169	.298	.853
VAR00007	66.6500	123.208	.427	.849
VAR00008	66.5750	121.892	.481	.847
VAR00009	66.5000	126.821	.284	.853
VAR00010	65.9750	129.769	.102	.857
VAR00011	66.3500	125.208	.337	.851
VAR00012	66.5750	125.994	.326	.852
VAR00013	66.8250	128.353	.182	.855
VAR00014	66.4000	121.221	.593	.845
VAR00015	66.6250	126.753	.272	.853
VAR00016	66.0750	128.789	.173	.855
VAR00017	66.3250	124.379	.477	.848
VAR00018	66.4750	124.871	.430	.849
VAR00019	66.4250	127.071	.252	.854
VAR00020	66.5750	128.353	.192	.855
VAR00021	66.8000	123.241	.448	.848

VAR00022	66.8250	122.969	.426	.849
VAR00023	67.0750	124.994	.583	.847
VAR00024	65.7750	126.743	.480	.850
VAR00025	66.3250	125.712	.351	.851
VAR00026	66.4250	125.635	.364	.851
VAR00027	66.6500	125.618	.362	.851
VAR00028	66.5500	128.869	.204	.854
VAR00029	66.1000	121.323	.615	.844
VAR00030	66.3500	124.336	.342	.851
VAR00031	66.9250	124.481	.370	.850
VAR00032	65.9500	122.869	.473	.848
VAR00033	66.8250	124.456	.555	.847
VAR00034	66.3750	125.010	.522	.848

MATRIZ DE VALIDACIÓN

TITULO: TURISMO Y LA IDENTIDAD TUMBESINA EN LOS ESTUDIANTES DEL 5TO DE SECUNADRIA DE LA I. E.
 REPÚBLICA DEL PERÚ, TUMBES – 2019.

VARIABLE	DIMENSIÓN	INDICADOR	ITEMS	OPCIÓN DE RESPUESTA			CRITERIO DE EVALUACIÓN								OBSERVACIONES Y RECOMENDACIONES	
				nunca	Rara vez	Algunas veces	Relación entre la variable y la dimensión		Relación entre la dimensión y el indicador		Relación entre el indicador y el ítems		Relación entre el ítems y la opción de respuesta			
							SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO		
Turismo:	Los recursos turísticos	Sitios naturales	¿Conoces los sitios naturales de tumbes como el seco bosque ecuatorial (Parque Nacional Cerro de Amotape) y el bosque tropical del Pacífico (Zona de reserva de Tumbes)?				X		X		X		X			
			¿Has visitado las Aguas Termales medicinales que se encuentran en Tumbes?				X		X		X		X			
			¿Has visitado la Isla de los Pájaros?				X		X		X		X			
		Manifestaciones culturales	Has visitado el Paseo Boulevard de la Madre y el Paseo el triunfo?				X		X		X		X			
			¿Conoces la Iglesia Matriz San Nicolás de Tolentino?				X		X		X		X			
			¿Conoces la Zona Arqueológica Monumental de Rica Playa?				X		X		X		X			
			¿Has asistido a peleas de gallo?				X		X		X		X			

	Folclor	¿Conoces sobre el uso de medicina tradicional y curanderismo?				X		X		X		X		
		¿Has escuchado hablar de las cumananas?				X		X		X		X		
		¿Conoces el baile de la Pava?				X		X		X		X		
	Acontecimientos programados	¿Conoces la festividad de la Fiesta Patronal Inmaculada Concepción?				X		X		X		X		
		¿Conoces la festividad de la Fiesta Patronal Santa Catalina?				X		X		X		X		
	Atractivos turísticos	Puerto Pizarro	¿Conoces Puerto Pizarro en toda su magnitud?				X		X		X		X	
			¿Sabes si se práctica deportes acuáticos en este lugar?				X		X		X		X	
		Platos típicos	¿Conoces los platos turísticos de Tumbes?				X		X		X		X	
		Santuario Nacional de los Manglares	¿Conoces la difusión de la variedad de aves que existen en el Santuario Nacional de los Manglares?				X		X		X		X	
			¿Conoces la difusión de la variedad de peces que existen en el Santuario Nacional de los Manglares?				X		X		X		X	
		Playas	¿Sabes cuantas playas existen en Tumbes?				X		X		X		X	
	Alojamiento	¿Conoces el servicio que brindan los hospedajes en Tumbes?				X		X		X		X		

