

UNIVERSIDAD NACIONAL DEL ALTIPLANO

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE TURISMO



NIVEL DE CONOCIMIENTO SOBRE MUSEOS REGIONALES EN
RELACIÓN A LA IDENTIDAD CULTURAL EN LOS ESTUDIANTES
DE LA ESCUELA DE TURISMO EN LA UNIVERSIDAD NACIONAL
DEL ALTIPLANO PUNO

TESIS

PRESENTADA POR:

Bach. JORGE LUIS QUISPE CHURATA

PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

LICENCIADO EN TURISMO

PUNO – PERÚ

2019

UNIVERSIDAD NACIONAL DEL ALTIPLANO

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE TURISMO

NIVEL DE CONOCIMIENTO SOBRE MUSEOS REGIONALES EN
RELACIÓN A LA IDENTIDAD CULTURAL EN LOS ESTUDIANTES
DE LA ESCUELA DE TURISMO EN LA UNIVERSIDAD NACIONAL
DEL ALTIPLANO PUNO

TESIS PRESENTADA POR:

Bach. JORGE LUIS QUISPE CHURATA



PARA OPTAR EL TITULO PROFESIONAL DE:

LICENCIADO EN TURISMO

APROBADA POR EL JURADO REVISOR CONFORMADO POR:

PRESIDENTE

: 
Dr. LUZ EGIDIA ARCAYA CHAMBILLA

PRIMER MIEMBRO

: 
M.Sc. ALBERTO CATACHURA VILCA

SEGUNDO MIEMBRO

: 
M.Sc. IVAN GROVER SANCHEZ MAMANI

DIRECTOR / ASESOR

: 
D.Sc. KATIA NATALIA BARRIENTOS PAREDES

Área : Desarrollo Turístico Regional

Tema : Gestión del Patrimonio Turístico y Cultura.

Fecha de Sustentación: 19 de diciembre del 2019

DEDICATORIA

A Dios por mi vida, él nos protege a pesar de las dificultades que se presentan y quien me dio el mejor regalo, mi maravillosa familia.

A ti madre Julia Rita Churata Coila, mami de mi corazón, maestra de vida, me enseñas a no rendirme, ser valiente y enfrentarme a mis miedos, gracias por las enseñanzas y consejos para mi vida, tu fortaleza se transmitió en mí y siempre estaré eternamente agradecido, te amo mucho, mamita linda. Sin ti no sería el hombre que soy.

A mis dos grandes pilares en esta vida, mis abuelos, Ricardo y Balvina en especial a ti abuelita Balvina, fuiste, eres y serás mi gran compañía, desde muy pequeño hasta ahora, gracias por cada engrimiento tuyo.

Para toda mi familia, quienes siempre me brindaron su apoyo, por creer y siempre velar por mí; como lo hace mi compañera de vida, quien me ha enseñado el significado del amor y la fortaleza de seguir caminando para adelante sin temor a nada.

Jorge Luis

"Desconocer una verdad, me hace esclavo de una mentira".

(Proverbio japonés)

AGRADECIMIENTO

Agradecer a Dios, por despertar con salud y felicidad, por la fortaleza y seguridad que me brinda en cada paso que doy y por poner a personas tan maravillosas en mi camino que me ayudan a disfrutar el día a día de la vida.

A mis amados padres Julia y Lucio, y a mi hermana Evelyn, que me enseñaron desde pequeño el inmenso valor que tiene el luchar por las cosas que queremos conseguir en esta vida, con mucho esfuerzo y esmero todo sacrificio valdrá la pena, con paciencia y empeño se construyen nuestros sueños.

Mi reconocimiento especial a la D.Sc. Katia Natalia Barrientos Paredes, por brindarme su asesoramiento desde un inicio con mucha profesionalidad en el transcurso de la investigación, así mismo, a los profesionales que hicieron posible el desarrollo de mi investigación, a la Dr. Luz Egidia Arcaya Chambilla, M.Sc. Alberto Catachura Vilca, M.Sc. Ivan Grover Sanchez Mamani, por la dirección y el apoyo para la culminación del presente trabajo.

A mi casa de estudios, la Universidad Nacional del Altiplano y a mi amada Escuela Profesional de Turismo, que en sus aulas dejo los mejores recuerdos de mi etapa universitaria, mi segundo hogar me enseñó a defender ideales propios y a la vez me dio la oportunidad de desarrollar una de mis capacidades, que es transmitir nuestra cultura al mundo.

Por último, agradecer a todas las personas que conocí a lo largo de mi paso por la universidad; docentes, administrativos y a los que nunca olvidaré, mis amigos que se convirtieron la mejor compañía durante los mejores 5 años.

A todos mi eterno gracias.

George

ÍNDICE GENERAL**DEDICATORIA****AGRADECIMIENTO****ÍNDICE DE FIGURAS****ÍNDICE DE TABLAS****ÍNDICE DE ANEXOS****ÍNDICE DE ACRÓNIMOS****RESUMEN 14****ABSTRACT..... 15****CAPITULO I****INTRODUCCIÓN****1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA 18**

1.1.1. PROBLEMA GENERAL 19

1.1.2. PROBLEMAS ESPECÍFICOS 20

1.2. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN 20

1.2.1. OBJETIVO GENERAL 20

1.2.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS 20

1.3. JUSTIFICACIÓN..... 21**1.4. HIPOTESIS DE LA INVESTIGACIÓN..... 22**

1.4.1. HIPOTESIS GENERAL 22

1.4.2. HIPOTESIS ESPECÍFICAS 23

1.5. LIMITACIONES..... 23

1.6. VIABILIDAD.....	24
-----------------------------	-----------

CAPITULO II

REVISIÓN DE LITERATURA

2.1. ANTECEDENTES.....	26
-------------------------------	-----------

2.1.1. NIVEL INTERNACIONAL	26
----------------------------------	----

2.1.2. NIVEL NACIONAL	28
-----------------------------	----

2.1.3. NIVEL LOCAL.....	32
-------------------------	----

2.2. BASES TEÓRICAS.....	33
---------------------------------	-----------

2.2.1. CONOCIMIENTO	33
---------------------------	----

2.2.2. NIVEL DE CONOCIMIENTO.....	39
-----------------------------------	----

2.2.3. MUSEOS.....	40
--------------------	----

2.2.4. IDENTIDAD	57
------------------------	----

2.2.5. CULTURA	62
----------------------	----

2.2.6. IDENTIDAD CULTURAL.....	64
--------------------------------	----

2.2.7. DIMENSIONES DE LA IDENTIDAD	65
--	----

2.2.8. SENTIDO DE PERTENENCIA	66
-------------------------------------	----

2.2.9. AUTOCONCEPTO.....	68
--------------------------	----

2.2.10. LENGUA.....	70
---------------------	----

2.2.11. MANIFESTACIONES CULTURALES	72
--	----

2.3. MARCO CONCEPTUAL.....	75
-----------------------------------	-----------

CAPITULO III**MATERIALES Y MÉTODOS**

3.1. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN	78
3.2. TIPO DE INVESTIGACIÓN	78
3.3. LUGAR DE INVESTIGACIÓN	79
3.3.1. UBICACIÓN.....	79
3.4. POBLACIÓN Y MUESTRA	79
3.4.1. POBLACIÓN	79
3.4.2. MUESTRA.....	80
3.5. VARIABLES	82
3.6. RECOLECCIÓN DE DATOS.....	83
3.6.1. TÉCNICA.....	83
3.6.2. CRITERIOS DE SELECCIÓN	83
3.7. PROCESAMIENTO DE DATOS	83
3.8. ANÁLISIS DE DATOS	84
3.9. ANALISIS ESTADÍSTICO	85

CAPITULO IV**RESULTADOS Y DISCUSIÓN**

4.1. GENERO E IDIOMA NATIVO DE LOS ESTUDIANTES.....	88
4.2. INFLUENCIA DEL NIVEL DE CONOCIMIENTO SOBRE MUSEOS REGIONALES EN RELACIÓN CON LA IDENTIDAD DE LOS ESTUDIANTES DE LA ESCUELA PROFESIONAL DE TURISMO.	89

4.3. INFLUENCIA DEL NIVEL DE CONOCIMIENTO SOBRE MUSEOS EN EL SENTIDO DE PERTENENCIA.....	92
4.4. INFLUENCIA DE NIVEL DE CONOCIMIENTO SOBRE MUSEOS EN EL AUTOCONCEPTO	95
4.5. INFLUENCIA DE NIVEL DE CONOCIMIENTO SOBRE MUSEOS EN LA IDENTIDAD DE LENGUA.....	98
4.6. INFLUENCIA DE NIVEL DE CONOCIMIENTO SOBRE MUSEOS EN LAS MANIFESTACIONES CULTURALES.....	102
4.7. NIVEL DE CONOCIMIENTOS SOBRE MUSEOS RESPECTO A LA CIUDAD DE ORIGEN.....	105
4.8. NIVEL DE CONOCIMIENTOS SOBRE MUSEOS RESPECTO A LA EDAD DE LOS ESTUDIANTES.....	108
4.9. NIVEL DE CONOCIMIENTOS SOBRE MUSEOS RESPECTO AL GÉNERO DE ESTUDIANTES.....	109
4.10. NIVEL DE CONOCIMIENTOS SOBRE MUSEOS RESPECTO AL SEMESTRE DE LOS ESTUDIANTES.....	111
CONCLUSIONES	113
RECOMENDACIONES	114
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	116
ANEXOS.....	124

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Semestre de los estudiantes	86
Figura 3. Edad de los Estudiantes.....	87
Figura 4. Nivel de conocimiento sobre museos con la identidad de los estudiantes	90
Figura 5. Influencia del Nivel conocimiento sobre Museos en el Sentido de Pertenencia de los estudiantes de la Facultad de Turismo- UNA-PUNO.....	93
Figura 6. Influencia del Nivel conocimiento sobre Museos en el Autoconcepto de los Estudiantes de Turismo.	96
Figura 7. Influencia del Nivel de conocimiento sobre Museos en la Identidad de lengua Nativa	99
Figura 8. Influencia del Nivel de conocimiento sobre Museos en las Manifestaciones Culturales.	102
Figura 9. Ciudad de Origen y Nivel conocimiento sobre Museos.....	106
Figura 10. Edad de los Estudiantes y Nivel conocimiento sobre Museos.	108
Figura 11. Genero de los Estudiantes y el Nivel conocimiento sobre Museos.....	110
Figura 12. Semestre de los estudiantes y el Nivel conocimiento sobre Museos.	112
Figura 13. XVII Feria " Museos a tu alcance"	127
Figura 14. Feria "Conoce tus museos, descubre Arequipa".	128
Figura 15. Logotipo de la propuesta.	130
Figura 16. Patio central - Universidad Nacional del Altiplano.....	130
Figura 17. Croquis del Evento	134

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Tipos de Museos	47
Tabla 2. Museos en la Provincia de Puno.....	51
Tabla 3. Museos de la Provincia de Chucuito.	53
Tabla 4. Museos de la provincia de Lampa	55
Tabla 5. Museos de la Provincia de San Román.....	55
Tabla 6. Museos de la Provincia de Huancané	56
Tabla 7. Alumnos matriculados en el año 2019 del II semestre académico de la Escuela Profesional de Turismo.....	79
Tabla 8. Muestreo Estratificado.....	81
Tabla 9. Operacionalización de Variables	82
Tabla 10. Semestre en curso	86
Tabla 11. Edad de los Estudiantes	87
Tabla 12. Genero de los Estudiantes e Idioma Nativo de los Estudiantes.....	88
Tabla 13. Nivel de conocimiento sobre museos regionales con la identidad cultural de los estudiantes.....	89
Tabla 14. Nivel conocimiento sobre Museos en el Sentido de Pertenencia de los Estudiantes de la Facultad de Turismo- UNA-PUNO	92
Tabla 15. Influencia del Nivel conocimiento sobre Museos en el Autoconcepto de los Estudiantes de Turismo	95
Tabla 16. Influencia del Nivel de conocimiento sobre Museos en la Identidad de lengua Nativa	98
Tabla 17. Influencia del Nivel de conocimiento sobre Museos en las Manifestaciones Culturales	102
Tabla 18. Ciudad de Origen y Nivel conocimiento sobre Museos	105

Tabla 19. Edad de los Estudiantes y Nivel conocimiento sobre Museos	108
Tabla 20. Genero de los Estudiantes y el Nivel conocimiento sobre Museos.....	109
Tabla 21. Semestre de los estudiantes y el Nivel conocimiento sobre Museos.....	111
Tabla 22. Instituciones participantes a la “XVII Feria Museos a tu alcance”.....	126
Tabla 23. Semestres y Museos designados con actividades de apoyo.....	132
Tabla 24. Cronograma de actividades.....	132
Tabla 25. Matriz de Consistencia.	140

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo A. Aporte profesional.....	125
Anexo B. Cuestionario de la variable Nivel de Conocimiento de Museos Regionales.....	135
Anexo C. Encuesta de la variable Identidad Cultural.....	138
Anexo D. Matriz de Consistencia.....	140
Anexo E. Solicitud de aplicación de instrumento.....	142
Anexo F. Fichas de Validación de Instrumento.....	143
Anexo G. Fotografías de aplicación de instrumentos.....	146

ÍNDICE DE ACRÓNIMOS

- ONU : “ Organización de las Naciones Unidas”.
- UNESCO : “Organización de las Naciones Unidas para la Educación”.
- DDC : “Dirección Desconcentrada de Cultura”.
- ICOM : “Consejo Internacional de Museos”.
- OMT : “Organización Mundial del Turismo”

RESUMEN

El presente trabajo de investigación titulado “Nivel de conocimiento sobre museos regionales en relación a la identidad cultural en los estudiantes de la escuela de Turismo en la Universidad Nacional del Altiplano Puno”, cuyo objetivo fue determinar la relación que existe entre el nivel de conocimiento sobre museos regionales y la identidad cultural en los estudiantes de la Escuela Profesional de Turismo en la Universidad Nacional del Altiplano. El diseño fue no experimental, de tipo transversal, enfoque cuantitativo y de alcance descriptivo – correlacional. La muestra requerida para la presente investigación fue de 157 estudiantes, asimismo se aplicó la técnica de la muestra estratificada, escogiendo subgrupos de la muestra, del tercer al octavo semestre. Se aplicó una encuesta (ficha de recolección de datos) para la variable identidad cultural y un examen de conocimientos sobre los museos regionales de Puno, para la variable, nivel de conocimiento. Además, para el análisis estadístico se aplicó la estadística descriptiva y la correlación de Pearson.

De acuerdo a los resultados de la investigación, los cuales fueron procesados y analizados, a travez del programa SPSS versión 25, los cuales identificaron que tanto el nivel de conocimiento de museos regionales como el nivel de identidad cultural de los estudiantes de la escuela profesional de Turismo en la Universidad Nacional del Altiplano, se encuentran en un nivel regular y en un grado de identidad media. Es decir que si el nivel de conocimientos sobre museos regionales aumenta, la identidad cultural de los estudiantes aumenta, con el paso de los semestres, de edad y de acuerdo a los lugares de procedencia, se muestran estos resultados.

Palabras Clave: Estudiante, Identidad Cultural, Museo, Nivel de Conocimiento, Relación.

ABSTRACT

This research work entitled "Level of knowledge about regional museums in relation to cultural identity in the students of the Professional Career of Tourism in the National University of the Altiplano - Puno", the main objective was to determine the relationship that exists between the level of knowledge about regional museums and cultural identity in students of the Professional Career of Tourism in the National University of the Altiplano.

The design was non-experimental, cross-sectional study, quantitative approach and scope - descriptive correlational study. The sample required for the present investigation was 157 students, it was also applied the technique of stratified sample, choosing to subgroups of the sample, the third through the eighth semester.

A survey was applied (data collection) for the variable cultural identity and a review of knowledge on regional museums of Puno, for the variable, level of knowledge. In addition, the statistical analysis was applied the descriptive statistics and Pearson's correlation coefficient.

According to the results of the investigation, which were processed and analyzed, through the SPSS 25 program, which identified that both the level of knowledge of regional museums such as the level of cultural identity of the students of the Professional Career of Tourism in the National University of the Altiplano, are in a regular level and a medium degree of identity. That is to say that if the level of knowledge about regional museums increases, the cultural identity of students increases too, with the passage of the semesters, age, and according to the places of origin, shows these results.

Keywords: Student, Cultural Identity, Museum, Level of knowledge, relationship.

CAPITULO I

INTRODUCCIÓN

Museos, instituciones sociales promotoras de experiencias particulares en las que se conjugan vivencias, emociones, conocimientos, objetos, relatos, narrativas y significaciones. (Melgar, 2019)

Adquirir conocimiento sobre lo comprendido dentro de un museo, en los últimos años se ha convertido en un tema de responsabilidad social que a la vez involucra con más exigencia a los estudiantes de las carreras de Turismo, en las universidades del Perú. Por otro lado el constante proceso de formación cultural, en donde se lleva materias sobre el inventario del patrimonio y gestión cultural que tiene cada lugar, de manera que permita conservar, defender, difundir y proteger el patrimonio cultural de los museos, como también afianzar la identidad cultural de nuestra sociedad, que se ha visto bastante afectada en los últimos años.

El trabajo de investigación aborda la problemática desde el criterio del objetivo principal, el cual es determinar la relación existente entre el nivel de conocimiento sobre museos regionales y la identidad cultural en los estudiantes en la escuela profesional de Turismo de la Universidad Nacional del Altiplano, tomando un tiempo establecido para formular y aplicar técnicas que permitan conocer los conocimientos que se tiene en cuanto a los museos regionales de Puno, ya sean conocidos por una salida de campo programada o por la inquietud del estudiante. Además, se hace una evaluación en tanto a su imagen presente de la identidad cultural que poseen, tomando en cuenta la clara pérdida de autoconcepto con la cultura, ya sean del lugar de donde provengan, los alumnos necesitan tener conciencia de esta problemática social que enfrenta nuestra región en los últimos años.

Esta investigación es importante para la Escuela profesional de Turismo, porque dentro de sus competencias generales, de formar a profesionales, habidos de desarrollar planes

y proyectos de mejora para estas instituciones culturales y a la vez, tener firmemente la identidad cultural que caracteriza a nuestra región, de manera que exista una relación adecuada entre estos dos indicadores, colaborando a la mejora del currículo educativo de la carrera, enfocando la gestión cultural que se debe tener en los gobiernos regionales y locales, para que niveles como el gobierno central, tome como tema principal, la recuperación de la cultura en beneficio de la sociedad, y se aproveche para desarrollar el nuevo enfoque, el cual parte de tomar la historia e identidad como instrumentos de cambio, como la constante batalla con el cambio climático o las convulsionadas situaciones socio-político que enfrenta el país.

Para tener una visión general de la presente investigación, se mostrará el contenido de cada capítulo a continuación:

El primer capítulo comienza con el planteamiento del problema que nos ayuda a entender el problema de investigación, para luego elaborar y determinar los objetivos, que son la orientación del trabajo, prosigue la justificación, la hipótesis, para culminar con la delimitación de la investigación.

El segundo capítulo contiene la fundamentación teórica, antecedentes internacionales, nacionales y locales, bases teóricas necesarias guiadas por las variables e indicadores necesarios para la comprensión de la investigación.

El tercer capítulo expone el diseño metodológico conteniendo el tipo, nivel y método de investigación. Además, muestra la locación de la investigación, extrayendo tamaño y muestra poblacional, mediante la operacionalización de variables se visualizará las estrategias de recolección de datos, uso de instrumentos y técnicas adecuados para ser validados y procesados.

En el cuarto capítulo consigna la interpretación de los resultados de la investigación con sus respectivas tablas y figuras, muestra la correlación de ambas variables y finalmente la discusión.

El quinto y último capítulo establece las conclusiones y recomendaciones procedentes de la relación de los resultados obtenidos y los objetivos planteados, así como también se añade las referencias bibliográficas y anexos que ayudaron a enriquecer esta investigación.

1.1.PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Los museos tienen la delicada misión de incluir todo tipo de patrimonio, con el objeto de conservar, documentar, exponer y difundir al público todo el conocimiento de las culturas pasadas. Mientras que la identidad cultural trata de explicar la pertenencia de poblaciones a una determinada cultura con características propias, estas hacen que sus integrantes sean únicos y se distingan entre otras culturas del mundo. Es por eso que ambos factores juegan un papel importante para la consolidación cultural de una sociedad, ya que últimamente se está perdiendo el reconocimiento de estas características únicas, y por el contrario se esta incrementando el desinterés y desconociendo del valor que se tiene sobre el legado histórico que existe en los museos.

Se refleja en el patrimonio cultural heredado, la interpretación de la identidad cultural de sociedades antiguas, por consecuencia se debe tener pleno conocimiento de las mismas, para actuar con nuevas responsabilidades, desafíos, retos y visiones en la actualidad, para generar evolución de las sociedades, pero se ignora toda exclusividad en estos tiempos.

La problemática se centra en el desinterés que existe con el patrimonio cultural regional que se guarda en los museos de parte de los estudiantes, aún más de las estrategias que podrían gestarse para el desarrollo de estas instituciones. En las universidades del país, públicas o privadas se cuenta con Carreras de Turismo, que tienen el plan curricular

abocado al aprendizaje y catálogo de todo el patrimonio cultural o natural del entorno donde se encuentren, y del estudio de la museología en específico. Así mismo, se complementa este aprendizaje con la práctica del guiado, rubro que ayuda al estudiante a desenvolverse con el conocimiento que tiene sobre la región. Sin embargo, se ha notado que muchos estudiantes al salir de la universidad y de la carrera de turismo, desconocen de manera general la existencia del contenido cultural en los museos regionales.

En los últimos años, se ha perdiendo la identidad cultural de la región, la alienación cultural viene ganando terreno dentro de la cultura regional, causando desinterés y desprecio de no revalorar lo nuestro y preferir asimilar culturas ajenas a la nuestra. Este problema no es extraño al entorno universitario y más aun siendo estudiantes de Turismo, ya que los pilares fundamentales de la carrera, es reconocer las tradiciones, valores, símbolos, creencias y modos de comportamiento de la propia cultura peruana y puneña para poder transmitir con autenticidad la cultura regional que se tuvo y se tiene; hacia los visitantes y turistas que eligen a Puno como su destino.

La responsabilidad que la cultura permanezca con esa exclusividad, depende del firme aprendizaje de los estudiantes de la carrera de turismo, que además del conocimiento, será herramienta y pieza clave para generar mayor interés de los turistas que visitan la región de Puno.

Por consiguiente, la investigación a realizar pretende dar respuesta a las siguientes interrogantes:

1.1.1. Problema general

- ¿Qué relación existe entre el nivel de conocimiento sobre museos regionales y la identidad cultural en los estudiantes de la Escuela de Turismo en la Universidad Nacional del Altiplano?

1.1.2. Problemas específicos

- ¿Cuál es el nivel de conocimiento sobre Museos Regionales en relación con el sentido de pertenencia en los estudiantes de la Escuela Profesional de Turismo en la Universidad Nacional del Altiplano?
- ¿Cuál es el nivel de conocimiento sobre Museos Regionales en relación con el autoconcepto en los estudiantes de la Escuela Profesional de Turismo en la Universidad Nacional del Altiplano?
- ¿Cuál es el nivel de conocimiento sobre Museos Regionales en relación con la lengua en los estudiantes de la Escuela Profesional de Turismo en la Universidad Nacional del Altiplano?
- ¿Cuál es el nivel de conocimiento sobre Museos Regionales en relación con las manifestaciones culturales en los estudiantes de la escuela profesional de Turismo en la Universidad Nacional del Altiplano?

1.2.OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

1.2.1. Objetivo general

- Determinar la relación existente entre el nivel de conocimiento sobre museos regionales y la identidad cultural en los estudiantes de la Escuela de Turismo en la Universidad Nacional del Altiplano.

1.2.2. Objetivos específicos

- Identificar el nivel de conocimiento sobre Museos Regionales en relación con el sentido de pertenencia en los estudiantes de la Escuela Profesional de Turismo en la Universidad Nacional del Altiplano.

