

*Universidad Nacional*

*José Faustino Sánchez Carrión Huacho*



**TESIS**

**PARA OBTENER LA LICENCIATURA EN EDUCACIÓN EN LA  
ESPECIALIDAD DE CIENCIAS SOCIALES Y TURISMO**

**IDENTIDAD CULTURAL Y EL IMPACTO TURISTICO  
AMBIENTAL EN EL DISTRITO DE HUAURA.**

**Presentado por:**

**MARIA FELICITA POMA VARGAS**

**ASESOR:**

**Mg. YSMELDA FARRO LUCAS**

**HUACHO – PERÚ**

**2018**

**IDENTIDAD CULTURAL Y EL IMPACTO TURISTICO  
AMBIENTAL EN EL DISTRITO DE HUAURA.**

## **DEDICATORIA**

A mi familia por ser los motivadores para que hoy se cumpla mi más anhelado sueño de sobresalir profesionalmente.

A mis queridos padres por apoyarme y guiarme en mi carrera profesional

**La autora**

## **AGRADECIMIENTO**

Agradecer a Dios y a nuestros maestros de la Facultad de Educación quienes nos motivaron para la obtención del título profesional.

**La autora**

## RESUMEN

El presente trabajo de investigación titulado: “IDENTIDAD CULTURAL Y EL IMPACTO TURISTICO AMBIENTAL EN EL DISTRITO DE HUAURA.”, es un trabajo de investigación para obtener la licenciatura en Educación en la especialidad de Ciencias Sociales y Turismo.

La metodología que se empleó se encuentra dentro de la investigación básica es de tipo básico, de nivel descriptivo, correlacional, no experimental y la hipótesis planteada fue: “La identidad cultural se relaciona significativamente con el impacto turístico ambiental en el distrito de Huaura”. Para la investigación, la población está constituida por 643 estudiantes de I.E Generalísimo Don José de san Martín-Huaura. En la investigación se determinó el uso de una muestra probabilística estratificada estuvo constituida por 112 estudiantes. El instrumento principal que se empleó en la investigación fue el cuestionario, que se aplicó a la primera y segunda variable. Los resultados evidencian que existe relación entre la identidad cultural y el impacto turístico ambiental en el distrito de Huaura., debido a la correlación de Spearman que devuelve un valor de 0.791, representando una buena asociación

La autora

**Palabras claves:** turismo, cultura, ambiente, impacto.

## **ABSTRACT**

The present research work entitled "CULTURAL IDENTITY AND THE ENVIRONMENTAL TOURISTIC IMPACT IN THE DISTRICT OF HUAURA.", Is a research work to obtain a degree in Education in the specialty of Social Sciences and Tourism.

The methodology used is within the basic research is basic, descriptive level, correlational, not experimental and the hypothesis was: "The cultural identity is significantly related to the environmental tourism impact in the district of Huaura." For the investigation, the population is constituted by 643 students of I.E Generalissimo Don José de san Martín-Huaura. In the investigation, the use of a stratified probabilistic sample was constituted by 112 students. The main instrument that was used in the investigation was the questionnaire, which was applied to the first and second variables. The results show that there is a relationship between cultural identity and environmental tourism impact in the Huaura district, due to the Spearman correlation that returns a value of 0.791, representing a good association

The author

Keywords: tourism, culture, environment, impact.

## INDICE

DEDICATORIA.....	iii
AGRADECIMIENTO.....	iv
RESUMEN.....	v
ABSTRACT.....	vi
INDICE.....	vii
INDICE DE TABLAS.....	ix
INDICE DE FIGURAS.....	x
INTRODUCCIÓN.....	11
CAPITULO I PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	12
1.1.    Formulación de problema.....	16
1.1.1.    Problema general.....	16
1.1.2.    Problemas específicos.....	16
1.2.    Justificación.....	16
1.3.1. Teórica.....	17
1.3.2. Técnica.....	18
1.3.    Limitaciones.....	19
1.4.    Antecedentes.....	19
1.5.    Objetivos.....	25
1.5.1.    Objetivo general.....	25
1.5.2.    Objetivos específicos.....	26
CAPITULO II MARCO TEÓRICO.....	27
CAPITULO III METODOLOGIA.....	63
3.1.    Hipótesis.....	63
3.1.1.    Hipótesis General.....	63
3.1.2.    Hipótesis Específicas.....	63
3.2.    Operacionalización de Variables.....	63
3.3.    Tipo de estudio.....	64
3.4.    Diseño del estudio.....	65
3.5.    Población y muestra.....	65
3.5.1.    Población.....	65
3.5.2.    Muestra.....	66

3.6. Método de investigación .....	67
3.7. Técnicas e de recolección de datos .....	67
3.8. Método de análisis de datos .....	69
CAPITULO IV RESULTADOS .....	71
4.1. Resultados descriptivo de las variables.....	71
4.2. Generalización entorno la hipótesis central .....	79
CAPITULO V DISCUSIÓN, CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....	87
CONCLUSIONES.....	89
RECOMENDACIONES .....	90
REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS .....	91
MATRIZ DE CONSISTENCIA.....	94



## INDICE DE TABLAS

Tabla 1	Operacionalización de la variable X	61
Tabla 2	Operacionalización de la variable Y	62
Tabla 3	Población del estudio	63
Tabla 4	Muestra de estudio	65
Tabla 5	Validación de expertos sobre la Identidad Cultural	66
Tabla 6	Validación de expertos sobre el Impacto turístico ambiental	67
Tabla 7	Identidad cultural	69
Tabla 8	Pertenencia	70
Tabla 9	Patrimonio cultural material	71
Tabla 10	Patrimonio cultural inmaterial	72
Tabla 11	Impacto turístico ambiental	73
Tabla 12	Turismo ecológico	74
Tabla 13	Manifestaciones culturales	75
Tabla 14	Atractivos turísticos	76
Tabla 15	Relación entre la identidad cultural y el impacto turístico ambiental	77
Tabla 16	Relación entre la identidad cultural y el turismo ecológico	79
Tabla 17	Relación entre la identidad cultural y las manifestaciones culturales	81
Tabla 18	Relación entre la identidad cultural y los atractivos turísticos	83

## INDICE DE FIGURAS

Figura 1	Identidad cultural	69
Figura 2	Pertenencia	70
Figura 3	Patrimonio cultural material	71
Figura 4	Patrimonio cultural inmaterial	72
Figura 5	Impacto turístico ambiental	73
Figura 6	Turismo ecológico	74
Figura 7	Manifestaciones culturales	74
Figura 8	Atractivos turísticos	76
Figura 9	Relación entre la identidad cultural y el impacto turístico ambiental	77
Figura 10	Relación entre la identidad cultural y el turismo ecológico	79
Figura 11	Relación entre la identidad cultural y las manifestaciones culturales	81
Figura 12	Relación entre la identidad cultural y los atractivos turísticos	83

## INTRODUCCIÓN

La presente tesis tiene como objetivo principal determinar la relación que existe entre la identidad cultural y el impacto turístico ambiental en el distrito de Huaura.

La identidad Cultural es la perspectiva de cómo el hombre vive en un contexto y produce una cultura, cada grupo produce su identidad basándose en su propia ideología de la vida en comunidad todo centrado en la realidad humana, Los pueblos indígenas se desarrollan dentro de una formación de vida y es el fin de la identidad cultural, funcionar como un elemento de cohesión entre sus individuos y las prácticas de la comunidad. Contextualización de los Derechos Humanos de Tercera Generación. Antonio Gallo (1988)

La identidad cultural “es un conjunto de prácticas humanas que marcan la diferencia existente en diferentes grupos coexistentes e interrelacionados bajo determinadas condiciones y es la identidad cultural lo que define a determinado pueblo”. Maritza García Alonso y Cristina Baeza (2003)

“La identidad solo es posible y puede manifestarse a partir del patrimonio cultural, que existe de antemano y su existencia es independiente de su reconocimiento o valoración. Es la sociedad la que a manera de agente activo, configura su patrimonio cultural al establecer e identificar aquellos elementos que desea valorar y que asume como propios y los que, de manera natural, se van convirtiendo en el referente de identidad. Dicha identidad implica, por lo tanto, que las personas o grupos de personas se reconocen históricamente en su propio entorno físico y social y es ese constante reconocimiento el que le da carácter activo a la identidad cultural. El patrimonio y la identidad cultural no son elementos estáticos, sino entidades sujetas a permanentes cambios, están condicionadas por factores externos y por la continua retroalimentación entre ambos” (Bákula, 2000 pág. 169)

La identidad está ligada a la historia y al patrimonio cultural. La identidad cultural no existe sin la memoria, sin la capacidad de reconocer el pasado, sin elementos simbólicos o referentes que le son propios y que ayudan a construir el futuro.

El presente trabajo de investigación se ha estructurado en cinco capítulos. En el primer capítulo se describe la problemática respecto a la relación que existe entre la identidad cultural y el impacto turístico ambiental en el distrito de Huaura.

El segundo capítulo desarrolla el marco teórico respecto a las dos variables intervinientes en esta investigación: primero, todo lo relacionado con entre la identidad cultural y luego se desarrolla todo lo relativo al impacto turístico ambiental en el distrito de Huaura.

El capítulo III De la metodología, tratamos sobre el diseño metodológico, tipos y enfoques, la población y la muestra de estudio, la operacionalización de las variables, la técnica de recolección de datos, así como las técnicas para el procesamiento y el análisis de datos.

El Capítulo IV asignado con el nombre de resultados de la investigación está destinado a explicar la presentación de los cuadros, gráficos, interpretaciones de datos. Así mismo en este mismo capítulo consignamos el proceso de la prueba de hipótesis.

Finalmente en el Capítulo V se consigna la discusión de los resultados obtenidos, las conclusiones a las que se ha arribado como resultado de tipo proceso de investigación, así como las recomendaciones pertinentes para el tratamiento de la problemática explicada y detallada en la presente tesis.

En esa perspectiva, los resultados de la presente investigación pretenden convertirse en conocimientos que, asumidos por los responsables de la acción pedagógica directa, es decir, docentes, estudiantes y pobladores del distrito de Huaura.

# CAPITULO I

## PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

### **1.1. Descripción de la realidad problemática**

La identidad cultural como problema parte de la colonialidad y postcolonialidad. El dominio norteamericano, en los últimos años está influyendo a través de las tecnologías, en ese sentido; los códigos culturales, valores morales y sociales están cambiando constantemente. Por tanto, la identidad cultural está en constante lucha por mantener las raíces culturales y partir de ahí construcción la nación.

La identidad cultural se define como un el conjunto de valores, tradiciones, símbolos, creencias y modos de comportamiento que funcionan como elemento cohesionador dentro de un grupo social y que actúan como sustrato para que los individuos que lo forman puedan fundamentar su sentimiento de pertenencia. No obstante, las culturas no son homogéneas; dentro de ellas se encuentra grupos o subculturas que hacen parte de la diversidad al interior de las mismas en respuesta a los intereses, códigos, normas y rituales que comparten dichos grupos dentro de la cultura dominante.

En el Perú hay muchas identidades culturales, cada una corresponde a una nación antigua y que hoy en muchos casos puede definirse como una región. Es que en el Perú es un país, un estado, una república, tiene una constitución, tiene un código civil y penal, pero no es una nación. En el Perú hay muchas naciones que sobreviven subterráneamente y que cinco siglos después aún se mantienen vigentes. No fueron desarticuladas totalmente, no desaparecieron.

La identidad cultural es un proceso de construcción socio histórica y cultural que se equilibra entre los condicionamientos y las elecciones relativamente libres que hace cada individuo, dando lugar a una dicotomía:

identidad elegida vs. Identidad descubierta, según el peso que se le dé a cada elemento.

Enfocando al turismo, como actividad científica, comprende perfectamente que muchos servicios y recursos del medio ambiente quedan fuera de la configuración actual de los mercados, tales recursos y servicios carecen de propietario, su precio no se reconoce, y nadie los toma en cuenta desde el punto de vista de la economía. De otro lado, en el Perú, la pobreza es un fenómeno que se ha acrecentado. ¿Cuánto de esta pobreza se debe a factores ambientales y de qué manera este crecimiento ha afectado el medio ambiente y la Provincia de Huaura? Es una pregunta difícil de responder, sobre todo porque no existe información suficiente por el lado ambiental en relación al turismo. Sólo se plantea a partir de problemas puntuales de agua, desagüe, saneamiento y vivienda de los sectores pobres, no se establece una correlación entre pobreza crítica, deterioro ambiental, educación y turismo.

La mayor parte de los problemas ambientales actuales están determinados no por fenómenos naturales, sino como resultado de las actividades humanas. Esto indica que, tanto en la primaria como secundaria se debe estudiar los problemas ambientales como parte de las asignaturas sociales y tecnológicas y procurar un entendimiento que guarde relación con el turismo.

La Educación Ambiental, es algo que puede ayudar a transformarnos y convertirnos en sujetos críticos de lo que ocurra en nuestro alrededor. Campo de construcción que podemos desarrollar de manera social y colectiva. En otras palabras la Educación Ambiental es un acto político, basado en valores para la transformación social.

En esta perspectiva, la identidad cultural incide en el impacto del turismo ambiental en el distrito de Huaura. El distrito de Huaura, comprende las zonas de Vilcahuaura, Humaya, Huaura, El Sol, La Empedrada, Peñico, Monguete, Jaiva, Palmeras, Calusa, Las Casuarinas, Veintiocho de Julio, Pampa de Rontoy, Casa Vieja, Canta Gallo, San Antonio, Centinela Sur, Santa Rosa, 3 de Mayo, Desagravio, Acaray, Buenos Aires, Alcantarilla,

Balconcillo, Santa Teresa Baja, Caldera, El Triunfo (Progreso), Santa Inés, Verónica, Sarape, Loreto, Santa Eusebia, La Soledad, San José, San Isidro, La Balanza, Pampa del Cura, Viña del Mar, Fundo San Jorge, Santa Teresa Alta, Pampa Industrias, La Coruña, San Luis.

El pueblo de Huaura se encuentra ubicado en el valle bajo el río que le da su nombre, a la altura del Km 153 de la Panamericana Norte, y a solo 3 km de la ciudad de Huacho. El distrito se extiende a 484,43 km<sup>2</sup> y cuenta con una población de 31,212 habitantes, según el censo del 2007. Su creación data del 6 de agosto de 1936 perteneciendo a la antigua Provincia de Chancay. Posteriormente, el 6 de setiembre de 1988 por Ley N° 24886, es uno de los doce distritos que pasan a pertenecer a la recién creada Provincia de Huaura. Huaura fue declarada Localidad Histórica por Ley N° 12181 del 27 de diciembre de 1954

Huaura es un distrito que se encuentra en la provincia del mismo nombre en la región de Lima. Turísticamente, el distrito de Huaura es un sitio interesante que visitar a causa de los espacios arqueológicos, arquitectónicos, naturales y culturales que se localizan en su territorio.

En cuanto a los espacios arqueológicos que llaman la atención en el distrito de Huaura se encuentran lugares como el Castillo de Vilcahuara. El Castillo de Vilcahuara recibe este nombre porque se ubica en el centro poblado homónimo. Pese a que se le llama castillo, este recurso es más bien una pirámide trunca que alcanza los 18 metros de altura. El lugar es significativo porque, en la época en la que fue habitado, fue la morada de importantes sacerdotes de la Cultura Chancay, quienes estaban encargados de la lectura de los astros.

Otro recurso arqueológico del distrito es la Fortaleza de Acaray, una estructura edificada por los Yungas que se sitúa en el valle de Huaura y que se ve conformada por una ciudadela, una fortaleza y una necrópolis, todavía en proceso de investigación, puesta en valor, restauración y conservación para su fomento turístico.

En relación a las estructuras arquitectónicas de Huaura, entre ellas se encuentran: la iglesia del distrito, conocida como la Iglesia de San Francisco. El templo de San Francisco es una construcción colonial que fuera abierta al público en el año 1620, y que todavía hoy en día sigue recibiendo a los feligreses.

El presente trabajo de investigación se realizara en un importante colegio de la zona de Huaura. La I.E. 20334 Generalísimo Don José de San Martín Este contexto, fue el que motivo la realización del presente estudio y la razón principal para la presentación de la investigación sobre la identidad cultural y el impacto turístico ambiental en el distrito de Huaura, provincia de Huaura, Departamento de Lima, como un aporte al alivio del problema estudiado.

## **1.1. Formulación de problema**

### **1.1.1. Problema general**

¿Qué relación existe entre la identidad cultural y el impacto turístico ambiental en el distrito de Huaura?

### **1.1.2. Problemas específicos**

- ¿Qué relación existe entre la identidad cultural y el impacto del turismo ecológico en el distrito de Huaura?
- ¿Qué relación existe entre la identidad cultural y las manifestaciones culturales del distrito de Huaura?
- ¿Qué relación existe entre la identidad cultural y los atractivos turísticos del distrito de Huaura?

## **1.2. Justificación**



### **1.3.1. Teórica**

Esta investigación se realiza con la finalidad de dar a conocer el patrimonio cultural y el impacto turístico en el distrito de Huaura. A pesar de los diversos sucesos históricos que han acontecido a lo largo de nuestra historia están bajo el amparo del Estado y de la Comunidad Nacional, cuyos miembros están en la obligación de cooperar en su conservación sin embargo dicho patrimonio Histórico, Artístico, Bibliográfico y Documental, se encuentran en mal estado de conservación, siendo los organismos estatales competentes para su preservación y cautela, el Instituto Nacional de Cultura, la Biblioteca Nacional del Perú y el Archivo General de la Nación. Es responsabilidad de estas instituciones el identificar, normar, conservar, cautelar, investigar y difundir el Patrimonio Cultural del Perú en los ámbitos de su competencia.

El Instituto Nacional de Cultura está encargado de proteger y declarar el Patrimonio Cultural, Histórico y Artístico, así como también las manifestaciones culturales orales y tradicionales del país. La Biblioteca Nacional y el Archivo General de la Nación están encargados de proteger y declarar el Patrimonio Bibliográfico y Documental, respectivamente.

Pero hay otra categoría que se define también como bien cultural, la artesanía republicana, comúnmente llamada arte popular o folklore. A lo que habría que añadir la tradición oral, los mitos y el curanderismo. Si bien el Perú actual está inexorablemente inmerso en los procesos de globalización cultural, es importante señalar que ha sabido mantener vivas sus características culturales propias.

El Patrimonio Cultural es un componente fundamental de la identidad de los pueblos y de su diversidad. La naturaleza particular de este Patrimonio Cultural, su carácter irrepetible, comparte la obligación moral de transmitirlo a las generaciones presentes y futuras, la necesidad de sensibilizar a los profesionales del sector, ciudadanos y representantes públicos con respecto a su génesis, su historia, su vulnerabilidad y su imprescindible tutela.

Se debe establecer mecanismos o criterios de carácter normativo que regulen e incentiven la gestión mixta o compartida entre el sector público, el privado y la sociedad civil del patrimonio cultural y conservación de las antigüedades.

Asimismo, describe otros beneficios que se desprenden de la calidad de gestión del patrimonio cultural como: erradicación y/o disminución de la depredación por asentamientos humanos, creación de nuevas fuentes de empleo, inclusión social, sinergia entre los diferentes sectores estatales y privados, respeto y adecuada valoración del patrimonio cultural de la Nación.

Desde el punto de vista de interés académico, es obvio que la Conservación y Restauración de Bienes Culturales, como condición necesaria e imprescindible para asegurar la preservación de ese Patrimonio Cultural, debe reconocerse y promocionarse como una disciplina cuya enseñanza se desarrolle, al igual que en las Universidades europeas.