	Planta turística		¿Conoces sobre los hoteles de cuatro estrellas que existen en Tumbes?				X		X		X		X		
			¿Sabes cuántos hoteles de cuatro estrellas existen en Tumbes?				X		X		X		X		
			¿Conoces los precios aproximados de los hoteles en Tumbes?				X		X		X		X		
		Agencia de viajes	¿Conoces sobre las diferentes agencias de viajes que hay en Tumbes?				X		X		X		X		
			¿Sabes cuáles son los horarios de atención de estas agencias?				X		X		X		X		
			¿Sabes cuáles son las agencias de viajes que transportan a las distintas zonas turísticas en Tumbes?				X		X		X		X		
		Sistema financiero	¿Hay facilidad de realizar operaciones bancarias en Tumbes?				X		X		X		X		
Medios de transporte	Terrestre	¿Puedes desplazarte con facilidad en los medios de transporte terrestre que cuenta Tumbes?				X		X		X		X			
		¿Existe en Tumbes sistema de taxis para transportar turistas?				X		X		X		X			
		¿La moto taxis prestan seguridad a los turistas?				X		X		X		X			
	Aéreo	¿Cuenta Tumbes con transporte aéreo?				X		X		X		X			
Infraestructura básica	Comunicaciones	¿Se cuenta con los medios de comunicación como teléfonos y conexión de internet suficiente para mantenerse informados?				X		X		X		X			

	Rutas de acceso	¿Conoces si existen rutas de acceso a todos los recursos turísticos?				X		X		X		X		
	Servicios básicos	¿Cuentas con energía eléctrica, agua y desagüe?				X		X		X		X		


 DR. SAAVEDRA OLIVOS JUAN JOSÉ

FIRMA DEL EXPERTO

MATRIZ DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

NOMBRE DEL INSTRUMENTO : TURISMO

OBJETIVO : EVALUAR EL NIVEL TURÍSTICO DE LOS ESTUDIANTES INSTITUCIÓN EDUCATIVA REPÚBLICA DEL PERÚ, TUMBES-2019.

DIRIGIDO: ESTUDIANTES DEL 5TO GRADO DE SECUNDARIA DE LA I.E. REPÚBLICA DEL PERÚ, TUMBES- 2019.

APELLIDOS Y NOMBRES DEL EVALUADOR:

GRADO ACADÉMICO DEL EVALUADOR: DOCTOR

VALORACIÓN

EXCELENTE	BUENO	REGULAR	DEFICIENTE
-----------	-------	---------	------------


DR. SAAVEDRA QLVOS JUAN JOSÉ

FIRMA DEL EXPERTO

CUESTIONARIO APLICADO A LOS ESTUDIANTES

VARIABLE: 2 IDENTIDAD

CÓDIGO:

Indicaciones: Estimado estudiante, este cuestionario contiene ítems sobre la variable identidad tumbesina, por favor responda con toda sinceridad, ya que de ello dependerá que los resultados de esta investigación sean objetivos y puedan contribuir con el mejoramiento de la cultura turística en los estudiantes. Lea Usted comprensivamente y conteste a las afirmaciones marcando “X” en una sola alternativa.