- Identificar el nivel de conocimiento sobre Museos Regionales en relación con el autoconcepto en los estudiantes de la Escuela Profesional de Turismo en la Universidad Nacional del Altiplano.
- Identificar el nivel de conocimiento sobre Museos Regionales en relación con la lengua en los estudiantes de la Escuela Profesional de Turismo en la Universidad Nacional del Altiplano.
- Identificar el nivel de conocimiento sobre Museos Regionales en relación con las manifestaciones culturales en los estudiantes de la Escuela Profesional de Turismo en la Universidad Nacional del Altiplano.

1.3.JUSTIFICACIÓN

La investigación generará un aporte importante con respecto a poder conocer el nivel de conocimiento que se tiene sobre los museos regionales de Puno y la relación que guarda con la identidad cultural de los estudiantes de la Escuela Profesional de Turismo.

De igual manera, aportará un diagnóstico del conocimiento de los estudiantes sobre el patrimonio cultural que tiene la región de Puno, especialmente de los más principales e importantes museos, ya que son instituciones que albergan la mayor cantidad de vestigios culturales materiales e inmateriales.

En la actualidad se vive tiempos difíciles en tanto a la pérdida de identidad que se tiene con nuestra propia cultura, factor que hace que se alteren principios y valores, sobre todo en la ética profesional, un estudiante de turismo tiene la tarea y el compromiso de revalorar y practicar todo lo único que se tiene en su cultura, para demostrar a los turistas una identidad genuina y preparada para los cambios de los últimas décadas.

Así mismo la investigación, con la premisa de conocer el nivel de conocimientos, será un aporte al interés y cuidado que se tiene con nuestro patrimonio, por lo tanto, a la pertenencia de los estudiantes con su propia cultura, ya que ambos factores aportan a

fortalecer la formación con respecto a las competencias de la carrera, y que se pueda resaltar la cultura puneña y peruana de los estudiantes.

Por lo tanto, es importante enfatizar el interés de la investigación, ya que como parte de la población de estudiantes de la carrera de Turismo, conocer cada museo de nuestra región y patrimonio cultural que albergan, hacen que nuestra formación sea única, ya que este conocimiento será herramienta para poder laborar y a la vez gestar nuevas ideas de conservación y dinamización que se debe tener en la institución del museo.

Hoy en día los museos han adoptado otra visión con respecto al cambio social en el mundo, otras regiones del Perú saben de esto y están en la marcha de resaltar la gran relevancia a estos lugares, sobre todo porque tiene una verdadera conexión con la identidad de los pueblos, ya que muestran el conocimiento del pasado con un fin, identificar los factores culturales que sirvan para concientizar a las nuevas sociedades del cuidado de nuestro entorno.

Siendo un campo bastante extenso y con varios enfoques para su estudio, por sus nuevas visiones en la sociedad, la presente investigación será interés para próximos estudios. Motivo por el cual son suficientes las razones para manifestar la importancia de realizar la presente investigación.

1.4.HIPOTESIS DE LA INVESTIGACIÓN

1.4.1. Hipotesis general

- Hipotesis Alternativa: Existe una relación entre el nivel de conocimiento sobre Museos Regionales y la identidad cultural en los estudiantes de la Escuela de Turismo en la Universidad Nacional del Altiplano.
- Hipótesis Nula: No Existe una relación entre el nivel de conocimiento sobre Museos Regionales y la identidad cultural en los estudiantes de la Escuela de Turismo en la Universidad Nacional del Altiplano.

1.4.2. Hipotesis específicas

- El nivel de conocimiento sobre Museos Regionales se relaciona significativamente con el sentido de pertenencia en los estudiantes de la Escuela Profesional de Turismo en la Universidad Nacional del Altiplano.
- El nivel de conocimiento sobre Museos Regionales se relaciona significativamente con el autoconcepto en los estudiantes de la Escuela Profesional de Turismo en la Universidad Nacional del Altiplano.
- El nivel de conocimiento sobre Museos Regionales se relaciona significativamente con la lengua en los estudiantes de la Escuela Profesional de Turismo en la Universidad Nacional del Altiplano.
- El nivel de conocimiento sobre Museos Regionales se relaciona significativamente con las manifestaciones culturales en los estudiantes de la Escuela Profesional de Turismo en la Universidad Nacional del Altiplano.

1.5.LIMITACIONES

El trabajo de investigación tuvo que hacer frente a algunos problemas que atrasaban el desarrollo del estudio.

Al momento de aplicar las técnicas e instrumentos de recolección de datos, no se pudo concretar la planificación de tiempo, porque muchas veces los semestres seleccionados como muestra, no se encontraban o sí había alguna actividad, no había la cantidad considerable de estudiantes.

Además, se tiene que resaltar, que la falta de asistencia de los estudiantes a sus cursos, en los diferentes semestres, da imagen del poco interés que hay en aprender y a la vez existe una despreocupación por su desarrollo profesional a lo largo de los cinco años que se encontrarán asistiendo a la universidad. Es bastante frustrante encontrar de diez a quince

personas en semestres donde la cantidad de matriculados superan las 25 personas, e hizo que la investigación alargue el plazo de la aplicación de la encuesta y cuestionario, debido a que no se planeó manipular datos de ninguna índole, es por eso que es mejor tener paciencia, como consejo a futuros investigadores que tengan como muestra los estudiantes de la escuela profesional de Turismo.

Otro problema que se afronto es que a pesar de no ser de gran impacto, es importante mencionar la poca empatía de algunos docentes, mencionar que para realizar la actividad de recolección de datos, se tuvo que solicitar permisos o autorizaciones avaladas por el director de la carrera, pero se notó la poca empatia con un egresado que desea hacer encuestas con los alumnos. Sin embargo, mencionar también, que hay docentes verdaderamente identificados en la búsqueda de mayores logros de sus antiguos estudiantes. Se recomienda, que se planifique según los horarios, buscar a profesionales que laboran en la institución, con ganas de prestar el apoyo necesario.

1.6.VIABILIDAD

El trabajo de investigación encontró las diferentes posibilidades para realizar, de manera que se pudo concretar la viabilidad de manera teórica, humana, temporal y económica.

Al momento de realizar la investigación de las bases teóricas, no se tuvo mayor problema en cuanto al acceso de información, fuentes como, artículos de investigación, libros y otras publicaciones ayudaron a reforzar la estructura de investigación.

Además se contó con la colaboración humana, ya que algunos semestres en su totalidad de estudiantes, ayudaron de manera eficiente al desarrollo de las estrategias de recolección de datos, es preciso mencionar que el cuarto semestre resaltó la madures personal, demuestran que están estudiando en una universidad. Asi mismo, se contó con

el apoyo incondicional de asesores y algunos docentes para el desarrollo de la investigación.

Por último, es bueno contar con la planificación de tiempo que brinda la Universidad Nacional del Altiplano, porque tiene un tiempo base para cumplir cada meta del desarrollo de la investigación. Y si hablamos de la viabilidad económica, no se tuvo problemas porque el proyecto no requirió de un financiamiento ajeno al propio que brinda el investigador.

CAPITULO II

REVISIÓN DE LITERATURA

2.1.ANTECEDENTES

2.1.1. Nivel internacional

- (Becerra & Domínguez, 2014), en su artículo “Museos, comunicación y jóvenes: la comunicación y sus efectos en la población de referencia del museo.” Objetivo.
- Conocer de forma directa que piensan los jóvenes sobre los museos, Metodología. – Con un estudio exploratorio, el mismo que se enmarca dentro de las muestras no probabilísticas. Muestra. - es accesible o de conveniencia, que se realizó a 272 jóvenes de Málaga y provincia, de entre 18 y 26 años con estudios universitarios o que están actualmente cursándolos. Resultados. - Un 88% de los jóvenes encuestados afirma haber visitado algún museo en el último año en alguna arte del mundo, mientras que en un 61% de los mismos afirma que también visitó alguno de Málaga capital. Sin embargo, un 58% de los encuestados afirma que no se siente identificado con ninguno de los museos de su ciudad y un 40% opina que ninguno representa a la ciudad en materia de obras presentadas y actividades ofertadas. Además, un 26% declara que los museos no realizaron actividades acordes al público joven, aunque por el contrario un 23% opina que si lo hacen. Conclusiones. - Los jóvenes universitarios malagueños o que poseen un título académico superior tienen poco conocimiento de los museos que existen en la provincia de Málaga, aunque un 61% ha visitado alguno de Málaga capital alguna vez en el último año, siendo los más visitados aquellos que tienen más notoriedad en la ciudad. Segundo, La gran mayoría de jóvenes encuestados opina que los museos de la ciudad deberían ser gratuitos, además de fomentar la comunicación con el colectivo a través de diferentes canales y actividades.

- (González & Feliu, 2015) , en su artículo “Educación patrimonial e identidad. El papel de los museos en la generación de cohesión social y de vínculos de pertenencia a una comunidad.” Objetivo. - Identificar el papel que juega la educación patrimonial en el desarrollo de un concepto tan complejo como el de la identidad. Resumen. - se pretende aportar ideas al debate sobre la formación de identidades a partir del patrimonio. Además, que desde los ambientes académicos a menudo se ha construido la historia como una identidad y, por tanto, como oposición al otro, el museo tiene la oportunidad de utilizar una de las fuentes primarias de la historia: el patrimonio, como nexo de unión de esas múltiples identidades. Conclusión. - Primero, es necesario que la entidad museística se desplace más allá de sus muros, que sea un museo de ida y vuelta, un espacio viajero.
- (Cuenca, Molina, & Martín, 2018), en su artículo, “Identidad, Ciudadanía y Patrimonio. Análisis comparativo de su tratamiento didáctico en museos de Estados Unidos y España” Objetivo. - Primero, Determinar las conexiones entre los procesos de identidad, ciudadanía y el patrimonio a través de la comunicación desarrollada en los museos. Metodología. - Consiste en un estudio cualitativo, desarrollándose desde la comprensión e interpretación del significado de los fenómenos sociales, la explicitación de los valores del investigador. Muestra. -Las instituciones consisten en ocho museos y centros de interpretación españoles y otros ocho de Estados Unidos de América. Los criterios de selección son en función de las diferentes tipologías patrimoniales que trabajan. Recolección de datos. - Se realiza mediante unas fichas de observación y registro de datos y el análisis se desarrolla a través de un sistema de categoría preestablecidas ya validado por su empleo en otros estudios previos de características similares.

Resultados. - contrastando en cada categoría los datos obtenidos de los casos españoles y norteamericanos, estableciendo también los paralelismos y divergencias entre las diferentes tipologías patrimoniales a las que se asocian los diversos centros patrimoniales. Conclusiones. - la idea de que los grandes museos, independientemente del entorno o país en el que se encuentren, cuentan con unas características bastantes similares, al menos en sus consideraciones externas (...). En los aspectos de contenido se encuentran situaciones también comunes, básicamente en la poca representatividad de los referentes identitarios (salvo en excepciones muy concretas), en las prácticamente nulas relaciones interdisciplinarias de los elementos patrimoniales que conservan y en las escasas propuestas participativas y multidireccional que se emplean en educación patrimonial, a pesar de los grandes medios y recursos con los que se cuentan.

2.1.2. Nivel nacional

- (Aranguren, 2016) , en su tesis de grado “Nivel de conocimiento del patrimonio cultural de Arequipa y la identidad cultural en los estudiantes de la Escuela Profesional de Turismo y Hotelería en la Universidad Católica de Santa María, Arequipa – 2016” Objetivo. -Determinar la relación entre el nivel de conocimiento del patrimonio cultural de Arequipa y la identidad cultural que presentan los estudiantes de la Escuela Profesional de Turismo y Hotelería en la Universidad Católica de Santa María. Metodología. -Fue pura, no experimental, una investigación transversal o transeccional. De tipo correlacional. Universo. - Conformado por un número de 280 estudiantes comprendidos del segundo al décimo semestre de ambos sexos, con matrículas regulares en el semestre impar del año 2015. Resultados. - El nivel de conocimiento del patrimonio cultural es en un mayor porcentaje un nivel medio. La identidad cultural que presentan los

estudiantes de Turismo y Hotelería se pudo observar que casi la mitad de los estudiantes indicaron que los rasgos que asume como propios son las tradiciones, y que mayormente se identifican con Arequipa, la mayoría identifica a Arequipa como ciudad etnocéntrica, y menos de la mitad se identifica con la gastronomía de Arequipa seguido con su identificación con las construcciones de sillar.

Conclusiones. - El nivel de conocimiento del Patrimonio Cultural de Arequipa es medio, se puede entender que los estudiantes valoran de forma regular los bienes materiales e inmateriales de la ciudad de Arequipa y consideran que la cantidad de información que se les brinda a lo largo de su carrera sobre el patrimonio cultural no es suficiente pues su nivel de conocimiento no es óptimo de acuerdo a lo esperado de un profesional en Turismo y Hotelería.

- (Valdivia & Zegarra, 2017), es su tesis de grado “Nivel de Conocimiento del Patrimonio Cultural de la Provincia de Arequipa en relación a la Identidad Cultural en los estudiantes de quinto año de educación secundaria de los colegios emblemáticos Juana Cervantes de Bolognesi, Independencia Americana y Gran Unidad Escolar Mariano Melgar Valdivieso, Arequipa 2017”, Objetivo.- Analizar la relación existente entre el nivel del conocimiento del patrimonio cultural de la provincia de Arequipa en relación a la Identidad Cultural en los estudiantes de quinto año de educación secundaria de los colegios emblemáticos Juana Cervantes de Bolognesi, Independencia Americana y Gran Unidad Escolar Mariano Melgar Valdivieso. Metodología. – La investigación es de tipo descriptivo-Correlacional-Cualitativo y su diseño es de carácter no experimental y de tipo transversal. Muestra. – Estudiantes inscritos en la Web ESCALE en el periodo 2016 que cursaban el cuarto año de educación secundaria, ya que para el periodo 2017 se encontrarían cursando el quinto año de educación secundaria. Además, el tipo de

muestra tiene un muestreo probabilístico estratificado ya que el total de la muestra se dividió en partes proporcionales de acuerdo a la cantidad de estudiantes. Resultados. – El grado de correlación entre las variables determinadas es moderada de acuerdo al coeficiente de correlación de Pearson, así mismo, los estudiantes obtuvieron un nivel del conocimiento del patrimonio cultural bajo con un puntaje de 25.9% y respecto a la identidad cultural alcanzaron un nivel medio con un puntaje de 56.9%. Conclusiones. - Al comprobar que la relación existente entre el nivel del conocimiento del patrimonio de la provincia de Arequipa y la identidad cultural en los estudiantes encuestados es regular se concluye que, al ser una relación directa, si el conocimiento sobre patrimonio cultural de la provincia de Arequipa aumenta en los estudiantes también lo hará su identidad cultural.

- (Quiroz, 2018), en su tesis de grado “Influencia de la Gestión Cultural del museo de sitio y complejo arqueológico de Túcume en el fortalecimiento de la identidad cultural de la población local” Objetivo. – Determinar la influencia de la gestión cultural del Museo de Sitio y Complejo Arqueológico de Túcume en el fortalecimiento de la identidad cultural de los niños, jóvenes y adultos del distrito. Metodología. – El diseño de la investigación es no experimental, de tipo descriptiva, basada en el diagnóstico de las variables Gestión Cultural e Identidad. Muestra. – La muestra representativa el total de 116 niños, 117 jóvenes y 115 adultos. Resultados. – La gestión cultural realizada en el Museo y Complejo Arqueológico de Túcume es considerada por la comunidad como muy buena, ya que ha influenciado en el cambio de actitud de los pobladores quienes participan activamente en las tareas de conservación y promoción, identifican íconos y símbolos de su cultura y tienen una fuerte orientación hacia la conservación, participación y promoción del sitio; llegando a sentir orgullo por su pueblo y

cultura. Conclusiones. – La influencia de la gestión cultural del Museo de Sitio y Complejo Arqueológico de Túcume se evidencia en la identificación de los niños, jóvenes y adultos con su cultura; en el involucramiento de la población en actividades de conservación, promoción y difusión del sitio, así como en el espíritu de emprendimiento generado a partir de las actividades económicas que se promueven por parte de la población adulta; logrando con ello que la comunidad se sienta satisfecha 100% con la gestión desarrolla por los responsables del museo.

- (Ccasa E. , 2018), en su tesis de grado “Influencia del nivel de conocimiento de la música tradicional en la identidad cultural de los estudiantes de la escuela profesional de Turismo y Hotelería de la Universidad Nacional San Agustín, Arequipa 2018”, Objetivos. – Determinar la influencia del nivel de conocimiento de la música tradicional en la identidad cultural de los estudiantes de la escuela profesional de Turismo y Hotelería de la Universidad Nacional San Agustín. Metodología. – El diseño es de tipo no experimental, de tipo transeccional. Además, de enfoque cuantitativo y su alcance es correlacional. Muestra. – Es un muestreo probabilístico – estratificado, ya que este tipo de muestreo está constituido por estratos, según las características que se consideren. La muestra requerida es de 232 estudiantes. Resultados. – Existe correlación significativa y positiva entre el conocimiento de la música tradicional y la identidad cultural de los estudiantes de Turismo y hotelería y esta correlación al ser directa, a medida que se incremente el conocimiento de la música tradicional, la identidad cultural también lo hace. Conclusiones. – El Nivel de Conocimiento de la música tradicional por parte de los estudiantes de la escuela profesional de Turismo y Hotelería es medio, se puede entender que esta información recae en la distancia

que existe entre la música y los estudiantes, pues han recibido poca información, su limitada asistencia a eventos culturales y poco atractivo por escuchar géneros musicales tradicionales. Por otro lado, la identidad cultural que presentan los estudiantes de la escuela profesional de Turismo y Hotelería es media, porque tienen una parcial identificación y valoración a las expresiones culturales. Así mismo (...) existe una correlación positiva y directa entre estas dos variables, es decir, si el nivel de conocimiento de la música en los estudiantes aumenta, su identidad cultural también lo hace. Por consiguiente, el nivel de conocimiento de la música tradicional influye significativamente en la identidad cultural.

2.1.3. Nivel local

- (Rojas, 2018), en su tesis de grado “Conocimientos e importancia del Turismo en Alumnos de quinto grado de secundaria en colegios públicos de Puno y su interés en una guía de educación Turística.” Objetivo. – Identificar el nivel de conocimientos y la importancia dada al turismo por parte de los alumnos del quinto grado de educación secundaria en los colegios públicos de la ciudad de Puno, así como evaluar su interés en una guía de turismo y proponer dicha guía. Metodología. – A nivel descriptivo y el diseño es casual – explicativo. Muestra. – En la presente investigación será de 372 alumnos de quinto grado de educación secundaria en colegios nacionales de la ciudad de Puno mediante la aplicación de encuestas para medir: a) El nivel de conocimientos básicos de turismo, b) El nivel de importancia que estos le dan al turismo y c) El grado de interés en una guía básica de turismo. Resultados. - Se encontró que todas las hipótesis mencionadas anteriormente fueron validadas y confirmadas lo cual demuestra que se tiene mucho que trabajar en este campo para mejorar el nivel y asegurar el futuro del turismo en nuestra ciudad. Conclusiones. – Se realizó con el fin de evaluar el nivel

de conocimientos e importancia que los estudiantes del quinto grado de educación secundaria en colegios públicos de la ciudad de Puno tenían, así como medir el interés que mostrarían por una guía básica de educación turística que les permitiera aprender más del turismo, para esto se confirma que los estudiantes tienen conocimientos en cuanto al turismo son erráticos y poco precisos, lo que provoca que no vean al turismo como algo importante en sus vidas, lo que también confirma que el nivel de importancia que demuestran en cuanto al turismo es poco.

2.2.BASES TEÓRICAS

2.2.1. Conocimiento

Definición

El inicio y desarrollo del conocimiento es un proceso gradual: el hombre al comienzo tiene en la experiencia captada por los sentidos la base para aprehender la realidad, luego aprende a razonar, es decir a derivar juicios que le lleven a representaciones abstractas, un campo diferenciado ya de la inicial captura de la realidad en su experiencia diaria. (Ramírez, 2009)

El camino que ha recorrido el conocimiento a lo largo de la historia es extenso e inicia con ideas imprecisas, lejanas de una imagen concreta, pero con la intención de generar relación de imágenes y objetos que llegaron a ser abordadas por ciencias como la psicología y la filosofía, que le dieron al conocimiento un entorno y enfoque más concreto, en el que el ser humano o el grupo social que conforman sean constructores del mismo a base de la experiencia cotidiana.

(Guzmán Hennessey, 2010), señala que “El conocimiento es un conjunto integrado por información, reglas, interpretaciones y conexiones puestas dentro de un contexto y una experiencia, bien de forma general o personal. Sólo puede residir dentro de una persona determinada que lo interioriza racional o irracionalmente”.

El ser humano ha estado en constante búsqueda del conocimiento, ya que no ha sido congénito del mismo, su conocimiento inicia con la experiencia cotidiana y llega a la científica, concluyendo posteriormente a la constante evolución, al cual el ser humano continuará construyendo desde su conocimiento en etapa inicial, para así lograr tener a lo largo de su vida, experiencia y aprendizaje que le ayudará a desarrollarse personalmente y profesionalmente.

Caracterización del conocimiento

Según (Guzmán Hennessey, 2010), el conocimiento se caracteriza de las siguientes maneras:

- Es personal: Surge y permanece dentro de las personas, como consecuencia de todas las experiencias, es decir de su propio origen, ya sea intelectual o físico. Además, convirtiendo un conjunto de experiencias en algo más organizado y estructurado que da significado a cada etapa de la vida.
- Es ilimitado: El manejo del conocimiento puede repetirse sin ninguna medida, sin que este se pueda consumir, además con el, se puede acceder a comprender los fenómenos por los que los individuos pasan día a día, evaluando según su manera pensar y poniendo en práctica según los requieran en cada situación que enfrenten.
- Es guía para las personas: Determinante en una toma de decisión, porque tener una noción de algún conocimiento mejora los resultados para las acciones de cada individuo, incluso llega a cambiar de manera favorable algún fenómeno.

Tipología

Dentro de otras clasificaciones del conocimiento que menciona (Baca et al., 2014), es importante resaltar la tipología propuesta por Long y Fahey, dentro de la misma lectura, ya que ayuda a destacar a la investigación, señalando los tres más importantes tipos de conocimiento:

- **Conocimiento humano:** Se refiere a cuanto saben los individuos y cuantas cosas saben hacer, Además, refleja las múltiples capacidades o experiencias que tienen los seres humanos (por ejemplo, saber utilizar un lapicero) y en conjunto hace una combinación entre el conocimiento tácito y explícito, o también puede ser cognitivo, conceptual y abstracto.
- **Conocimiento social:** Se refiere al conocimiento que se comparten entre los individuos y la comunidad en la cual conforman, es en mayor parte tácito o sobreentendida y se comparte entre los miembros de un grupo como resultado de trabajar juntos. Se muestra en los trabajos en equipo.
- **Conocimiento estructurado:** Se halla en los sistemas, procesos, herramientas, rutinas y reglas de la organización, de naturaleza explícita, mostrándose de forma clara y directa. Se encuentra de manera independiente en los individuos.

Dimensiones del conocimiento

Conocimiento explícito o codificado

(Angulo, 2017), Menciona que es aquel conocimiento factible de ser estructurado, almacenado y transferido a través del lenguaje formal. Así mismo, puede ser comunicado de manera fácil entre individuos mediante expresiones gramaticales, manuales, tutoriales y/o especificaciones, entre otros recursos.

Según, (Peluffo & Catalán, 2002) denominado como es el saber objetivo y razonable que se puede manifestar a través de símbolos, números, figuras y formulas. En base al stock existente, es posible evaluar la capacidad de una persona o un grupo en generar nuevo conocimiento.

Es posible construir gran cantidad de conocimiento explícito de una organización, ya que este conocimiento puede basarse en objetos y reglas, de manera que se puede encontrar

en documentación, registros textuales y son fáciles de identificar. Además, se pueden encontrar en:

- Educación Formal

(Idict, 2009) señala que, “Aprendizaje con carácter estructurado según objetivos didácticos, duración o soporte, ofrecido por un centro formativo, y que concluye con una certificación”. Desde la perspectiva del alumno el aprendizaje formal es intencional. Una educación formal es un esquema educativo institucionalizado, cronológicamente graduado y jerárquicamente estructurado que se extiende desde el jardín de infancia, el colegio (primario, secundario) hasta la universidad. Además, se caracteriza que con este sistema educativo, un individuo consigue el mayor conocimiento social, cultural, cívico y normativo.