### **1.3.2. Justificación pedagógica**

En este sentido, la escuela está llamada a brindar respuestas a los requerimientos sociales del momento, poniéndose a tono con el aprovechamiento de las herramientas tecnológicas, empleándolas para adquirir y enriquecer el conocimiento, fortalecer valores y afianzar las expresiones culturales y folklóricas autóctonas; gracias a lo cual es posible lograr que las sociedades progresan sin dejar de reconocer su historia y con ella todo el legado cultural que se transmite de generación en generación.

### **1.3.2. Técnica**

Se justifica técnicamente porque es comúnmente aceptado el hecho de que las personas no interpretamos de igual modo todas las situaciones problemáticas y, precisamente, ese es el indicativo que determina el desarrollo de competencias, es decir, que podemos usar

distintos tipos de estrategias dependiendo del objetivo que nos marquemos frente a un problema.

### **1.3. Limitaciones**

La investigación presentó las siguientes limitaciones:

#### **a. Disponibilidad de tiempo**

Toda vez que la investigación debió ser desarrollada, aplicada e interpretada por la propia investigadora, quien, a su vez, tenía que desempeñar un trabajo en un horario laboral rígido, generó que la disponibilidad de tiempo sea limitada. Sin embargo, la disposición a cumplir con la investigación hizo que se coordinaran horarios y espacios además de la ayuda de otros colegas para superar esta limitación.

#### **b. Limitados medios económicos**

La ejecución de la investigación demandó una inversión económica que, dada su característica de autofinanciada por el propios investigador, tuvo ciertas limitaciones. A pesar de ello y, considerando la necesidad de aplicarla, se pudo costear los gastos asumiendo los gastos con ahorros personales.

### **1.4. Antecedentes**

#### **A NIVEL INTERNACIONAL**

Sánchez, María (2005), La Gestión Municipal del Patrimonio Cultural Urbano en España, su ofrecimiento es una llamada de atención a todos los profesionales, y en especial a los historiadores del Arte, para que emprendan un compromiso conjunto en la mejora de la gestión municipal del Patrimonio Cultural urbano.

Se trata de una situación a superar que pasa por la destrucción de falsos mitos asociados a la imposibilidad de acometer una mejora en este ámbito: la espiral de corrupción política y funcionaria alcanzada o la insensibilidad

de los regidores y plenos municipales a estos temas, posiciona a gran parte de los patrimonialistas en la opinión de que un incremento de responsabilidades en esta tarea sería la firma de la “sentencia de muerte” de nuestro legado cultural. Coincidimos con ellos en que efectivamente sería así en las circunstancias en la que nos encontramos: carentes de un soporte legal que acote sus atribuciones, faltos de un personal calificado que determine el valor cultural a conservar, ausencia de medios económicos para emprender una política de protección, todo esto perfila una Administración negada para actuar por sí misma en tan ardua tarea, y, lo que es peor, incapaz de trasladar esta problemática a los habitantes como parte ineludible de sus responsabilidades civiles.

Rev. Venez de Economía y Ciencias Sociales, 2007, vol.13, nº 3 (sept.-dic.), pp. 129-141 La conservación del patrimonio cultural en Venezuela.

Esta tendencia a conservar objetos del pasado, a valorar los testimonios materiales del paso del tiempo, es muy antigua en el mundo occidental. Sin embargo, antes del surgimiento de los Estados modernos tal interés por los objetos históricos tenía más un valor sacralizante que una función institucional. Los Estados liberales modernos que se conformaron tanto en Europa como en América a lo largo del siglo XIX comienzan a asumir en forma paulatina el papel de garantes de la preservación de los objetos históricos. Pero es a partir del siglo XX, con la crisis de los Estados liberales y la aparición del Estado social, cuando éste asume en forma definitiva su labor proteccionista, que se traduce en el reconocimiento del patrimonio histórico como un patrimonio colectivo y su consagración como tal en las Constituciones nacionales.

María Monjas, (2006). En su tesis “el patrimonio cultural y su tratamiento periodístico. Un análisis de la edición regional del mundo de Castilla y León y el Norte de Castilla”. Nos dice que El Patrimonio Cultural, por la amplitud y diversidad de bienes y actuaciones que engloba y su importancia para la región en sectores como el turismo, constituye, como se planteaba en la hipótesis principal, un tema de relevancia en la prensa regional de Castilla y León en cuanto al número de unidades periodísticas

sobre este asunto que se publicaron en los dos periódicos analizados alcanzando una media de 1,3 unidades diarias. La especialización periodística en Patrimonio Cultural en El Norte de Castilla y El Mundo de Castilla y León no está delimitada ni en la organización de la plantilla ni en la ordenación de los contenidos en las secciones. Pese a ello, el grado de especialización es mayor en El Norte de Castilla que en El Mundo de Castilla y León.

El decano de la prensa regional tiene una sección de “Cultura” con su propia plantilla que se reparte los temas de la sección incluyendo el Patrimonio Cultural, asuntos de los que se encarga habitualmente un redactor.

El tratamiento periodístico del Patrimonio Cultural no es especializado en cuanto a su ubicación en una sección fija. Del análisis de contenido y de las entrevistas realizadas no se ha podido extraer un criterio unánime sobre su publicación en la sección de Cultura o en la sección de Castilla y León aunque se ha detectado que su inclusión en una u otra sección depende de los matices de la información. Si se trata de un acontecimiento con una vertiente política o económica el criterio determina que aparezca en la sección Castilla y León. Si está relacionado directamente con las Bellas Artes o con la publicación de libros, ocupará el espacio en la sección de Cultura.

Fontal. (2003). Escribe el libro que surge de una parte de la tesis doctoral defendida en el 2003 en el departamento de Ciencias de la Educación de la Universidad de Oviedo, titulada “La Educación Patrimonial: definición de un Modelo Integral y diseño de sensibilización”, en el se combina la teoría y la práctica en el tema del patrimonio, dos campos los cuales trata paralelamente, la educación y el patrimonio. Es una obra de consulta obligada para quienes quieren profundizar en el tema del patrimonio. Tiene gran importancia para la realización de este proyecto de investigación ya que tiene aportes significativos frente a los conceptos que fundamentan el marco teórico y la intervención educativa de nuestra investigación.

Olaia Fontal (203) en su tesis doctoral “El Patrimonio Cultural del Entorno Próximo: Un Diseño de Sensibilización para Secundaria”, presenta una investigación que pretende sensibilizar a los alumnos de 4º de ESO del IES Mata Jove (Gijón) sobre la importancia de su cultura próxima, configurando procesos de identidad individual y colectiva. Parte del conocimiento del patrimonio personal, de la clase, del barrio y de la ciudad para establecer procedimientos aplicables a todas las escalas del patrimonio. Como instrumentos de recogida de datos plantea un cuestionario inicial y otro final, la observación participante, la observación de la investigadora y una serie de fichas de percepción. El método de análisis de datos corresponde a la triangulación metodológica y a la triangulación de niveles combinados. Esta tesis es de gran relevancia para el proyecto, ya que nos orienta y nos propone una metodología muy clara en la organización de temas de investigación relacionadas con el patrimonio cultural, trata muy claramente cada uno de los elementos del patrimonio cultural contextualizándolo en el ámbito educativo.

## **A NIVEL NACIONAL**

Mario Campos, (2011). En su tesis “la identidad cultural Lambayecana en los estudiantes del VII ciclo de Educación Secundaria, del colegio Nacional de San José, Chiclayo - Perú”. Nos dice que El nivel de Identidad Cultural Lambayecana en los estudiantes del VII ciclo de Educación Secundaria del Colegio Nacional de San José, es regular con un 45,6% de la muestra, equivalente a 123 estudiantes, de los 270 establecidos en la muestra, habiendo alcanzando una puntuación de entre 21 y 40 de los 100 fijados en el test. El tema de la identidad cultural lambayecana, ha sido abordado en artículos y noticias de circulación local, nacional e internacional. En base a ello se han elaborado propuestas y programas, tales como la enseñanza de la asignatura de Historia y Geografía en algunas instituciones de la región, pero no existe investigación alguna respecto al nivel de identidad cultural lambayecana, siendo un trabajo pionero y que servirá para que a partir de dicho diagnóstico se puedan implementar políticas, medidas, planes estratégicos y propuestas, - tanto a

nivel de la institución educativa, como en los demás ámbitos, con el fin de mejorar, reforzar e incrementar el nivel de la identidad cultural lambayecana.

Cerrón & Achircana, (2012). En su tesis "conocimiento del patrimonio cultural- arquitectónico e identidad cultural en estudiantes del 5to año de secundaria, institución educativa "claverito" .Iquitos, 2012".Nos dice que La investigación tuvo como objetivo: Determinar la relación que existe entre el conocimiento del patrimonio cultural-arquitectónico y la identidad cultural en estudiantes del 5to año de Secundaria, Institución Educativa "Claverito" .Iquitos, 2012. El estudio pertenece al tipo correlacionar y el diseño fue el No experimental de tipo transaccional correlacionar. La muestra estuvo representada por 127 estudiantes del 5to. Año de Secundaria de la Institución Educativa "Claverito", de Iquitos, 2012, seleccionados de forma intencional, a quienes se les administró una prueba de conocimientos y una encuesta para medir las variables de la investigación.

Gil & Tuesta, (2005). En su tesis "Propuesta y Aplicación del diseño Curricular Diversificado del Área de Historia Regional para mejorar la Identidad Cultural Lambayecana en los estudiantes del segundos grado de Educación Secundaria de la Institución Educativa Federico Villarreal de la Ciudad de Chiclayo - 2005". Nos dice que Para este trabajo de investigación se seleccionó una muestra de 207 alumnos del segundo grado de educación secundaria, siendo 104 varones que representan el 50.3% y 103 mujeres que representan el 49.7%, cuyas edades oscilan entre 12 y 14 años. El diseño de estudio que se aplicó fue una investigación acción, que consistió en la planificación de una Propuesta Curricular con actividades desarrollas en el aula y otras actividades que se realizaron extracurricularmente, contando con la participación de alumnos, docentes, padres de familia y otras instituciones del ámbito local. Para la obtención de la información se utilizó una serie de instrumentos como: Encuesta, lista de cotejo, guía de cuestionario, fichas de observación de actitudes, ficha de trabajo de campo, entre otros. Los resultados obtenidos reflejan

una tendencia de mejoramiento de la identidad cultural, manifestándose en el logro de capacidades, actitudes y comportamientos.

De Montalva (2011), el trabajo “El impacto del lanzamiento de la Marca País Perú en los jóvenes universitarios de Trujillo”. Se trata de una tesis para obtener el título de Lic. En Ciencias de Comunicación de la Universidad Privada Antenor Orrego. El autor llega a las siguientes conclusiones:

Se evidencia debilidades respecto al reconocimiento de las actividades, slogan y significado de la Marca Perú en los estudiantes universitarios, no obstante otro aspecto destacable está orientado a lo que se refiere a las actividades dirigidas a promover la identificación, motivación y el sentirse identificados con el mensaje que transmiten los embajadores. Respecto al impacto afectivo, se evidencia que los estudiantes de las universidad se encuentra una tendencia favorable, pues reconocen e identifican, de manera positiva, los elementos propios del país como los adecuados para que integren a la Marca – Perú.

Respecto al tercer impacto, el conductual, los estudiantes mantienen una tendencia desfavorables, respecto a que ellos sean difusores de la marca país, pues consideran que su participación es nula o bajo, respecto a los elementos que componen la marca Perú.

De Gómez (2010), la tesis de maestría “Promoción turística a través de los medios Audiovisuales caso Medellín, Colombia”. Se trata de una tesis para optar al grado de Maestría en Comunicación de la Universidad Internacional de Andalucía, España. La autora llega a las siguientes conclusiones: El turismo es una de las actividades económicas de mayor crecimiento en los últimos años, y por tal motivo las ciudades no pueden ser ajenas a esta tendencia. Por esto, ahora recorren un camino donde la intención no es sólo mostrar sus riquezas naturales, arquitectónicas y culturales, sino posicionarse como una marca de ciudad, que ofrece un producto integral de experiencias a quienes las visitan. Ante este crecimiento turístico, y en busca de promocionarse a través de los medios masivos de comunicación, algunas de las opciones accesibles a muchos



consumidores para vender las ciudades como potenciales destinos turísticos son la televisión, el video y las nuevas tecnologías como el Internet,. Esto se hace posible a través de géneros televisivos como la crónica, el reportaje, el documental, el reality show, los cuales transmiten una experiencia de viaje con voz y rostro y cautivan futuros viajeros.

De Betancur y Cruz (2008), el trabajo “Concepciones y aplicaciones de la comunicación en la industria y la práctica del turismo”. Se trata de una tesis para obtener el título de Comunicador Social en la Pontificia Universidad Javeriana, Colombia. Las principales conclusiones del trabajo son: La mayoría de las organizaciones generan procesos de información, divulgación, promoción y posicionamiento de la ciudad como destino turístico. La página web es el principal medio de comunicación utilizado, seguido por medios impresos. En la actualidad los proyectos y estrategias de promoción turística son difundidos a través de diferentes medios de comunicación, los cuales tienen el propósito de persuadir a los turistas, ampliar la información y el conocimiento de los sitios que van a visitar. La comunicación en el turismo se da gracias a la coordinación de todos los recursos comunicacionales que permiten una plena promoción de los destinos seleccionados. Así mismo, desde la comunicación se diseñan propuestas enfocadas a cumplir con las necesidades del turista, esta actividad es realizada por organizaciones públicas y privadas mediante procesos de planificación, ejecución y evaluación de acciones comunicativas para el desarrollo y el fortalecimiento del sector.

## **1.5.Objetivos**

### **1.5.1. Objetivo general**

Determinar la relación existe entre la identidad cultural y el impacto turístico ambiental en el distrito de Huaura.

### **1.5.2. Objetivos específicos**

- Establecer la relación que existe entre la identidad cultural y el impacto del turismo ecológico en el distrito de Huaura.
- Establecer la relación que existe entre la identidad cultural y las manifestaciones culturales del distrito de Huaura.
- Establecer la relación que existe entre la identidad cultural y los atractivos turísticos del distrito de Huaura.

## **CAPITULO II**

### **MARCO TEÓRICO**

#### **2.1. La identidad cultural**

##### **2.1.1. Identidad Cultural**

La identidad Cultural es el conjunto de medios de los cuales un individuo se describe a sí mismo. La identidad cultural es decir, la identidad que comparte un grupo o una población, implica un sentido personal de lealtad. Los miembros de un grupo étnico muestran su identidad por medio de rasgos culturales que pueden cambiar con el tiempo, esta define la identificación a una comunidad y a su forma de vida”. Margarita Ramírez (1993)

La identidad Cultural es la perspectiva de cómo el hombre vive en un contexto y produce una cultura, cada grupo produce su identidad basándose en su propia ideología de la vida en comunidad todo centrado en la realidad humana, Los pueblos indígenas se desarrollan dentro de una formación de vida y es el fin de la identidad cultural, funcionar como un elemento de cohesión entre sus individuos y las prácticas de la comunidad. Contextualización de los Derechos Humanos de Tercera Generación. Antonio Gallo (1988)

La identidad cultural “es un conjunto de prácticas humanas que marcan la diferencia existente en diferentes grupos coexistentes e interrelacionados bajo determinadas condiciones y es la identidad cultural lo que define a determinado pueblo”. Maritza García Alonso y Cristina Baeza (2003)

La identidad cultural es el derecho inherente a todo ser humano de reconocer su pertenencia a determinado grupo basándose en elementos propios del mismo que definen este sentido de pertenencia”. Demetrio Cojti Cuxil, (2007).

El concepto de identidad cultural encierra un sentido de pertenencia a un grupo social con el cual se comparten rasgos culturales, como

costumbres, valores y creencias. La identidad no es un concepto fijo, sino que se recrea individual y colectivamente y se alimenta de forma continua de la influencia exterior.

De acuerdo con estudios antropológicos y sociológicos, la identidad surge por diferenciación y como reafirmación frente al otro. Aunque el concepto de identidad trascienda las fronteras (como en el caso de los emigrantes), el origen de este concepto se encuentra con frecuencia vinculado a un territorio.

“La identidad cultural de un pueblo viene definida históricamente a través de múltiples aspectos en los que se plasma su cultura, como la lengua, instrumento de comunicación entre los miembros de una comunidad, las relaciones sociales, ritos y ceremonias propias o los comportamientos colectivos, esto es, los sistemas de valores y creencias. Un rasgo propio de estos elementos de identidad cultural es su carácter inmaterial y anónimo, pues son producto de la colectividad” (Gonzales Varas, 2000 Pág. 43).

¿Qué es la identidad? Es el sentido de pertenencia a una colectividad, a un sector social, a un grupo específico de referencia.

Esta colectividad puede estar por lo general localizada geográficamente, pero no de manera necesaria (por ejemplo, los casos de refugios, desplazados, emigrantes, etc.). Hay manifestaciones culturales que expresan con mayor intensidad que otras su sentido de identidad, hecho que las diferencia de otras actividades que son parte común de la vida cotidiana. Por ejemplo, manifestaciones como la fiesta, el ritual de las procesiones, la música, la danza. A estas representaciones culturales de gran repercusión pública, la UNESCO las ha registrado bajo el concepto de “patrimonio cultural inmaterial” (Romero Cevallos, 2005 pág. 62)

“La identidad solo es posible y puede manifestarse a partir del patrimonio cultural, que existe de antemano y su existencia es independiente de su reconocimiento o valoración. Es la sociedad la que a manera de agente activo, configura su patrimonio cultural al establecer e identificar

aquellos elementos que desea valorar y que asume como propios y los que, de manera natural, se van convirtiendo en el referente de identidad. Dicha identidad implica, por lo tanto, que las personas o grupos de personas se reconocen históricamente en su propio entorno físico y social y es ese constante reconocimiento el que le da carácter activo a la identidad cultural. El patrimonio y la identidad cultural no son elementos estáticos, sino entidades sujetas a permanentes cambios, están condicionadas por factores externos y por la continua retroalimentación entre ambos” (Bákula, 2000 pág. 169)

La identidad está ligada a la historia y al patrimonio cultural. La identidad cultural no existe sin la memoria, sin la capacidad de reconocer el pasado, sin elementos simbólicos o referentes que le son propios y que ayudan a construir el futuro.

### **Elementos de la identidad cultural**

- **Valores:** son principios que nos permiten orientar nuestro comportamiento en función de realizarnos como personas. Son creencias fundamentales que nos ayudan a preferir, apreciar y elegir unas cosas en lugar de otras, o un comportamiento en lugar de otro. También son fuente de satisfacción y plenitud.
- **Tradiciones:** Es el conjunto de bienes culturales que se transmite de generación en generación dentro de una comunidad.
- **Formas de expresiones:** En el lenguaje llamamos expresiones, a las palabras o locuciones que poseen determinado significado, por ejemplo, cuando decimos “cada región tiene expresiones propias de su cultura”.
- **Costumbres:** son todas aquellas acciones, prácticas y actividades que son parte de la tradición de una comunidad o sociedad y que están profundamente relacionadas con su identidad, con su carácter único y con su historia.

### **Identidad cultural y desarrollo territorial**

La cultura juega un papel importante en el desarrollo de un territorio, a tal punto que muchos pueblos y lugares en Europa y en América Latina han apostado para una revaloración de lo cultural, de lo identitario (recreando incluso nuevas identidades culturales) y patrimonial como eje de su propio desarrollo.