Las categorías de respuesta son: **Si (3) Poco (2) No (1)**

Dimensión/ítems		1	2	3
Sentido de pertenencia				
1	¿Te sientes identificado con tu cultura tumbesina?			
2	¿Sabes que en Tumbes hay varias culturas?			
3	¿Te gustaría que vean a Tumbes como un Patrimonio Cultural saludable?			
4	¿Sientes confianza por el desempeño que realiza la Municipalidad del Tumbes?			
5	¿Haz participado en la campaña de salud que realiza el Hospital de Tumbes?			
6	¿Sabes si tu institución educativa realiza proyección social a la comunidad tumbesina?			
7	¿Tu institución educativa realiza actividades que fortalezcan tu identidad cultural?			
Conciencia turística				
8	¿Conoces que es el turismo ecológico?			
9	¿Has participado de tours turístico en Tumbes en tu institución?			
10	¿Sabes que hay tratar con respeto y amabilidad al turista?			
11	¿Sabes que es importante dar nuestra mejor presentación al turista para que se lleve una buena percepción de Tumbes?			

12	¿Cuidas todos los recursos turísticos con los que cuenta Tumbes?			
13	¿Sabes si la comunidad tumbesina cuida los recursos turísticos con los que cuenta Tumbes?			
Costumbres y tradiciones				
14	Sabes si existen programas por parte del MINCETUR para la protección de los recursos naturales?			
15	¿Sabes si existen programas por parte de la Municipalidad de Tumbes que ayude a mantener las tradiciones de Tumbes?			
16	¿Sabes si hay instituciones abocadas a dar a conocer las costumbres de Tumbes?			
17	¿Existen espacios para poder dar a conocer las costumbres y tradiciones de Tumbes?			

FICHA TÉCNICA

- **DATOS INFORMATIVOS:**

- .1. Denominación : Identidad
- .2. Tipo de Instrumento : Cuestionario
- .3. Institución Educativa : I.E. República del Perú, Tumbes
- .4. Fecha de Aplicación : Julio del 2019
- .5. Autores : Br. Miriam Eizamar Huachillo Mendez
- .6. Medición : Identidad
- .7. Administración : Estudiantes del 5to grado de secundaria
- .8. Tiempo de Aplicación : 30 min.
- .9. Forma de Aplicación : Individual - Colectiva

- **OBJETIVO:**

Evaluar el nivel de Identidad de los estudiantes Institución Educativa República del Perú, Tumbes- 2019.

- **CAPACIDADES ESPECÍFICAS A EVALUARSE:**

- .1. **Sentido de pertenencia:**
 - Multiculturalismo
 - Patrimonio cultura
 - Confianza con la institución
 - Participación en campaña
 - Participación en proyección social
 - Identidad cultural
- .2. **Conciencia turística:**
 - Conocimiento del turismo ecológico
 - Participación en tours
 - Trato con amabilidad y respeto
 - Presentación positiva

- Cuidado de los recursos turísticos

.3. Costumbres y tradiciones:

- Programas
- Instituciones que apoyan
- Espacios

- **INSTRUCCIONES:**

1. El Cuestionario de Identidad, consta de 17 ítems, sus dimensiones: Sentido de Pertenencia, Conciencia turística y Costumbres y tradiciones.
2. Se han establecido tres niveles para describir las dimensiones investigadas: favorable, regular y desfavorable. Si consideramos el sistema de calificación de la encuesta, el puntaje mínimo que se podía obtener, es cuatro puntos y el máximo es 17 puntos, para cada una de las dimensiones.
3. Cada ítem tiene una valoración de Si (3), Poco (2) y No (1).
4. El resultado final es la suma de las cinco dimensiones haciendo un total de 51 puntos.

- **MATERIALES:**

Cuestionario, lápices, lapiceros y borrador.

- **EVALUACIÓN:**

a) Nivel para cada una de las dimensiones de Identidad:

El puntaje parcial, se obtendrá sumando los ítems por cada capacidad, es decir, se obtendrá el nivel de cada una de las dimensiones.

b) Nivel de Identidad:

El puntaje final, se obtendrá sumando los puntajes parciales de cada una de las dimensiones, obteniéndose el nivel de Identidad de los estudiantes.