- Fuentes de información

(Valencia, 2000) Lo entiende como cualquier instrumento o, en un sentido más amplio, recurso, que nos pueda servir para satisfacer una necesidad informativa. Tipos de fuentes:

- Primarias: son las que nos brindan información original que aún no fue recopilada. La información se obtiene dentro de los libros, revistas, monografías y sus partes, como los capítulos, artículos, etc.
- Secundarias: su objetivo no es brindar información porque su función es ofrecernos las fuentes o documentos de donde podemos sacar información, generalmente son las bibliografías, catálogos, etc.

Los textos, documentos y/o libros, tienen como objeto informar y es instrumento que permite los informar los avances de la humanidad, conservando la información y difundirla en forma de historia, pensamiento e ideologías, mitos y creencias. En síntesis, son instrumentos de la educación, ayuda a compartir ideas, pensamientos y difunde la cultura.

- Manejo de información

(Sainero, 2006) Indica que es la capacidad para acceder de manera eficiente a la información, saber analizarla, organizarla, para después poder utilizarla de forma ética. Todo este proceso se puede realizar a través de herramientas digitales, medios visuales o impresos.

De acuerdo al contexto que se maneje, el termino de manejo de información hace referencia a la familiaridad con el campo tecnológico, empresarial y de las ciencias sociales. En la investigación se comprende como la indagación o colección de información que ayude al manejo adecuado de una determinada información.

- Medios de comunicación

Según (Loureiro, 2014) los medios de comunicación son factores importantes en la construcción y el desarrollo de una comunidad. En este sentido, más allá de las tareas normalmente reconocidas como proveedores de información, correlación, transmisión y entretenimiento, existen otros papeles relevantes dirigidos al empoderamiento de la comunidad en términos de esfera y opinión públicas compartidas, construcción constante de la identidad, desarrollo del idioma, y red de relaciones.

De acuerdo con (Jara, 2005) son canales artificiales que hacen posible la comunicación interpersonal, por ejemplo, el celular, correos, telegramas. Y por otro lado la radio, el internet, la televisión como medios de comunicación personal, ya que faculta la comunicación con el televidente o receptor de una manera inmediata en el tiempo y en el espacio.

Los medios de comunicación son espacios que son aprovechados para enseñar y publicar una extensa información de forma sonora, visual o audiovisual. Al hablar de estos canales de información se refiere a la televisión, emisoras radiales, diarios impresos o digitales, páginas web e incluso las redes sociales.

Todo el contenido se publica de manera intensiva, capaz de generar un espacio de realidad. Además, se puede usar este canal para expresar ideologías, valores, modelos de conducta y hasta actitudes sociales. Hoy en día, son acreedores a un poder que les permite generar un impacto en las masas, de manera que sea crucial en la adquisición de conocimiento para el ser humano.

Conocimiento Tácito

(Angulo, 2017) Indica que el conocimiento tácito es interno y propiedad de cada persona, constituido por modelos mentales, creencias y perspectivas que la persona no puede expresar con facilidad, lo que hace difícil su formalización y comunicación, pues se adquiere a través de los valores, emociones individuales y experiencias personales.

(Peluffo & Catalán, 2002) Menciona que es el conocimiento almacenado en nuestras mentes compuesto por experiencias, costumbres, destrezas, valores, etc. Por eso es difícil de explicar y transferirlo a otros. Por ello es necesario crear códigos para facilitar su transmisión, generalmente se recoge por medio de la observación.

El conocimiento tácito por su particularidad, es difícil de saber o medir, ya que, si el individuo deja el grupo social, se lleva el conocimiento que gana, como son ideas, experiencias, emociones, destrezas, habilidades, costumbres, valores, creencias, historia y otros.

La experiencia como conocimiento

(Amengual, 2007) “La experiencia indica la referencia del conocimiento, a partir de la cual tiene que elaborarse, a la que ha de adecuarse, responder y corresponder, de la que tiene que dar razón o incluso la que ha de ser su contenido”.

La experiencia por su entorno es personal, con un estado propio, sin embargo, se puede registrar y agrupar en un modelo, y como resultado se puede transferir a los demás

individuos, además teniendo un valor agregado en los procesos, se logra evitar riesgos que no se visualizan al comienzo.

Emociones

Como señala (Bolaños, 2016) :

Las Ciencias Sociales les concedieron a los sentimientos facultades explicativas que ampliaron la comprensión sobre la forma en que el individuo y la sociedad se relacionan y sobre el hecho de que en las emociones se hacen comprensibles las motivaciones y acciones que subyacen a procesos sociales y culturales particulares.

Las emociones forman parte de la experiencia del individuo cuando esta en la facultad de usar los sentidos e involucrar su conciencia, y se crea una vivencia con un entorno real y transformado, dependiendo de la situación, generando conocimiento a partir de ese nuevo mundo construido por la experiencia emocional humana.

2.2.2. Nivel de conocimiento

Definición

Según (Díaz, 2014) “el nivel del conocimiento son las medidas y patrones que evalúan la capacidad humana de un sujeto, así mismo, el entendimiento obtenido se puede medir en una escala cualitativa por medio de pruebas o cuestionarios estructurados”.

Características

Desde el punto de vista de (Sotomayor, 2007) :

Las preguntas de los cuestionarios como instrumentos de medición tienen que contar con un modelo de referencia para que se pueda comprobar los resultados obtenidos y se pueda constituir un puntaje o calificación, para que esto sea posible se debe considerar las siguientes características:

- Validez: Debe medir lo que se desea medir.

- **Confiabilidad:** Se refiere a la capacidad que tiene un instrumento de medición para averiguar el verdadero valor.
- **Objetividad:** Debe producir información de un tema determinado sin que los sentimientos influyan.
- **Pertinencia:** Su contenido debe ser coherente o consistente con el área que se desea medir.

2.2.3. Museos

Definición

Según las primeras definiciones del Consejo Internacional de Museos ICOM, aprobados por la 22 asamblea General en Viena (Austria) el 24 de agosto de 2007: “un museo es una institución sin fines lucrativos, permanente, al servicio de la sociedad y de su desarrollo, abierta al público, que adquiere, conserva, investiga, comunica y expone el patrimonio material e inmaterial de la humanidad y su medio ambiente con fines de educación, estudio y recreo.

“La palabra museo deriva del latín museum y del vocablo griego museion, que significa templo de las musas”, deidades protectoras de las artes y la ciencia, lugar donde se guardaban los tesoros de estas diosas”. (Ministerio de Cultura, 2013).

Además, (Zubiaur, 2004) considera que :

El museo se da en la adquisición y preservación de objetos valiosos, los que hoy en día tienen el papel de bienes culturales. En un principio estos objetos eran reunidos para la ostentación de poder de quienes los poseían, para la admiración por sus cualidades y también con un objetivo científico. Posteriormente tuvieron una finalidad educativa poniéndolos al alcance de la sociedad. Con el tiempo, estas organizaciones culturales se han convertido en espacios dedicados a la comunidad.

Los museos son más que una organización cultural sin fines de lucro o un lugar que guarda en el interior de sus salas innumerables y desconocidas reliquias. Por el contrario, es el recinto de lo más valioso y resaltante del patrimonio cultural de un lugar, son instituciones culturales que llevan mensajes a la comunidad, el de la conservación de la herencia cultural mundial, sean estos patrimonios tangibles o intangibles, y el mayor interés con al conocimiento ya que se puede convertir en herramienta de aprendizaje vivencial que se puede introducir en nuestra sociedad.

(Suárez, Calaf, & San Fabián, 2014) Afirman es su estudio que los museos, “son los principales custodios del patrimonio y tras realizar un tránsito progresivo desde el simple almacenamiento hasta las funciones de conservación, investigación y divulgación se han convertido en lugares idóneos para generar aprendizajes a partir de la herencia cultural”. En efecto, un museo permite que los estudiantes puedan conocer lo fundamental y de manera simple la existencia del patrimonio que guarda los museos con sus principales características.

Además, logra que las personas que visitan estas instituciones sean poseedoras de valores culturales fundamentales, para que con ello ser orientados al camino de la conservación y la protección de todo el patrimonio que se encuentra almacenado y a la vez transmitir a la comunidad para que se concientice del cuidado de la única herencia cultural de cada lugar.

Museos en el pasado

“Un museo es una institución destinada a preservar aquellos objetos que mejor ilustran los fenómenos de la naturaleza y los trabajos del hombre, y a la utilización de estos para el incremento del conocimiento y la cultura e ilustración del pueblo”. (Tello, 1952)

(Solís, 2016) , señala que “Hace años se entendía como museo, una caja contenedora donde acoger numerosos objetos, reducto para unos cuantos instruidos (...), instituciones cerradas e impenetrables para el gran público”.

En la antigüedad los museos fueron concebidos como gabinetes de curiosidades. Como menciona Zubiaur (2004) en un principio la función del museo se halla en el coleccionismo, entendiendo por colección a aquel conjunto de objetos que se encuentran sujeto a una protección particular con la finalidad de ser expuesto a la mirada de la sociedad. Estas organizaciones culturales nacen por el instinto de propiedad, el amor al arte, el prestigio social, el interés de perpetuarse en la memoria y además el puro coleccionismo.

Los impulsores de la creación de los museos dispusieron desde la Antigüedad una élite, que por su condición se apropió del saber y por consecuencia del poder, por ejemplo la realeza, la aristocracia, la Iglesia y la burguesía.

El amor por coleccionar objetos valiosos e históricos, inició con la creación de los museos, viendo toda la trayectoria de estas instituciones a lo largo del tiempo, empezaron siempre por el interés exclusivo de las grandes élites, personas nobles de la antigüedad, pero su objetivo aún no guardaba el interés por compartir este conocimiento, sino por el contrario como un tesoro que nadie más podría obtener. Sin embargo, años después se da un giro a este sentido, convirtiéndose al reconocimiento de estas obras de arte como patrimonio público.

Siglos después, el viejo continente vincula la educación con el patrimonio que guardan estos museos, ya que su finalidad se volvió pedagógica, abriendo galerías y los primeros museos nacionales.

Es así, que el museo en siglos pasados, paso de ser un tesoro a ser fuente de las primeras investigaciones a nivel mundial, países con la corriente democrática creían que su sociedad debería tener una relación más directa con los museos.

Museos en la actualidad

“En el proceso de mostrar o exponer es donde se establecen las relaciones entre el museo y el visitante. Las exposiciones son parte importante del museo, puede haber exposiciones sin museo, pero no puede haber museos sin exposiciones”. (Garcia, 2015)

“Los museos de hoy deben entenderse y verse como instituciones vivas y con proyección social, como resultado de esfuerzos pasados decisivos para la toma de conciencia integral del valor intrínseco de nuestro patrimonio cultural, y como vehículos de reafirmación de nuestra identidad”. (Ministerio de Cultura, 2013)

Hoy en día los museos ya no son más los perpetuos edificios que guardan sólo reliquias del pasado de la humanidad, han pasado a ser dinámicos, creativos y con objetivos dirigidos al cambio de la sociedad, ya que debe insertarse acorde al nuevo pensamiento de la humanidad. En este último siglo el contexto social ha generado cambios, ahora se debe pensar en la rentabilidad y eficiencia social, cultural y económica, los museos de menor magnitud tienen principios de difundir y conservar el patrimonio cultural, sin embargo los grandes museos están enfocándose en el desarrollo social, tomando los problemas de la sociedad como oportunidad para generar participación e identificación para que el visitante reflexiones del cambio en las culturas y en muchos casos de los desastres que se ha generado, muchas de estas colecciones son una ventana entre el pasado y el presente de una sociedad, para revertir su rol pasivo.

En el Perú existen 246 museos aproximadamente, de los cuales 70 se encuentran en Lima y 11 son los administrados por el Ministerio de Cultura del Perú. Todos se han transformado en atractivos lugares, donde se ofrecen experiencias y no sólo la exposición

de Arte e Historia. Hoy en día son recintos abiertos a las masas con un rol totalmente diferente al del pasado.

El museo en la sociedad actual

Según (García, 2015) señala que:

Las exposiciones en museos tienen que sobrevivir a los grandes e irreversibles cambios sociales que conllevan los avances tecnológicos y la globalización además de los cambios de consumo, necesitaremos desarrollar o cambiar radicalmente nuestras prácticas expositivas en los próximos años. Preparados para la participación, los museos no deben adoptar simplemente las prácticas asociadas a los lugares de reunión social basadas en lo lúdico, ya que perderían su función y su identidad.

El museo actual es una novedad amplificada por las nuevas tecnologías que permite la emergencia del aprendizaje colectivo. Se trata de un fenómeno cultural relacionado con el desarrollo de una amplia masa intelectual, una tecnología de comunicación global y la abundancia de recursos. Actúa como agente social abierto a la participación, propiciando el desarrollo de ciudadanos activos y comprometidos con los valores de la cultura. (Fernández, 2014)

Los museos deben atraer a la colaboración de los profesionales para generar muestras, entregar maneras deferentes de observar a los lugares clásicos y ofrecer espacios para detener la mirada. El papel de los profesionales de los museos es planificar para inventar diferentes destrezas, cerciorarse que un gran número de personas puede vincular con los fines e historia. Además, hacer uso de la tecnología como uno de los pilares de accesibilidad al público, ya que, abriendo las puertas a nivel informático, gestionan la información digital y a la vez se favorece a la inclusión, convirtiendo a un público más participativo y generador activo de compartir el conocimiento.

La investigación en los museos

Los museos también han aumentado la investigación de sus propios fondos o contenidos. Se han mimado la edición de catálogos y revistas y se han creado publicaciones de gran calidad para las exposiciones temporales y permanentes. Muchos museos han generado publicaciones periódicas, boletines, revistas, publicaciones digitales, cuadernos, etc. donde se expone la labor científica del museo. (Sardá & Roncero, 2015)

El museo se ha transformado en un espacio de reconocimiento, aprendizaje y de reflexión. Todos podemos crear una manera diferente de ver a un museo, añadiendo la relación con nuestro propio entorno, tomar la investigación de culturas pasadas para reconocer la crisis de la naturaleza, como es que los antiguos veían ese tema y podían desarrollar soluciones sostenibles respetando las visiones del mundo. Además de la profunda preocupación de los legados, con la constante desigualdad social o el poder y riqueza del mundo, se pone en riesgo toda la magnitud del patrimonio.

Funciones de los museos:

Según (Aguilar, 2017) señala que:

Los museos han ido evolucionando a lo largo del tiempo, por eso mismo sus funciones han ido cambiando a la par con la sociedad en la que se encuentran. Como se ha mencionado, los museos de hoy en día son instituciones vivas dirigidas a la comunidad, con la conciencia del valor del patrimonio, siendo una herramienta de aprendizaje para reafirmar la identidad nacional y construir cultura nacional. Lapoint creó un planteamiento general sobre las funciones base de la gestión museal, resumiéndolas finalmente en cinco que se detallan a continuación:

- **Planificación:** trata sobre definir los objetivos y elegir los medios adecuados para conseguirlos.

- Organización: determina las funciones y responsabilidades que se deben tomar para llevar a cabo los objetivos definidos en el paso previo, la planificación.
- Dotación de personal: este punto está siempre relacionado con la funciones y tareas específicas que debe realizar cada uno de ellos. Esto exige la constitución de un equipo
- interdisciplinar capaz de llevar a cabo la complejidad del programa.
- Dirección: posibilita la coordinación de todas las funciones y actividades.
- Control: este depende específicamente de la eficacia de la planificación y estará en función de los objetos que han sido establecidos en esta.

Además, la ICOM ha brindado las principales funciones del museo:

- Conservadora
- Investigadora, básicamente para el estudio de los objetos conservados.
- Educativa
- Difusora, principalmente a través de la exposición
- Deleite o emocional.

Tipología y constitución del museo

Según menciona (Aguilar, 2017) “la mayor parte de los museos agrupados han sido realizados por contenido. Esto quiere decir que se evalúan las colecciones que se conservan, para de esta manera poder establecer una clasificación de los museos”.

Para poder comprender mejor las clasificaciones internacionales de los museos, se va a utilizar la clasificación tipológica realizada según la ICOM en su programa 1975 - 1977 en París.

Entre los distintos tipos de museo, la museología ha tratado de tener un orden, generando ciertos razonamientos de clasificación, sin embargo, no se tiene algo concreto, porque no se podría clasificar de manera única e internacional a todos, sería un trabajo complicado.

Tabla 1.

Tipos de Museos

Tipo	Concepto	Colección	
De Arte	Bellas Artes, Artes Aplicadas, Arqueología	Museos de pintura.	
		Museos de escultura.	
		Museos de grabado.	
		Museos de artes gráficas	
		Museos de arqueología	
		Museos de artes decorativas y aplicadas	
		Museos de arte religioso	
		Museos de música	
		Museos de arte dramático, teatro y danza	
		Museos de geología y mineralogía.	
De Historia	Naturaleza	Museos de botánica y jardines botánicos.	
Natural		Museos de zoología, jardines de zoología y acuarios.	
De Etnografía y Folklore.		Cultura	Museos de antropología física.
			Museos de Etnografía y folklore.
De Las Ciencias y las Técnicas		Ciencias	Museos de física.
			Museos de los mares u oceanográficos.
			Museos de medicina y cirugía.
			Museos de técnicas industriales.
			Museos de manufacturas y productos manufacturables.
			Museos biográficos (de grupo).
	Museos de objetos y recuerdos de época.		
De Historia	Historia	Museos conmemorativos	
		Museos biográficos (de un personaje) casas – museo.	
		Museos históricos – arqueológico.	
		Museos de la guerra y el ejercito o museos militares.	

		Museos de la marina
De Ciencias		Museos de pedagogía, enseñanza y
Sociales y		educación.
Servicios	Ciencias Sociales	Museos de justicia y policía.
Sociales		
De Comercio y		Museo de la moneda
de las	Comercio	Museo de los transportes
Comunicaciones	Comunicacion	Museo de los correos
De Agricultura y		Museos de agricultura y de productos del
de Productos del	Agricultura	suelo
Suelo		

Fuente: Elaboración Propia.

El Perú cuenta con 246 museos aproximadamente, pueden ser estatales a nivel nacional o de origen privado según el Decreto Ley 27590 creado en 1992, que establece la conservación y exhibición del patrimonio cultural mueble del país, por lo que de acuerdo al régimen de propiedad los museos pueden ser de la siguiente manera:

- Museos Estatales: nacionales, regionales, municipales, comunitarios o de sitio.
- Privados: organizaciones particulares, fundaciones, sociedades, asociaciones e instituciones religiosas y educativas.

En el Perú, existen distintos tipos de museo, estos varían de acuerdo al tipo de muestra o colección que posean, por lo que pueden tener la siguiente clasificación:

- Arqueológicos
- Históricos
- Ciencias naturales
- Etnográficos
- Artísticos
- Religiosos
- Tecnológicos

- Arte popular

Museos especializados como el ‘Museo de la Electricidad’ o la ‘Casa de la Gastronomía Peruana’ entre otros. (Ministerio de Cultura, 2013)

El Museo en el Perú

El museo llegó a Perú en 1822 cuando se creó el Museo Nacional impulsado por las autoridades del primer gobierno republicano. Durante el siglo XX, Julio C. Tello, quien es uno de los personajes que tuvo un papel importante en la creación del museo conocido hoy en día como Museo Nacional de Arqueología, Antropología e Historia del Perú, fue uno de los primeros en reconocer de manera tangencial la importancia de estas instituciones culturales en el Perú.

De esta manera logró junto con sus colaboradores más cercanos, eliminar la idea equivocada de que un museo era tan solo un ‘gabinete de curiosidades’ o colecciones como antigüedades o joyas que expresaban el orgullo de sus propietarios siendo exclusivos para las élites. Tello, entonces, marcó el derrotero a seguir señalando que los museos reflejan la historia de los pueblos a través de su cultura y sus diversas expresiones a lo largo del tiempo.

“Es así que se pasó de la concepción del museo tradicional como espacio dedicado a almacenar objetos al servicio de minorías, al concepto de museo como institución de carácter público, orientado a la difusión de valores culturales nacionales y universales, democráticos y participativos”. (Ministerio de Cultura, 2013)

De acuerdo a Alfonso Castrillón Vizcarra en su investigación “Museo Peruano: Utopía y realidad” la historia del museo en el Perú está ligada a los vaivenes políticos, pero, además, se encuentra amarrada al destino de una burguesía criolla que, al no poder emular a los museos europeos, perdió el interés en poder crearlos aquí con los objetos propios de la cultura nativa.

Por lo tanto, estos no lograron que la sociedad se sintiera identificada y son estos los esfuerzos que aún hasta ahora se llevan a cabo para poder lograr que esta población sienta que estas instituciones culturales son lugares abiertos a la comunidad y al diálogo. (Aguilar, 2017)

Museos en la región de Puno

“Los museos de hoy deben entenderse y verse como instituciones vivas y con proyección social, como resultado de esfuerzos pasados decisivos para la toma de conciencia integral del valor intrínseco de nuestro patrimonio cultural, y como vehículos de reafirmación de nuestra identidad”. (Ministerio de Cultura, 2013)

Tabla 2.

Museos en la Provincia de Puno.

Museo	Colección	Descripción	Ubicación	Administración
Museo municipal "Carlos Dreyer"	Arqueológica e histórico- artística	El museo se encuentra en una casona de la época colonial en el centro histórico de Puno. Está compuesto de ocho salas de exposición con bienes coleccionados por el pintor alemán Carlos Dreyer durante su estancia en Puno. Presenta colecciones de cerámica, metal, textil y lítico de culturas preincas de la costa y sierra; así como bienes de época colonial y republicana. Destaca la colección denominada "El Oro de Sillustani".	Región: Puno Provincia: Puno Distrito: Puno	Municipalidad Provincial de Puno
Museo naval: capitan de fragata Manuel Mariano Melgar Vega	Histórica	Presenta una colección de libros y bitácoras de navegación de los vapores que navegaron en el lago Titicaca, así como piezas y menaje de los barcos Yapura, Yavarí y maquetas de barcos. Se explica la historia de la navegación en el lago Titicaca y la presencia de la Marina de Guerra del Perú en el Altiplano.	Región: Puno Provincia: Puno Distrito: Puno	Marina de Guerra del Perú
Buque Museo Yavary	Histórico- artística	La motonave Yavarí de manufactura inglesa fue ensamblada en 1862. Conserva a bordo las piezas e instrumentos de precisión originales. La visita guiada narra la historia de la nave y explica su presencia en el Lago Titicaca y resalta la	Región: Puno Provincia: Puno Distrito: Puno	Sistema Nacional de Museos del Estado.

ingeniería con la que se construyó la nave y los procesos por los que ha pasado.

El museo está ubicado en una casona republicana. Posee una sala de exhibición y en el interior del museo se encuentra una litoescultura en forma de felino de la Cultura Pukara, el monolito Yayamama, así como bienes de cerámica y grabados en madera y hueso.

Ubicado en la Escuela Profesional de Antropología de la Universidad Nacional del Altiplano, el museo expone fardos y bienes culturales de cerámica hallados en la comunidad de Molino Chilacachi. Destaca la colección de bienes arqueológicos de estilo Lupaca.

En el museo se exhiben herramientas agrícolas de uso cotidiano como el arado, chaquitacla, raucanas y trilladeras. Asimismo, posee una colección de bienes arqueológicos de la cultura Tiahuanaco que fueron hallados en la misma isla.

En el museo se expone toda la historia de la hoja de coca, a través de una línea de tiempo, desde épocas pre incaicas hasta la actualidad, además ofrece al público las principales costumbres y tradiciones de la región de Puno, incluyendo

Museo Wawamarca	Arqueológica	El museo está ubicado en una casona republicana. Posee una sala de exhibición y en el interior del museo se encuentra una litoescultura en forma de felino de la Cultura Pukara, el monolito Yayamama, así como bienes de cerámica y grabados en madera y hueso.	Región: Puno Provincia: Puno Distrito: Chucuito	Fundación Alumnos del Perú Chucuito
Museo de Arqueología de la Universidad Nacional del Altiplano	Arqueológica	Ubicado en la Escuela Profesional de Antropología de la Universidad Nacional del Altiplano, el museo expone fardos y bienes culturales de cerámica hallados en la comunidad de Molino Chilacachi. Destaca la colección de bienes arqueológicos de estilo Lupaca.	Región: Puno Provincia: Puno Distrito: Puno	Escuela Profesional de Antropología - UNA
Museo de la isla Tikonata	Arqueológica y Etnográfica	En el museo se exhiben herramientas agrícolas de uso cotidiano como el arado, chaquitacla, raucanas y trilladeras. Asimismo, posee una colección de bienes arqueológicos de la cultura Tiahuanaco que fueron hallados en la misma isla.	Región: Puno Provincia: Puno Distrito: Capachica	Asociación Artesanal para el Turismo del Centro Poblado de Ccotos
Museo de la Coca y Costumbres	Etnografía y Folklore.	En el museo se expone toda la historia de la hoja de coca, a través de una línea de tiempo, desde épocas pre incaicas hasta la actualidad, además ofrece al público las principales costumbres y tradiciones de la región de Puno, incluyendo	Región: Puno Provincia: Puno Distrito: Puno	Administración privada

una sala dedicada a la Festividad de la Virgen de la Candelaria.