“El desarrollo local se ha convertido en el nuevo activador de las políticas de patrimonialización. Mientras la sociedad de los lugares se convierte en la sociedad de los flujos, parece como si los lugares se han involucrado en una obra de construcción identitaria, que privilegia la dimensión local o ciudadana por encima de las nacionales, estatales y globales. La identidad es el viejo territorio del patrimonio y no es de extrañar que entre los objetivos reconocidos por la mayor parte de actuaciones patrimoniales que se realizan en estos ámbitos, figure la (re)construcción de las identidades locales” (García, 2002 pág. 66).

Esta recreación o potenciación identitaria, no sólo puede revivir, volver a poblar arcas rurales, despertar interés en una población apática, lograr cohesión social, sino que además puede desencadenar actividades económicas y con ello mejorar los ingresos y la calidad de vida de la colectividad. “Usualmente estos ingresos están relacionados con la oferta de productos, bienes y servicios, que se colocan oportunamente en el mercado, que van desde lo agropecuario hasta actividades orientadas al turismo” (Fonte; Acompora y Flores, 2002 Pág. 32).

De acuerdo con Hernández (2002 pág. 356) se podría hablar de turismo cultural desde la época griega y romana, y es el siglo XVIII el que estrecha la relación viaje – patrimonio cultural, al aparecer los primeros museos públicos y lo que actualmente se conoce como recorridos turísticos culturales. Estos últimos aparecen con el Grand Tour (que duraba entre dos o tres años), que era la visita realizada por aristócratas

ingleses a los lugares históricos, artísticos y naturales más destacados de Europa. En el siglo XIX aparecen las colecciones de guías de viaje y el concepto patrimonial abarca lo etnológico. En el siglo XX surge el turismo de masas y otras formas de turismo relacionado con lo patrimonial: ecológico, temático y activo y cultural.

Para que una o varias identidades culturales generen desarrollo territorial es necesaria una voluntad colectiva (política, comunal, empresarial, asociativa, etc.) y un reconocimiento del pasado, de la historia.

Como lo menciona Bernard Kayser (1994 pág. 37), “Las diferenciaciones culturales localizadas preparan a veces competiciones que justifican las fugaces rivalidades entre pueblos, aldeas y barrios: éstas pueden servir para encauzar las pasiones individuales y colectivas que no encuentran aplicación. Pero, al contrario, la búsqueda o reconstrucción de una identidad territorial constituye la razón evidente de individuos, de grupos, de localidades y de espacios motivados por un deseo de situarse, de enraizarse en una sociedad. De esta manera en particular, la connotación cultural regional es reconocida por todos, a través de las especificidades legadas por el pasado, y que se encuentran aún vivas: el idioma, los gustos, los comportamientos colectivos e individuales, la música, etc.”

### **Identidad individual**

En primera aproximación, la identidad tiene que ver con la idea que tenemos acerca de quiénes somos y quiénes son los otros, es decir, con la representación que tenemos de nosotros mismos en relación con los demás. Implica, por lo tanto, hacer comparaciones entre las gentes para encontrar semejanzas y diferencias entre las mismas. Cuando creemos encontrar semejanzas entre las personas, inferimos que comparten una misma identidad distinguible de la de otras personas que no nos parecen similares.

Se puede hablar legítimamente de identidades individuales y de identidades colectivas, la identidad se predica en sentido propio de los sujetos individuales dotados de conciencia y psicología propia, y solo por analogía de los actores colectivos (grupos, movimientos sociales,

partidos políticos, comunidades nacionales, etc.) Tan es así, que sociólogos como Berger y Luckman (1993 pág. 216) desaconsejan “hablar de identidad colectiva a causa del peligro de la hipostatización falsa o rectificadora”.

Dicho esto, conveniente precisar que la teoría de la identidad forma parte de un marco paradigmático más amplio: el de las teorías de la acción social. En efecto, la identidad es uno de los parámetros cruciales, que definen al actor social. Por eso no es mera casualidad que la reflexión sobre este tópico haya surgido principalmente en el ámbito de la familia de teorías que comparten como premisa común el postulado de la “acción dotada de sentido” de Max Weber, y no en el ámbito de los paradigmas casualistas, estructuralistas o funcionalistas (Bertheloth, 2001 pág. 417).

Si asumimos el punto de vista de los sujetos individuales, la identidad puede definirse como un proceso subjetivo por el que los sujetos definen su diferencia de otros sujetos mediante la auto-asignación de un repertorio de atributos culturales frecuentemente valorizados y relativamente estables en el tiempo. Pero debe añadirse de inmediato una precisión capital: la auto identificación del sujeto del modo susodicho requiere ser reconocida por los demás sujetos con quienes interactúa para que exista social y públicamente. Por eso decimos que la identidad del individuo no es simplemente numérica, sino también una identidad cualitativa que se forma, se mantiene y se manifiesta en y por los procesos de interacción y comunicación social (Habermas, 1987 Vol. II, Pag 145).

Desarrollemos brevemente las implicaciones de la definición inicial. Sin aceptamos que la identidad de un sujeto se caracteriza ante todo por la voluntad de distinción, demarcación y autonomía con respecto a otros sujetos, se plantea naturalmente la cuestión de cuáles son los atributos diacríticos a los que dicho sujeto apela para fundamentar esa voluntad. Diremos que se trata de una doble serie de atributos distintivos:



1. Atributos de pertenencia social que implican la identificación del individuo con diferentes categorías, grupos y colectivos sociales;
2. Atributos particularizantes que determinan la unicidad idiosincrásica del sujeto en cuestión.

Por lo tanto, la identidad contiene elementos de los “socialmente compartido”, resultante de la pertenencia a grupos y otros colectivos, y de lo “individualmente único”. Los elementos colectivos destacan las similitudes, mientras que los individuales enfatizan la diferencia, pero ambos se relacionan estrechamente para constituir la identidad única, aunque multidimensional, del sujeto individual.

Por lo que toca a la primera serie de atributos, la identidad de un individuo se define principalmente por el conjunto de sus pertenencias sociales. G. Simmel ilustra este aserto del siguiente modo:

“El hombre moderno pertenece en primera instancia a la familia de sus progenitores; luego, a la fundada por él mismo, y por lo tanto, también a la de su mujer; por último, a su profesión, que ya de por sí lo inserta frecuentemente en numerosos círculos de intereses. Además, tiene conciencia de ser ciudadano de un Estado y de pertenecer a un determinado estrato social. Por otra parte, puede ser oficial de reserva, pertenecer a un par de asociaciones y poseer relaciones sociales conectadas, a su vez con las más variados círculos sociales” (Pollini, 1987 pág. 32).

## **Dimensiones de la Identidad cultural**

**Sentido de Pertenencia** Todo lugar, definido por unos límites, constituye el espacio existencial donde habitan las personas y los grupos. Allí ocurrirán los eventos significativos de sus vidas y se desarrollarán los procesos de orientación y apoderamiento del entorno.

Proshansky (1983) produjo la primera teorización psicológica sobre la identidad de lugar, definiéndola como “el conglomerado de memorias, concepciones, interpretaciones, ideas y sentimientos acerca de los

escenarios físicos en el que una persona vive” (pág. 60). Concibe la identidad de lugar como aquellas dimensiones del yo que configuran la identidad de una persona en relación con su entorno físico. Plantea además que la identidad de lugar es una estructura cognitiva de la propia identidad de la persona que se caracteriza por un conjunto de actitudes, tendencias de comportamiento, valores, ideas, creencias y significados que se construyen paralelamente con los vínculos emocionales y de pertenencia a un sitio en particular. Del mismo modo, Muntañola (1996) propone que la identidad de lugar es un constante y triple encuentro entre el ambiente, el individuo y el grupo. Por tanto, la identidad de lugar incluye un sentido de pertenencia, enraizamiento, normas y valores acerca del espacio común y del espacio personal.

La identidad social y la identidad de lugar están íntimamente relacionadas. La primera comprende tanto una intrincada trama de interacciones sociales, como numerosos componentes de la segunda (Proshansky, Ittelson, & Rivlin, 1976). Sobre este punto, Augé (1992) coincide al indicar que no hay análisis social que pueda prescindir de los individuos, ni análisis de los individuos que pueda ignorar los espacios por donde ellos transitan. Considera además como una de las prácticas colectivas e individuales la organización del espacio y la construcción de lugares en el interior de un mismo grupo social y define el lugar como “un espacio de identidad, relacional e histórico” (pág. 83).

La identidad de lugar se verifica cuando todos los que se reconocen en los lugares tienen algo en común, comparten algo, independientemente de su diversidad. El lugar se constituye entonces en un pequeño universo de reconocimiento colectivo en el cual cada uno conoce su sitio y el de los otros, constituyendo un contenedor de referencias espaciales, sociales e históricas. En otro sentido, Augé (1992) define también los no-lugares como aquellos espacios donde los individuos se mueven sin relacionarse ni negociar nada, por ejemplo, aeropuertos, supermercados, autopistas, gasolineras, los denomina espacios del anonimato, donde no se crea ni identidad ni relación, solo soledad y similitud. Lugares sin significado

que ejemplifican el desarraigo que es lo contrario a la existencia de identidad de lugar.

### **Patrimonio cultural material o Tangible**

Se compone de los bienes muebles e inmuebles hechos por las sociedades de nuestro pasado.

- **Patrimonio Arquitectónico:** Monumentos, edificios y construcciones que representan nuestra memoria física y nuestra evolución o involución social.
- **Patrimonio Arqueológico:** Elementos de valor producidos por culturas previas a la invasión de los españoles al ahora continente americano. También cuentan restos humanos, flora, fauna, fósiles y restos paleontológicos.
- **Patrimonio Artístico e Histórico:** Son las pinturas, esculturas o producciones artísticas que nos hablan de otras épocas. También piezas que nos sirven para evocar, recordar y explicar otros momentos de nuestra historia (audios, películas u objetos de uso diario, por ejemplo).
- **Patrimonio industrial:** Posee valores históricos, tecnológicos, sociales, arquitectónicos o científicos. Se constituye por edificios, máquinas, talleres, molinos, fábricas, minas, depósitos y medios de transporte.
- **Patrimonio natural:** Se conforma por el conjunto de bienes y riquezas naturales, o ambientales, que la sociedad ha heredado de sus antecesores. Incluye también monumentos naturales constituidos por formaciones físicas y biológicas, hábitat de especies animal y vegetal endémicas o en peligro de extinción, así como lugares delimitados por su valor excepcional desde el punto de vista de la ciencia, de la conservación o de la belleza natural.

### **Patrimonio Cultural Inmaterial o Intangible**

El contenido de la expresión “patrimonio cultural” ha cambiado bastante en las últimas décadas, debido en parte a los instrumentos elaborados por la UNESCO. El patrimonio cultural no se limita a monumentos y colecciones de objetos, sino

que comprende también tradiciones o expresiones vivas heredadas de nuestros antepasados y transmitidas a nuestros descendientes, como tradiciones orales, artes del espectáculo, usos sociales, rituales, actos festivos, conocimientos y prácticas relativos a la naturaleza y el universo, y saberes y técnicas vinculados a la artesanía tradicional.

Pese a su fragilidad, el patrimonio cultural inmaterial es un importante factor del mantenimiento de la diversidad cultural frente a la creciente globalización. La comprensión del patrimonio cultural inmaterial de diferentes comunidades contribuye al diálogo entre culturas y promueve el respeto hacia otros modos de vida.

La importancia del patrimonio cultural inmaterial no estriba en la manifestación cultural en sí, sino en el acervo de conocimientos y técnicas que se transmiten de generación en generación. El valor social y económico de esta transmisión de conocimientos es pertinente para los grupos sociales tanto minoritarios como mayoritarios de un Estado, y reviste la misma importancia para los países en desarrollo que para los países desarrollados.

El patrimonio cultural inmaterial es:

- **Tradicional, contemporáneo y viviente a un mismo tiempo:** el patrimonio cultural inmaterial no solo incluye tradiciones heredadas del pasado, sino también usos rurales y urbanos contemporáneos característicos de diversos grupos culturales.
- **Integrador:** podemos compartir expresiones del patrimonio cultural inmaterial que son parecidas a las de otros. Tanto si son de la aldea vecina como si provienen de una ciudad en las antípodas o han sido adaptadas por pueblos que han emigrado a otra región, todas forman parte del patrimonio cultural inmaterial: se han transmitido de generación en generación, han evolucionado en respuesta a su entorno y contribuyen a infundirnos un sentimiento de identidad y continuidad, creando un vínculo entre el pasado y el futuro a través del presente. El patrimonio cultural inmaterial no se presta a preguntas sobre la pertenencia de un determinado uso a una cultura, sino que contribuye a la cohesión social fomentando un sentimiento de identidad y responsabilidad que ayuda a los individuos a

sentirse miembros de una o varias comunidades y de la sociedad en general.

- **Representativo:** el patrimonio cultural inmaterial no se valora simplemente como un bien cultural, a título comparativo, por su exclusividad o valor excepcional. Florece en las comunidades y depende de aquéllos cuyos conocimientos de las tradiciones, técnicas y costumbres se transmiten al resto de la comunidad, de generación en generación, o a otras comunidades.
- **Basado en la comunidad:** el patrimonio cultural inmaterial sólo puede serlo si es reconocido como tal por las comunidades, grupos o individuos que lo crean, mantienen y transmiten. Sin este reconocimiento, nadie puede decidir por ellos que una expresión o un uso determinado forma parte de su patrimonio.

## 2.2. Impacto del turismo

### 2.2.1. Evolución Histórica del Turismo

La evolución histórica del Turismo hace referencia a dos aspectos predominantes, uno que lleva a la búsqueda de esparcimiento con sus movilizaciones y otro que considera la evolución de las infraestructuras que hacen posible esas movilizaciones.

En todas las épocas han existido desplazamientos cortos y largos, identificados por muchos como turísticos. A pesar de la poca información al respecto, se puede deducir que en Egipto y Babilonia, la tecnología agrícola avanzada y los sistemas de riego que regularon la labor de la tierra, condicionaron también los tiempos de ocio. En los tiempos de la antigua civilización griega, el uso del tiempo libre se dedicaba entre festivales públicos, antiguas ceremonias, práctica del arte, danzas, juegos, diversiones y adoración a los dioses. (Boullon, 2001a).

Durante el imperio romano, los viajes alcanzaron los límites más altos, según Fuster (1979), desde los primeros siglos de la Roma Imperial ya se salía de la ciudad para pasar temporadas de descanso;

fueron construyendo residencias, entre las ciudades ya existentes que podrían representar el primer antecedente de un asentamiento humano de carácter transitorio, destinado al ocio, probablemente la gran mayoría de las personas que visitaban estos lugares, provenían de ciudades cercanas y no de larga o mediana distancia.

Al caer el Imperio Romano, con el cristianismo se inicia la Edad Media que durará cinco siglos, en ésta época no existía precisamente el concepto de ocio. Es en el siglo XV, cuando las referencias bibliográficas afirman que se registra un flujo turístico, con la afluencia de visitantes a las aguas termales en Badén- Badén, además ya en ciertas ciudades se reciben peregrinos que asisten a las fiestas religiosas, provenientes de muchas partes del país.

En el año 1300, se dan los primeros viajes de peregrinos que desde Venecia partían a Jerusalén. Posteriormente en el año 1407, surgen los primeros sistemas de alojamiento, muy rudimentarios, en Francia. Luego de la Edad Media, se inicia el Renacimiento, época de grandes cambios en lo cultural, artes, letras, ciencias y costumbres, sin embargo, los viajes no eran muy frecuentes ya que las personas permanecían en el mismo lugar donde nacieron.

En el año 1450, en la ciudad italiana de Padua, nace la palabra “hotel”, que eran aquellas casas especialmente diseñadas para alojar a los señores y sirvientes. Los viajes a largas distancias por descanso o placer propiamente dicho, aún no se manifestaban. La alta burguesía, la nobleza y el clero, con la creación de las villas y los castillos, se reservaron en el campo, cercanos a las ciudades, donde pasaban temporadas de descanso, a veces por muchos días, convirtiéndose en segundas viviendas, donde en un ambiente agradable realizaban sus asuntos y negocios. Se puede afirmar que durante el Renacimiento, bajo características diferentes, los sistemas recreacionales urbanos se incrementaron y surgieron las primeras manifestaciones de los viajes turísticos. (Boullon, 2001b).

En el siglo XVII, inicio del período Barroco, las tendencias al uso del tiempo libre aumentan. Con la aparición de los carruajes como vehículos de transporte, facilitan el acceso de los habitantes por las calles, desarrollándose el atractivo por el turismo urbano, construyéndose los parques como centros de reunión y esparcimiento. Otra característica de este siglo es la introducción de la casa de campo, representando un espacio para el ocio de la familia y amistades. Así también los museos, zoológicos, galerías de arte se agregan a la recreación de las personas en las ciudades. (Flores, 2000).

En el siglo XVIII, identificado con el romanticismo, la sociedad despertó al culto por la naturaleza, inventándose el picnic, como vía de escape para salir de la ciudad. Ya en 1766 se realizaron viajes aislados que se constituyeron en las rutas de los viajes turísticos que luego alcanzaron ámbito universal, ejemplos de ellos fueron los realizados por James Cook, en 1768 y los de Humboldt y Bonpland (1799). A partir de 1750, los balnearios dejan de ser lugares predilectos de vacaciones, al ser sustituidos por el mar (Bouillon, 2001b.)

Otro autor como Fuster (en Flores, 2000), dividió la historia del turismo a partir de tres épocas bien precisas: La Inicial entre los años 1800-1914; la Intermedia entre 1919-1939 y la actual entre 1948 hasta nuestros días. La fundamentación de la época Inicial se basó en la aparición del ferrocarril e inicio de la Primera Guerra Mundial; la Intermedia comienza al final de la Primera Guerra Mundial hasta el inicio de la Segunda; y la última correspondiente a los años posteriores a la finalización de la Segunda Guerra Mundial hasta la actualidad.

La *etapa Inicial*, empieza en el año 1800, continuando con la Revolución Industrial y sintiéndose los efectos de la Revolución Francesa. Estos acontecimientos cambiarán las estructuras políticas y sociales del mundo.

El siglo XIX, fue un siglo violento, de evoluciones, guerras de independencias y proliferación de inventos. Durante el apogeo de la Revolución Industrial, el tiempo libre casi dejó de existir para la clase

obrero. En esta etapa la historia del turismo está ligada al desarrollo del transporte.

Flores (2000), caracteriza este periodo como el de los grandes avances de la actividad turística, donde el auge del transporte ferrocarrilero, sirvió de apoyo a muchos sectores a parte del turismo, tales como a la industria, comercio.

En 1907, aparecen turísticamente expresadas las vías navegables. Surgen en éste período, hombres trascendentales en la vida del turismo, como Thomas Cook, organizador del primer viaje. Fue una época caracterizada por un turismo elitescos, con recursosaltos, vías limitadas, surgimiento y desarrollo de transportes terrestres, alojamientos, desconocimiento de promoción turística, nacimiento de otros tipos de transportes como el aéreo y el naval.

El mismo autor en la *etapa Intermedia*, que abarca desde el año 1919 al 1939, refleja las consecuencias de la Primera Guerra Mundial.

El turismo empieza a fortalecerse nuevamente, coadyuvando al desarrollo de los diversos países. Este período marca el inicio del Turismo masificado, conduciendo al engrandecimiento de las corrientes turísticas.