ANÁLISIS DE CONFIABILIDAD DEL INSTRUMENTO IDENTIDAD CULTURAL

Estadísticos de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
.884	17

Estadísticos total-elemento

	Media de la escala si se elimina el elemento	Varianza de la escala si se elimina el elemento	Correlación elemento-total corregida	Alfa de Cronbach si se elimina el elemento
VAR00001	33.2250	25.410	.277	.871
VAR00002	33.2250	25.563	.292	.869
VAR00003	33.0500	23.997	.454	.848
VAR00004	33.8250	28.148	-.018	.899
VAR00005	33.9250	28.584	-.097	.819
VAR00006	33.5000	25.744	.293	.869
VAR00007	32.8750	25.240	.410	.858
VAR00008	33.5000	25.179	.373	.860
VAR00009	33.8250	27.225	.054	.899
VAR00010	33.0500	23.844	.498	.843
VAR00011	33.0250	24.640	.370	.859
VAR00012	33.0500	23.177	.563	.833
VAR00013	33.3750	26.138	.297	.870
VAR00014	33.7750	27.153	.117	.887
VAR00015	33.6750	26.379	.194	.880
VAR00016	33.3750	24.753	.454	.852
VAR00017	33.3250	25.866	.275	.871

MATRIZ DE VALIDACIÓN

TITULO: TURISMO Y LA IDENTIDAD TUMBESINA EN LOS ESTUDIANTES DEL 5TO DE SECUNADRIA DE LA I. E. REPÚBLICA DEL PERÚ, TUMBES – 2019.

VARIABLE	DIMENSIÓN	INDICADOR	ITEMS	OPCIÓN DE RESPUESTA			CRITERIO DE EVALUACIÓN								OBSERVACIONES Y RECOMENDACIONES
				nunca	Rara vez	Algunas veces	Relación entre la variable y la dimensión		Relación entre la dimensión y el indicador		Relación entre el indicador y el ítems		Relación entre el ítems y la opción de respuesta		
							SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
Identidad:	Sentido de pertenencia	Identificación	¿Te sientes identificado con tu cultura tumbesina?				X		X		X		X		
		Multiculturalismo	¿Sabes que en Tumbes hay varias culturas?				X		X		X		X		
		Patrimonio cultura	¿Te gustaría que vean a Tumbes como un Patrimonio Cultural saludable?				X		X		X		X		
		Confianza con la institución	¿Sientes confianza por el desempeño que realiza la Municipalidad del Tumbes?				X		X		X		X		
		Participación en campaña	¿Haz participado en la campaña de salud que realiza el Hospital de Tumbes?				X		X		X		X		
		Participación en proyección social	¿Sabes si tu institución educativa realiza proyección social a la comunidad tumbesina?				X		X		X		X		

		Identidad cultural	¿Tu institución educativa realiza actividades que fortalezcan tu identidad cultural?					X		X		X		X		
Conciencia turística		Conocimiento del turismo ecológico	¿Conoces que es el turismo ecológico?					X		X		X		X		
		Participación en tours	¿Has participado de tours turístico en Tumbes en tu institución?					X		X		X		X		
		Trato con amabilidad y respeto	¿Sabes que hay tratar con respeto y amabilidad al turista?					X		X		X		X		
		Presentación positiva	¿Sabes que es importante dar nuestra mejor presentación al turista para que se lleve una buena percepción de Tumbes?					X		X		X		X		
		Cuidado de los recursos turísticos	¿Cuidas todos los recursos turísticos con los que cuenta Tumbes?					X		X		X		X		
			¿Sabes si la comunidad tumbesina cuida los recursos turísticos con los que cuenta Tumbes?					X		X		X		X		
Costumbres y tradiciones	1.	Programas	Sabes si existen programas por parte del MINCETUR para la protección de los recursos naturales?					X		X		X		X		
			¿Sabes si existen programas por parte de la Municipalidad de Tumbes que ayude a mantener las tradiciones de Tumbes?						X		X		X		X	
		Instituciones que apoyan	¿Sabes si hay instituciones abocadas a dar a conocer las costumbres de Tumbes?					X		X		X		X		

		Espacios	¿Existen espacios para poder dar a conocer las costumbres y tradiciones de Tumbes?				X		X		X		X		
--	--	----------	--	--	--	--	---	--	---	--	---	--	---	--	--



DR. SAAVEDRA OLIVOS JUAN JOSÉ

FIRMA DEL EXPERTO

MATRIZ DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

NOMBRE DEL INSTRUMENTO : IDENTIDAD

OBJETIVO : EVALUAR EL NIVEL DE IDENTIDAD DE
LOS ESTUDIANTES INSTITUCIÓN EDUCATIVA REPÚBLICA DEL PERÚ,
TUMBES- 2019.