En el museo, se puede observar desde la entrada, la imponente obra de arte, edificio decorado totalmente con totora, incluye al ingreso el proceso del secado de la totora, planta que crece en el lago Titicaca. En las demás plantas, están las representaciones de esculturas hechas a base de totora, entre tantos tenemos botes, lanchas y enormes embarcaciones a escala. También, se observa mobiliario y obras de pintura.

Región: Puno
Provincia: Puno
Distrito: Puno
Administración
privada

Fuente: Elaboración Propia.

Tabla 3.

Museos de la Provincia de Chucuito.

Museo	Colección	Descripción	Ubicación	Administración
Museo Nuestra Señora de la Asuncion	Histórico-artística	Construida entre los años 1568 y 1576 y concluyó en el año 1620. Tiene una nave de grandes proporciones en forma de cruz latina, puerta lateral, puerta principal y depósito. Conserva mobiliario religioso, retablos, esculturas, púlpito y pinturas de los siglos XVII y XVIII que mantienen su ubicación original. Posee igualmente la pintura mural con	Región: Puno Provincia: Chucuito Distrito: Juli	DDC Puno Pertenece al Sistema Nacional de Museos del Estado.

		<p>motivos religiosos más antigua de la región. Uno de los lienzos que expone el museo es la Coronación de la Virgen por la Santísima Trinidad, atribuido a Bernardo Bitti.</p> <p>El templo de época colonial, declarado Patrimonio Cultural de la Nación, presenta pinturas de la Escuela Cusqueña, esculturas religiosas, así como obras manieristas del siglo XVI del artista italiano Bernardo Bitti.</p> <p>Su construcción se inició entre los años 1567 y 1576 y concluyó en 1602. Su portada monumental de estilo barroco andino es un ejemplo de la arquitectura del altiplano por las columnas decoradas con estilizaciones de fauna y flora. Conserva retablos, esculturas y pinturas de los siglos XVII y XVIII que mantienen su espacio original. Las pinturas forman parte de las series de San Juan Bautista y Santa Teresa de Jesús.</p>		
Museo de la iglesia de San Pedro	Histórico-artística		Región: Puno Provincia: Chucuito Distrito: Juli	Prelatura de Juli
Templo Museo San Juan de Letran	Histórico-artística		Región: Puno Provincia: Chucuito Distrito: Juli	DDC Puno Pertenece al Sistema Nacional de Museos del Estado.

Fuente: Elaboración Propia.

Tabla 4.

Museos de la provincia de Lampa

Museo	Colección	Descripción	Ubicación	Administración
Museo Lítico de Pukara	Arqueológica	El museo expone bienes culturales recuperados durante la década de 1970 en la zona arqueológica Pukara. La colección está compuesta especialmente por estelas de granito y monolitos de figuras zoomorfas y antropomorfas de diversos formatos correspondientes a la cultura Pukara.	Región: Puno Provincia: Lampa Distrito: Pucará	DDC Puno Pertenece al Sistema Nacional de Museos del Estado.
Museo Kampaq	Arqueológica e histórico-artística	El museo está constituido por dos salas de exhibición con bienes culturales arqueológicos de las culturas Colla, Tiahuanaco e Inca, que se desarrollaron en esta provincia.	Región: Puno Provincia: Lampa Distrito: Lampa	Municipalidad Provincial de Lampa

Fuente: Elaboración Propia.

Tabla 5.

Museos de la Provincia de San Román

Museo	Colección	Descripción	Ubicación	Administración
Museo Municipal de la ciudad de Juliaca	Arqueológica	Se encuentra en la Casa de la Cultura de Juliaca. En una sala se exhiben cerámicas y bienes líticos de las culturas Colla e Inca, destacando la colección de bienes culturales arqueológicos procedentes del sitio arqueológico Cerro Huayna Roque.	Región: Puno Provincia: San Román Distrito: Juliaca	Municipalidad de Juliaca

Fuente: Elaboración Propia.

Tabla 6.

Museos de la Provincia de Huancané

Museo	Colección	Descripción	Ubicación	Administración
Museo municipal de Taraco	Arqueológica	En las dos salas del museo se exponen cerámicas de estilos Chiripa y Tiahuanaco, así como una colección de litoesculturas, monolitos y estelas grabadas.	Región: Puno Provincia: Huancané Distrito: Taraco	Municipalidad Distrital Taraco

Fuente: Elaboración Propia.

2.2.4. Identidad

Concepto

Según (Charalla, 2014) manifiesta que:

Identidad se refiere al conocimiento y aceptación de su propio yo del individuo, acerca de lo que siente que es y de la búsqueda de sí mismo, además de formar parte de una sociedad donde pueda conocer y respetar su cultura. Es la etapa de la adolescencia y juventud donde se experimentan crisis de identidad personal al no lograr encontrarse a sí mismo.

La identidad es un proceso subjetivo en constante configuración donde nos constituimos en relación al otro en forma autoreflexiva, esto es causado por la interacción entre cada individuo y los diferentes escenarios que lo circundan, como la familia, el trabajo, la escuela, etc., es decirse requieren diferentes contextos intersubjetivos para construirse. (Quintana, 2016)

La identidad en las sociedades no es fija, están en constante crecimiento en su construcción, factores como el entorno cultural e histórico cumplen un papel muy trascendental, porque en estos tiempos viene siendo determinada por la tecnología, globalización y formas de pensar del siglo XXI, situación que inquieta a la identidad de la sociedad originando hibridaciones, hecho por el cuál la identidad elegida suplanta a las identidades originarias, abandonadas en el pasado.

Tipos de identidad

La definición de identidad surge en el siglo XX como una construcción para definir, un proceso creativo que da pie a un “yo distinto” y que se apoya en las formas estéticas y los modelos culturales. (Molero de la Iglesia, 2012). Es por eso que, hoy en día, como consecuencia de la cultura mediática y la constante evolución y enriquecimiento de la sociedad y la cultura, no podemos hablar de la existencia de una única identidad, sin

embargo, sigue siendo un elemento fundamental para dar sentido y sostener al ser humano. (Molero de la Iglesia, 2012)

Según (Ccasa E. , 2018) la identidad es el resultado de identidades colectivas que se activan en diversas situaciones; este conjunto de identidades colectivas es:

- **Identidad personal o individual:** Es el propio concepto que tiene la persona sobre sí mismo y que lo diferencia de los demás. Ejemplo: Estos elementos individuales son cuando un individuo recibe un nombre y apellido, cuando recibe el número de su DNI.
- **Identidad colectiva:** Se refiere a la identificación y sentido de pertenencia a un grupo social, así como la diferenciación con otros grupos. Es decir, son atributos, estereotipos, creencias y actitudes propias que definen al grupo.
- **Identidad de género:** Hace referencia al género masculino o femenino, es decir, si se percibe a sí mismo como un varón o una mujer. Además, el termino género se usa para referirse a las estructuras sociales, culturales y psicológicas que son impuestas sobre las diferencias biológicas.
- **Identidad Social:** Aquella que parte del autoconcepto de un individuo que deriva del conocimiento de su pertenencia a un grupo o grupos sociales, junto con el significado valorativo y emocional asociado a dicha pertenencia. Incluye aquellos aspectos de la opinión que tiene el individuo de sí mismo, así como la percepción de pertenecer a un determinado grupo social estando enlazado emocionalmente y siendo de gran importancia por lo que involucra aquellos componentes que marcan la formación y crecimiento grupal de los ciudadanos de un estado. (Valdivia & Zegarra, 2017)
- **Identidad nacional:** La identidad nacional excluye a otras nacionalidades para diferenciarse. Señala que es la conciencia de la realidad, expectativas valores y

tradiciones, así como una condición social, cultural y espacial. Por otro lado, (Valdivia & Zegarra, 2017) refiere a la conciencia y el sentimiento que tienen los integrantes de una nación de integrar una colectividad que tiene determinadas características diferenciándose así de los demás, si bien es cierto todos somos dueños de una identidad no todos nos sentimos orgullosos de ella.

Además, (Valdivia & Zegarra, 2017) agrega clasificaciones de identidad relacionadas al tema de investigación:

- Identidad histórica: Es aquel que nos permite conocer, comprender y valorar nuestra trayectoria a través de los tiempos.
- Identidad étnica: Se refiere al sentimiento de pertenencia a un grupo social que ha formado una cultura, se alude a la identificación con uno mismo y con la sociedad en base a su lengua, religión y costumbres.

Procesos de la identidad

“Se debe tener en cuenta que para construir la identidad existen dos procesos, el de imitación y el de creación a partir de la educación y el contexto”. (Sánchez, 2016)

El proceso de imitación, hace referencia a los comportamientos de una persona al querer imitar a las clases adineradas y famosas, exclusivamente en aspectos estéticos, con la inserción de la tecnología en nuestras vidas, estos se hacen más común en esferas de medios o bajos recursos económicos. El deseo de lograr tener la imagen del que tiene como ejemplo, en muchos casos perdiendo su propia originalidad como persona.

La formación de la identidad a través de la educación y su contexto es el segundo proceso y refiere al desarrollo de algunos intereses, como los que existen en los niveles de vida en la sociedad. Además, el propio entorno y la realidad influyen determinando la identidad, es decir, se expresa en las temporadas o periodos de la moda.

La vida moderna incide en el desarrollo de la identidad personal, formando sentimientos de duda e inseguridad, que podemos denominar alienación o alejamiento de la realidad y con todo a su alrededor, haciendo que todo esto resulte en una falta de afectividad. Para remediar estos efectos, se consigue esta afectividad en otros grupos, que expresan su indisciplina ante la vida moderna y su consumismo, abandonando sus principios y dando lugar al amplio abanico de culturas que existen en nuestra sociedad.

Construcción de la identidad

Identidad en infantes

De acuerdo con (García, 2016) la identidad refiere a la percepción que uno mismo tiene, por tanto, en la edad escolar el autoconcepto tiene un carácter de “ingenuo”, es decir, que la forma en que el niño se ve a sí mismo depende casi totalmente de lo que los otros perciben y de lo que le comunican.

En la formación de un infante, se va estableciendo un concepto de sí mismo, porque no sólo es una construcción individual, sino que también es afecto al comentario de los demás. Además, es importante tener en cuenta estos comentarios externos para alcanzar una mediación adecuada y así conseguir identificar los elementos que afectan de manera directa a la formación de la identidad de un infante.

Los educadores deben tener presente actividades como la conservación de lugares culturales, como los museos, con motivo de incentivo para que los infantes se acerquen a ese contexto. Una tarea como ésta favorece a su propio desarrollo personal y poder estrechar lazos con el patrimonio local, lo que fortalece su identidad cultural.

Como lo hace notar (Infante & Hernández, 2015) el sistema educativo debe realizar acciones con el propósito de elevar el nivel cultural de los alumnos, de potenciar su relación con el patrimonio local, dado su profundo carácter identitario, lo cual favorece la instrucción, la educación y el desarrollo de la personalidad de los educandos.

Identidad en los adolescentes

Como señala (Molla, 1986) el adolescente establece distintas caracterizaciones de sí mismo, ensayando con roles, posturas sociales, autoimágenes que no son totalmente compenetradas de un sentido interior, que no son compromiso, justamente para permitirle agilidad en el uso de sus recursos, para permitirle ser él mismo a pesar de los cambios, para buscarse a través de una definición de sí mismo que es muy diferente a esas posturas y que se llama la búsqueda de la identidad.

Todo este proceso posee su momento decisivo y crucial en la adolescencia, porque la maduración como persona insta a un camino más complejo que permite unificar los aspectos del sí mismo hasta entonces dispersos. Además, este proceso concurre los factores psicosociales, como la motivación y influencia social.

El desarrollo de la identidad en la adolescencia dependerá en gran medida de la superación favorable de los estadios previos del ciclo vital del ser humano, de la misma manera que el buen desarrollo de la identidad en el adolescente va a influir sobre los estadios post adolescencia para que éstos se desarrollen de forma favorable. (Ives, 2014) (Zamora, 2013) señala que, “La adolescencia es una etapa durante la cual la personalidad del individuo adquiere el mecanismo psicológico básico de autorregulación y autocontrol, o sea, cuando se cristaliza la identidad de su yo”.

Identidad en los jóvenes

De acuerdo con (Taguenca, 2016) la identidad de la juventud de hoy es múltiple y diversa y está atravesada por procesos históricos y dimensiones sociales que la estructuran en amplitud, contenido y forma. Esto da como resultado diferentes formas de ser joven. El consumo es sólo una de las dimensiones de análisis de la identidad juvenil, pero es importante para su comprensión.

La juventud se convierte en una fase de transición, definida y significativa dentro de la vida de un individuo, y la naciente identidad del yo adquiere contenido y se relaciona con modelos de roles y valores culturales. (Zamora, 2013)

Identidad en los adultos

Como expresa (Chamseddine, 2015) “la identidad no es algo dado de una vez para siempre. Más bien la identidad es un proceso en formación que se construye y reconstruye en el curso de vida de los individuos y grupos, y ello a través de diferentes facetas, roles y circunstancias”.

Cuando se toca el tema de identidad en los adultos, la mejor forma de hablar es de reconstrucción de identidad, puesto que los adultos llegan hasta esta edad con patrones bien interiorizados y con una identidad cultural hecha y desarrollada en gran parte de su vida en el lugar que nacieron.

Sin embargo, cabe mencionar que en la adultez se comienza a replantear una nueva identidad, ya se que pueden encontrar en un ambiente diferente obteniendo nuevos roles en la nueva sociedad, donde puede encontrar principios, valores entre otros factores que sean diferentes a los suyos. Comenzando un nuevo recorrido con dilemas, consiguiendo y abandonando nuevos aspectos de su vida, en un terreno desconocido, es difícil tocar el tema del proceso de la reconstrucción de identidad.

2.2.5. Cultura

Definición

Se define a la cultura como el sistema de creencias, valores, costumbres, conductas y artefactos compartidos, que los miembros de una sociedad usan en interacción entre ellos mismos y con su mundo, y que son transmitidos de generación en generación a través del aprendizaje. (Martínez, 2015). Además, como plantea (Salazar, 2015) la cultura es la

herencia social de los miembros de toda colectividad, herencia que es transmitida, aprendida, comprendida y modificada; herencia social que se compone de una lengua particular, de un sistema de valores (morales, estéticos), de un conjunto de hábitos y conductas de comportamiento, de ideas y creencias predeterminadas, de la constelación de bienes y procedimientos técnicos y productivos, así como de la organización social peculiar que se reproduce mediante una serie de instituciones socioculturales (familia, iglesia, etc.).

Varios autores coinciden que “no existe cultura sin hombre, ni hombre sin cultura; aún más, la sociedad no se explica si no es por la cultura que le es inheren” (Salazar, 2015), sin embargo, la definición de cultura va más allá de las costumbres, creencias, conductas, tradiciones, porque se muestra como la raíz central de las sociedades del mundo. Asimismo, la cultura se trasfiere de generación en generación por mucho tiempo, permaneciendo con sus elementos fundamentales que lo conforman. No obstante, también la cultura no esta estancada y va adecuando a transformaciones de acuerdo al comportamiento de cada grupo social o sociedad, porque cada pueblo escribe su propia cultura, dejada por sus ancestros, a travez del tiempo, de manera que viva en cada uno de sus integrantes a pesar del paso de años o siglos.

De acuerdo con (Ccasa E. , 2018) la cultura tiene varias dimensiones y funciones sociales, que generan:

- Un modo de vivir,
- Cohesión social,
- Creación de riqueza y empleo,
- Equilibrio territorial.

Algunas definiciones de la (UNESCO, 2008)

- **Diversidad cultural:** Multiplicidad de formas en que se expresan las culturas de los grupos y sociedades. Estas expresiones se transmiten dentro y entre los grupos y las sociedades.
- **Contenido cultural:** Sentido simbólico, la dimensión artística y los valores culturales que emanan de las identidades culturales que las expresan.
- **Expresiones culturales:** Son las expresiones resultantes de la creatividad de las personas, grupos y sociedades, que poseen un contenido cultural.
- **Actividades, bienes y servicios culturales:** Son los que desde el punto de vista de su calidad, utilización o finalidad específicas, encarnan o transmiten expresiones culturales, independientemente del valor comercial que puedan tener. Las actividades culturales pueden constituir una finalidad de por sí, o contribuir a la producción de bienes y servicios culturales.
- **Interculturalidad:** Presencia e interacción equitativa de diversas culturas y la posibilidad de generar expresiones culturales compartidas, adquiridas por medio del diálogo y de una actitud de respeto mutuo.

2.2.6. Identidad cultural

(Molano, 2007) , señala que “La Identidad cultural encierra un sentido de pertenencia a un grupo social con el cual se comparten rasgos culturales, como costumbres, valores y creencias”.

De acuerdo con (Chenet, Arévalo, & Palma, 2017), señala que:

La identidad cultural es una riqueza que dinamiza las posibilidades de realización de la especie humana, asimismo, es la suma de los bienes culturales acumulados de forma voluntaria por una comunidad, conforman su patrimonio cultural y que la consecuencia social inmediata de ello es la identificación de este conjunto heterogéneo con este grupo de hombres.

(Guerrero, 2015) menciona que: “la construcción de una identidad cultural debe entenderse como un proceso complejo y dinámico que va más allá del sentido de pertenencia que involucra la producción, transformación y actualización de símbolos y significados adscritos a determinado contexto cultural”.

Como lo hace notar (Coronado, Moreno, & Torres, 2016):

La identidad cultural se refiere a diferentes facetas como la auto-categorización, las actitudes y sentimientos hacia el lugar al que pertenece o grupo de origen. Teniendo el concepto de identificación, orgullo étnico o autoestima colectiva; de los valores del lugar o grupo, tradiciones, la actitud y uso de la lengua hispana o lenguas nativas, participación con los miembros del grupo y las prácticas y la evaluación de las mismas.

La identidad cultural engloba a quienes somos, de donde provenimos y a que cultura pertenecemos, Se ve por las diferentes apreciaciones de los autores que la identidad cultural se declara cuando una persona se autoidentifica o reconoce a otra persona, como parte de una comunidad. También, la identidad cultural no es otra cosa que el reconocimiento de una sociedad como única, cada lugar tiene características culturales propias, que brindan un distinto modo de sentir y ver lo que los rodea.

2.2.7. Dimensiones de la identidad

La identidad cultural puede ser interpretada de distinta manera y por diferentes disciplinas, sin embargo, la rama de la sociología y la psicología entienden la palabra identidad, cuando se habla de la pluralidad cultural existente en la sociedad, ordenándola en cuatro ejes primordiales:

- Sentido de pertenencia
- Autoconcepto
- Lengua
- Manifestaciones culturales

2.2.8. Sentido de pertenencia

Tradiciones

(Macías, 2014, pág. 31), señala que “Las tradiciones son costumbres, ritos, usos sociales, ideas, valores, normas de conducta, históricamente formados y que se transmiten de generación a generación; elementos del legado sociocultural que durante largo tiempo se mantienen en la sociedad o en distintos grupos sociales”.

Por otro lado (Marcos, 2004) señala que:

La tradición sería ahora algo así como el resultado de un proceso evolutivo inacabado con dos polos dialécticamente vinculados: la continuidad recreada y el cambio. La idea de tradición remite al pasado pero también a un presente vivo. Lo que del pasado queda en el presente eso es la tradición. La tradición sería, entonces, la permanencia del pasado vivo en el presente.

Cuando se habla de tradición, se entiende como una actividad que se repite de generación en generación, y manifiesta un tipo de actividad en concreto, además de siempre estar acompañada de expresiones verbal, manifestaciones corporales, tipo de vestimenta en el lugar al cual se representa, en un determinado tiempo, para convertirse y en un valioso elemento que reúne a los grupos sociales de una o diferente comunidad. A su vez, desarrolla a lo largo la participación cultural, senyimiento e identidad.

Historia

Origen

De acuerdo con (Campillo, 2016, pág. 38) define:

El término griego *historía*, derivado del sustantivo *hístōr* (veedor o testigo) y del verbo *historein* (ver, conocer, investigar algo por uno mismo, pero también narrar o atestiguar ante otros lo averiguado), nace en la Grecia antigua para nombrar un cierto tipo de saber

o de conocimiento acerca de los seres y sucesos del mundo, obtenido mediante la investigación empírica y expuesto mediante la narración literaria.

Definición

Por lo tanto, el término historia nombra simultáneamente dos significados diferentes: por un lado, un cierto tipo de saber o de ciencia que se ocupa de los seres humanos, las acciones que han realizado y los sucesos que les han acaecido (historia rerum gestarum); por otro lado, la realidad misma de esos seres humanos, de sus acciones y sucesos, tal y como se han sucedido unos a otros en el curso del tiempo. (Campillo, 2016, pág. 51)

La historia siempre trata de buscar una explicación lógica y objetiva, empieza por la información que conoce acerca del pasado o sucesos en el pasado, porque una vez que se tiene información, puede investigar y publicar, ya que las personas necesitan conocer el pasado para entender y comprender nuestro presente, generando desarrollo. La historia ha enseñado a lo largo del tiempo que si necesitamos reflexionar sobre una situación, social, política, económica o cultura, es necesario revisar nuestro pasado como humanidad y entender a este mundo en la actualidad para que jóvenes no cometan las mismas faltas, escribir nueva historia, hará que nuestra existencia no sea en vano.

Valores

Como señala (Vidal & Pérez, 2016), la formación en valores en la sociedad del nuevo siglo, se torna más compleja y multilateral pues se trata de los componentes de la personalidad, sus contenidos y sus formas de expresión a través de conductas y comportamientos en la realidad que se vive, ya que los valores no se aprenden de la misma forma que los conocimientos y habilidades, sino que este proceso está condicionado por el desarrollo y la experiencia histórica social e individual de cada uno y en él influyen otros factores:

- El medio familiar.

- La ideología imperante a nivel de la sociedad.
- La situación económico-social.
- La preparación educacional que reciben en la institución formadora y el entorno social donde interactúa.

La formación o educación de valores ante el nuevo milenio trae consigo demanda en la eficiencia de los procesos formativos en la enseñanza y mantener las cualidades éticas y morales con el compromiso social de formar seres humanos con valores que faciliten la convivencia y el desarrollo de la comunidad. (Gómez, 2017, pág. 71)

Los valores son un aporte muy importante en el desarrollo de una persona, porque le da una formación más integra, además se sabe que los valores no se aprenden como una materia de colegio, sino por el contrario se aprenden y practican en la vida, como los conocimientos y las habilidades que vamos acumulando a lo largo de nuestras vidas. Se forma los valores a través de las conductas y comportamientos de las personas, que pueden ser intencionales, conscientes o con voluntad, y mediante eso, quien enseña y quien aprende, asumen la influencia que se comparte en su cultura con todo sus componentes y contenidos, para poder cambiar la sociedad de manera positiva y dispuestos a fortalecer los valores de otros.

2.2.9. Autoconcepto

Una de las variables más importantes para el bienestar personal debido a que en general, la mayoría de los problemas conductuales se encuentran asociadas a ella . Así, parece asumido que el autoconcepto se encuentra tan estrechamente relacionado con la aceptación de sí mismo, que el bienestar o su opuesto constituyen dos polos en los que el autoconcepto se encuentra siempre presente. (Massenzana, 2017)

Autoestima

(Massenzana, 2017), manifiesta que autoestima es uno de los conceptos más antiguos de la psicología científica. Originalmente, el termino fue utilizado para referirse a la medida en la que las personas se evalúan a sí mismas de acuerdo al éxito o fracaso percibido en alcanzar sus objetivos.