Se incorporan los grandes y nuevos transportes (ferrocarril, automóvil, avión, trasatlánticos), se constata un fortalecimiento de la hotelería, se facilita el acceso a importantes vías de comunicación (carreteras, aeropuertos, puertos marítimos, redes ferrocarrileras). El viaje constituye un medio ideal de esparcimiento con el apoyo de organismos públicos y privados que favorecen el turismo.

Se impulsan los estudios e investigaciones del turismo de calidad, como la *Escuela Berlinesa* donde surge la formación y enfoque de temas turísticos.

En la *etapa actual*, que se inicia desde el año 1948, fecha de culminación de la Segunda Guerra Mundial, los países europeos principalmente, trataron de recuperar su economía, desarrollando el turismo en su



expresión máxima, sobre todo en regiones de la Europa Occidental y en Estados Unidos de América.

### **2.2.2. Definición de Turismo**

Desde sus orígenes, el término "turismo" ha sido asociado a la acción de "viajar por placer". Aún hoy, muchas personas lo entienden exclusivamente de esta forma sin tener en cuenta sus otras motivaciones y dimensiones.

Para la Organización Mundial del Turismo (OMT), el turismo comprende las actividades que realizan las persona durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su residencia habitual por menos de un año y con fines de ocio; negocios, estudio, entre otros. El turismo es, en la práctica, una forma particular (de emplear el tiempo libre y de buscar recreación.

Acerenza (1999), afirma que desde el punto de vista conceptual, no es más que un conjunto de relaciones y fenómenos producidos por el desplazamiento y permanencia de personas fuera de su lugar normal de domicilio, motivadas fundamentalmente por una actividad no lucrativa. Es una forma particular del uso del tiempo libre y una forma especial de recreación y no incluye, por tanto, todas las formas de uso que puede hacer el hombre de su tiempo libre ni todas las formas posibles de recreación.

Flores (2000), utiliza para la definición de turismo, diversos enfoques: Etimológico, Gramatical, Legal y Doctrinal. En el enfoque etimológico, se hace referencia que en 1760, aparece por primera vez el término "tour" como galicismo, introducido en Inglaterra, oriundo de Francia y que significa hacer un tour, una vuelta, un viaje. Proviene del latín "tornus" que significa dar vueltas, vuelta al punto de partida. La raíz "tour" se usa también como indicativo de quién desea un viaje o un paseo especial de índole turístico.

En el enfoque gramatical, el término es tomado del Diccionario de la Real Academia Española, DRAE, que expresa afición a viajar por gusto,

de recorrer un país y organización de los medios conducentes a facilitar esos viajes.

El *Diccionario Turístico Internacional* (1970, edición española), expresa el turismo como un término que se aplica a los viajes de placer; también se define como un conjunto de actividades humanas colocadas para realizar este tipo de viajes. Otra definición es que el turismo es una industria que coopera a la satisfacción de las necesidades de los turistas.

Krapf y Hunziker (1940) definieron el turismo como el conjunto de las relaciones y fenómenos producidos por el desplazamiento y permanencia de personas, fuera de su lugar de domicilio, en tanto dichos desplazamientos y permanencia no estén motivados por una actividad lucrativa principal, permanente o temporal.

En éstas definiciones se evidencian varios elementos característicos: El turismo es una afición a viajar por placer; supone el desplazamiento y permanencia fuera del lugar de residencia; se va en busca de recreación; se realiza en forma temporal para ocupar el tiempo libre y constituye una actividad no lucrativa para el turista. Para la sociedad emisora el turismo es una de las tantas formas de esparcimiento para ocupar el tiempo libre, mientras que para la sociedad receptora el turismo es una fuente de ingresos y trabajo. (Ezagui, 2000.)

### **2.2.3. Alcances de la actividad turística**

El turismo es una actividad multisectorial muy compleja que genera, directa e indirectamente, una serie de beneficios a los distintos niveles de la sociedad; Para ello; moviliza a diversos agentes y grupos sociales de manera ordenada y planificada.

Dada sus múltiples implicancias, el turismo es considerado un fenómeno propio de la sociedad actual: Por ejemplo: posee carácter social, dado que está dirigido a satisfacer las necesidades de las personas. También tiene naturaleza económica, ya que es capaz de generar divisas al país receptor

de los flujos turísticos; política, porque responde a los lineamientos y planes de desarrollo de los sistemas de gobierno; cultural, porque permite conocer la vida e idiosincrasia de personas de diferentes realidades geográficas y educativa, en tanto que puede ser un medio de formación personal e intelectual.

#### **2.2.4. Significación socioeconómica del turismo**

Ramírez (2000), plantea el turismo como un fenómeno de gran significancia socioeconómica. Desde el punto de vista social, la actividad turística genera muchos beneficios, entre ellos se pueden citar:

1. El turismo interno logra la integración social entre los grupos humanos, se estrechan más las relaciones entre los hombres. En el ámbito internacional se afirma la idea de la igualdad humana. , dándose a conocer las semejanzas y similitudes de todos los seres humanos.
2. El turismo es un importantísimo factor para la paz y unidad del género humano.
3. Tiene un auténtico valor social de interrelación humana.
4. Eleva el nivel cultural del viajero.
5. El turismo aporta al hombre nuevo vigor físico, nuevas energías para retomar el ritmo del trabajo cotidiano f-Auge del turismo social, turismo para todos, donde ello representa una necesidad de sosiego.

Desde el punto de vista de la economía, los *beneficios económicos* del turismo más importantes son:

- El turismo es una fuente de trabajo.
- Aporta divisas al país receptor, que permite nivelar y rehacer la economía nacional.
- La industria turística es de carácter terciario porque vende servicios.
- El turismo ayuda a la circulación de la riqueza, fundamentalmente en el país receptor.

### 2.2.5. Principios del turismo moderno

Ramírez (2000), explica que el turismo moderno se fundamenta en una serie de principios.

El primer principio es el del *Desarrollo Integral*, que se sustenta en la disponibilidad simultánea de la infraestructura receptora de acuerdo a un plan de desarrollo conjunto de los servicios turísticos y públicos, tomando en cuenta las necesidades proyectadas de la población nativa y el crecimiento estimado de la actividad turística. Se enfatiza la importancia del sector privado y el Estado; el primero relacionado con las inversiones y el segundo resaltando las competencias que tienen que ver con los servicios públicos. Este principio requiere cumplir con unos lineamientos básicos que son aplicables a cualquier país, independientemente de sus características culturales y socioeconómicas, casos típicos como el turismo en Cancún, Aruba o Florida son los más prósperos.

Se concluye que el Desarrollo Integral del Turismo, es un esfuerzo que involucra a toda la sociedad receptora. El Estado actúa como factor conciliador y aporta los bienes y servicios públicos. La empresa privada contribuye con su capital, creando y gerenciando nuevos servicios turísticos y atracciones para satisfacer la demanda y alcanzar los niveles de excelencia.

El segundo principio del turismo moderno se refiere al *Ser Humano*. El factor humano según este principio está conformado por una cadena humana cuyos eslabones se interrelacionan en su desempeño laboral y que se considera como un todo integral para su capacitación y control.

El tercer principio hace referencia a la *creatividad* como recurso para concebir atracciones que simulan la realidad o que se nutren de la fantasía; así nace el turismo del *entretenimiento temático* en contraposición a las atracciones del turismo clásico. El plástico, el concreto, el acero, la electrónica y la robótica, llenos de fantasía,

permitieron llevar el turismo a regiones que aunque pobres ya tengan atractivos naturales o culturales, ejemplos como el de Walt Disney, Epcot Center en Orlando.

### 2.2.6. Clasificación del Turismo

Flores (2000), expone una amplia y completa clasificación del turismo:

• **Por su carácter: El turismo se clasifica en:**

- a. *Turismo Interno o Nacional* que se realiza en el interior de un país determinado;
- b. *Turismo Externo o Internacional* el que ejecutan los habitantes de un país hacia otro;
- c. Turismo receptivo es el desplazamiento de corrientes que ingresan a un país determinado.

• **Por su forma de viajar:**

- a. *Turismo Individual* cuando el viaje se prepara solo, ellos mismos se diligencian sus viajes;
- b. *Turismo de grupo* cuando varias personas se preparan para viajar y se movilizan a través de operadores de viajes o agencias de viajes.

• **De acuerdo al factor tiempo o permanencia en un lugar determinado:**

- a. *Turismo Itinerante* según los turistas realicen su movilización en varios lugares, ciudades, pueblos, regiones o pueblos;
- b. *Turismo Sedentario* cuando se tiene sentido de permanencia más o menos pronunciada en un lugar determinado y que lleva a

veces al turista hasta adquirir una propiedad para seguir acudiendo a su sitio preferido.

• **De acuerdo a su *incidencia económica y social*:**

- a) *Turismo Popular* es el realizado por personas de escasos recursos económicos o de servicios baratos;
- b) *Turismo de Masas* ejecutado por gran cantidad de personas;
- c) *Turismo Industrial* las plantas industriales ofertan las visitas a esas empresas o las que las mismas industrias organizan colectivamente;
- d) *Turismo Social* definido por la Declaración de Viena (1972), como el conjunto de relaciones y fenómenos resultantes de la participación en el turismo de capas sociales de ingresos modestos.

• **Desde el punto de vista del *Turismo Nacional*:**

- a) *Turismo Interior*: Realizado por habitantes de un mismo país, en los límites de ese país;
- b) *Turismo Exterior*: Realizado por los habitantes de un país hacia el exterior;
- c) *Turismo Extranjero*: El que se realiza fuera de las fronteras del país;
- d) *Turismo Internacional*: Se realiza por turistas o corrientes turísticas que visitan un país y el realizado por turistas que practican turismo en país distinto al suyo;
- e) *Turismo Receptivo*: el de residentes en el extranjero que ingresan en el país;
- f) *Turismo Mundial*: Resultante de todos los tipos de turismo.

• **Según la capacidad económica:**

- a) *Turismo de Alta Capacidad Económica*: Lo realizan los sectores de altos ingresos, produciendo turistas de elevados costos para realizar sus viajes, sus ingresos en el país o fuera serán igualmente elevados.

- b) *Turismo de Mediana Capacidad Económica*: Los gastos turísticos son inferiores al anterior, de carácter vacacional, sus destinos principales son el país o turismo fronterizo o regiones cercanas al país, se realiza turismo individual y familiar, es el tipo de turismo que arroja más cantidad de personas;
- c) *Turismo Juvenil*: el joven es el segmento de población muy viajero, caracterizado por reducidos gastos por día, buscando lugares naturales, alojamientos baratos, itinerarios largos, turismo de grupo y vacacional;
- d) *Turismo de baja capacidad económica*: ejecutado por los de menores recursos, es generalmente un turismo interno o nacional, visitan una localidad, alojamientos a su alcance, el tiempo que utiliza es breve y el sistema es grupal.

• **De acuerdo a la duración:**

- a) *Turismo de Excursionismo*: Los visitantes que lo realizan duran menos de 24 horas en el lugar;
- b) *Turismo de Fin de Semana*: Es el turismo que más impulsa a las personas a buscar el turismo y salir del lugar de residencia, por lo general a lugares relativamente cercanos;
- c) *Vacacional*: Promueve el turismo moderno. El período vacacional moviliza grandes flujos turísticos;
- d) *Turismo Esporádico*: Obedece a los días libres que los propios usuarios escogen que coinciden con ferias, exposiciones, congresos, acontecimientos religiosos, culturales.

• **De acuerdo a los objetivos del viaje: De *Orden Corporal*, comprende:**

- a) *Turismo de Descanso*: Produce descanso, placidez.
- b) *Turismo Terapéutico*: Es el viaje con fines de curar dolencias corporales.
- c) *Turismo Gastronómico*: Los turistas buscan la experiencia acerca de las comidas de los lugares que visitan. La gastronomía es una de los más importantes aspectos del turismo en general.
- d) *Turismo Deportivo*: Generado en la práctica de los deportes o también en la observación de las competencias.

**De *Orden Espiritual y Cultural***

- a. *Turismo Religioso* cuyo fin es visitar lugares de atracción religiosa o por motivos de religión. El viaje tiene como meta el goce o esparcimiento de compenetrarse en la visita y contemplación de los grandes sitios o lugares religiosos.
- b. *Turismo Cultural - Científico*: Las inquietudes culturales y científicas impulsan en forma permanente el viaje de carácter turístico.
- c. *Turismo Histórico - Artístico*: Muy relacionado al anterior que mueve gran cantidad de viajeros que logran sus satisfacciones mediante la visita a los lugares históricos y artísticos y sus múltiples manifestaciones como cuevas, museos, monumentos, ciudades, monumentos civiles, militares, centros políticos, lugares de batallas.

**De *Orden Profesional*: Cuando el viaje se realiza en la búsqueda de superación o actualización de conocimientos, se distinguen:**



- a. *Turismo Industrial*: Las empresas abren sus puertas a los turistas observando las excelencias de determinadas industrias.
- b. *Turismo de Negocios*: Las personas se desplazan con el fin de intercambiar experiencias con sus colegas, pero el viaje se ha efectuado por vía de recreación y diversión. Álvarez Sousa (1996), lo caracteriza como dirigido a los asalariados de las empresas e intenta motivar al personal mejorando la productividad y los niveles de prestación.
- c. *Turismo de Congresos*: Los Congresos se han convertido en una de las soluciones más importantes para atraer a los turistas en la denominada temporada baja, que reúnen a visitantes que buscan dentro del ámbito profesional, satisfacer sus inquietudes.
- d. *Turismo Docente*: Se genera cuando profesores y alumnos solicitan aprendizaje formal, casos como las visitas a universidades, cursos monográficos.
- e. *Turismo de Diversiones y Espectáculos*: Motivación importante entre los turistas y sus satisfacciones, ejemplos como discotecas, restaurantes, tascas, conciertos, atracciones, toros, manifestaciones turísticas.

**De acuerdo al medio de transporte utilizado:**

- a. *Mixto*: Se usan varios transportes como automóvil, ferrocarril, avión, ferry.
- b. *Único*: Señala las preferencias de un medio determinado por el turista (aéreo, marítimo, terrestre, lacustre, fluvial). j) Por el *medio de viajar*:
- c. *Viaje Individual*: El que realiza el turista de forma particular, resulta más caro que el colectivo o grupal.
- d. *Viaje Colectivo*: Realizado grupalmente, se involucra la agencia de viajes, es manejado por tour-operadores, resulta más barato.

**Por el Ámbito:** Hace referencia al entorno espacial, geográfico donde se desarrolla el viaje, comprende:

- a. *Litoral:* Se realiza en la costa, a la orilla del mar o en sus cercanías.
- b. *Rural:* Desplazamiento fuera de la ciudad.
- c. *Montaña:* Altitudes boscosas o de nieve, colinas de clima fresco.
- d. *Urbano:* Dentro de la ciudad o poblados.
- e. *Selva:* Compenetración con la naturaleza, la aventura, la flora y la fauna.
- f. *Llano:* Extensiones con atractivos especiales, gastronomía, música, folklore.

**De acuerdo al financiamiento:**

- a. *Autofinanciado:* Pagado por los propios turistas.
- b. *Social:* Pagado por los turistas cómodamente, a bajos precios o con subsidios empresariales o por el estado, a través de organizaciones especializadas.
- c. *Gratis:* El propio Estado, las empresas o por beneficios laborales procuran para el individuo facilitar el turismo, practicado bajo la gratuidad.

### **2.2.7. La educación ambiental en el turismo**

**Marielo Bonilla** (2008) en *Algunos Aportes y Desafíos para Mitigar el Cambio Climático* sostiene:

El turismo, como actividad económica que es, el cambio climático nos está tocando los bolsillos: la biodiversidad. Urgen acciones que mitiguen. Dichosamente se observanEst algunos aportes que en otros son todavía desafíos. Se trata de acciones tales como la diversificación en transporte, la reducción y manejo responsable de desechos, el uso de energías alternativas y ahorro de recursos, la conservación de bosques y la participación en reforestación con especies nativas, entre otras. El interés de este ensayo no es abarcar todas las acciones posibles para mitigar el cambio climático en turismo. En este caso, se enfatiza en una acción específica: la educación ambiental como una opción adaptable, porque así planificado, al turismo puede ser siempre educativo.

El turismo puede mitigar el cambio climático cumpliendo justamente una función educativa. La educación ambiental es una herramienta para la sensibilización y el cambio social. Se convierte así en una oportunidad para llevar a la práctica una arista de la responsabilidad social empresarial de los emprendedores turísticos. La planificación del desarrollo de producto en cada empresa y destino turístico, puede contar transversalmente con acciones de sensibilización ambiental a lo interno (colaboradores y clientes) y a lo externo (comunidad, proveedores, mercado y destino). Esta responsabilidad educativa se puede llevar a la práctica con planificación, definiendo políticas y planes de acción dentro de la oferta turística. Algunas herramientas que podrían ser tomadas en cuenta para incorporarlas en la definición de políticas y planes de acción son las siguientes.

- a) **Estímulo de la actitud y creatividad:** La creatividad y la actitud de cambio debe ser la primera acción en la definición de la estrategia de cada emprendedor turístico. Esa capacidad para resolver el problema optimizando los recursos disponibles, debe surgir como plan de contingencia, se trata de una emergencia y la actitud de resolver con creatividad la situación es lo que desencadena las siguientes acciones.
- b) **Planificación:** Se inicia con la conceptualización y diseño de la intervención educativa en el producto turístico. Se debe partir de estudiar el cambio climático y sus efectos, a fin de iniciar el planteamiento temático y el metodológico para las adaptaciones posibles a la oferta turística del emprendimiento. La educación ambiental no es solo informar sino invitar a la reflexión y al cambio.
- c) **Interpretación ambiental:** La educación ambiental en turismo requiere de estrategias pedagógicas donde se plantee más análisis y menos descripción. Una de las estrategias más atinadas es la interpretación ambiental que ofrece técnicas que son poco usadas en el producto costarricense y que cumplirían con la función educativa y económica con mayor tino. Se trata de incorporar una disciplina que traduzca el conocimiento en un lenguaje sencillo mediante actividades amenas y divertidas que implican una reflexión e invitación al cambio de actitud. El turismo puede brindar

mediante la interpretación, “experiencias inspiradoras compaginando los componentes cognoscitivos con los afectivos, ya que estos últimos influyen notoriamente en los primeros” (Hammit, 1981). Y esta propuesta es ajustable para lograr influencia en la urgencia de mitigar el cambio climático.

- d) Formación de guías como educadores ambientales:** Para la generación de actitudes también requerimos de espacios que otorguen conocimiento y reflexión sobre los procesos ecológicos, económicos, sociales y culturales. Esta función es una oportunidad especial para los guías porque se viaja al campo y se muestra el objeto interpretado. La responsabilidad del guía traspassa a los itinerarios temáticos y discursos informativos. El guía puede ir más allá e incorporar en el proceso la identificación de la situación ecológica real y su relación local-global, incorporando el sentido de responsabilidad personal (propio y del turista) y motivando al cambio de actitud para enfrentar lo cotidiano. Se hace necesario que los formadores de guías intensifiquen los contenidos sobre los recursos pedagógicos y la ética ambiental. Ante la crisis ambiental, necesitamos educadores ambientales y no solo guías turísticos.
  
- e) Investigación e impacto en la audiencia:** El acceso a la demanda no tiene fronteras y este es uno de los aportes de más importancia en turismo. Con planes de educación ambiental la audiencia implica a colaboradores, clientes, comunidad, proveedores, mercado y destino. Es importante investigar sobre los hábitos de consumo de la clientela a fin de motivar la reflexión sobre sus repercusiones para la satisfacción de los mismos. Un turista es capaz de transformar su comportamiento durante un viaje y regresar a su país con una actitud más responsable. También, en las audiencias se debe considerar su variedad. Se ha comprobado la motivación que los niños pueden generar en los adultos, además que la responsabilidad intergeneracional está presente en el escenario educativo. Niños de 6 a 11 años denotan una marcada curiosidad por el medio y pueden ser generadores de opinión y cambio.
  