DIRIGIDO: ESTUDIANTES DEL 5TO DE SECUNADRIA DE LA I. E. REPÚBLICA
DEL PERÚ, TUMBES – 2019.

APELLIDOS Y NOMBRES DEL EVALUADOR:

GRADO ACADÉMICO DEL EVALUADOR: DOCTOR

VALORACIÓN

EXCELENTE	BUENO	REGULAR	DEFICIENTE
-----------	-------	---------	------------


DR. SAAVEDRA OLAYOS JUAN JOSÉ

FIRMA DEL EXPERTO

MATRIZ DE CONSISTENCIA

TÍTULO: TURISMO Y LA IDENTIDAD TUMBESINA EN LOS ESTUDIANTES DEL 5TO GRADO DE SECUNDARIA DE LA I. E. REPÚBLICA DEL PERÚ, TUMBES – 2019.

FORM. PROBLEMA	HIPÓTESIS	OBJETIVOS	VARIABLES E INDICADORES / PRE-CATEGORÍAS		
PROBLEMA GENERAL: ¿Qué relación existe entre el Turismo y la identidad tumbesina en los estudiantes del 5to grado de secundaria de la I. E. República del Perú, Tumbes – 2019? PROBLEMAS ESPECÍFICOS:	HIPÓTESIS GENERAL Existe una relación directa y significativa entre el Turismo y la identidad tumbesina en los estudiantes del 5to grado de secundaria de la I. E. República del Perú, Tumbes – 2019. –Perú, 2018? HIPÓTESIS ESPECÍFICAS Existe una relación	OBJETIVO GENERAL Determinar la relación que existe entre el Turismo y la identidad tumbesina en los estudiantes del 5to grado de secundaria de la I. E. República del Perú, Tumbes – 2019. OBJETIVOS ESPECÍFICOS Determinar la relación	VARIABLE: turismo		
			Dimensiones / Pre-categorías	Indicadores / rasgos	Escala de medición
			Los recursos turísticos	<ul style="list-style-type: none"> • Sitios naturales • Manifestaciones culturales • Folclor • Acontecimientos programados 	Ordinal
Los atractivos turísticos	<ul style="list-style-type: none"> • Puerto Pizarro • Platos típicos • Santuario Nacional de los Manglares • Playas 				

<p>¿Qué relación existe entre el Turismo y el sentido de pertenencia de la identidad tumbesina en los estudiantes del 5to grado de secundaria de la I. E. República del Perú, Tumbes – 2019?</p>	<p>directa y significativa entre el Turismo y el sentido de pertenencia de la identidad tumbesina en los estudiantes del 5to grado de secundaria de la I. E. República del Perú, Tumbes – 2019?</p>	<p>que existe entre el Turismo y el sentido de pertenencia de la identidad tumbesina en los estudiantes del 5to grado de secundaria de la I. E. República del Perú, Tumbes – 2019.</p>	<p>Planta turística</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Alojamiento • Agencia de viajes <p>Sistema financiero</p>	
			<p>Medios de transporte</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Terrestre • Aéreo 	
			<p>Infraestructura básica</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Comunicaciones • Rutas de acceso • Servicios básicos 	
<p>¿Qué relación existe entre el Turismo y la conciencia turística de la identidad tumbesina en los estudiantes del 5to grado de secundaria de la I. E. República del Perú, Tumbes – 2019?</p>	<p>Existe una relación directa y significativa entre el Turismo y conciencia turística de la identidad tumbesina en los estudiantes del 5to grado de secundaria de la I. E. República del Perú, Tumbes – 2019?</p>	<p>Establecer la relación que existe entre el Turismo y la conciencia turística de la identidad tumbesina en los estudiantes del 5to grado de secundaria de la I. E. República del Perú, Tumbes – 2019.</p>	<p>VARIABLE: identidad</p>		
			<p>Dimensiones / Precategorías</p>	<p>Indicadores / rasgos</p>	<p>Escala de medición</p>
<p>¿Qué relación existe entre</p>	<p>Existe una relación directa y significativa</p>	<p>Identificar la relación que existe entre el Turismo y</p>	<p>Sentido de pertenencia</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Identificación • Multiculturalismo • Patrimonio cultura • Confianza con la institución • Participación en campaña • Participación en 	<p>ordinal</p>