La relación que ambos constructos presentan es de mucha importancia, porque son la base de la conformación de la personalidad, una que esta diseñada por un conjunto de elementos organizados y relacionados como la interacción de la persona con su contexto social al cual pertenece. Además, todos los pensamientos, sentimientos, experiencias y sensaciones de uno mismo, reflejan una imagen y su valor que tiene en la propia autopercepción personal que se va almacenando durante toda la vida.

Según (Ccasa E. , 2018), señala que las investigaciones han demostrado una relación persistente entre el autoconcepto y la autoestima y diversas variables relacionadas con las actividades académicas. Por ejemplo, los estudiantes con autoconceptos claros y una autoestima positiva tienden a tener puntajes de competencia educativa más altos, a exhibir un logro académico mayor que el que tiene sus iguales con autopercepciones no claras o negativas.

Por otro lado (Ccasa E. , 2018), menciona dimensiones del autoconcepto , como la física, social y emocional

- Dimensión Física: Explica como una persona pone en juicio su propio cuerpo, en muchos casos, se tiende a comparar y tratar de imitar formas de vestir o actuar de otras personas, como las que se ven en medios de comunicación o influenciadores de las redes sociales. Quienes tienen a tener este juicio son los jóvenes.
- Hoy en día se habla de la persuasión de personas que sobresalieron por sus publicaciones, las mismas que eran de mucho interés para diversos grupos, siendo

nombrados como influencer, (Avendaño, Chavez, & Muñoz, 2019), personas que atraen a millones de jóvenes, creando estereotipos de vestimenta o comportamiento, factores que vulneran el autoestima propio de una persona.

- **Dimensión Social:** Explica como el entorno puede influir de manera positiva o negativa a la autoconcepción de una persona, porque estamos en una sociedad maleable, cada día nos comportamos de diferentes maneras, ya sea por el tipo de ropa que vestimos, el lugar donde trabajamos o hasta donde vivimos, elementos hacen parecer que somos diferentes al resto. Además, a diario enfrentamos la desigualdad social, factor que hace más latente el tema de cuestiones el lugar donde estamos.
- **Dimensión Emocional:** Explica el conocimiento que uno tiene sobre estado de sus emociones. Según, (Reeve, 2010), las emociones son sentimientos subjetivos, que nos hacen sentirnos de un modo particular, como en el caso del enojo o la alegría. Pero las emociones también son reacciones biológicas, respuestas movilizadoras de la energía que preparan al cuerpo para adaptarse a cualquier situación que uno enfrente; son agentes intencionales.

2.2.10. Lengua

Según la Constitución política del Perú, en su capítulo sobre los derechos fundamentales de la persona en el artículo 48°.- Son idiomas oficiales el castellano y, en las zonas donde predominen, también lo son el quechua, el aimara y las demás lenguas aborígenes, según la ley.

De acuerdo con (Ccasa E. , 2018) señala que :

La lengua es la base de la construcción y expresión de la cultura de sus miembros. La lengua que se usa en cada comunidad es, en definitiva, su marca personal. La identidad está íntimamente ligada a la palabra que expresan en ese código particular.

Los individuos de cualquier grupo social, usan su lengua como instrumento fundamental para reconstruir y valorar su cultura, además representa su propia forma de ver y entender su entorno, permitiendo encajar en grupos determinados que compartan esta misma visión.

Idioma

(De La Torre, 2018) Ratifica, que el idioma es esencial y muy importante en la expresión de la cultura y la identidad. Es el medio por donde los humanos transmiten su cultura y valores a otras generaciones y también permite darle nombre a las experiencias humanas.

Lengua Materna

(Garatea, 2019) Sostiene que: Era la lengua espontánea, de la casa, el lugar de la madre. En el pasado la expresión habría pasado a significar el dialecto regional, en oposición a la lengua literaria, latina, restringida al mundo letrado y culto, que daba la impresión y solo la impresión de reflejar una unidad lingüística que se sobreponía a las fisuras y diferencias geográficas y sociales.

Desde la posición de (De La Torre, 2018) señala que :

La búsqueda de la identidad se da mayormente en la adolescencia del ser humano, porque ahí es cuando surgen muchas preguntas como ¿Quién soy con respecto a los que me rodean? La cultura, la identidad, la expresión de un determinado pueblo pueden estar conectados inexplicablemente, pero la lengua, el idioma pueden ser factores para desarrollar bases de inclusión, pertenencia o también podría manifestarse todo lo contrario.

Dialecto

Según (De La Torre, 2018), es elemento constructivo de la identidad individual y colectiva. Un dialecto se define como la variedad regional de la lengua de una comunidad

y cuando las personas de dicho lugar la reconocen y valoran de manera positiva, entonces si se identifican entre si y se produce la sensación de diferencia con otras comunidades.

Hoy en día, nuestra sociedad encuentra a personas disconformes con su dialecto, porque es motivo de vergüenza y discriminación, además, buscan evitar algunos modelos léxicos, fonéticos, entonativos, sintácticos y otros que sean propios de su comunidad. Es por eso que optan por eliminar o sustituir con otros tipos de dialectos que piensan que son de más categoría.

(Montes, 1980) señala que, “la lengua es un conjunto de variantes o dialectos y por tanto no tenemos que preocuparnos por demostrar la realidad del dialecto”.

Al momento de negar la existencia del dialecto es porque se intenta encerrar la identidad y eliminar lo esencial.

2.2.11. Manifestaciones culturales

(De La Torre, 2018), ratifica que “Las manifestaciones culturales son, actividades cuyo principal objetivo es realizar un acto comunicacional alrededor del cual un grupo más o menos definido se identifica. Las manifestaciones culturales son una de las principales evidencias de la identidad”.

Fiestas tradicionales

Las fiestas tradicionales son una memoria general, se fragmentan en religiosas y cívicas, cada una con sus adecuadas particularidades.

Las fiestas religiosas están referidas a las evocaciones de agradecimiento dentro de ellas, está la religión católica y la andina, ambas conforman una simbiosis muy marcada esto debido al mestizaje que se ha ido formando, se la denomina simbiosis ya que hay una convivencia y complementación entre ambas. Los acontecimientos como las fiestas son espacios en los que las personas salen de la rutina para realizar una celebración, también

son una obra de arte, una búsqueda de belleza que se manifiesta de manera personal así como grupal. (Baldelomar, 2013)

Danza

(Ccasa E. , 2018) Agrega que la danza es una manifestación cultural en donde se utiliza el movimiento del cuerpo como forma de expresión, de interacción social, con fines de entretenimiento, artístico o religioso. Es también una forma de comunicación, ya que se usa el lenguaje no verbal entre los seres humanos, donde los bailarines expresan sentimientos y emociones a través de sus movimientos y gestos.

Desde el punto de vista de (Baldelomar, 2013), sostiene que:

La danza se realiza con música y no tiene una duración específica, ya que puede durar segundos, minutos u horas. Dentro de la danza existe la coreografía, que es el arte de crear figuras y pueden interpretarse con un número variado de bailarines que por lo general dependerá de la danza que se va a ejecutar y también de su objetivo, puede ser interpretada por un grupo profesional y no profesional.

Musica

Por otro lado (De La Torre, 2018)plantea que:

La música es un arte que, como las demás, es una forma de expresión, y por lo tanto de comunicación entre los hombres. Utiliza elementos como los instrumentos musicales y conocimientos científicos que son los que conforman la física acústica o física del sonido y la audición, mediante el empleo de diversos procedimientos técnicos que se combinan para obtener como resultado una obra musical.

La música es una representación creativa en el día a día de las personas. Crea una relación entre individuo y sociedad y se manifiesta como cultura gracias a sus raíces identitarias. Una forma de vida que muchas veces nos determina como somos.

Arte

La definición de arte está en continua evolución y es en periodos de crisis donde se refuerza su vinculación con la sociedad. Por ello, son muchos los artistas que continúan una línea marcada desde lejos por teóricos y estudiosos que reivindican el carácter terapéutico, regenerador y positivo del arte, mientras que otros siguen trabajando en las líneas ya establecidas, con un carácter marcadamente mercantil. (Quirosa & Luque, 2015)

El arte representa a las practicas sociales y a las instituciones que están dentro de ella, porque proponen los problemas del día a día, como actividades y creencias de la humanidad. Se pueden expresar de muchas maneras, transformandose en estilos a lo largo del tiempo y en distintas culturas, además, es capaz de tomar el futuro como parte de su concepto.

Gastronomía

La gastronomía es el arte culinario, donde interviene varios componentes. Mediante la cuidadosa mezcla de sabores, olores, colores, texturas, sonidos y pensamientos que se encuentran en los diversos universos de la comida. (Ccasa E. , 2018)

La cocina ancestral es un ingrediente básico de la cultura, porque en sus ingredientes se reúnen las costumbres y tradiciones de un lugar, desbordando sabores y practicas antiquísimas de cocina, que serán compartidas en un grupo familiar por muchas generaciones y que se convertirán en el patrimonio culinario de la sociedad.

Mitos y leyendas

(De La Torre, 2018) señala que, el mito es un relato que, desde una forma simbólica, trata de recuperar los orígenes. Así, el mito usualmente da a conocer sobre el nacimiento del universo o de la creación de los seres humanos y animales, o también del cómo se nacieron las creencias, los ritos y las formas de vida de un pueblo. Además, (De La Torre, 2018), agrega que, las leyenda es un relato tradicional de un pueblo o una colección de relatos relacionados entre sí que parte de situaciones históricamente verdaderas, pero que luego puede acoplar elementos ficticios. En la leyenda se combinan verdad y ficción. En ambas narraciones encierra un fulgor común, histórico y folclórico, donde la imaginación por lo mágico y lo extraordinario cobra vida, representando la expresión más genuina de un pueblo.

2.3.Marco conceptual

Conocimiento

“El conocimiento es la suma de experiencias vividas del ser humano desde su nacimiento, es el conocimiento un proceso progresivo y gradual desarrollado por el hombre para aprender su mundo y realizarse como individuo y especie”. (Ramírez, 2009)

El termino conocimiento, según lo expuesto por la (RAE, 2001), menciona que el conocimiento es una actividad que permite alcanzar la comprensión, así mismo, la definición de la palabra conocer significa indagar por el uso de capacidades mentales la condición, aspectos y vínculo de las cosas.

Museo

Los museos son espacios democratizadores, inclusivos y polifónicos para el diálogo crítico sobre los pasados y los futuros. Reconociendo y abordando los conflictos y desafíos del presente, custodian artefactos y especímenes para la sociedad, salvaguardan

memorias diversas para las generaciones futuras, y garantizan la igualdad de derechos y la igualdad de acceso al patrimonio para todos los pueblos. (Museos, 2019)

Tenebrista

Es la tendencia pictórica del estilo Barroco que tiende a destacar, mediante fuertes contrastes de luminosidad, la irrupción de la luz en un contexto oscuro. (RAE, 2001)

Manierista

Es el estilo artístico y literario del Renacimiento tardío, caracterizado por su refinamiento y artificiosidad. Además se caracteriza por tender al rebuscamiento expresivo. (RAE, 2001)

Botadura

Según, (Villa, 2015), Una vez finalizada la construcción del casco se procede a la puesta a flote, lo que se realiza mediante deslizamiento sobre un plano inclinado (cama de lanzamiento) en el caso de construcción en grada o varadero, inundación del dique si la construcción es en dique seco y arriado mediante grúa u otro método similar si se ha hecho en el taller.

Identidad

Considerando lo descrito por la (RAE, 2001) el término identidad se comprende como el conjunto de rasgos propios de un individuo o de una colectividad que lo caracteriza frente a los demás, por otro lado, se define como la consciencia que una persona tiene de ser ella misma y distinta a las demás.

Pachamama

Según, (González S. , 2004) la Pachamama, madre tierra, es el territorio, es la fertilidad, es totalidad, es tiempo y es espacio. En la perspectiva occidental se le asocia al concepto

de universo. A la vez se tiene que la Pachamama pertenece a este mundo, su simbología andina le representa con muchas figuras como las del puma, lagarto o el sapo.

Cultura

Es el conjunto de rasgos distintivos, espirituales y materiales, intelectuales y afectivos que caracterizan a una sociedad o un grupo social. Engloba, además de las artes y las letras, los modos de vida, los derechos fundamentales al ser humano, los sistemas de valores, las tradiciones y las creencias y que la cultura da al hombre la capacidad de reflexionar sobre sí mismo. Es ella la que hace de nosotros seres específicamente humanos, racionales, críticos y éticamente comprometidos. A través de ella discernimos los valores y efectuamos opciones. A través de ella el hombre se expresa, toma conciencia de sí mismo, se reconoce como un proyecto inacabado, pone en cuestión sus propias realizaciones, busca incansablemente nuevas significaciones, y crea obras que lo trascienden. (Aranguren, 2016)

Turismo

La Organización Mundial del turismo describe turismo como todas aquellas actividades que las personas realizan mientras están de viaje en entornos donde no es habitual que se encuentren, cuyos fines son el ocio, los negocios u otros y duran períodos inferiores a un año. (OMT, s.f.)

CAPITULO III

MATERIALES Y MÉTODOS

3.1.DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

Según, (Hernandez, Fernandez, & Baptista, 2014), “la investigación no experimental es aquella que se realiza sin manipular deliberadamente variables” (p.149), así la presente investigación es de diseño no experimental y siendo de tipo de diseño transeccional o transversal donde se “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”.

3.2.TIPO DE INVESTIGACIÓN

Según, (Hernandez, Fernandez, & Baptista, 2014), con respecto a la investigación de alcance descriptivo, menciona que: “busca especificar propiedades, características y rasgos importantes de cualquier fenómeno que se analice. Describe tendencias de un grupo o población”. (p. 80), además, la investigación es también de alcance correlacional, el autor menciona que “este tipo de estudio tiene como finalidad conocer la relación o grado de asociación que exista entre dos o más conceptos, categorías o variables en un contexto en particular (p.81). Por lo tanto, la presente investigación será de tipo “descriptiva” en un primer momento y luego “correlacional”, de acuerdo a la finalidad de la misma.

3.3.LUGAR DE INVESTIGACIÓN

3.3.1. Ubicación

- **Espacial:** La ubicación espacial de la investigación se encuentra en la Región Puno, Provincia Puno, ciudad de Puno, Universidad Nacional del Altiplano.
- **Temporal:** La presente investigación se desarrolló en los meses de julio, agosto, setiembre y octubre del 2019.

3.4.POBLACIÓN Y MUESTRA

3.4.1. Población

Se tomó en cuenta la población de estudiantes con matrícula regular de 3ero al 8vo semestre de la Escuela Profesional de Turismo.

Tabla 7.

Alumnos matriculados en el año 2019 del II semestre académico de la Escuela Profesional de Turismo.

Semestre	Cantidad de alumnos
Tercero	36
Cuarto	50
Quinto	66
Sexto	44
Septimo	35
Octavo	34
TOTAL	265

Fuente: Escuela Profesional de Turismo UNA – Puno

3.4.2. Muestra

Para la presente investigación se realizará un muestreo probabilístico estratificado, ya que este tipo de muestreo está constituido por estratos o sub grupos, según las características que se consideren, tal es así que se obtendrán muestras más semejantes a la población. Para conseguir la muestra requerida para el trabajo de investigación se procederá emplear la siguiente fórmula, utilizando un nivel de confianza del 95% y con margen de error del 5 %.

$$M = \frac{Z^2 \times (P \times Q) \times N}{e^2 \times (N - 1) + Z^2 \times (P \times Q)}$$

Donde:

N = Total de estudiantes = 265

$Z_{\alpha/2}$ = Nivel de confianza 95% = 1.96

P = Proporción esperada (en este caso 50% = 0.5) = 0.5

Q = 1 – p(en este caso 1 – 0.5 = 0.5) = 0.5

e^2 = Margen de error (en este caso 5 %) = 0.05

M = Muestra

$$M = \frac{1.96^2 \times (0.5 \times 0.5) \times 265}{0.05^2 \times (264 - 1) + 1.96^2 \times (0.5 \times 0.5)}$$

$$M = \frac{3.84 \times (0.25) \times 265}{0.0025(263) + 3.84(0.25)}$$

$$M = 157$$

La muestra requerida es de 157 estudiantes, los cuales serán encuestados para obtener la información requerida. Para la asignación de los tamaños muestrales a los diferentes estratos en el muestreo estratificado se utilizó el procedimiento de muestreo estratificado.

$$M_e = \frac{M \times N_e}{N}$$

Donde:

M_e = Muestra Estratificada

M= Tamaño Muestral

N=Población total

N_e = Población en el estrato

Tabla 8.
Muestreo Estratificado.

Semestre	Numero de alumnos (N_e)	Numero de alumnos a encuestar (M_e)
Tercero	36	21
Cuarto	50	30
Quinto	66	39
Sexto	44	26
Septimo	35	21
Octavo	34	20
TOTAL	265	157

Fuente: Elaboración Propia

3.5.VARIABLES

Tabla 9.
Operacionalización de Variables

VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS	ESCALAS	TÉCNICA	INSTRUMENTO
Nivel de conocimiento de museos regionales	Evaluación sobre museos regionales	20 Preguntas	Nota Baja: Entre 0 y 5 puntos	Encuesta Preguntas con alternativas regionales.	Prueba de conocimiento sobre museos regionales.	
			Nota Regular: Entre 6 y 10 puntos			
Variable independiente	Nivel de Conocimiento	de Puno	Preguntas	Nota Buena: Entre 11-15 puntos.	Encuesta Preguntas con alternativas regionales.	Prueba de conocimiento sobre museos regionales.
	Sentido de Pertenencia	Tradiciones Historia Valores	2.1 – 2.6	Nota Muy Buena: Entre 16 y 20 puntos.		
Identidad cultural	Autoconcepto	Física Social Emocional	3.1 – 3.6	Escala de Likert Nunca=1	Encuesta Preguntas Cerradas	Cuestionario
Variable Dependiente	Lengua	Danza Música Arte	4.1 – 4.6	Algunas veces=3	Encuesta Preguntas Cerradas	Cuestionario
		Gastronomía Mitos y Leyendas	5.1 – 5.12	Siempre=5		

Fuente: Elaboración Propia

3.6.RECOLECCIÓN DE DATOS

3.6.1. Técnica

Se aplicará la técnica de campo denominada encuesta.

- Para la variable de “Nivel de Conocimientos de museos regionales” se utilizará una prueba de conocimientos que contiene 20 preguntas relacionadas a los museos regionales de Puno (Ver Anexo B)
- Para la variable “Identidad Cultural” se utilizará un cuestionario como instrumento (Ver Anexo C)

3.6.2. Criterios de Selección

- Criterios de Inclusión

Estudiantes de la Escuela Profesional de Turismo y con matrícula regular.

- Criterios de Exclusión

Estudiantes de la Escuela Profesional de Turismo y con matrícula irregular.

3.7.PROCESAMIENTO DE DATOS

Respecto a la administración y coordinación:

- Se pidió autorización a la dirección de estudios de la Escuela Profesional de Turismo para desarrollar la investigación.
- Se pidió autorización a los Docentes de los cursos en los que se desarrollará la investigación.

Respecto a la ejecución:

- Se elaboró un cronograma para llevar a cabo la actividad respectiva.
- Con los cronogramas ya elaborados se dio inicio a las actividades.
- Se describió de forma clara el procedimiento, logrando la aceptación por parte de los interesados, todo esto ayudó que respondan de manera honesta y natural.

- Se aplicó los instrumentos, reunido a todos los alumnos involucrados en la investigación alumnos de la Escuela Profesional de Turismo.
- Se espero un tiempo necesario entre 20 y 30 min.
- Durante el proceso se observó la inquietud de algunos estudiantes, en razón a la formulación de las preguntas.
- Se finalizo agradeciendo a los participantes por la disposición de tiempo prestada durante el proceso así mismo se resaltó su apoyo, por ser de mucha importancia para llevar a cabo la investigación
- Posteriormente los instrumentos estuvieron listos y llenados para su revisión y procesamiento.

3.8.ANÁLISIS DE DATOS

El análisis de datos se elaboró mediante un ordenador, se originó una matriz de datos utilizando un programa de computadora estadístico, en este caso se uso el SPSS, versión 25; después de diseñar garficos y tablas se analizó los datos a travez de interpretaciones para relacionar las variables.

El análisis e interpretación de datos de la investigación se realizó mediante la:

- Estadística descriptiva: Depende del tipo de variables y de los objetivos de la investigación, es decir, se agrupa la información obtenida y se representa en tablas, gráficos y parámetros que resumen y permiten entender la investigación
- Estadígrafos de tendencia central: los estadígrafos de tendencia central utilizados en la investigación son la media, moda y mediana.
- Medidas de dispersión: Son estadígrafos que miden la dispersión de los datos, el rango es una de ellas, este consiste en la diferencia entre el dato mayor y el dato menor.

Para el análisis estadístico se aplicó la estadística porcentual y la correlación de Pearson.

Consideraciones Éticas

Solicitud de permiso a la dirección de estudios de la Escuela Profesional de Turismo

3.9.ANALISIS ESTADÍSTICO

Como técnicas estadísticas para determinar la correlación se utilizaron tabulaciones en el programa SPSS, cuadro de frecuencias y porcentajes, el coeficiente de correlación de Pearson, para la comprobación de hipótesis general y específica, guardando el rigor metodológico y las características éticas correspondientes.

Correlación de Pearson

El coeficiente de correlación de Pearson, pensado en variables cuantitativas, es un índice que mide el grado de covariación entre distintas variables relacionadas linealmente.

El coeficiente de correlación de Pearson es un índice de fácil ejecución e igualmente, de fácil interpretación. Sus valores absolutos oscilan entre 0 y 1.

CAPITULO IV

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Tabla 10.

Semestre en curso

Semestre	Frecuencia	Porcentaje
III	21	13,4
IV	30	19,1
V	39	24,8
VI	26	16,6
VII	21	13,4
VIII	20	12,7
Total	157	100,0

Fuente: Elaboración propia

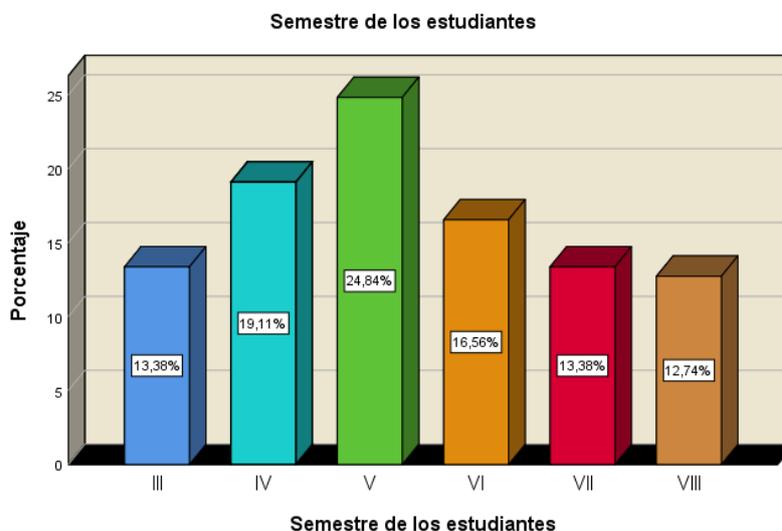


Figura 1. Semestre de los estudiantes

Fuente: Elaboración propia.

Interpretación:

De acuerdo a la tabla 10 y a la figura 1, se puede observar que el 13.38% son estudiantes de tercer semestre, seguidamente el cuarto semestre cuenta con el 19.11%, el quinto

semestre cuenta el 24.84%, con 16.56% el sexto semestre, con 13.38% en séptimo semestre y por último el octavo semestre con 12,74%.

Con estos datos podemos inferir que la mayor cantidad de estudiantes se encuentra en el quinto semestre, y el más bajo es el de octavo.

Tabla 11.

Edad de los Estudiantes

Edad	Frecuencia	Porcentaje
17 – 20	95	60,5
21 – 24	58	36,9
25 – 28	4	2,5
Total	157	100,0

Fuente: Elaboración propia.