- f) Incorporación de la herencia cultural:** Para la definición de políticas y

planes, las referencias culturales locales es una responsabilidad del emprendedor. Se debe investigar en las mismas raíces locales de como ellos mantenían el balance. Muchas prácticas tradicionales de uso de recursos pueden adaptarse al emprendimiento.

- g) Investigación y monitoreo:** Sería relevante indagar en la compensación económica para los empresarios turísticos al involucrarse en planes de la educación ambiental como un factor de competitividad para los destinos y de reconocimiento de las demandas potenciales. Así también es recomendable definir una estrategia de monitoreo y evaluación donde se midan los resultados de la mitigación.
- h) Elaboración de códigos de ética:** Los códigos de ética a lo interno y los códigos de conducta para los turistas, son prácticas sencillas y puntuales que pueden ser compartidas fácilmente. Generalmente, estos códigos emiten compromisos puntuales que promueven el cambio de regreso al balance del planeta.
- i) Ejecución:** La mejor mitigación es la reducción, pero ante la necesidad de consumo, se debe optar por energías alternativas, tales como, la energía solar, loción o imitaciones así como reforestar. Un apoyo importante para ser ejecutivos es la participación en sistemas, programas, certificaciones ambientales promovidos por instituciones u organizaciones (CST, Alianza para Bosques, Pequeños Hoteles y otros). Estas acciones concretas sirven de objeto para la educación ambiental del turista.
- j) Consideración del destino turístico:** El producto turístico es integral y por lo tanto, el desarrollo del mismo debe plantearse desde el destino en el que está je como recurso es vital. Esta forma parte del espacio turístico. El trabajo integrado en la conservación y recuperación del paisaje nuevamente no solo tiene un valor económico para el negocio sino que se trata también de lo esperado por el turista: que el balance ecológico se mantenga. Por ejemplo, acciones responsables son las denuncias de talas o la explotación de la vida silvestre. El emprendimiento turístico es parte del lugar y no es una burbuja aislada, tal y como se observa en la mayoría de destinos costarricenses.

### 2.2.8. Zonas turísticas del distrito de Huaura



El distrito histórico de Huaura tiene un nombre bien ganado en el proceso de nuestra independencia. Durante la Campaña libertadora se convirtió en un lugar estratégico que concentró las tropas libertarias que habían desembarcado en dos puntos diferentes de esta zona, la playa de Huacho y Tambo de Mora de Végueta. Su fácil acceso con el Norte del país y los recursos abundantes de sus valles, motivó al general don José de San Martín instalar su Cuartel General en una Casona céntrica del pueblo y establecer su residencia en la hacienda El Ingenio. Sólo a unos días de la llegada del Libertador con su Ejército, ante el apoyo y clamor popular haurino decidió desde el histórico Balcón dar el Primer Grito de Libertad por la Independencia del Perú, era el 27 de noviembre de 1820. Cada aniversario de esta fecha histórica es conmemorado por el pueblo de Huaura con gran solemnidad y alegría, le permite a la vez recibir a turistas nacionales y extranjeros deseosos de conocer con mayores detalles estos hechos históricos documentados y conservados en la Casa Museo San Martiniano.

El pueblo de Huaura se encuentra ubicado en el valle bajo el río que le da su nombre, a la altura del Km 153 de la Panamericana Norte, y a solo 3 km de la ciudad de Huacho. El distrito se extiende a 484,43 km<sup>2</sup> y cuenta con una población de 31,212 habitantes, según el censo del 2007. Su creación data del 6 de agosto de 1936 perteneciendo a la antigua Provincia de Chancay. Posteriormente,

el 6 de setiembre de 1988 por Ley N° 24886, es uno de los doce distritos que pasan a pertenecer a la recién creada Provincia de Huaura.

Huaura fue declarada Localidad Histórica por Ley N° 12181 del 27 de diciembre de 1954.



#### Museo Histórico "Generalísimo San Martín" y Balcón de la Independencia

En la Casa que llegó a ser el Cuartel General del Ejército Libertador funciona hoy el Museo de Sitio del distrito de Huaura “Generalísimo José De San Martín”, creado como tal por Ley N° 15148 del 19 de setiembre de 1974, poco después de haberse inaugurado la ampliación de la Casa el 6 de setiembre de 1974. En el museo se conserva en buen estado el antiguo Balcón de madera desde donde el generalísimo San Martín dio el primer grito de libertad antes de partir a la ciudad de Lima. En los ambientes del Museo se exhiben reliquias de gran valor histórico, reveladores documentos militares, muebles personales del Libertador rescatados de su residencia de la hacienda Ingenio. Pinturas antiguas con escenas de la Campaña Libertadora y altos personajes que participaron en la lucha.

Hay recintos dedicados también a la cultura precolombina, restos óseos del siglo XII, cerámicas, cántaros, herramientas de los antiguos prehispánicos, sobre todo de las zonas arqueológicas de Acaray y Rontoy.

El lugar está lleno de historia y cultura, apenas entrando en el jardín se observan algunos cañones de la época colonial siglo XVIII. Es importante visitar y conocer de cerca los acontecimientos libertarios de nuestra patria desarrollados en Huaura, la histórica.



Torre de la Antigua Iglesia Parroquial San Antonio Abad. Penden de ella tres campanas: la mayor "Campana de la Libertad" de 1710, la mediana "María del Rosario" fundida en 1793, y otra pequeña.



En la Plaza de las Banderas se encuentra el túnel (Cripta de la antigua Iglesia Parroquial San Antonio Abad) que está tapiado, se cree que comunicaba el cuartel general con la playa Centinela y la iglesia de la hacienda Ingenio, aproximadamente tres kilómetros de extensión.





### **Santuario Virgen del Carmen.**

A fines de junio de 1952 llegaron a su fin los trabajos de construcción de la Capilla que hoy conocemos, la misma que fue bendecida el domingo 13 de julio de 1952 por el Monseñor Carlos Jurgens, Obispo de Huancavelica y apadrinada por el Sr. Presidente de la Republica General Manuel A. Odría y su esposa la Sra. María Delgado de Odría, representados por el Sr. Silvio Revilla Tejada, Subprefecto de la Provincia y su esposa la Sra. Mina de Revilla. La obra fue promovida por el Comité Pro-Capilla presidido por el Monseñor Carlos Manrique, párroco de la Huaura y secundada por el Comité de Damas haurinas. La construcción estuvo a cargo de los Hermanos Liborio y Daniel Vargas Quineche, a un costo aproximado de S/. 250 000.00, que fue cubierto “solo con la piadosa limosna y el óbolo especial de los millares de devotos de la milagrosa Virgen”, limosna que depositaban en la alcanciilla

de la Virgen, ubicada al lado del camino pasando el puente, no solo los transeúntes sino también chóferes y viajeros que circulaban por la Carretera Panamericana y el ferrocarril.



Iglesia San Francisco, del desaparecido Convento Franciscano de la Villa. Su primera misa fue en la Navidad de 1618. Declarada Monumento Histórico el 28 de diciembre de 1972.



Plaza El Socorro.

### **Breve reseña histórica de La Villa de Huaura**

La zona remonta su historia a las primeras fases de la época prehispánica cuando el hombre creó la agricultura y dominó con éxito los llanos arenosos de las márgenes del río. Su desarrollo político fue afectado por el dominio Wari, Chancay, Chimú e Inca.

En los inicios de la invasión española fue Hernando Pizarro en su viaje a Pachacámac el primer occidental en pisar sus tierras (I-1533). Posteriormente el Valle será distribuido entre encomenderos y otros, constituyéndose en núcleo de residencia de españoles, razón por la cual, al paso del Virrey Luís de Velasco (1596) los residentes le solicitaron elevar el pueblo a la categoría de Villa, gracia concedida con la denominación de **Villa de Carrión de Velasco** (17-I-1597), convirtiéndose en importante asiento de hacendados, sacerdotes y funcionarios del Corregimiento de Chancay. En el gobierno del Marqués de Montesclaros se construyó el puente de piedra que se encontraba en su entrada. En 1618 los Franciscanos fundaron un Convento. El 1673 se fundó el Hospital Virgen de la Candelaria, que después pasó a poder de la Orden Betlehemita. En 1686 la Villa es saqueada por el pirata Edward Davis.

La siembra de la caña de azúcar se realizó desde los primeros momentos de la colonia por lo que se necesitó de la mano de obra de esclavos negros. La agricultura de la caña

recibió gran impulso con la presencia de los Jesuitas quienes llegaron a poseer y administrar las haciendas de El Ingenio, Vilcahuaura y Humaya hasta su expulsión en el año de 1767. Por esos años la producción de azúcar abastecía los mercados de Lima, Chile y otros.

En 1778 se instala la Receptoría de la Real Aduana de Lima en Huaura en lo que había sido la propiedad de Don Fermín Francisco de Carvajal y Vargas, último Correo Mayor de las Indias, primer Duque de San Carlos (17-V-1768) y Grandeza de España de primera clase y que funciona hasta la llegada del Ejército Libertador a la Villa (12-XI-1820) que instaló sus tropas en las haciendas de Chacaca, Acaray, Vilcahuaura y Quipico.

El 27-XI-1820 el General don José de San Martín proclama la Independencia desde el balcón de la casa que luego le serviría de Cuartel General hasta antes de partir a Lima. Sede de gobierno del departamento de la Costa (creado por Reglamento Provisional del 12-II-1821).

El 27 de diciembre de 1954, Huaura es declarada Localidad Histórica, según Ley N° 12181, dado en la Casa de Gobierno siendo Presidente el Grl. Div. EP Manuel Arturo Odría Amoreti, en la que el artículo único a la letra dice: “Declárese a Localidad Histórica el pueblo de Huaura, quedando sujetos al cuidado del Consejo Nacional de Restauración y Conservación de Monumentos Históricos, los edificios de la población vinculados al pasado nacional”.



**La Hacienda El Ingenio** de Huaura sobresale propiamente por el **destacado rol que cumplió a favor de la Independencia del Perú**. La llegada del ejército libertador a Huacho el 10 de noviembre de 1820, estuvo antecedido por las amenazas de pena de muerte para todo aquel que abandonare su casa ante el escuadrón insurgente. Sobreponiéndose al miedo, los pobladores poco a poco empezaron a vivir el paso del general San Martín que se hospedaba en casas particulares de modesta condición. En esas circunstancias el propietario de la hacienda azucarera “**el Ingenio**” **don Manuel Salazar Vicuña** se presentó ante el Libertador para obsequiarle un corcel blanco debidamente enjaezado, y algunos pilones de azúcar refinada, así dos barricas de vino y cuatro arrobas de azúcar para los oficiales. También le ofreció su Casa para que se hospedara y estableciera su cuartel militar, permaneciendo el ejército en la hacienda durante ocho meses.

El 27 de noviembre ante la expectativa de la ciudad se escucharía el primer grito de libertad en el ya histórico Balcón de Huaura, así se daba inicio al surgimiento de un Perú libre.

La Iglesia y la Casa de Ingenio que cobijara al libertador don José de San Martín fue declarada por el INC Patrimonio Cultural por Ley N° 9636 el 28 de octubre de 1942. La iglesia abre sus puertas para las principales festividades religiosas, Semana Santa en abril, la fiesta de San José el 19 de marzo, Inmaculada Concepción el 8 de diciembre, etc.

### **2.3. Definición de términos básicos**

- **Turismo.-** Conjunto de relaciones y fenómenos producidos por el desplazamiento y permanencia de las personas fuera de su lugar de residencia; en tanto esto no este motivado por una actividad lucrativa principal (Roberto Boullon 1993)
- **Cambio climático.** Consiste en el calentamiento gradual de la atmósfera, que comparado con los ritmos y patrones de la naturaleza, modificación del clima que ha tenido lugar respecto de su historial a escala regional y global. En

general, se trata de cambios de orden natural, pero actualmente, se los encuentra asociados con el impacto humano sobre el planeta. (Definición ABC)

- **Desarrollo sostenible.-** Definido en estos términos: “Está en manos de la humanidad asegurar que el desarrollo sea sostenible, es decir, asegurar que satisfaga las necesidades del presente sin comprometer la capacidad de las futuras generaciones para satisfacer las propias”. (Brundtland, G.H., 1987)
- **Ecología.-** Ciencia que estudia las relaciones de los seres vivos con su ambiente. Sin embargo, con el tiempo extendió el concepto hasta abarcar el estudio de las características del medio, incluyendo el transporte de materia y energía y su transformación por las comunidades biológicas.( Haeckel)
- **Impacto Ambiental.-** Se refiere como la alteración del medio ambiente, provocada directa o indirectamente por acciones humanas (labores mineras) o actividad en un área determinada. Este autor, opina que los impactos ambientales pueden ser positivos o negativos, es decir, beneficiosos o no deseados. En el presente trabajo se hará referencia a impacto ambiental en su connotación negativa, pues son éstos los que deben ser minimizados en un proyecto. Zaror (2002)
- **Medio ambiente.-** Zaror (2002), afirma que el medio ambiente es un sistema global constituido por elementos naturales y artificiales de naturaleza física, química o biológica, socioculturales y sus interacciones, en permanentes modificación por la acción humana o natural y que rige y condiciona la existencia y desarrollo de la vida en sus múltiples manifestaciones.
- **Desarrollo Turístico.-** Puede definirse específicamente como la provisión y el mejoramiento de las instalaciones y servicios idóneos para satisfacer las necesidades del turista, y definido de una manera más general puede también incluir los efectos asociados, tales como la creación de empleos o la generación de ingresos ( Pearce, 1991: 14)

- **Ecosistema.**- Un ecosistema es una comunidad de especies que interactúan entre sí con los factores químicos y físicos que constituyen su ambiente vivo ( T. Myller 1994)
- **Identidad.**- Carolina de la Torre plantea la siguiente definición de identidad personal y colectiva: “Cuando se habla de la identidad de un sujeto individual o colectivo hacemos referencia a procesos que nos permiten asumir que ese sujeto, en determinado momento y contexto, es y tiene conciencia de ser él mismo, y que esa conciencia de sí se expresa (con mayor o menor elaboración) en su capacidad para diferenciarse de otros, identificarse con determinadas categorías, desarrollar sentimientos de pertenencia, mirarse reflexivamente y establecer narrativamente su continuidad a través de transformaciones y cambios.
- **Educación.**- "Proceso de adaptación progresiva de los individuos y de los grupos sociales al ambiente, por el aprendizaje valorizado, y que determina individualmente la formación de la personalidad, y socialmente la conservación y la renovación de la cultura". (Bittencourt)

## CAPITULO III METODOLOGIA

### 3.1. Hipótesis

#### 3.1.1. Hipótesis General

La identidad cultural se relaciona significativamente con el impacto turístico ambiental en el distrito de Huaura.

#### 3.1.2. Hipótesis Específicas

- La identidad cultural se relaciona significativamente con el impacto del turismo ecológico en el distrito de Huaura.
- La identidad cultural se relaciona significativamente con las manifestaciones culturales del distrito de Huaura.
- La identidad cultural se relaciona significativamente con los atractivos turísticos del distrito de Huaura.

### 3.2. Operacionalización de Variables

**Tabla 1**

*Operacionalización de la variable X*

Dimensiones	Indicadores	N ítems	Categorías	Intervalos
<b>Pertenencia</b>	• Localización geográfica	5	Malo	5 -9
			Aceptable	10 -14
	• Conocimiento histórico		Bueno	15 -20
	• Contacto vivencial			
<b>Patrimonio cultural material</b>	• Monumentos arqueológicos	5	Malo	5 -9
			Aceptable	10 -14
	• Lugares		Bueno	15 -20
	• Patrimonio natural			
<b>Patrimonio</b>	• Fiestas	5	Malo	6 -11

<b>cultural inmaterial</b>	costumbristas		Aceptable	12 -17
	• Música		Bueno	18 -24
	• Danzas			
	• Gastronomía			
	• Vestimentas			
<b>Identidad cultural</b>		15	Malo	16 -31
			Aceptable	32 -47
			Bueno	48 -64

**Tabla 2.**

*Operacionalización de la variable Y*

Dimensiones	Indicadores	N ítems	Categorías	Intervalos
<b>Impacto del Turismo Ecológico</b>	• Incremento en la educación ambiental	5	Malo	5 -9
	• Creación de cultura ambiental		Aceptable	10 -14
	• Investigación ambiental		Bueno	15 -20
<b>Manifestaciones Culturales</b>	• Intercambio cultural entre turista y residente	5	Malo	5 -9
			Aceptable	10 -14
	• Conservación del patrimonio cultura		Bueno	15 -20
<b>Atractivos turísticos</b>	• Crecimiento económico	5	Malo	6 -11
	• Generación de divisas		Aceptable	12 -17
	• Generación de empleos		Bueno	18 -24
<b>Impacto turístico ambiental</b>		15	Malo	15 -31
			Aceptable	32 -47
			Bueno	48 -60

### 3.3. Tipo de estudio

Citando la clasificación que presentan Sánchez y Reyes (2002), según la naturaleza de los problemas, la presente es una investigación de tipo sustantiva porque trata de responder a problemas teóricos, busca principios y leyes generales que permitan organizar una teoría científica y está orientada a describir, explicar o predecir.



“La investigación explicativa está orientada al descubrimiento de los factores causales que han podido incidir o afectar la ocurrencia de un fenómeno” Roger Walabonso, (1998:p.7)

Y es **correlacional** por cuanto está interrelacionada en determinar a través de una muestra de sujetos, el grado de relación existente entre las variables identificadas.

### 3.4. Diseño del estudio

Según Hernández Sampieri Et, Al. (2003) “los diseños de investigación transeccional o transversal recolectan datos en un solo momento, en un tiempo único. Su propósito es describir variables y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado”.

Por lo cual la presente investigación pertenece al Diseño **Transeccional** o conocido como **diseño Transversal** (No experimental), ya que se basa en las observaciones de los variables se demuestra y describe en un momento único, tal y conforme se presentan sin manipulación deliberadamente)

### 3.5. Población y muestra

#### 3.5.1. Población

Es el conjunto de todos los elementos a los cuales se refiere la investigación. Así mismo la define Balestrini Acuña (1998) como “Un conjunto finito o infinito de personas, cosas o elementos que presentan características comunes” (p.123).

La población está constituida por 1030 estudiantes de la I.E. N° 20334 Generalísimo Don José de San Martín

**Tabla 3**

*Población del estudio*

<b>N</b>	<b>Institución Educativa</b>	<b>Grados</b>	<b>Cantidad</b>
		Primero	120
	I.E N° 20334 Generalísimo	Segundo	130
	Don José de San Martín	Tercero	128
		Cuarto	135

	Quinto	130
TOTAL		643

**Fuente:** I.E. N° 30334 Generalísimo Don José de San Martín

### 3.5.2. Muestra

La muestra probabilística estratificada estuvo constituida por 112 estudiantes de I.E N° 20334 Generalísimo Don José de san Martín

Se aplicó la siguiente fórmula:

$$n = \frac{Z^2 pq \cdot N}{E^2(N-1) + Z^2 pq}$$

Donde:

<b>n</b> =	?	<i>muestra</i>
<b>Z</b> =	1,96	<i>nivel de confianza, 95%: 2= 47.5%: 100 = 0,475</i>
<b>p</b> =	0,5	<i>probabilidad de éxito: 50%: 100= 0,5</i>
<b>q</b> =	0,5	<i>probabilidad de fracaso: 50%: 100= 0,5</i>
<b>E</b> =	0,05	<i>nivel de error, 05%: 100= 0,05</i>
<b>N</b> =	177	<i>población</i>

$$n = \frac{(1.96)^2 (0.5)(0.5)(1650)}{(0.05)^2 (643 - 1) + (1.96)^2 (0.5) (0.5)}$$

$$n = 112$$

**Para calcular los estratos se aplicó la siguiente fórmula:**

$$Fh = \frac{n}{N}(Nh)$$

Donde:

n = Tamaño de la muestra

N = Tamaño de la población.