<p>el Turismo y las costumbres y tradiciones de la identidad tumbesina en los estudiantes del 5to grado de secundaria de la I. E. República del Perú, Tumbes – 2019?</p>	<p>entre el Turismo y las costumbres y tradiciones de la identidad tumbesina en los estudiantes del 5to grado de secundaria de la I. E. República del Perú, Tumbes – 2019?</p>	<p>las costumbres y tradiciones de la identidad tumbesina en los estudiantes del 5to grado de secundaria de la I. E. República del Perú, Tumbes – 2019.</p>		<p>proyección social</p> <ul style="list-style-type: none"> • Identidad cultural
			Conciencia turística	<ul style="list-style-type: none"> • Conocimiento del turismo ecológico • Participación en tours • Trato con amabilidad y respecto • Presentación positiva <p>Cuidado de los recursos turísticos</p>
			Costumbres y tradiciones	<ul style="list-style-type: none"> • Programas • Instituciones que apoyan <p>Espacios</p>
			<p>Metodología</p>	

			Tipo de investigación: Descriptiva correlacional	Diseño: No experimental Transaccional	Población: Estudiantes de la I.E. República del Perú, Tumbes – 2019
--	--	--	---	---	---

I. CARTA DE AUTORIZACIÓN PARA APLICACIÓN DE ENCUESTA



"Año de la lucha contra la corrupción e impunidad"

Piura, 07 de Junio del 2019

CARTA N° 003 - 2019-UPG-UCV-PIURA

Señor:
Mg. AÑAZGO MIÑAN YASMINE PENÉLOPE
Directora de la I.E. "República del Perú
Tumbes

De mi especial consideración:

Por la presente me es grato dirigirme a usted para expresarle mi cordial saludo y, a la vez, presentarle a la Lic. Miriam Eizamar Huachillo Mendez, identificada con código de matrícula N° 7001145711, estudiante del Programa de **MAESTRÍA EN GESTIÓN PÚBLICA** de nuestra casa superior de estudios, quien desea aplicar un instrumento de investigación (cuestionario), relacionado al trabajo de investigación que viene desarrollando para obtención de su grado de maestro. Dicho trabajo de investigación se titula: "Turismo y la identidad tumbesina en los estudiantes del 5to grado de secundaria de la I. E. República del Perú, Tumbes – 2019".

En ese sentido, solicito tenga a bien brindarle las facilidades que el caso requiera a fin de que pueda lograr con éxito la aplicación de la encuesta que requiere para culminar su trabajo de investigación.

Sin otro particular y agradeciéndole por su atención a la presente, quedo de usted.

Atentamente,



Dr. Edwin Martín García Ramírez
Jefe de la Unidad de Posgrado-Piura
Universidad César Vallejo

UCV.EDU.PE

II. ACTA DE APROBACIÓN DE ORIGINALIDAD DE TESIS

 UCV UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO	ACTA DE APROBACIÓN DE ORIGINALIDAD DE TESIS	Código : F06-PP-PR-02.02 Versión : 09 Fecha : 23-03-2018 Página : 1 de 1
--	--	---

Yo, Saavedra Olivos Juan José, docente de la Escuela de Posgrado de la Universidad César Vallejo filial Piura, revisor (a) de la tesis titulada **“TURISMO Y LA IDENTIDAD TUMBESINA EN LOS ESTUDIANTES DEL 5TO GRADO DE SECUNDARIA DE LA I. E. REPÚBLICA DEL PERÚ, TUMBES – 2019”**, de la estudiante **HUACHILLO MENDEZ MIRIAM EIZAMAR**, constato que la investigación tiene un índice de similitud de **17 %** verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin.