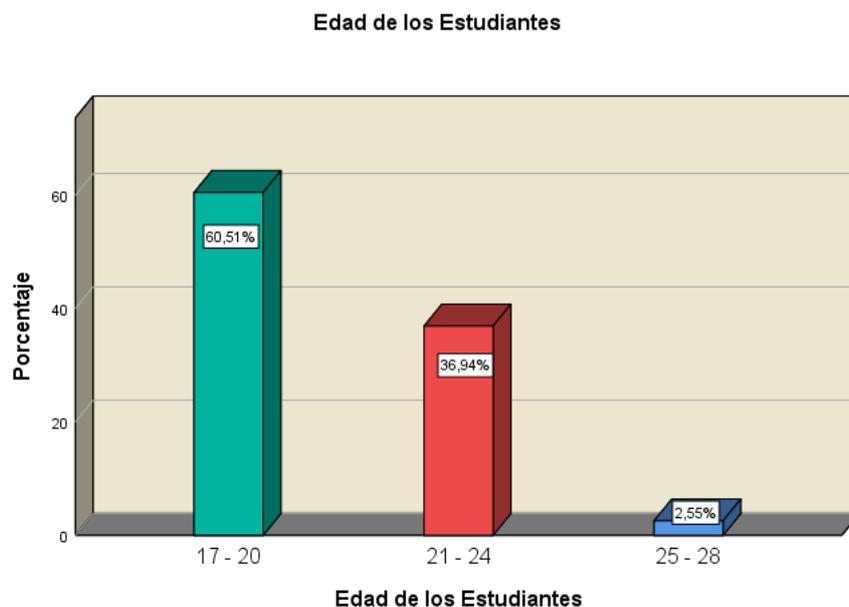


Figura 2. Edad de los Estudiantes.

Fuente: Elaboración propia.

Interpretación:

Según la tabla 10 y la figura 2 nos muestra que el 60.5% de estudiantes tienen una edad promedio que los 17 a 20 años; seguidamente con 36.94% está el rango de edad que fluctúa entre los 21 a 24 años y con 2.55% esta el rango de edad que va desde los 25 hasta

los 28 años. Esto datos prueban claramente que la mayoría de los estudiantes de la Escuela Profesional de Turismo son jóvenes de entre 17 a 20 años.

4.1. Genero e Idioma Nativo de los Estudiantes

Tabla 12.

Genero de los Estudiantes e Idioma Nativo de los Estudiantes

Género	Idioma Nativo				
	Castellano	Quechua	Aimara	Total	
Femenino	N	51	35	26	112
	%	68,9%	67,3%	83,9%	71,3%
Masculino	N	23	17	5	45
	%	31,1%	32,7%	16,1%	28,7%
Total	N	74	52	31	157
	%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Fuente: Elaboración propia.

Interpretación:

Según la tabla 12, se observa que el mayor número de encuestados fueron del género femenino con un total de 112 mujeres, representado por un 71.3% del total, mientras que el género masculino completo el total con 45 personas, representado por el 28.7%.

Además con respecto al idioma nativo que hablan, con un 83.9% las mujeres consideran que el castellano es su lengua nativa, mientras que con un 31.1% es la lengua nativa que identifica al género masculino. Seguidamente, el 67.3% de la población femenina considera que el quechua es su lengua nativa y el 32,7% corresponde al género masculino, finalmente, con el 83.9% del total del genero femenino, se identifica como lengua nativa el aimara y el género masculino representa el 16.1% de esta lengua nativa.

Por lo tanto, es claro que el idioma nativo más representativo en la población es el aimara, y que es más hablado por el género femenino, identificando a la zona sur de la región.

El presente estudio fue realizado con una muestra de 157 participantes, a diferencia de (Ccasa E. , 2018) que evaluo la relación entre la música tradicional y la identidad cultural

con una muestra de 232 participantes, de la misma forma lo hizo (De La Torre, 2018) que uso la misma cantidad para su muestra, pero relaciono las danzas folklóricas con la identidad cultural de los estudiantes de la Universidad Nacional San Agustín, para ambos casos. Por otra parte, (Valdivia & Zegarra, 2017), consideró como muestra 217 participantes para demostrar la relación entre el conocimiento del patrimonio cultural y la identidad cultural de la provincia de Arequipa.

4.2. Influencia del nivel de conocimiento sobre museos regionales en relación con la identidad de los estudiantes de la escuela profesional de Turismo.

Tabla 13.

Nivel de conocimiento sobre museos regionales con la identidad cultural de los estudiantes.

Nivel conocimiento sobre Museos		Identidad Cultural			Total
		Identidad Baja	Identidad Media	Identidad Alta	
Bajo	N	1	14	1	16
	%	0,6%	8,9%	0,6%	10,2%
Regular	N	5	59	26	90
	%	3,2%	37,6%	16,6%	57,3%
Bueno	N	1	32	17	50
	%	0,6%	20,4%	10,8%	31,8%
Muy Bueno	N	0	1	0	1
	%	0,0%	0,6%	0,0%	0,6%
Total	N	7	106	44	157
	%	4,5%	67,5%	28,0%	100,0%

Nota: Chi cal = 5.974 > Chi Tab = 4.5702 p = 0.6 gl = 6

Fuente: Elaboración propia.

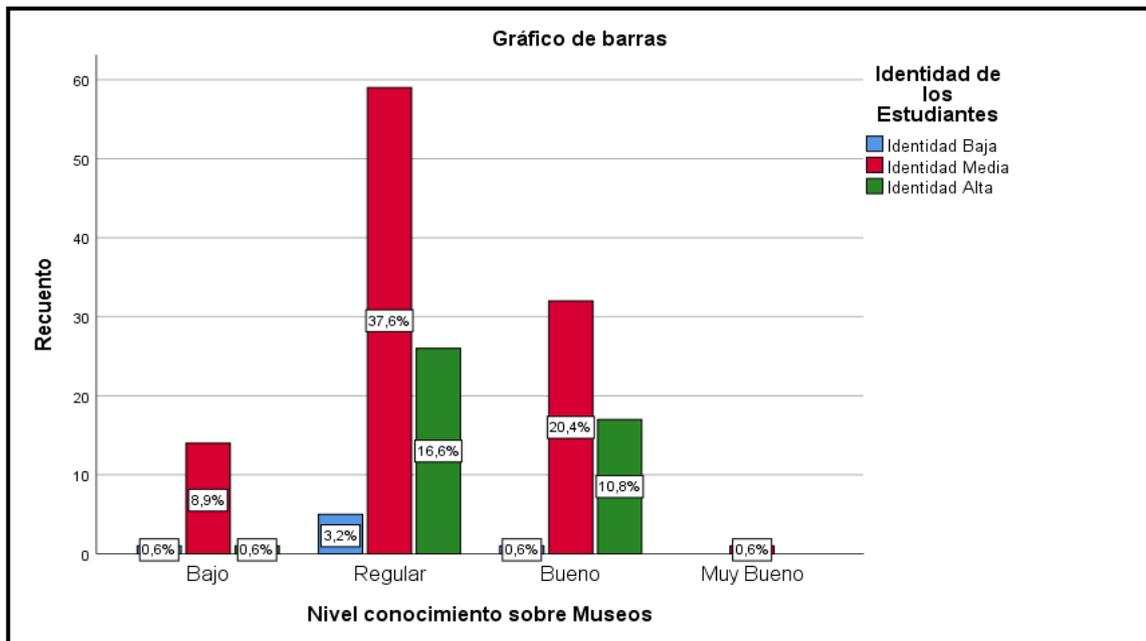


Figura 3. Nivel de conocimiento sobre museos con la identidad de los estudiantes

Fuente: Elaboración propia.

Interpretación:

En la tabla N° 13, refleja del total de 157 estudiantes, donde el 57.3% mostraron nivel de conocimiento regular sobre museos, del mismo grupo el 37.6% tienen identidad media, mientras el 16.6% mostraron identidad alta y con el porcentaje de 3.2% la identidad baja.

Por otro lado el 31.8% de los estudiantes presentaron nivel bueno de conocimiento sobre museos, dentro de este grupo el 20.4% mostraron identidad media, sin embargo el 10.8% de los estudiantes tienen identidad alta y 0.6% identidad baja.

En cuanto a los estudiantes con nivel de conocimiento bajo que representa 10.2%, donde el 8.9% de los estudiantes tienen identidad media, finalmente 0.6% de ellos se encuentran entre identidad baja y alta.

Mientras que solo un estudiante obtuvo nivel de conocimiento muy bueno sobre los museos y posee una identidad media que representa de 0.6%.

Según la prueba de chi cuadrado de Pearson, se halló χ^2_{gl} , $p: 0.6$, donde se obtuvo X^2_{calc} : 5.974 que es mayor de la X^2_{tab} : 4.5702, esto quiere decir, que existe la influencia del

nivel de conocimiento sobre museos con la identidad de los estudiantes de la facultad de Turismo, por ende se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna.

Por lo tanto se considera que a mayor conocimiento sobre los museos que poseen los estudiantes de la facultad de Turismo mostraran mejor identidad sobre su cultura.

A partir de los resultados encontrados luego de la investigación, se acepta la hipótesis alternativa general que establece que existe una relación entre el nivel de conocimiento sobre museos regionales y la identidad cultural en los estudiantes de la escuela profesional de Turismo en la Universidad Nacional del Altiplano.

No existen investigaciones en la escuela profesional antes mencionada que relacionen el conocimiento de los museos regionales con la identidad cultural de los estudiantes, es por eso que se elaboró una comparación con investigaciones similares. Estos resultados guardan relación con lo que sostiene (Ccasa E. , 2018) en su tesis, titulada Influencia del Nivel de Conocimiento de la Música Tradicional en la Identidad Cultural de los Estudiantes de la Escuela Profesional de Turismo y Hotelería de la Universidad Nacional San Agustín, Arequipa 2018, señala que los resultados obtenidos de la investigación, demuestran que existe una correlación significativa y positiva entre el nivel de conocimiento de la música tradicional y la identidad cultural.

Este autor refiere en su investigación que hay una relación directa entre las variables, por lo tanto, a medida que el conocimiento de la música tradicional por parte de los estudiantes aumenta, la identidad cultural también aumenta. Además, como refiere (González & Feliu, 2015) en su investigación de educación patrimonial e identidad, el papel de los museos en la generación de cohesión social y de vínculos de pertenencia a una comunidad, desde los ambientes académicos a menudo se ha construido la historia “ como una identidad y, por tanto, como oposición al otro”, el museo tiene la oportunidad de utilizar una de las fuentes primarias de la historia: el patrimonio, como nexo de unión

de esa múltiples identidades. Es por eso que se refleja en ambos resultados para la contrastación de la hipótesis alterna, que si hay una relación directa entre el nivel de conocimientos de un atributo de la cultura, ya sean patrimonios culturales en general, música de un pueblo o con los museos regionales, guarda relación directa con la identidad cultural de las poblaciones en estudio. La identidad enmarca todo lo que somos y lo que nos caracteriza como cultura y sociedad, debido a que desde niños vamos aprendiendo de antiguas sociedades que nos antecedieron y de objetos que se encuentran en recintos como los museos, para seguir transmitiéndola a nuestras siguientes generaciones.

4.3. Influencia del Nivel de Conocimiento sobre museos en el Sentido de Pertenencia.

Tabla 14.

Nivel conocimiento sobre Museos en el Sentido de Pertenencia de los estudiantes de la Facultad de Turismo- UNA-PUNO

Nivel conocimiento sobre Museos		Sentido de Pertenencia			Total
		Identidad Baja	Identidad Media	Identidad Alta	
Bajo	N	0	14	2	16
	%	0,0%	8,9%	1,3%	10,2%
Regular	N	6	49	35	90
	%	3,8%	31,2%	22,3%	57,3%
Bueno	N	1	28	21	50
	%	0,6%	17,8%	13,4%	31,8%
Muy Bueno	N	0	1	0	1
	%	0,0%	0,6%	0,0%	0,6%
Total	N	7	92	58	157
	%	4,5%	58,6%	36,9%	100,0%

Nota: Chi cal = 8.711 > chi Tab = 3.0701 p= 0.8 gl= 6

Fuente: Elaboración propia.

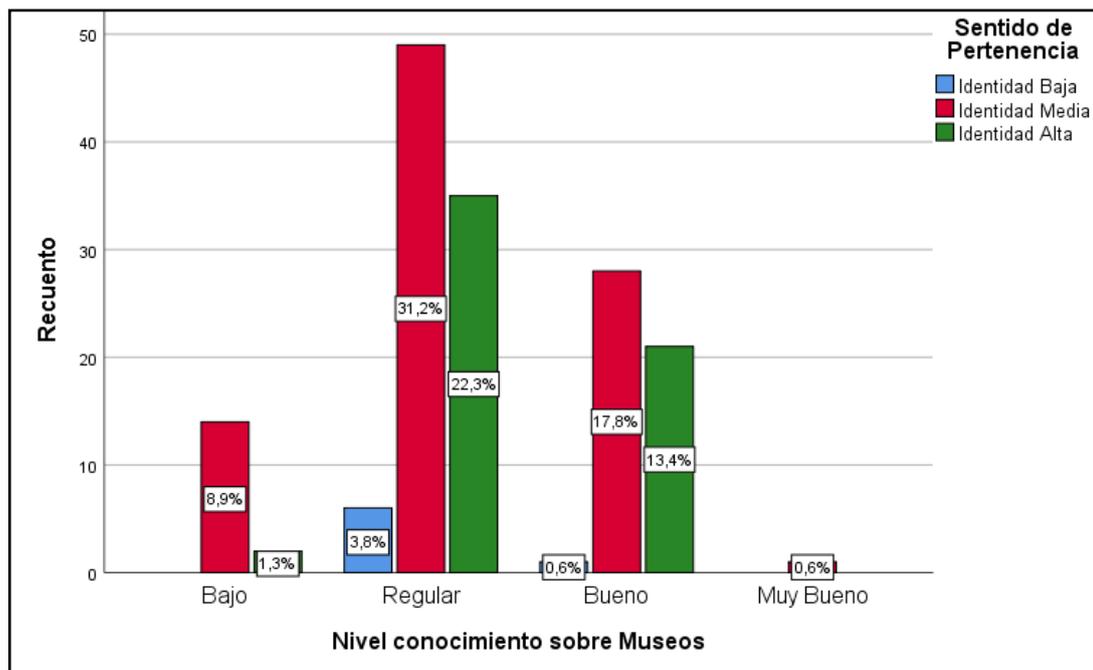


Figura 4. Influencia del Nivel conocimiento sobre Museos en el Sentido de Pertenencia de los estudiantes de la Facultad de Turismo- UNA-PUNO

Fuente: Elaboración propia.

Interpretación:

En la tabla N° 14 se evidencia que del total de 157 estudiantes encuestados, 90 estudiantes representan el 57.3%, en donde el nivel de conocimiento sobre museos es regular, 50 esudiantes de los cuales el 31.8% en cuanto al sentido de pertenencia tienen nivel de conocimiento bueno, donde estos estudiantes practican las tradiciones de su localidad, a veces ponen en practica los valores inculcados cuando eran niños e incluso cuando eran adolescentes, mientras que la tercera parte de la población de este grupo tiene identidad alta, lo que indica que este grupo de los estudiantes visita a museos para ampliar conocimientos sobre culturas de su región, además adquieren valores culturales y se identifican y en mínimo porcentaje de 3.8% presentaron identidad baja.

Por otro lado los estudiantes que presentaron nivel de conocimiento sobre museos el 31.8% es bueno, siendo así el 17.8% de los estudiantes mostraron identidad media sobre el sentido de pertenencia, y el 13.4% identidad alta.

Así mismo los estudiantes de nivel bajo de conocimientos sobre museos que representan el 10.2%, mostraron identidad media sobre el sentido de pertenencia de 8.9% y solo 1.3% identidad alta.

Según el análisis estadístico con la prueba de chi cuadrado de Pearson, como se detalla en la tabla, con 6gl, p: 0.8 donde se obtuvo X^2_{calc} : 8.711 que es mayor de la X^2_{tab} : 3.0701, lo que indica que existe la influencia del nivel de conocimiento sobre museos en el sentido de pertenencia de los estudiantes de la facultad de Turismo, por tal razón se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna.

En lo que respecta a la relación entre el nivel de conocimientos de museos regionales y el sentido de pertenencia en este estudio, existe la relación e influencia en los estudiantes de la Escuela profesional de Turismo. Según determina la revista titulada Sentido de Pertenencia y compromiso organizacional de Davila y Jimena (2014), donde determina la validez discriminante del sentido de pertenencia y de los diferentes tipos de compromiso organizacional, y analizar la relación y capacidad predictiva de estos constructos del bienestar subjetivo y psicológico. 354 personas cumplimentaron un cuestionario que permitía medir los constructos descritos. Los resultados muestran que el sentido de pertenencia y los diferentes tipos de compromiso organizacional son constructos diferentes, y que se asocian de forma diferencial con los diversos indicadores del bienestar en función del tipo de puesto de trabajo estudiado. El compromiso afectivo es el predictor más importante para los empleados que desempeñan puestos de base, y el sentido de pertenencia es el único predictor para los puestos de mando. Por otro lado, (De La Torre, 2018), en su investigación, influencia del nivel de conocimiento de las danzas folklóricas de la ciudad de Arequipa en la identidad cultural de los estudiantes de la Escuela de Turismo y Hotelería de la Universidad Nacional San Agustín, concluye que existe influencia positiva y significativa entre el conocimiento de danzas folklóricas y el

sentido de pertenencia de los estudiantes de la Escuela Profesional de Turismo y Hotelería de la Universidad Nacional San Agustín. A pesar de no tener al semejanza de los indicadores o dimensiones en su totalidad, la investigación guarda relación ya que se muestra que el sentido de pertenencia como dimensión en ambas investigaciones tiene marcada influencia ya que los estudiantes ponen en valor las tradiciones de sus lugares de origen, reafirman sus costumbres, tanto en danzas como en el que se muestra en el patrimonio albergado en los museos, se pueden ver en ambas direcciones la importancia de ritos, usos sociales, ideas, valores, normas de conducta, se transmiten por generaciones.

4.4. Influencia de Nivel de Conocimiento sobre museos en el Autoconcepto

Tabla 15.

Influencia del Nivel conocimiento sobre Museos en el Autoconcepto de los Estudiantes de Turismo

Nivel conocimiento sobre Museos		Auto Concepto De Los Estudiantes			Total	
		Identidad	Identidad	Identidad		
		Baja	Media	Alta		
Bajo	N	3	12	1	16	
	%	1,9%	7,6%	0,6%	10,2%	
Regular	N	15	61	14	90	
	%	9,6%	38,9%	8,9%	57,3%	
Bueno	N	5	30	15	50	
	%	3,2%	19,1%	9,6%	31,8%	
Muy Bueno	N	0	1	0	1	
	%	0,0%	0,6%	0,0%	0,6%	
		N	23	104	30	157
Total		%	14,6%	66,2%	19,1%	100,0%

Nota: Prueba Estadística: Chi cal = 7.27 > chi Tab = 3.8376 p= 0.7 gl= 6

Fuente: Elaboración propia.

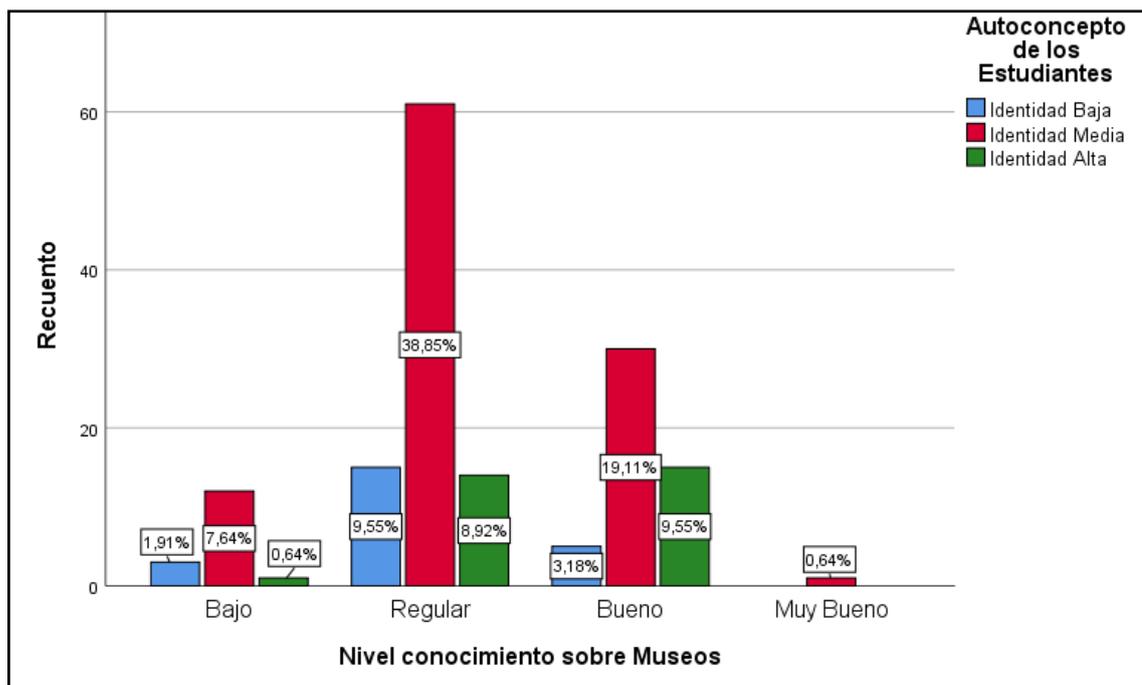


Figura 5. Influencia del Nivel conocimiento sobre Museos en el Autoconcepto de los Estudiantes de Turismo.

Fuente: Elaboración propia.

Interpretación:

En la tabla N° 15 del total de 157 estudiantes encuestados, donde el 57,3% tienen nivel de regular en el conocimiento de museos, dentro de este grupo el dato que resalta es el de 38,9% presentaron identidad media en cuanto al autoconcepto, es decir estos estudiantes usan vestimenta cuando están sólo en el lugar, así también algunas veces comparten sus costumbres con sus compañeros, además, existe un desbalance de 1% de los estudiantes que presentaron identidad baja y alta, se puede decir que esto es debido a que estos estudiantes se identifican con su autopercepción cultural de su lugar de procedencia y otros no.

Seguido a los estudiantes que tienen nivel de conocimiento bueno sobre los museos que es de 31,8%, donde se encontró que el 19,1% presentaron identidad media en el autoconcepto, dado que los bienes arqueológicos en los museos pocas veces les

impresionan a primera vista, el 9.6% tienen identidad alta, donde a estos estudiantes el género musical les genera emociones positivas, y visten trajes típicos del lugar de procedencia, y solo el 3.2% identidad baja.

Mientras que los estudiantes con nivel de conocimiento bajo en los museos que representan el 10.2% es bajo, donde el 7.6% muestra identidad media, seguido de las mínimas diferencias entre la identidad baja y elevada.

Sin embargo, solo se encontró a un estudiante con nivel de conocimiento muy bueno y con identidad alta en el autoconcepto de 0.6%.

Estadísticamente según la prueba de chi cuadrado de Pearson, se halló $6gl, p: 0.7$, donde se obtuvo $X^2_{calc}: 7.27$ que es mayor de la $X^2_{tab}: 3.8376$, lo que indica que existe la influencia del nivel de conocimiento sobre museos con el autoconcepto de los estudiantes de la facultad de Turismo, por ende se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna.

En cuanto a la relación entre el nivel de conocimientos sobre museos regionales y la dimensión del autoconcepto, se acepta la hipótesis alternativa que halla la influencia entre estos dos términos, como nos muestran los resultados, se tiene claro la autoidentificación en los estudiantes, se sienten seguros de como son físicamente, con el autoestima bueno para poderse sentirse autoidentificados con la cultura del lugar que provienen, tal vez no encuentren el espacio para hacerlo en la ciudad y lo van olvidando a lo largo de los años, pero cuando se da la oportunidad, saben distinguirse en la sociedad. Según los resultados obtenidos por (Ccasa E. , 2018) quien menciona que no existe una influencia entre el conocimiento de la música tradicional y el autoconcepto, no hay relación entre estas dos variables, ya que saber quien somos no depende de un solo indicador, por el contrario, existe relación cuando todos los indicadores físicos, sociales y emocionales concurren en una misma persona pero en diferentes culturas. Por lo cual, la investigación por ser

diferente y nueva, demuestra que viendo el patrimonio guardado en los museos de muchas culturas, los estudiantes pueden identificarse con muchos o pocos objetos que al final hace que se reconozcan y se sientan acogidos por su propia cultura de su lugar, ya sea en vestimenta, música o historia.