Nh= subpoblación o grupo

**TABLA 4***Distribución de la muestra*

N	Institución Educativa	Grados	Cantidad	Fh	Muestra
	I.E N° 20334 Generalísimo Don José de San Martín	Primero	120	0,18909091	10
		Segundo	130	0,18909091	22
		Tercero	128	0,18909091	24
		Cuarto	135	0,18909091	25
		Quinto	130	0,18909091	31
TOTAL			643		<b>112</b>

**Fuente:** I.E. N° 30334 Generalísimo Don José de San Martín

### 3.6. Método de investigación

El método empleado en este estudio fue el deductivo, porque se realizó una construcción teórica del objeto de estudio, asimismo, el diseño descriptivo - correlacional, la operacionalización de las variables y la discusión de los resultados fueron determinados por la construcción realizada sobre los datos recogidos por los instrumentos, sin olvidar que estos datos se presentaron en forma sistematizada en tablas estadísticas, figuras y sus respectivos análisis interpretativos que posibilitaron la validación de las hipótesis con los estadísticos pertinentes. (Hernández et al, 2010).

### 3.7. Técnicas e de recolección de datos

#### **Instrumentos utilizados**

La técnica empleada en el desarrollo del presente estudio fue la Encuesta y el instrumento aplicado fue el Cuestionario

Para medir la variable identidad cultural, se consideró la siguiente escala de Likert:

Siempre	(4)
Casi siempre	(3)
Algunas veces	(2)
Nunca	(1)

### a) Validez del instrumento

Validez del cuestionario sobre la variable identidad cultural, será sometidas a criterio de un grupo de Jueces Expertos, integrado por profesores entre Magíster y Doctores en Educación que laboran en la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión, quienes en función a sus conocimientos y experiencia en investigación educativa juzgaran en forma independiente la bondad de los ítems del instrumento, en base a la relevancia o congruencia de contenido, la claridad de la redacción y su sesgo e informarán acerca de la aplicabilidad del cuestionario de la presente investigación

**Tabla 5:**

*Validez del cuestionario sobre la identidad cultural*

Juicio de expertos

<b>Expertos</b>	<b>Suficiencia del instrumento</b>	<b>Aplicabilidad del instrumento</b>
Experto 1	Hay Suficiencia	Es aplicable
Experto 2	Hay Suficiencia	Es aplicable
Experto 3	Hay Suficiencia	Es aplicable

Fuente: Elaboración propia.

Para medir la variable impacto turístico ambiental, se consideró el siguiente cuestionario:

Siempre	(4)
Casi siempre	(3)
Algunas veces	(2)
Nunca	(1)

### a) Validez del instrumento

Validez del cuestionario sobre la variable impacto turístico ambiental, será sometidas a criterio de un grupo de Jueces Expertos, integrado por profesores entre Magíster y Doctores en Educación que laboran en la Universidad

Nacional José Faustino Sánchez Carrión, quienes en función a sus conocimientos y experiencia en investigación educativa juzgaran en forma independiente la bondad de los ítems del instrumento, en base a la relevancia o congruencia de contenido, la claridad de la redacción y su sesgo e informarán acerca de la aplicabilidad del cuestionario de la presente investigación

**Tabla 6:**

*Validez del cuestionario sobre Impacto turístico ambiental*

Juicio de expertos

<b>Expertos</b>	<b>Suficiencia del instrumento</b>	<b>Aplicabilidad del instrumento</b>
Experto 1	Hay Suficiencia	Es aplicable
Experto 2	Hay Suficiencia	Es aplicable
Experto 3	Hay Suficiencia	Es aplicable

Fuente: Elaboración propia.

### **3.8. Método de análisis de datos**

El procesamiento de la información consiste en desarrollar una estadística descriptiva e inferencial con el fin de establecer cómo los datos cumplen o no, con los objetivos de la investigación.

#### **a. Descriptiva**

Permitirá recopilar, clasificar, analizar e interpretar los datos de los ítems referidos en los cuestionarios aplicados a los estudiantes que constituyeron la muestra de población. Se empleará las medidas de tendencia central y de dispersión.

Luego de la recolección de datos, se procedió al procesamiento de la información, con la elaboración de cuadros y gráficos estadísticos, se utilizó para ello el SPSS (programa informático Statistical Package for

Social Sciences versión 21.0 en español), para hallar resultados de la aplicación de los cuestionarios

- Medidas de tendencia central
- Medida aritmética
- Análisis descriptivo por variables y dimensiones con tablas de frecuencias y gráficos.

## **b. Inferencial**

Proporcionará la teoría necesaria para inferir o estimar la generalización o toma de decisiones sobre la base de la información parcial mediante técnicas descriptivas. Se someterá a prueba:

- La Hipótesis Central
- La Hipótesis específicas
- Análisis de los cuadros de doble entrada

Se hallará el **Coefficiente de correlación de Spearman**,  $\rho$  (ro) que es una medida para calcular de la correlación (la asociación o interdependencia) entre dos variables aleatorias continuas.

$$\rho = 1 - \frac{6 \sum D^2}{N(N^2 - 1)}$$

## CAPITULO IV RESULTADOS

### 4.1. Resultados descriptivo de las variables.

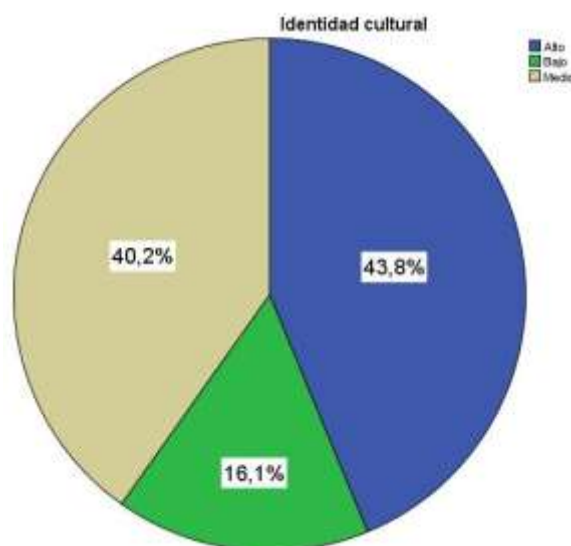
TABLA 7

Identidad cultural					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Alto	49	43,8	43,8	43,8
	Bajo	18	16,1	16,1	59,8
	Medio	45	40,2	40,2	100,0
Total		112	100,0	100,0	

Fuente: Cuestionario aplicado a estudiantes de I.E N° 20334 Generalísimo Don José de san Martín.

Para efectos de mejor apreciación y comparación se presenta la siguiente figura:

Figura 1



De la fig. 1, un 43,8% de los estudiantes de I.E N° 20334 Generalísimo Don José de san Martín alcanzaron un nivel alto en la identidad cultural, un 40,2% adquirieron un nivel medio y un 16,1% consiguieron un nivel bajo.

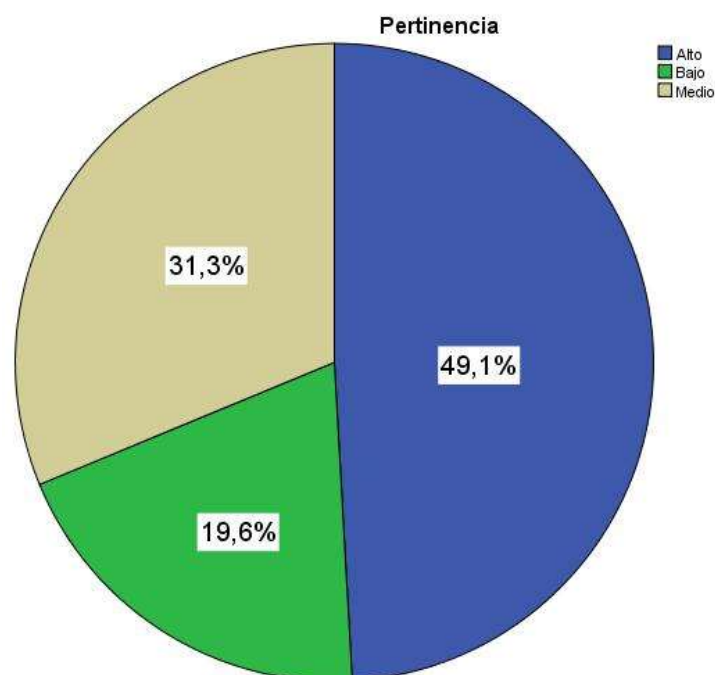
**TABLA 8**

<b>Pertinencia</b>					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Alto	55	49,1	49,1	49,1
	Bajo	22	19,6	19,6	68,8
	Medio	35	31,3	31,3	100,0
	Total	112	100,0	100,0	

**Fuente:** Cuestionario aplicado a estudiantes de I.E N° 20334 Generalísimo Don José de san Martín.

Para efectos de mejor apreciación y comparación se presenta la siguiente figura:

Figura 2



De la fig. 2, un 49,1% de los estudiantes de I.E N° 20334 Generalísimo Don José de san Martín alcanzaron un nivel alto en la dimensión pertinencia, un 31,3% adquirieron un nivel medio y un 19,6% consiguieron un nivel bajo.



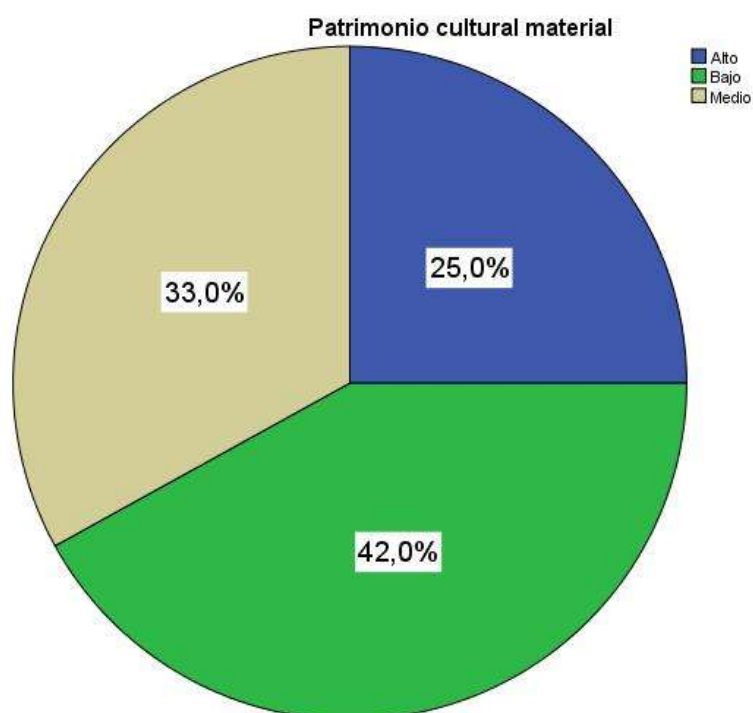
**TABLA 9**

<b>Patrimonio cultural material</b>					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Alto	28	25,0	25,0	25,0
	Bajo	47	42,0	42,0	67,0
	Medio	37	33,0	33,0	100,0
	Total	112	100,0	100,0	

**Fuente:** Cuestionario aplicado a estudiantes de I.E N° 20334 Generalísimo Don José de san Martín.

Para efectos de mejor apreciación y comparación se presenta la siguiente figura:

Figura 3



De la fig. 3, un 42,0% de los estudiantes de I.E N° 20334 Generalísimo Don José de san Martín alcanzaron un nivel bajo en la dimensión patrimonio cultural material, un 33,0% adquirieron un nivel medio y un 25,0% consiguieron un nivel alto.

**TABLA 10**

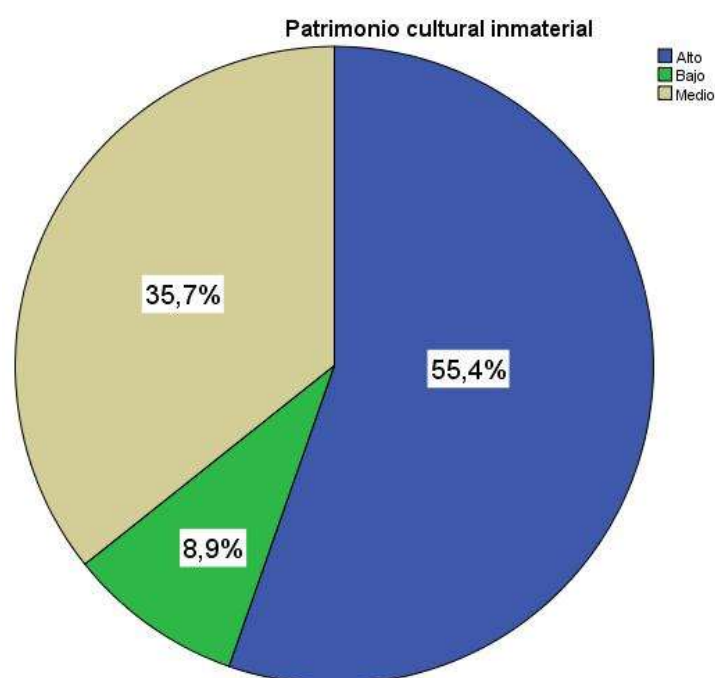
**Patrimonio cultural inmaterial**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Alto	62	55,4	55,4	55,4
	Bajo	10	8,9	8,9	64,3
	Medio	40	35,7	35,7	100,0
	Total	112	100,0	100,0	

**Fuente:** Cuestionario aplicado a estudiantes de I.E N° 20334 Generalísimo Don José de san Martín.

Para efectos de mejor apreciación y comparación se presenta la siguiente figura:

Figura 4



De la fig. 4, un 55,4% de los estudiantes de I.E N° 20334 Generalísimo Don José de san Martín alcanzaron un nivel alto en la dimensión patrimonio cultural inmaterial, un 35,7% adquirieron un nivel medio y un 8,9% consiguieron un nivel bajo.

**TABLA 11**

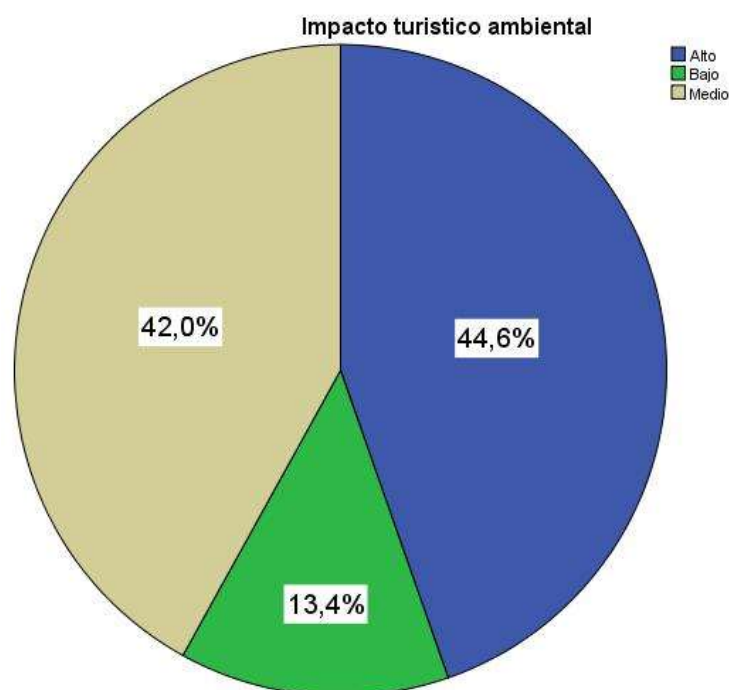
**Impacto turístico ambiental**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Alto	50	44,6	44,6	44,6
	Bajo	15	13,4	13,4	58,0
	Medio	47	42,0	42,0	100,0
	Total	112	100,0	100,0	

**Fuente:** Cuestionario aplicado a estudiantes de I.E N° 20334 Generalísimo Don José de san Martín.

Para efectos de mejor apreciación y comparación se presenta la siguiente figura:

Figura 5



De la fig. 5, un 44,6% de los estudiantes de I.E N° 20334 Generalísimo Don José de san Martín alcanzaron un nivel alto en la variable impacto turístico ambiental, un 42,0% adquirieron un nivel medio y un 13,4% consiguieron un nivel bajo.

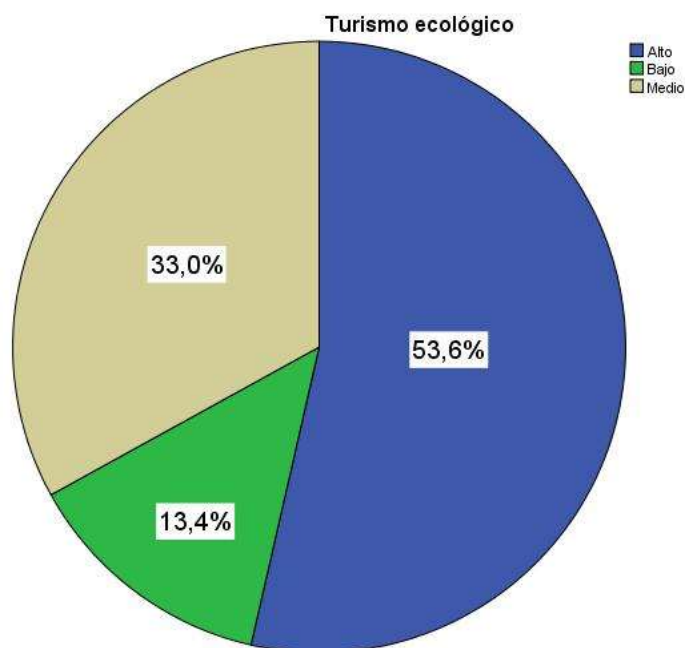
**TABLA 12**

<b>Turismo ecológico</b>					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Alto	60	53,6	53,6	53,6
	Bajo	15	13,4	13,4	67,0
	Medio	37	33,0	33,0	100,0
	Total	112	100,0	100,0	

**Fuente:** Cuestionario aplicado a estudiantes de I.E N° 20334 Generalísimo Don José de san Martín.

Para efectos de mejor apreciación y comparación se presenta la siguiente figura:

Figura 6



De la fig. 6, un 53,6% de los estudiantes de I.E N° 20334 Generalísimo Don José de san Martín alcanzaron un nivel alto en la dimensión turismo ecológico, un 33,0% adquirieron un nivel medio y un 13,4% consiguieron un nivel bajo.