El/la suscrito (a) analizó dicho reporte y concluyó que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender la tesis cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad César Vallejo.

Piura, 29 de Noviembre del 2019



DR. SAAVEDRA OLIVOS JUAN JOSÉ

DNI: 03874808

Elaboró	Dirección de Investigación	Revisó	Responsable del SGC	Aprobó	Vicerrectorado de Investigación
---------	----------------------------	--------	---------------------	--------	---------------------------------

III. REPORTE TURNITIN

INFORME DE ORIGINALIDAD

17%	15%	1%	14%
INDICE DE SIMILITUD	FUENTES DE INTERNET	PUBLICACIONES	TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1	Submitted to Universidad Cesar Vallejo Trabajo del estudiante	6%
2	repositorio.ucv.edu.pe Fuente de Internet	5%
3	repositorio.unapiquitos.edu.pe Fuente de Internet	1%
4	www.repositorioacademico.usmp.edu.pe Fuente de Internet	1%
5	repositorio.uladech.edu.pe Fuente de Internet	1%
6	itdconsulting.net Fuente de Internet	1%
7	Submitted to Pontificia Universidad Catolica del Peru Trabajo del estudiante	<1%
8	nulan.mdp.edu.ar Fuente de Internet	<1%



IV. AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN DE TESIS EN REPOSITORIO INSTITUCIONAL UCV

 UCV UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO	AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN DE TESIS EN REPOSITORIO INSTITUCIONAL UCV	Código : F08-PP-PR-02.02 Versión : 09 Fecha : 23-03-2018 Página : 1 de 1
--	--	---

Yo, **HUACHILLO MENDEZ MIRIAM EIZAMAR**, identificado con DNI N°46677207, egresada del Programa de Maestría en Gestión Pública de la Universidad César Vallejo, autorizo (X), No autorizo () la divulgación y comunicación pública de mi trabajo de investigación titulado: "TURISMO Y LA IDENTIDAD TUMBESINA EN LOS ESTUDIANTES DEL 5TO GRADO DE SECUNDARIA DE LA I.E. REPÚBLICA DEL PERÚ, TUMBES - 2019", en el Repositorio Institucional de la UCV (<http://repositorio.ucv.edu.pe/>), según lo estipulado en el Decreto Legislativo 822, Ley sobre Derecho de Autor, Art. 23 y Art. 33.

Fundamentación en caso de no autorización:

.....
.....




.....

DNI: N° 46677207

FECHA: 29 DE NOVIEMBRE DEL 2019

V. AUTORIZACIÓN DE LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

AUTORIZACIÓN DE LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

CONSTE POR EL PRESENTE EL VISTO BUENO QUE OTORGA EL ENCARGADO DE INVESTIGACIÓN DE
LA UNIDAD DE POSGRADO

A LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN QUE PRESENTA:

HUACHILLO MENDEZ MIRIAM EIZAMAR

INFORME TITULADO:

TURISMO Y LA IDENTIDAD TUMBESINA EN LOS ESTUDIANTES DEL 5TO GRADO DE SECUNDARIA DE LA
I. E. REPÚBLICA DEL PERÚ, TUMBES – 2019.

PARA OBTENER EL GRADO O TÍTULO DE:

MAESTRA EN GESTIÓN PÚBLICA

SUSTENTADO EN FECHA: 29 DE NOVIEMBRE DEL 2019

NOTA O MENCIÓN: aprobada por Unanimidad.



KARL FRIEDERICK TORRES MIREZ
COORDINADOR DE INVESTIGACIÓN Y GRADOS
UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO -PIURA