4.5. Influencia de Nivel de Conocimiento sobre museos en la identidad de Lengua

Tabla 16.

Influencia del Nivel de conocimiento sobre Museos en la Identidad de lengua Nativa

Nivel conocimiento sobre Museos		Identidad de la lengua Nativa			Total
		Identidad Baja	Identidad Media	Identidad Alta	
Bajo	N	2	12	2	16
	%	1,3%	7,6%	1,3%	10,2%
Regular	N	13	68	9	90
	%	8,3%	43,3%	5,7%	57,3%
Bueno	N	10	36	4	50
	%	6,4%	22,9%	2,5%	31,8%
Muy Bueno	N	0	1	0	1
	%	0,0%	0,6%	0,0%	0,6%
Total	N	25	117	15	157
	%	15,9%	74,5%	9,6%	100,0%

Nota: Chi cal = 1.452 < chi Tab = 12.5916 p= 0.05 gl= 6

Fuente: Elaboración propia.

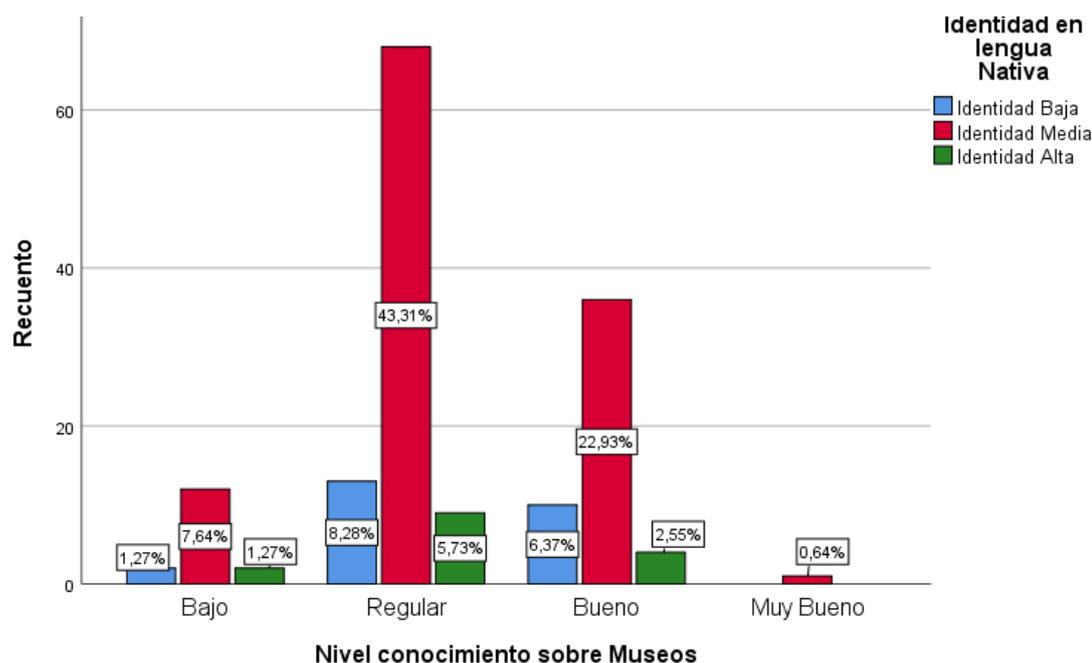


Figura 6. Influencia del Nivel de conocimiento sobre Museos en la Identidad de lengua Nativa

Fuente: Elaboración propia.

Interpretación:

En la tabla N° 16, se observa del total de 157 estudiantes encuestados, en su gran mayoría, los estudiantes que tienen nivel de conocimiento regular sobre los museos que representa el 57.3%, manifestaron acerca de su identidad de la lengua nativa, donde en su mayoría mostraron identidad media de 43.3%, esto se debe estos estudiantes dominan el castellano y pocas veces hablan su idioma materno, también manifestaron que les gustaría aprender otros idiomas extranjeros, el 8.3% mostraron identidad baja y 5.7% identidad alta.

Por otro lado los estudiantes con nivel conocimiento bueno sobre los museos que es de 32.8%, mostraron el 22.9% identidad media por su idioma nativo, donde consideran que el idioma es parte de su identidad, el 6.4% identidad baja y 2.5% alta.

Dentro de ellos los estudiantes con nivel de conocimiento bajo sobre los museos que representan el 10.2%, manifestaron identidad media de 7.6%, lo que indican que se han sentido discriminados por hablar su idioma nativo, a veces prefieren que sus padres y

abuelos hablen en castellano para evitar hablar su idioma nativo, sienten vergüenza cuando sus familiares hablan en Quechua o Aimara así mismo el 1.3% de los estudiantes presentaron identidad baja y elevada.

Finalmente el estudiante que tiene nivel de conocimiento muy bueno sobre los museos 0.6%, presento una identidad media, en cuanto a su identidad de la lengua nativa, porque demostró que en la universidad habla su dialecto sin burlas y ante sus compañeros, pero no es una identidad alta.

Según el contraste de la estadística de la prueba de chi cuadrado Pearson, se halló $6gl, p: 0.05$, donde se obtuvo $X^2_{calc}: 1.452$ que es menor de la $X^2_{tab}: 12.5916$, lo que indica que no existe la influencia el nivel de conocimiento sobre museos con la identidad de la lengua nativa de los estudiantes de la facultad de Turismo, por ello se rechaza la hipótesis alterna y se acepta la hipótesis nula.

Por otra parte, la investigación nos demuestra que hay indicadores que no aportan al crecimiento de conocimiento, ni a la construcción de una identidad alta, es decir, que se encontró en una de las dimensiones con poca o nula influencia. La lengua como dimensión y sus indicadores no muestran atribuciones determinantes en los estudiantes de la escuela profesional de Turismo, debido a que se tiene vergüenza de hablar el quechua o aimara dentro del recinto académico, los estudiantes prefieren hablar en castellano, más no en idiomas que podrían ser sus lenguas maternas, por miedo a la discriminación que en nuestro país abunda. Significa la realidad de nuestra sociedad, podemos decir que hablamos uno o dos dialectos reconocidos por el estado como lenguas oficiales, pero no lo hablamos por el entorno social. Sin embargo, esto preocupa ya que en lugares como museos se encuentran muchos objetos, nombres o lugares que tienen orígenes quechuas o aimaras, que se podrían leer correctamente por los que tienen dichas lenguas, pero tampoco hay identificación y se va perdiendo el significado de esos

nombres. No obstante, (De La Torre, 2018) en su investigación que busca la relación entre el conocimiento de las danzas folclóricas y la identidad cultural, encuentra que las danzas influyen positiva y significativamente, por lo que se ve que al bailar se pueden expresar cantos o frases dichos en los idiomas nativos, ya que muchas danzas son de índole ancestral y hasta ahora permanecen con esa comunicación oral entre sus participantes. La investigación no comparte este indicador debido a que en un museo hay baja motivación para que un estudiante hable en su idioma, ya que no representa alegría o felicidad como una en danza, a la vez, preocupa que se prefiera poner en valor el saber más idiomas extranjeros, si bien es cierto, es muy importante para la profesión el conocimiento de estos idiomas, pero no son ningún impedimento para sentirse orgullosos de un idioma nativo que hablemos, al contrario debería reforzarse estas habilidades para transmitir nuestra originalidad, ya que en la región existieron otros idiomas que ya hacen extintos y pasados al olvido por el desinterés.

4.6. Influencia de Nivel de Conocimiento sobre museos en las manifestaciones Culturales

Tabla 17.

Influencia del Nivel de conocimiento sobre Museos en las Manifestaciones Culturales

Nivel conocimiento sobre Museos		Manifestaciones Culturales			Total
		Identidad Baja	Identidad Media	Identidad Alta	
		N			
Bajo	N	2	12	2	16
	%	1,3%	7,6%	1,3%	10,2%
Regular	N	9	54	27	90
	%	5,7%	34,4%	17,2%	57,3%
Bueno	N	1	27	22	50
	%	0,6%	17,2%	14,0%	31,8%
Muy Bueno	N	0	1	0	1
	%	0,0%	0,6%	0,0%	0,6%
	N	12	94	51	157
Total	%	7,6%	59,9%	32,5%	100,0%

Nota: Chi cal = 8.98 > Chi Tab = 3.0701 p= 0.8 gl= 6

Fuente: Elaboración propia.

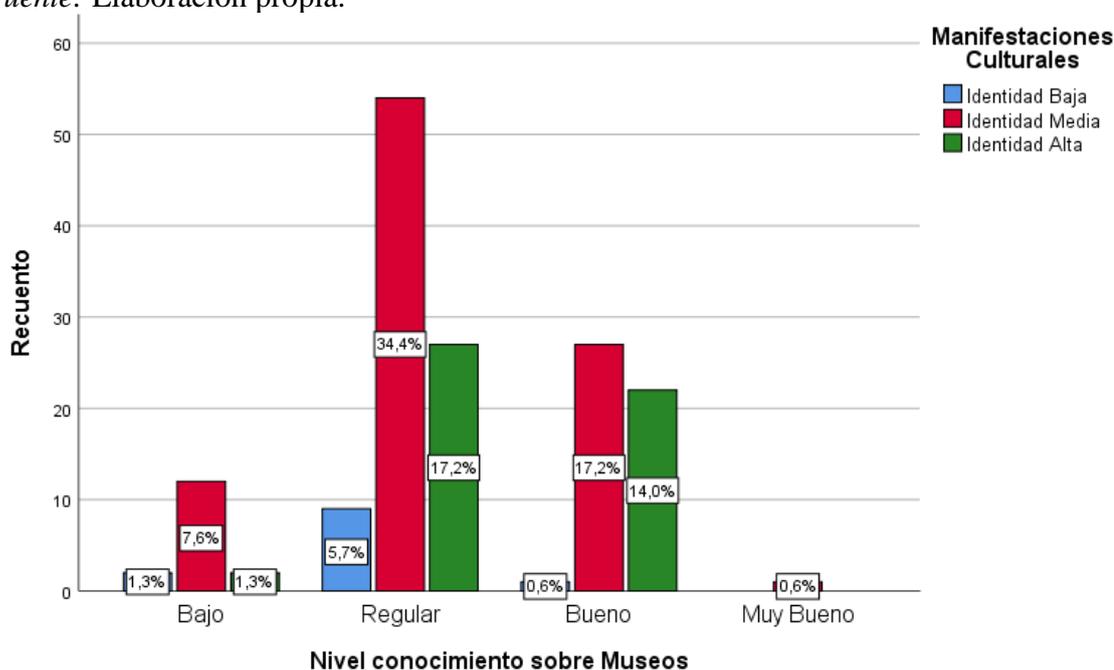


Figura 7. Influencia del Nivel de conocimiento sobre Museos en las Manifestaciones Culturales.

Fuente: Elaboración propia.

Interpretación:

En la tabla N° 17 donde refleja del total de 157 estudiantes encuestados, en su gran mayoría los estudiantes que tienen nivel de conocimiento regular sobre los museos que representa el 57.3%, dentro de este grupo los estudiantes presentaron identidad media en las manifestaciones culturales, donde asisten a esporádicamente a fiestas tradicionales de su localidad, así también algunas veces desconocen las danzas, músicas de su localidad, seguido del 17.2% de los estudiantes presentaron identidad alta, donde estos escuchan música de su localidad, asisten a exposiciones de arte, participan en la festividad de la Virgen de la Candelaria, y el 5.7% identidad baja.

Los estudiantes con nivel de conocimiento bueno sobre los museos del total de 31.8%, donde mostraron identidad media en las manifestaciones culturales de su localidad con 17.2%, donde manifestaron que casi siempre conocen del legado artístico que se encuentran en la región, algunas veces también consumen en los eventos gastronómicos de su localidad, y solo el 5.7% identidad baja.

En cuanto a los estudiantes con nivel de conocimiento bajo sobre los museos que representa solo el 10.2%, mostraron el 7.6% identidad media en las manifestaciones culturales, debido a estos estudiantes algunas veces consumen principales granos andinos de la región, y otro grupo de 1.3% mostraron entre baja y alta identidad, donde muy pocas veces consideran que los mitos y leyendas de su localidad son parte de su identidad y los demás siempre asisten a la escenificación de la salida de Manco Cápac y Mama Ocllo.

Según el contraste de la estadística de la prueba de chi cuadrado Pearson, se halló $6gl$, $p: 0.05$, donde se obtuvo $X^2_{calc}: 8.98$ que es mayor de la $X^2_{tab}: 3.0701$, lo que indica que existe la influencia el nivel de conocimiento sobre museos con las manifestaciones culturales de los estudiantes de la facultad de Turismo, por ello se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna.

Con respecto a la última hipótesis entre la relación entre las manifestaciones culturales y la identificación cultural de los estudiantes, se muestra que existe una relación con influencia y significancia, demostrando así que fiestas tradicionales, danza, música, arte, gastronomía y los mitos y leyendas que pueden nacer a partir de lo que se encuentra en los museos, hace que los estudiantes incrementen su identidad cultural del lugar que proevengan, a pesar de ser resultados con índices regulares o buenos, se muestra cuanto los estudiantes conocen de su propia cultura, y es es bueno para que se pueda transmitir esos resultados con nuestros visitantes y aumentar cada vez más su flujo por la región. Así mismo, (Quiroz, 2018) coincide con estos resultados al mencionar que al poner en conocimiento toda la riqueza cultural de un lugar, es posible que las personas cambien de actitud e incrementen la puesta en valor que se da al patrimonio, participando activamente en tareas de conservación y promoción, identifican íconos y símbolos de su cultura y tienen fuerte orientación en la participación de la sociedad con un sitio cultural y sentirse orgullosos de su pueblo y de su cultura.

La identidad cultural es un aspecto importante en estas investigaciones, sea cual sea la dimensión que se vea más relacionada, se demuestra que se puede tener reunido este concepto de cultura en un solo lugar, los museos, instituciones que en estos últimos años no recibe el apoyo que deberían tener, como menciona en su artículo (Becerra & Domínguez, 2014), la gran mayoría de jóvenes opina que los museos deben fomentar como actividad principal la comunicación entre las culturas pasadas y actuales, para generar cambios en la sociedad por medio de diferentes canales y actividades.

4.7. Nivel de Conocimientos sobre museos respecto a la Ciudad de Origen

Tabla 18.

Ciudad de Origen y Nivel conocimiento sobre Museos

Ciudad de Origen		Nivel conocimiento sobre Museos				Total
		Bajo	Regular	Bueno	Muy Bueno	
Ayaviri	N	1	3	2	0	6
	%	0,6%	1,9%	1,3%	0,0%	3,8%
Yunguyo	N	1	3	0	0	4
	%	0,6%	1,9%	0,0%	0,0%	2,5%
Azangaro	N	2	0	2	0	4
	%	1,3%	0,0%	1,3%	0,0%	2,5%
Ilo	N	1	0	0	0	1
	%	0,6%	0,0%	0,0%	0,0%	0,6%
Puno	N	9	57	36	1	103
	%	5,7%	36,3%	22,9%	0,6%	65,6%
San Antonio de Putina	N	1	0	1	0	2
	%	0,6%	0,0%	0,6%	0,0%	1,3%
Lampa	N	0	5	0	0	5
	%	0,0%	3,2%	0,0%	0,0%	3,2%
Ollachea	N	0	1	0	0	1
	%	0,0%	0,6%	0,0%	0,0%	0,6%
Juliaca	N	1	8	2	0	11
	%	0,6%	5,1%	1,3%	0,0%	7,0%
Ilave	N	0	3	3	0	6
	%	0,0%	1,9%	1,9%	0,0%	3,8%
Arequipa	N	0	0	2	0	2
	%	0,0%	0,0%	1,3%	0,0%	1,3%
Crucero	N	0	2	0	0	2
	%	0,0%	1,3%	0,0%	0,0%	1,3%
Lima	N	0	0	1	0	1
	%	0,0%	0,0%	0,6%	0,0%	0,6%
Desaguadero	N	0	1	1	0	2

	%	0,0%	0,6%	0,6%	0,0%	1,3%
Tacna	N	0	1	0	0	1
	%	0,0%	0,6%	0,0%	0,0%	0,6%
Juli	N	0	1	0	0	1
	%	0,0%	0,6%	0,0%	0,0%	0,6%
Huancané	N	0	3	0	0	3
	%	0,0%	1,9%	0,0%	0,0%	1,9%
Coasa	N	0	1	0	0	1
	%	0,0%	0,6%	0,0%	0,0%	0,6%
Pomata	N	0	1	0	0	1
	%	0,0%	0,6%	0,0%	0,0%	0,6%
Total	N	16	90	50	1	157
	%	10,2%	57,3%	31,8%	0,6%	100,0%

Fuente: Elaboración propia.

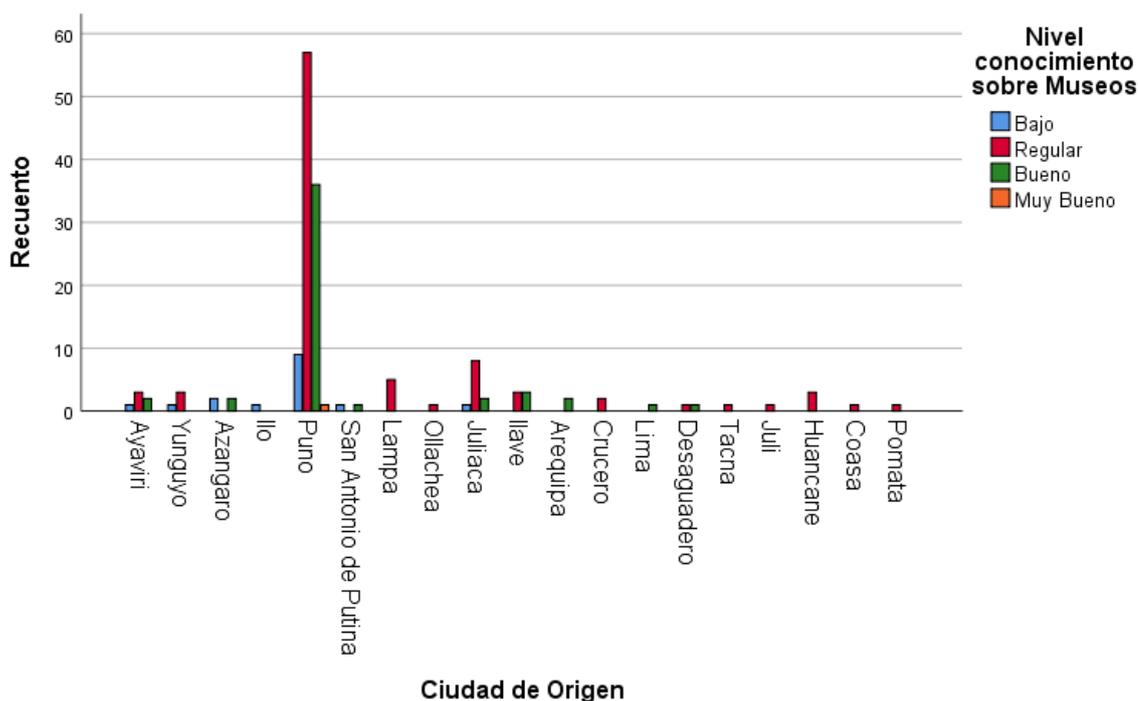


Figura 8. Ciudad de Origen y Nivel conocimiento sobre Museos.

Fuente: Elaboración propia.

Interpretación:

En la tabla N° 18 se observa del total de 157 estudiantes encuestados, donde el 65.6% de los estudiantes que son de la ciudad de Puno, tienen regular conocimiento sobre museos que representa el 36.3% donde respondieron las preguntas formuladas de manera acertada, como reconocieron que el señor Carlos Dreyer Spohr fue pintor y coleccionista, la prenda que no es tejida por la mujer son los chullos, etc., así mismo los estudiantes con nivel bueno de conocimientos que es el 22.9%, donde respondieron casi todas las preguntas acertadas, como el mes de mayo es el mes de los museos, así también la Virgen de la Candelaria se encuentra en el museo de la coca y costumbres, así mismo las pinturas que representan la danza regional de Puno, se encuentran en el museo municipal de Lampa y solo un estudiante tiene el nivel de conocimiento muy bueno y respondió todas las preguntas de manera correcta.

Seguido los estudiantes que son de Juliaca que representa el 7.0% y tienen nivel de conocimiento regular de 5.1%, mientras que el 1.3% tienen bueno y el 0.6% bajo.

4.8. Nivel de Conocimientos sobre museos respecto a la edad de los Estudiantes

Tabla 19.

Edad de los Estudiantes y Nivel conocimiento sobre Museos

Edad de los Estudiantes		Nivel conocimiento sobre Museos				Total
		Bajo	Regular	Bueno	Muy Bueno	
17 - 20	N	14	58	22	1	95
	%	8,9%	36,9%	14,0%	0,6%	60,5%
21 - 24	N	2	29	27	0	58
	%	1,3%	18,5%	17,2%	0,0%	36,9%
25 - 28	N	0	3	1	0	4
	%	0,0%	1,9%	0,6%	0,0%	2,5%
Total	N	16	90	50	1	157
	%	10,2%	57,3%	31,8%	0,6%	100,0%

Fuente: Elaboración propia.

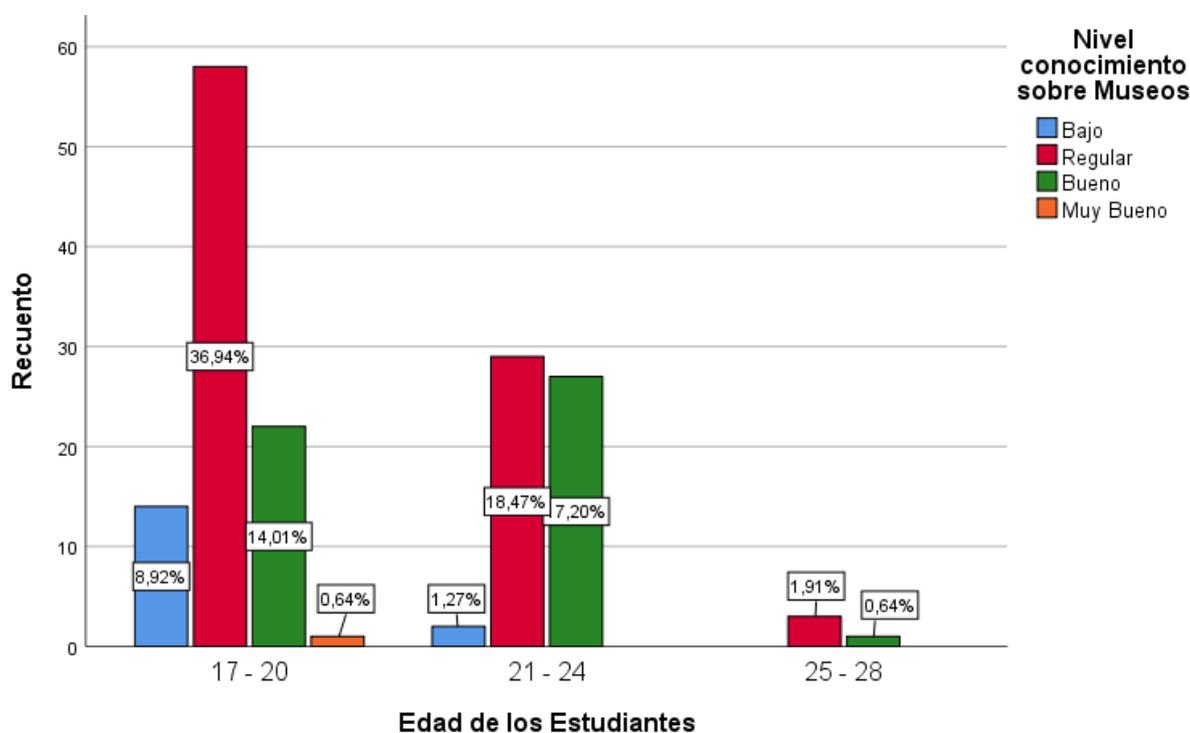


Figura 9. Edad de los Estudiantes y Nivel conocimiento sobre Museos.

Fuente: Elaboración propia.