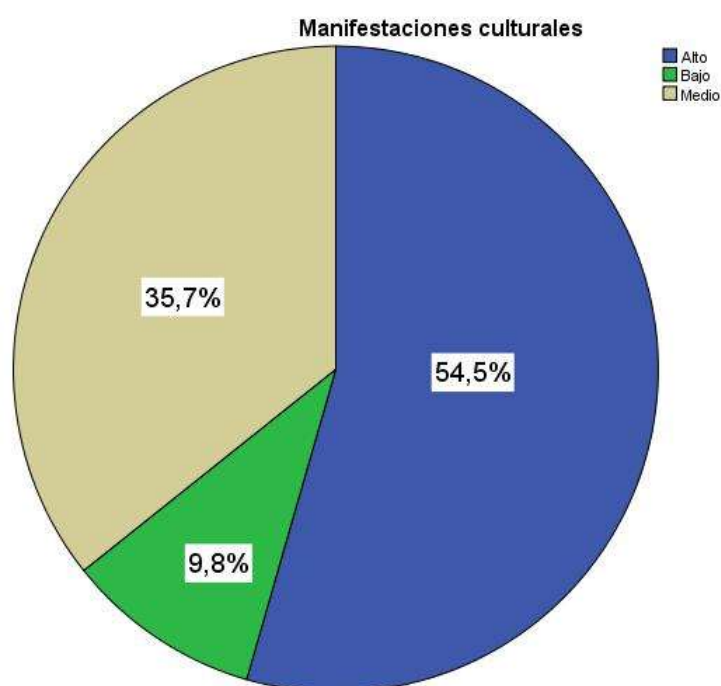
**TABLA 13**

<b>Manifestaciones culturales</b>					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Alto	61	54,5	54,5	54,5
	Bajo	11	9,8	9,8	64,3
	Medio	40	35,7	35,7	100,0
	Total	112	100,0	100,0	

**Fuente:** Cuestionario aplicado a estudiantes de I.E N° 20334 Generalísimo Don José de san Martín.

Para efectos de mejor apreciación y comparación se presenta la siguiente figura:

Figura 7



De la fig. 7, un 54,5% de los estudiantes de I.E N° 20334 Generalísimo Don José de san Martín alcanzaron un nivel alto en la dimensión manifestaciones culturales, un 35,7% adquirieron un nivel medio y un 9,8% consiguieron un nivel bajo.

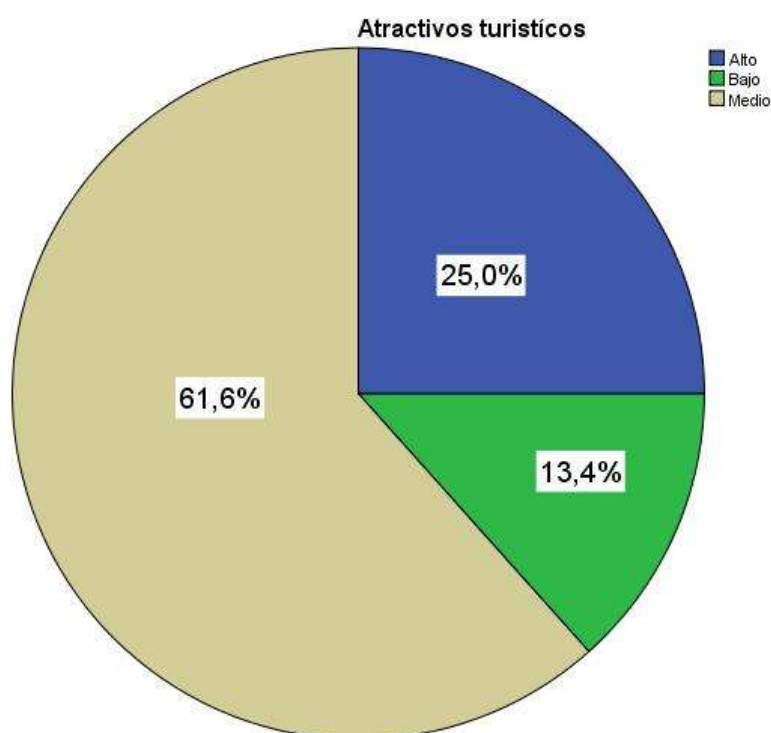
**TABLA 14**

<b>Atractivos turísticos</b>					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Alto	28	25,0	25,0	25,0
	Bajo	15	13,4	13,4	38,4
	Medio	69	61,6	61,6	100,0
	Total	112	100,0	100,0	

**Fuente:** Cuestionario aplicado a estudiantes de I.E N° 20334 Generalísimo Don José de san Martín.

Para efectos de mejor apreciación y comparación se presenta la siguiente figura:

Figura 8



De la fig. 8, un 61,6% de los estudiantes de I.E N° 20334 Generalísimo Don José de san Martín alcanzaron un nivel medio en la dimensión atractivos turísticos, un 25,0% adquirieron un nivel medio y un 13,4% consiguieron un nivel bajo.

## 4.2. Generalización entorno la hipótesis central

### Hipótesis General

Hipótesis Alternativa **H<sub>a</sub>**: La identidad cultural se relaciona significativamente con el impacto turístico ambiental en el distrito de Huaura.

Hipótesis nula **H<sub>0</sub>**: La identidad cultural no se relaciona significativamente con el impacto turístico ambiental en el distrito de Huaura.

**TABLA 15**

*Relación entre la identidad cultural y el impacto turístico ambiental*

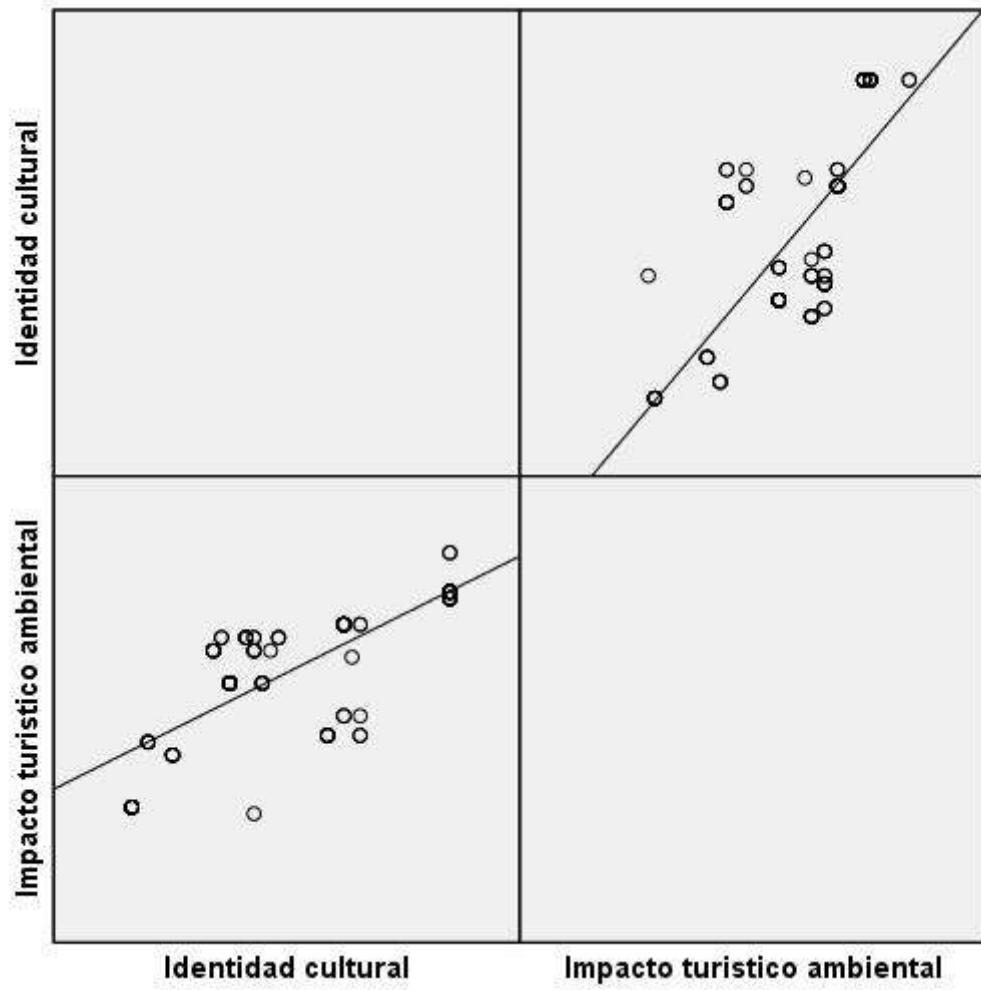
<b>Correlaciones</b>				
			Identidad cultural	Impacto turístico ambiental
Rho de Spearman	Identidad cultural	Coeficiente de correlación	1,000	,791**
		Sig. (bilateral)	,	,000
		N	112	112
	Impacto turístico ambiental	Coeficiente de correlación	,791**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	,
		N	112	112

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

Como se muestra en la tabla 15 se obtuvo un coeficiente de correlación de  $r = 0,791$ , con una  $p = 0,000$  ( $p < .05$ ) con lo cual se acepta la hipótesis alternativa y se rechaza la hipótesis nula. Por lo tanto se puede evidenciar estadísticamente que existe relación entre la identidad cultural y el impacto turístico ambiental en el distrito de Huaura

Se puede apreciar que el coeficiente de correlación es de una magnitud **buena**.

Para efectos de mejor apreciación y comparación se presenta la siguiente figura:



**Figura 9.** La identidad cultural y el impacto turístico ambiental



### Hipótesis específica 1

Hipótesis Alternativa **H<sub>a</sub>**: La identidad cultural se relaciona significativamente con el impacto del turismo ecológico en el distrito de Huaura.

Hipótesis nula **H<sub>0</sub>**: La identidad cultural no se relaciona significativamente con el impacto del turismo ecológico en el distrito de Huaura..

**TABLA 16**

*Relación entre la identidad cultural y el turismo ecológico*

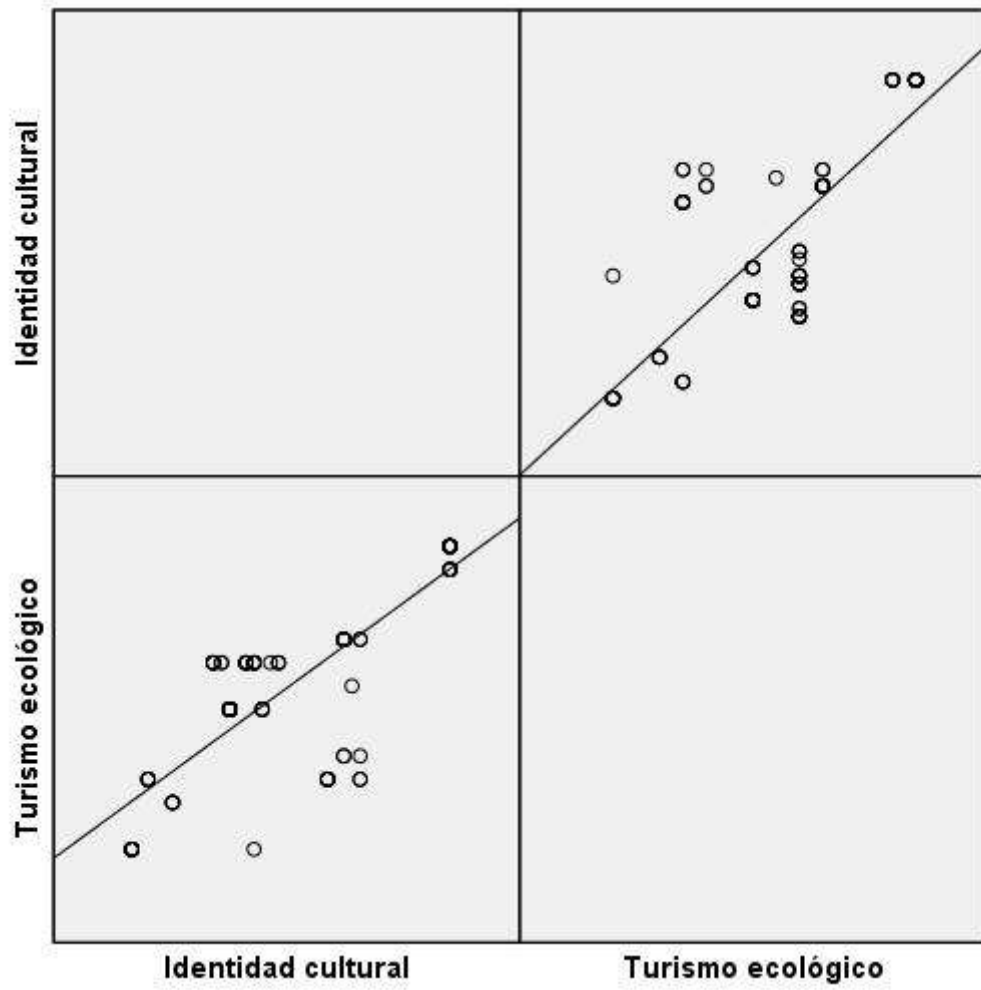
			Correlaciones	
			Identidad cultural	Turismo ecológico
Rho de Spearman	Identidad cultural	Coefficiente de correlación	1,000	,783**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	112	112
	Turismo ecológico	Coefficiente de correlación	,783**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	112	112

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

Como se muestra en la tabla 16 se obtuvo un coeficiente de correlación de  $r=0,783$ , con una  $p=0.000(p<.05)$  con lo cual se acepta la hipótesis alternativa y se rechaza la hipótesis nula. Por lo tanto se puede evidenciar estadísticamente que existe una relación entre la identidad cultural y el impacto del turismo ecológico en el distrito de Huaura.

Se puede apreciar que el coeficiente de correlación es de una magnitud **buena**.

Para efectos de mejor apreciación y comparación se presenta la siguiente figura:



**Figura 10.** La identidad cultural y el turismo ecológico

## Hipótesis específica 2

Hipótesis Alternativa **H<sub>a</sub>**: La identidad cultural se relaciona significativamente con las manifestaciones culturales del distrito de Huaura.

Hipótesis nula **H<sub>0</sub>**: La identidad cultural no se relaciona significativamente con las manifestaciones culturales del distrito de Huaura.

**TABLA 17**

*Relación entre la identidad cultural y las manifestaciones culturales*

Correlaciones				
			Identidad cultural	Manifestaciones culturales
Rho de Spearman	Identidad cultural	Coefficiente de correlación	1,000	,745**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	112	112
	Manifestaciones culturales	Coefficiente de correlación	,745**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	112	112

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

Como se muestra en la tabla 17 se obtuvo un coeficiente de correlación de  $r = 0,745$ , con una  $p = 0,000$  ( $p < .05$ ) con lo cual se acepta la hipótesis alternativa y se rechaza la hipótesis nula. Por lo tanto se puede evidenciar estadísticamente que existe una relación entre la identidad cultural y las manifestaciones culturales del distrito de Huaura.

Se puede apreciar que el coeficiente de correlación es de una magnitud **buena**.

Para efectos de mejor apreciación y comparación se presenta la siguiente figura:

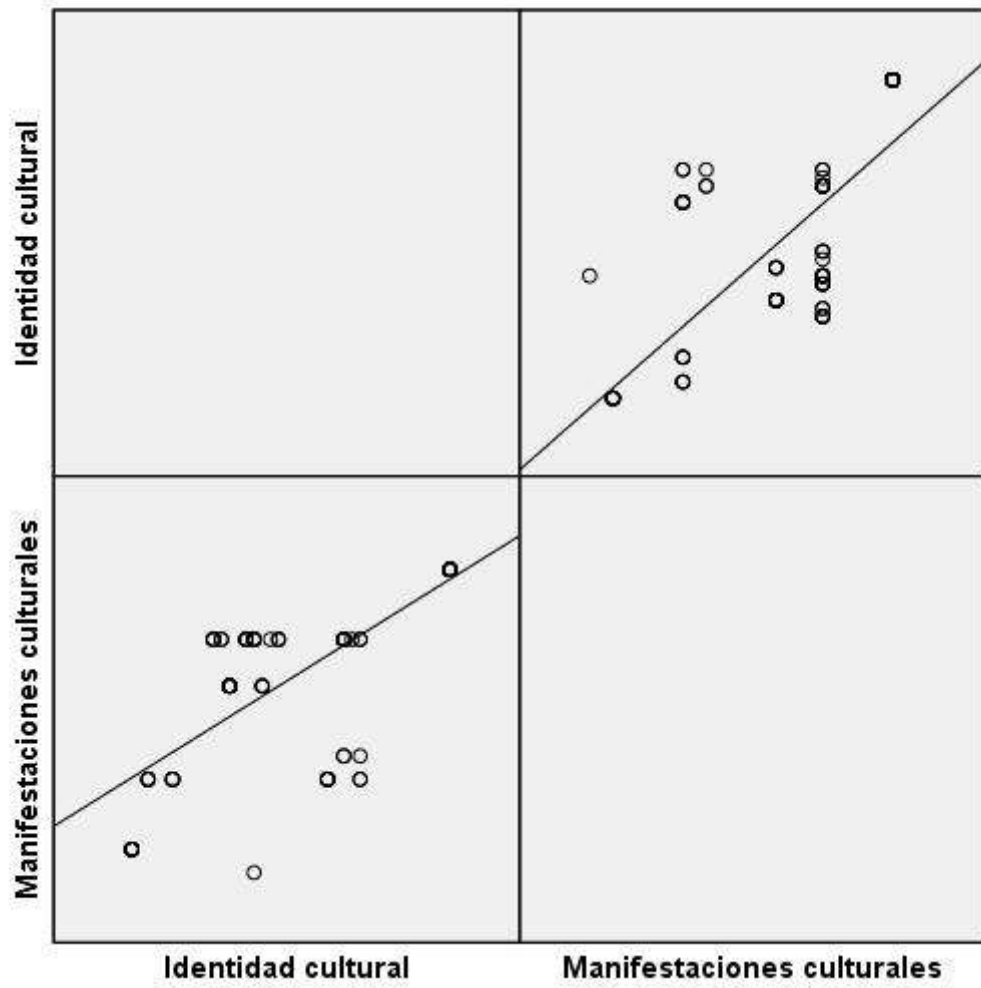


Figura 11. La identidad cultural y las manifestaciones culturales

### Hipótesis específica 3

Hipótesis Alternativa **H<sub>a</sub>**: La identidad cultural se relaciona significativamente con los atractivos turísticos del distrito de Huaura.

Hipótesis nula **H<sub>0</sub>**: La identidad cultural no se relaciona significativamente con los atractivos turísticos del distrito de Huaura.

**TABLA 18**

*Relación entre la identidad cultural y los atractivos turísticos*

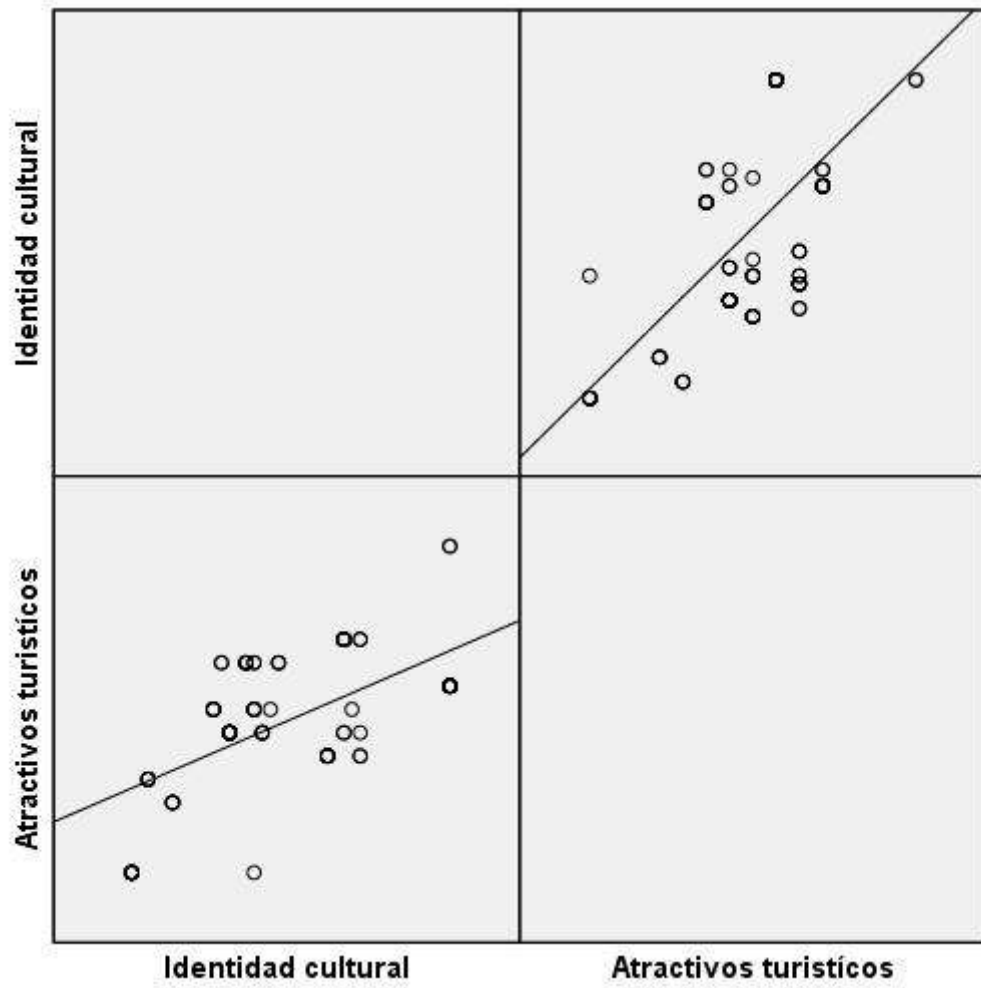
			Correlaciones	
			Identidad cultural	Atractivos turísticos
Rho de Spearman	Identidad cultural	Coefficiente de correlación	1,000	,619**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	112	112
	Atractivos turísticos	Coefficiente de correlación	,619**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	112	112

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

Como se muestra en la tabla 18 se obtuvo un coeficiente de correlación de  $r = 0,619$ , con una  $p = 0.000 (p < .05)$  con lo cual se acepta la hipótesis alternativa y se rechaza la hipótesis nula. Por lo tanto se puede evidenciar estadísticamente que existe una relación entre la identidad cultural y los atractivos turísticos del distrito de Huaura.

Se puede apreciar que el coeficiente de correlación es de una magnitud **buena**.

Para efectos de mejor apreciación y comparación se presenta la siguiente figura:



**Figura 12.** La identidad cultural y los atractivos turísticos

## **CAPITULO V**

### **DISCUSIÓN, CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

#### **DISCUSIÓN**

El turismo se desarrolla principalmente en escenarios naturales y en el caso de zonas urbanas comprende recursos culturales, cuya vulnerabilidad ante la afluencia masiva de visitantes es muy alta. A decir de muchos especialistas, "la relación turismo - medio ambiente natural es de gran importancia, en esta actividad la naturaleza constituye la materia prima" (Van de Meene Ruschmann, 1992).

El turismo, al tomar como escenario la naturaleza, genera una serie de preocupaciones, Es así como se le reconoció al turismo un doble papel en la Conferencia Mundial de Turismo Sostenible, llevada a cabo en Lanzarote (1995), dado que puede aportar grandes ventajas en el terreno socio económico y cultural, pero al mismo tiempo contribuye a la gradual degradación ambiental y a la pérdida de la identidad local. Por tanto, en el mencionado evento se recomendó que "el desarrollo turístico deberá fundamentarse sobre criterios de sostenibilidad, es decir, ha de ser soportable ecológicamente a largo plazo, viable económicamente y equitativo desde una perspectiva ética y social para las comunidades locales".

En nuestro país hay muchas identidades culturales, cada una corresponde a una nación antigua y que hoy en muchos casos puede definirse como una región. Es que en el Perú es un país, un estado, una república, tiene una constitución, tiene un código civil y penal, pero no es una nación. En el Perú hay muchas naciones que sobreviven subterráneamente y que cinco siglos después aún se mantienen vigentes. No fueron desarticuladas totalmente, no desaparecieron

Después de los análisis realizados se puede evidenciar que existe relación entre la identidad cultural y el impacto turístico ambiental en el distrito de Huaura., debido a la correlación de Spearman que devuelve un valor de 0.791, representando una buena asociación, debido a la correlación de Spearman que devuelve un valor de

0.771, representando una buena asociación. Similares resultados encontramos en los trabajos de Antúnez y Rodríguez (2014, párr. 1) en su tesis "el turismo de naturaleza, su impacto ambiental en torno a la protección del medio ambiente" tuvo como objetivo analizar el desarrollo del turismo ecológico en Cuba y su relación con el impacto ambiental en torno a la protección del medio ambiente. Se usó el método de la observación, con la técnica de revisión y análisis de documentos. Al término de la investigación se concluyó que se recomienda promover el turismo de naturaleza. A su vez, es importante fomentar la legislación relacionada al turismo en relación con el derecho ambiental, para la preservación y amortiguamiento de posibles problemas ambientales que ocurran en la explotación de los sitios turísticos. Finalmente, se debe apoyar un adecuado sistema de capacitación e información a los tour operadores y turistas que visiten el destino. Y el trabajo de Fernández et al. (2012, párr. 1) en su tesis "Impactos sociales del turismo en el centro integralmente planeado (CIP) Bahías de Huatulco, México" tuvo como objetivo identificar la percepción de la comunidad local del CIP Huatulco sobre los beneficios y costos sociales que el turismo ha generado en su comunidad. Ellos usaron el método de encuesta, aplicada a 203 residentes de la localidad. De esta manera llegaron a la conclusión que los habitantes de Huatulco perciben que el turismo ha generado beneficios económicos a partir de una mayor posibilidad de encontrar empleos. No obstante, señalan que tales empleos no están bien remunerados. La población tuvo un incremento considerable, pues varias personas se trasladaron por oportunidades de trabajo. En lo que respecta a los impactos sociales se pudo estimar que la comunidad local no percibe que exista relación entre el turismo y el acrecentamiento de problemas sociales como la prostitución, la delincuencia y el pandillerismo.

Por ello, la actividad turística tiene lugar en un espacio determinado e inevitablemente genera una serie de conflictos en dicho espacio. En los últimos tiempos el espacio en el que se produce dicha actividad es principalmente el espacio natural.



## CONCLUSIONES

De las pruebas realizadas podemos concluir:

- **Primera:** Existe relación entre la identidad cultural y el impacto turístico ambiental en el distrito de Huaura., debido a la correlación de Spearman que devuelve un valor de 0.791, representando una **buena** asociación.
- **Segunda:** Existe una relación entre la identidad cultural y el impacto del turismo ecológico en el distrito de Huaura, debido a la correlación de Spearman que devuelve un valor de 0,783, representando una **buena** asociación.
- **Tercera:** Existe una relación entre la identidad cultural y las manifestaciones culturales del distrito de Huaura.. La correlación de Spearman que devuelve un valor de 0.745, representando **buena** asociación.
- **Cuarta:** Existe una relación entre la identidad cultural y los atractivos turísticos del distrito de Huaura., debido a la correlación de Spearman que devuelve un valor de 0,619, representando una **buena** asociación.

## RECOMENDACIONES

- **Primera:** Crear una comisión permanente cuyos integrantes sean miembros de la comunidad y estudiantes de la zona de Huaura, para seguir resaltando la cultura y el turismo.
- **Segunda:** Organizar mesas de trabajo para incentivar, promover y programar una fecha exacta para su realización anual. La idea inicial de este trabajo debe ser bajado a la educación básica y media, para incentivar en los jóvenes una formación cultural-educativa integral en el conocimiento de tradiciones y costumbres.
- **Tercera:** La identidad cultural debe tener una programación a través de la Dirección de Cultura, con los institutos educativos y la comunidad organizada. La planificación de la Casa de la Cultura debe estar alineada con los jóvenes de la comunidad y cualquier nivel educativo.

## REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

### a) Fuentes Bibliográficas

- Alonso, José Antonio, (2006) “Desde la emigración hacia el desarrollo: nuevas bases del codesarrollo” conferencia dictada durante el Encuentro Iberoamericano, Madrid.
- Banco Mundial. (1991), Libro de Consulta para Evaluación Ambiental. Lineamientos Sectoriales. Volumen II. Trabajo Técnico N° 140. Washington D.C.
- Cepal (2007). Cohesión Social. Inclusión social y sentido de pertenencia en América Latina y el Caribe. Santiago de Chile. CEPAL-Agencia de Cooperación Española.
- Degregori, Carlos, (1986) “Poblaciones Andinas, Cultura e identidad nacional”, Lima.
- Huamaní, Walter. (1998), Diagnóstico Ambiental Preliminar del Parque Nacional Huascarán. Tesis UNALM. Lima Perú.
- Pellegrino, Adela, (2006) “La migración calificada en América Latina”. Encuentro Iberoamericano sobre Migración y Desarrollo.
- Pozas, Pedro. (1999), Impacto del turismo sobre los calderones tropicales en Tenerife. En: Revista Quercus - España. LOS IMPACTOS DEL TURISMO EN EL PERÚ
- Proshansky, H. M., Fabian, A. K., & Kaminoff, R. (Mar de 1983). Place-identity: Physical world socialization of the self. *Journal of Environmental Psychology*, 3(1), 57-83.
- Proshansky, H., Ittelson, W., & Rivlin, L. G. (1976). *Environmental psychology: People and their physical settings* (2nd edition ed.). NY: Holt, Rinehart and Winston.

Quevedo, Luis Alberto (2008). Identidades, jóvenes y sociabilidad. Una vuelta sobre el lazo social en democracia. Proyecto cohesión social en América Latina: Bases para una nueva agenda democrática.

Sabariego, M. (2002). La educación intercultural ante los retos del siglo XXI. Bilbao. Desclée de Beouwer.

SINANPE. (1999), Estrategia Nacional para las Áreas Naturales Protegidas. Plan Director. Perú

Tello, Sonia. (2000), Patrimonio: Turismo y Comunidad. En: Revista Turismo y Patrimonio. Universidad Particular San Martín de Porres. Lima.

### **Fuentes Electrónicas**

Educación ambiental centro de niterói (cean). ¿Qué es medio ambiente? s/d. disponible en: < <http://www.ibg-cean.org.br/index.php/educacao-ambiental/o-que-e-o-meio-ambiente.html> >. acceso en: 19 de enero de 2011.

Gurría, Manuel. (1998), El turismo rural sostenible como una oportunidad de desarrollo de las pequeñas comunidades de los países en desarrollo. En: Revista Kiskeya Alternativa. República Dominicana. En: <http://www.kiskeya-alternative.org/>

Machado, Jorge. (1996), Turismo, consumo e impacto social. Centro de Estudios Latino-americanos de cultura y comunicaciones. Universidad de Sao Paulo. En: <http://www.sociologia.de/bm/articles/impactoturismo.doc>

Sogar, Horace. (1995), Aspectos relacionados con el manejo del turismo y el control de visitante. En: Revista Estudios y Perspectivas en Turismo. Volumen 1 N° 2. En: [http:// www.ciet.org.ar](http://www.ciet.org.ar)

Van de Meene, Doris. (1992), Equipamiento y servicios para el turismo ecológico en el amazonas brasileño. En: Revista Estudios y Perspectivas en Turismo. Volumen 1 N° 2. En: [http:// www.ciet.org.ar](http://www.ciet.org.ar)

## **ANEXOS**

**MATRIZ DE CONSISTENCIA**  
**IDENTIDAD CULTURAL Y EL IMPACTO TURISTICO AMBIENTAL EN EL DISTRITO DE HUAURA.**

Problemas	Objetivos	Hipótesis	VARIABLES E INDICADORES				
<p><b><u>PROBLEMA GENERAL</u></b></p> <p>¿Qué relación existe entre la identidad cultural y el impacto turístico ambiental en el distrito de Huaura?</p> <p><b><u>Problemas específicos</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• ¿Qué relación existe entre la identidad cultural y el impacto del turismo ecológico en el distrito de Huaura?</li> <li>• ¿Qué relación existe entre la identidad cultural y las manifestaciones culturales del distrito de Huaura?</li> <li>• ¿Qué relación existe entre la identidad cultural y los atractivos turísticos del distrito de Huaura?</li> </ul>	<p><b><u>OBJETIVO GENERAL</u></b></p> <p>Determinar la relación existe entre la identidad cultural y el impacto turístico ambiental en el distrito de Huaura.</p> <p><b><u>Objetivos específicos</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Establecer la relación que existe entre la identidad cultural y el impacto del turismo ecológico en el distrito de Huaura.</li> <li>• Establecer la relación que existe entre la identidad cultural y las manifestaciones culturales del distrito de Huaura.</li> <li>• Establecer la relación que existe entre la identidad cultural y los atractivos turísticos del distrito de Huaura.</li> </ul>	<p><b><u>HIPÓTESIS GENERAL</u></b></p> <p>La identidad cultural se relaciona significativamente con el impacto turístico ambiental en el distrito de Huaura.</p> <p><b><u>Hipótesis específicas</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• La identidad cultural se relaciona significativamente con el impacto del turismo ecológico en el distrito de Huaura.</li> <li>• La identidad cultural se relaciona significativamente con las manifestaciones culturales del distrito de Huaura.</li> <li>• La identidad cultural se relaciona significativamente con los atractivos turísticos del distrito de Huaura.</li> </ul>	VARIABLE INDEPENDIENTE (X):				
			<b>Identidad cultural</b>				
			DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEM	ÍNDICES	
			Pertenencia	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Localización geográfica</li> <li>• Conocimiento histórico</li> <li>• Contacto vivencial</li> </ul>	5		S: Siempre CS: Casi siempre AV: A veces N: Nunca
			Patrimonio cultural material	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Monumentos arqueológicos</li> <li>• Lugares</li> <li>• Patrimonio natural</li> </ul>	5		
			Patrimonio cultural inmaterial	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fiestas costumbristas</li> <li>• Música</li> <li>• Danzas</li> <li>• Gastronomía</li> <li>• Vestimentas</li> </ul>	5		
			VARIABLE DEPENDIENTE (Y):				
			<b>Impacto turístico ambiental en Huaura</b>				
			DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTE M	ÍNDICE S	
			Turismo ecológico	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Incremento en la educación ambiental</li> <li>• Creación de cultura ambiental</li> <li>• Investigación ambiental</li> </ul>	5		S: Siempre CS: Casi siempre AV: A veces N: Nunca
Manifestaciones culturales	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Intercambio cultural entre turista y residente</li> <li>• Se promueve y difunde la música, danza, gastronomía</li> </ul>	5					
Atractivos turísticos	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Crecimiento económico</li> <li>• Conservación del patrimonio cultura</li> <li>• Generación de empleos</li> </ul>	5					











**UNIVERSIDAD NACIONAL  
JOSÉ FAUSTINO SÁNCHEZ CARRIÓN  
FACULTAD DE EDUCACION**

**Estimado estudiante:** El presente cuestionario tiene el propósito de recopilar información para medir la relación de la Identidad Cultural con el Impacto turístico ambiental en el distrito de Huaura. La encuesta es totalmente anónima y su procesamiento será reservado.

<b>Escala de calificación</b>			
Siempre	Casi siempre	A veces	Nunca
4	3	2	1

<b>VARIABLE IDENTIDAD CULTURAL</b>					
<b>Pertinencia</b>		<b>4</b>	<b>3</b>	<b>2</b>	<b>1</b>
1.	Soy capaz de ubicar, geográficamente el distrito de Huaura.				
2.	Identifico los principales hechos históricos acaecidos en el distrito de Huaura en el tiempo y en el espacio.				
3.	Identifico a los personajes de trascendencia histórica originarios de la zona así como hechos y acciones relacionados con ellos				
4.	Tengo conocimiento de hechos o acontecimientos sucedidos o relacionados en el distrito.				
5.	He visitado los atractivos turísticos de Huaura en los últimos cinco años.				
<b>Patrimonio cultural material</b>		<b>4</b>	<b>3</b>	<b>2</b>	<b>1</b>
6.	Identifica los monumentos arqueológicos existentes en el distrito de Huaura.				
7.	Relaciono los monumentos arqueológicos con el quehacer histórico, económico y social en el distrito de Huaura.				
8.	Identifico lugares o realizaciones humanas destacadas de la zona				
9.	Conozco los monumentos naturales existentes en Huaura y sus anexos				
10.	Conozco los lugares naturales o zonas naturales delimitadas de valor científico, de conservación o de belleza natural.				
<b>Patrimonio cultural inmaterial</b>		<b>4</b>	<b>3</b>	<b>2</b>	<b>1</b>
11.	Identifico las principales fiestas costumbristas que se celebran en los distritos de Huaura.				
12.	Identifico las principales manifestaciones musicales así como los intérpretes originarios de Huaura.				
13.	Identifico las principales danzas o bailes originarios de la zona.				
14.	Conozco la preparación de los principales platos o potajes típicos				

	originarios del distrito.				
15.	Identifico las características de la vestimenta originaria del distrito donde habito				

<b>VARIABLE IMPACTO TURISTICO AMBIENTAL</b>					
<b>Turismo ecológico</b>		<b>4</b>	<b>3</b>	<b>2</b>	<b>1</b>
1.	Tomo conciencia por la protección de las áreas naturales de mi localidad.				
2.	Reconozco la necesidad de obtener, ampliar y mejorar la calidad de información sobre las áreas naturales y/o protegidas				
3.	Reconozco la necesidad de una infraestructura básica para ofertar un mejor servicio a la comunidad.				
4.	El turismo degrada las áreas críticas dentro y fuera de las áreas protegidas, por el sobre uso.				
5.	Se realizan actividades pedagógicas en tu mi I.E para mejorar el cuidado del medio ambiente.				
<b>Manifestaciones culturales</b>		<b>4</b>	<b>3</b>	<b>2</b>	<b>1</b>
6.	En mi zona se promueve y difunde la música folklórica				
7.	Se mejora el nivel de conocimiento de lo autóctono en el aspecto cultural y social para ofertarlo al turista.				
8.	Se ve incrementado la zona donde vivo por el número de personas que aprenden otros idiomas (inglés, alemán, italiano)				
9.	El patrimonio histórico de Huaura promueve la delincuencia por falta de medidas de seguridad.				
10.	El turismo permite el intercambio intercultural con otras zonas o países del mundo.				
<b>Atractivos turísticos</b>					
11.	La visita de los turistas al patrimonio histórico genera empleo (directo e indirecto)				
12.	El turismo mejora el nivel salarial de los habitantes de la zona.				
13.	El turismo trae consigo tecnología avanzada en la comunicación (cable, teléfono, celulares, etc)				
14.	El turismo genera divisas que permiten mejorar el estatus de vida a los habitantes de la zona.				
15.	La infraestructura de mi I.E mejorar gracias al turismo de la zona.				

**JURADO EVALUADOR**

.....  
**Dr. Raymundo Javier Hajar Guzman**  
**Presidente**

.....  
**Mg. Herculano Carlos Lecca**  
**Secretario**

.....  
**Mg. Carlos Alberto Gutierrez Bravo**  
**Vocal**

.....  
**Mg. Ysmelda Farro Lucas**  
**Asesora**