Interpretación:

En la presente tabla N° 19, de los 157 estudiantes encuestados de la facultad de Turismo, de los cuales el 60.5% son de 17 a 20 años quienes tienen en su mayoría mostraron nivel de conocimiento sobre museos regular que representa el 36.9%, lo que indica que a mayor edad obtienen mayor conocimiento, el 14.0% bueno y corroborando que el intervalo de edad más sobresaliente son las edades de 21 a 24 años debido a que son 27 alumnos de los 58 de esa edad que tienen es decir que a esta edad son los mejores en el nivel de conocimiento sobre museos, esto se explica a pasar de los años los estudiantes van subiendo de semestres académicos llegando a una evolución del conocimiento hasta cierta edad.

Así mismo los estudiantes entre 21 a 24 años que representa el 36.9% obtuvieron regular conocimiento de 18.5%, mientras que el 17.2% tienen conocimiento bueno.

4.9. Nivel de Conocimientos sobre museos respecto al género de Estudiantes

Tabla 20.

Genero de los Estudiantes y el Nivel conocimiento sobre Museos.

Genero de los Estudiantes		Nivel conocimiento sobre Museos				Total
		Bajo	Regular	Bueno	Muy Bueno	
Femenino	N	9	69	33	1	112
	%	5,7%	43,9%	21,0%	0,6%	71,3%
Masculino	N	7	21	17	0	45
	%	4,5%	13,4%	10,8%	0,0%	28,7%
Total	N	16	90	50	1	157
	%	10,2%	57,3%	31,8%	0,6%	100,0%

Fuente: Elaboración propia.

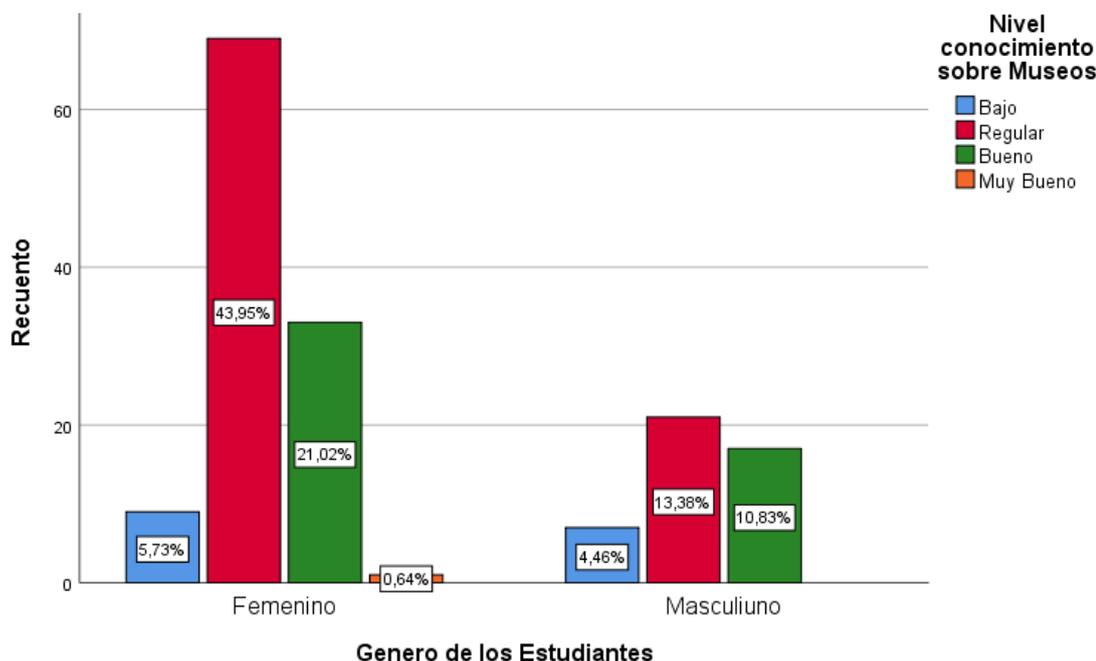


Figura 10. Genero de los Estudiantes y el Nivel conocimiento sobre Museos.

Fuente: Elaboración propia.

Interpretación:

En la tabla N° 20 se observa que de los 157 estudiantes encuestados, el 71.3% es el género femenino, de los cuales el 43.9% obtuvieron el nivel de conocimiento regular sobre los museos, y casi la mitad de las féminas tienen nivel de conocimiento bueno, el 5.7% bajo y solo el 0.6% muy bueno.

En cuanto a los varones del total de 28.7%, donde el 13.4% tienen conocimiento regular sobre los museos, seguido del 10.8% tienen bueno y 4.5% bajo.

En una interpretación semántica estructurada se puede demostrar que los varones son más inteligentes y se explica que de los 45 estudiantes, 17 son buenos y a la diferencia de 112 mujeres que es el doble y más de varones solo tiene en buenos 33 estudiantes, es decir que si multiplicamos 45 varones tendríamos 90 varones y tendríamos 17 por dos sería 36

varones de nivel muy bueno y en esa cantidad ya hay la probabilidad de encontrar un varón con un nivel de conocimientos muy bueno.

4.10. Nivel de Conocimientos sobre museos respecto al semestre de los Estudiantes

Tabla 21.

Semestre de los estudiantes y el Nivel conocimiento sobre Museos

Semestre de los estudiantes		Nivel conocimiento sobre Museos				Total
		Bajo	Regular	Bueno	Muy Bueno	
III	N	6	11	4	0	21
	%	3,8%	7,0%	2,5%	0,0%	13,4%
IV	N	3	24	2	1	30
	%	1,9%	15,3%	1,3%	0,6%	19,1%
V	N	5	22	12	0	39
	%	3,2%	14,0%	7,6%	0,0%	24,8%
VI	N	0	13	13	0	26
	%	0,0%	8,3%	8,3%	0,0%	16,6%
VII	N	2	11	8	0	21
	%	1,3%	7,0%	5,1%	0,0%	13,4%
VIII	N	0	9	11	0	20
	%	0,0%	5,7%	7,0%	0,0%	12,7%
Total	N	16	90	50	1	157
	%	10,2%	57,3%	31,8%	0,6%	100,0%

Fuente: Elaboración propia

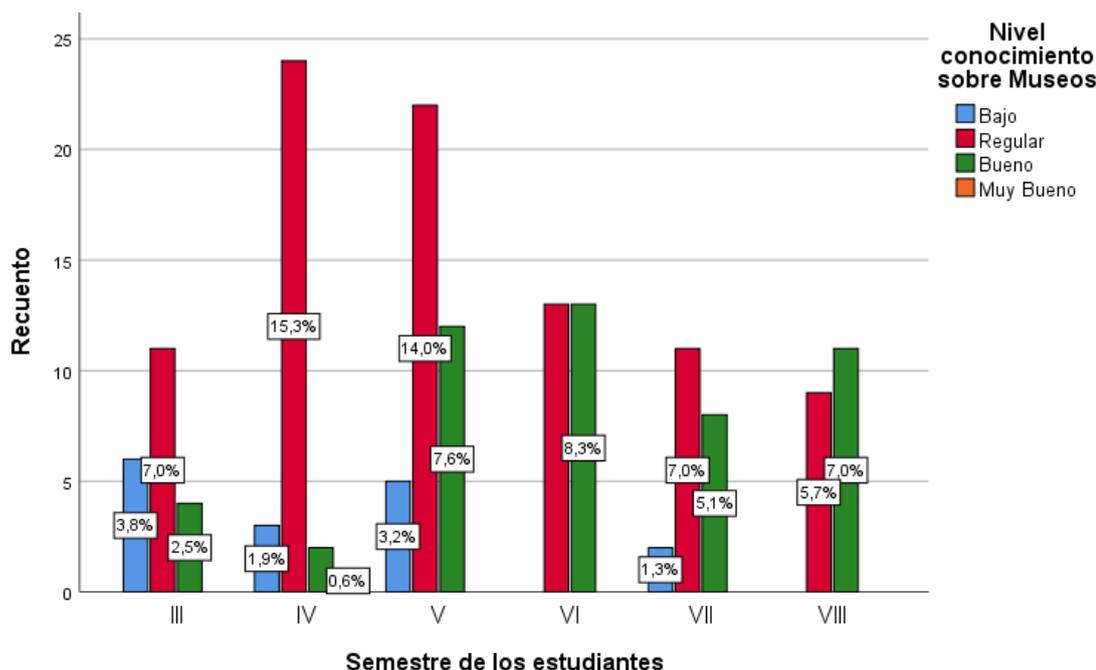


Figura 11. Semestre de los estudiantes y el Nivel conocimiento sobre Museos.

Fuente: Elaboración propia.

Interpretación:

En la tabla N° 21 , de los 157 estudiantes encuestados, donde evidencia el dato resaltante del total de 39 estudiantes que representan el 24,8% pertenecen al quinto semestre, donde el 14.0% obtuvieron nivel de conocimiento regular sobre los museos, así mismo el 7.6% tienen buen y 3.2% bajo.

Mientras que los estudiantes del cuarto semestre del total de 19.1%, presentaron el 15.3% conocimiento regular, seguido el 1.9% mostraron bajo, el 1.3% bueno y un estudiante de este semestre mostro conocimiento muy bueno.

Por otro lado, los estudiantes del octavo semestre del total de 12.7%, quienes obtuvieron solo el 7.0% bueno, mientras el 5.7% mostraron regular conocimiento sobre los museos, y viendo la diferencia de brechas el conocimiento se evoluciona poco a poco con el pasar de los semestres en paralela con la edad de los estudiantes.

CONCLUSIONES

- El nivel de conocimientos sobre museos regionales evoluciona en base al avance de los semestres, con una relación directa con la identidad cultural en dimensiones de sentido de pertenencia, autoconcepto y manifestaciones culturales en los estudiantes, es decir mientras mejor sea el nivel de conocimiento sobre museos regionales, mejor será el nivel de identidad cultural que demuestran.
- El nivel de conocimientos sobre museos regionales de los estudiantes el 57,3% es regular de los cuales 22,3 % la identidad es alta por lo tanto el nivel de conocimientos influye directamente con el sentido de pertenencia en los estudiantes de la Escuela Profesional de Turismo en la Universidad Nacional del Altiplano.
- El nivel de conocimientos sobre museos regionales de los estudiantes el 31,8% tiene conocimientos buenos de los cuales el mejor 9,6% tiene identidad alta, por lo tanto el nivel de conocimientos existe una relación directa y significativa con el autoconcepto de los estudiantes de la Escuela Profesional de Turismo en la Universidad Nacional del Altiplano.
- El nivel de conocimiento sobre museos regionales de la cantidad total del 100% sólo el 9,6% tiene una identidad alta, cuyo dato es muy bajo al respecto de los otros lo cual indica que el nivel de conocimientos sobre museos regionales no existe relación con la lengua en los estudiantes de la Escuela Profesional de Turismo en la Universidad Nacional del Altiplano.
- El nivel de conocimiento sobre museos regionales de los 57,3% de los estudiantes con conocimiento regular tienen una identidad alta 17,2%(porcentaje alto), por lo tanto existe relación directa entre el nivel de conocimientos con las manifestaciones culturales en los estudiantes de la Escuela Profesional de Turismo en la Universidad Nacional del Altiplano.

RECOMENDACIONES

- Se recomienda a los docentes de la Escuela Profesional de Turismo, evaluar constantemente el nivel de conocimientos de los estudiantes en cuanto a los museos regionales de Puno, ya que es más que probable que el campo laboral y la situación actual así lo amerite y exija. Asimismo, incluir dentro de la programación académica eventos que integren los conocimientos de los estudiantes sobre el patrimonio cultural que guardan los museos de la región con aspectos de la identidad cultural de nuestra realidad regional.
- Recomendamos a los estudiantes de la escuela profesional de Turismo de la Universidad Nacional del Altiplano, conocer y aprender más sobre los museos que se encuentran en la región de Puno, para que generen un propio concepto cultural de ellos mismos y se sientan orgullosos de quienes son y de donde vienen, para ejercer con mucha más pasión la profesión.
- Se recomienda a los semestres encuestados conocer y aprender los idiomas declarados oficiales por el estado en nuestra región, para no dejar que desaparezcan en un futuro, lenguas como el quechua o el aimara.
- Recomendamos a la Escuela Profesional de Turismo fomentar la practica de manifestaciones culturales en sus estudiantes en pequeños festivales que generen y despierten interés en la comunidad universitaria, con el fin de acrecentar la identidad cultural de la Universidad y de nuestra región.
- Se recomienda a próximas investigaciones tomar desde el primero hasta el décimo semestre, ya que son muestras bastantes interesantes después del estudio realizado y que sirva como desarrollo de la misma escuela profesional.
- Se recomienda a la Escuela Profesional de Turismo, motivar a generar propuestas de desarrollo para los museos de nuestra región por parte de los estudiantes, tomar el

tema empresarial y conocimientos de mercado para incentivar la visita a nuestros museos de parte de la población puneña, para que la identidad cultural como pueblo siempre este presente y no se pierda a pesar de los factores de la globalización.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Aguilar, N. (2017). *La Museografía como herramienta metodológica para reducir la falta de interés sobre la cultura nacional del Perú en estudiantes de 1er grado de secundaria en colegios nacionales de Lima a causa de una deficiente promoción de los museos de Lima Metropolitana*. Lima: Universidad San Ignacio de Loyola.
- Amengual, G. (2007). El concepto de experiencia: de Kant a Hegel. *Tópicos*, 5-30.
- Angulo, R. (2017). Gestión del conocimiento y aprendizaje organizacional: una visión integral. *Informes Psicológicos*, 53 - 70.
- Aranguren, G. (2016). *Nivel de Conocimiento del Patrimonio Cultural de Arequipa y la Identidad Cultural en los estudiantes de la Escuela Profesional de Turismo y Hotelería en la Universidad Católica de Santa María*. Arequipa: Universidad Católica de Santa María.
- Avendaño, P., Chavez, E., & Muñoz, J. (2019). *Desarrollo de un perfil de influencer de redes sociales para las generaciones, basado en las teorías: generacional, identidad social y la interacción parasocial*. Lima: Esan Business.
- Baldelomar, I. (2013). *Identidad cultural, imagen turística y la Danza de la diablada en la ciudad de Oruro*. Oruro: Universidad Mayor de San Andrés.
- Becerra, E., & Domínguez, B. (2014). Museos, comunicación y jóvenes: comunicación y sus efectos en la población de referencia del museo. *Historia y Comunicación Social*, 603-611.
- Bolaños, L. (2016). El estudio socio - histórico de las emociones y los sentimientos en las Ciencias Sociales del siglo XX. *Revista de Estudios Sociales*, 178-191.

- Campillo, A. (2016). Tres conceptos de historia. *Revista de Investigación e Información Filosófica*, 72(270), 37 - 59.
- Ccasa, E. (2018). *Influencia del nivel de conocimiento de la música tradicional en la identidad cultural de los estudiantes de la escuela profesional de Turismo y Hotelería de la Universidad Nacional San Agustín, Arequipa 2018*. Arequipa: Universidad Nacional de San Agustín.
- Ccasa, E. (2018). *Influencia del Nivel de Conocimiento de la Música Tradicional en la Identidad Cultural de los Estudiantes de la Escuela Profesional de Turismo y Hotelería de la Universidad Nacional San Agustín, Arequipa 2018*. Arequipa: Universidad Nacional San Agustín.
- Chamseddine, M. (2015). La construcción de identidad compartida en un aula intercultural. *Revista Electrónica Interuniversitaria de Formación del Profesorado*, 69 - 81.
- Charalla, Y. (2014). *La literatura oral del folklore y su influencia en la identidad cultural de los alumnos del nivel primario en la institución educativa mixta "Santiago Aposto" de distrito de Sandtiago*. Cusco: Universidad Nacional de San Agustín.
- Chenet, M., Arévalo, J., & Palma, F. (2017). Identidad cultural y desempeño docente en instituciones educativas. *Revista de Ciencias Humanas y Sociales*(84), 292-322.
- Coronado, A., Moreno, N., & Torres, A. (2016). Estrategia para el reconocimiento de la identidad cultural y el sentido de pertenencia de inmigrantes latinoamericanos. *El Ágora USB*, 16(2), 383 - 392.

- Cuenca, J., Molina, S., & Martín, M. J. (2018). Identidad, Ciudadanía y Patrimonio. Análisis comparativo de su tratamiento didáctico en museos de Estados Unidos y España. *ARBOR Ciencia, Pensamiento y Cultura*, 0210-1963.
- De La Torre, V. (2018). *Influencia del nivel de conocimiento de las danzas folklóricas de la ciudad de Arequipa en la identidad cultural de los estudiantes de la Escuela de Turismo y Hotelería de la Universidad Nacional San Agustín*. Arequipa: Universidad Nacional San Agustín.
- Díaz, E. (2014). *Nivel de conocimiento sobre métodos anticonceptivos y factores sociodemográficos en adolescentes del Colegio Nacional Nicolás La Torre*. Lima: Universidad de San Martín de Porres.
- Fernández, A. (2014). *El museo que se hace a sí mismo*. Granada: Universidad de Granada. Tesis Doctorales.
- Garatea, C. (2019). Lengua Materna y Monocentrismo. *Cuadernos de la ALFAL*, 120 - 129.
- García, A. (2016). Familia, educación y la construcción de la identidad y del autoconcepto en niños escolares. *PsicoEducativa: reflexiones y propuestas*, 41-46.
- García, I. (2015). El papel de los museos en la sociedad actual: discurso institucional o museo participativo. *Complutum*, 39-47.
- Gómez, L. (2017). Educación en Valores. *Revista RAITES*, 3(6), 69 - 87.
- González, M., & Feliu, M. (2015). Educación patrimonial e identidad. El papel de los museos en la generación de cohesión social y de vínculos de pertenencia a una comunidad. *History and History teaching*, 1139-6237.

- González, S. (2004). Mirando a la Pachamama: globalización y territorio en el Tarapacá Andino. *Geografía Norte Grande*, 53 - 62.
- Guerrero, R. (2015). La construcción de una identidad cultural y el desarrollo del turismo en México. *Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 1019-1036.
- Guzmán Hennessey, M. (2010). *La generación del cambio climático una aproximación desde el enfoque del caos*. Bogotá, Colombia: Editorial Universidad del Rosario.
- Hernandez, R., Fernandez, C., & Baptista, P. (2014). *Metodología de la Investigación* (Vol. 5ta Edicion). México D.F: McGRAW-HILL INTERAMERICANA.
- Idict, C. (2009). *Enciclopedia Cubana*. Ecured.
- Infante, M., & Hernández, R. (2015). *El patrimonio cultural local, vía para contribuir al fortalecimiento de la identidad culturalo en los estudiantes*. Cuadernos Fronterizos.
- Ives, E. (2014). La identidad del adolescente, como se construye. *Mesa redonda de salud mental*, 14-18.
- Jara, U. V. (2005). *Los medios de comunicación de masas*. Universidad Victor Jara.
- Loureiro, M. (2014). *Espacios de Comunicación*. España: Asociación Española de Investigación de la Comunicación.
- Macías, R. (2014). *El trabajo sociocultural comunitario. Fundamentos epistemológicos, metodológicos y prácticos para su realización*. Las Tunas: Universidad de las Tunas.
- Marcos, J. (2004). La tradición, el patrimonio y la identidad. *Revista de estudios extremeños*, 60(3), 925 - 956.

- Martínez, N. (2015). *Identidad Cultural y Educación*. Universidad Don Bosco.
- Massenzana, F. (2017). Autoconcepto y autoestima: ¿Sinónimos o constructos complementarios? *PSOCIAL*, 3(1), 39 - 52.
- Melgar, M. (2019). ¡Todo me gustó! Los niños y sus percepciones de una actividad educativa en un museo. *Educatio Siglo XXI*, 167 - 194.
- Ministerio de Cultura. (2013). *Guía de Museos del Perú*. Lima: Dirección de Museos y Bienes Muebles.
- Molano, O. (2007). Identidad Cultural un concepto que evoluciona. *Opera*, 69 - 84.
- Molero de la Iglesia, A. (2012). Modelos culturales y estética de la identidad. *RILCE*, 168-184.
- Molla, M. (1986). La identidad del adolescente - el test de identidad. *Revista de Psicología*, 61-71.
- Montes, J. (1980). Lengua, dialecto y norma. *Thesaurus: Boletín del instituto Caro y Cuervo.*, 237 - 257.
- Museos, C. I. (2019). *Consejo Internacional de Museos*. Recuperado el 04 de Noviembre de 2019, de Definición de museo: <https://icom.museum/es/actividades/normas-y-directrices/definicion-del-museo/>
- OMT. (s.f.). *Organización Mundial del Turismo*. Recuperado el 06 de noviembre de 2019, de Definición del turismo: <http://www2.unwto.org/es>
- Peluffo, M., & Catalán, E. (2002). *Introducción a la gestión del conocimiento y su aplicación al sector público*. Santiago de Chile: ILPES.
- Quintana, L. (2016). Enfoques y críticas del concepto de identidad. *PODIUM*, 43-60.

- Quirosa, V., & Luque, L. (2015). Arte útil para la sociedad. Consideraciones en torno a sesenta artistas del siglo XXI en España. *De Arte*, 249 - 261.
- Quiroz, Z. (2018). *Influencia de la Gestión Cultural del museo de sitio y complejo arqueológico de Túcume en el fortalecimiento de la identidad cultural de la población local*. Trujillo: Universidad Nacional de Trujillo.
- RAE. (2001). *Real Academia Española*, 23.2 en línea. Recuperado el 4 de Noviembre de 2019, de Diccionario de la lengua española: <https://dle.rae.es/>
- Ramírez, A. (2009). La teoría del conocimiento en investigación científica: una visión actual. 217-224.
- Reeve, J. (2010). *Motivación y Emoción* (Quinta Edición ed.). Mexico: Mc Graw Hill.
- Rojas, C. (2018). *Conocimientos e importancia del Turismo en Alumnos de quinto grado de secundaria en colegios públicos de Puno y su interés en una guía de educación Turística*. Puno: Universidad Nacional del Altiplano.
- Sainero, C. (2006). *Competencias del siglo XXI*. Competencias del siglo XXI.
- Salazar, F. (2015). El concepto de cultura y los cambios culturales. *Revista del Departamento de Sociología*.
- Sánchez, A. (2016). La identidad a través de la moda. *Revista de Humanidades*, 131-152.
- Sardá, R., & Roncero, R. (2015). El museo y la ciudad. Una Aproximación a la evolución del museo como centro educativo y cultural. *La Albolafia*, 9-30.
- Solís, S. (2016). *El Museo Vacío*. Sevilla: Universidad de Sevilla.

- Sotomayor, V. (2007). *Nivel de conocimiento y actitud de la adolescencia frente a la menarquía de alumnas de primero de secundaria distrito de Mariano Melgar, arequipa*. Arequipa: Universidad Nacional de san Agustín.
- Suárez, M., Calaf, R., & San Fabián, J. (2014). Aprender historia a través del patrimonio. Los casos del Museo del Ferrocarril de Asturias y del Museo de la Inmigración de Cataluña . *Revista de Educación*, 38-66.
- Taguenca, J. (2016). La identidad de los jóvenes en los tiempos de la globalización. *Revista Mexicana de Sociología*, 633 - 654.
- Tello, J. C. (1952). *Presente y Futuro del Museo Nacional*. Lima: Instituto Cultural " Julio C. Tello".
- UNESCO. (2008). *Declaración Universal de la UNESCO sobre la Diversidad Cultural*.
- Valdivia, A., & Zegarra, I. (2017). *Nivel de conocimientos del patrimonio cultural de la provincia de Arequipa en relación a la identidad cultural en los estudiantes de quinto año de educación secundaria de los colegios emblemáticos*. Arequipa: Universidad Nacional de San Agustín.
- Valdivia, A., & Zegarra, I. I. (2017). *Nivel de Conocimiento del Patrimonio Cultural de la Provincia de Arequipa en relación a la Identidad Cultural en los estudiantes de quinto año de educación secundaria de los colegios emblemáticos Juana Cervantes de Bolognesi, Independencia Americana y Gr*. Arequipa: Universidad Nacional de San Agustín.
- Valencia, U. (2000). *Manual de fuentes de información*. . España: Confederación Española de Gremios y Asociaciones de Libreros.

Vidal, M., & Pérez, A. (2016). Formación en Valores. Conceptos éticos y tecnológicos,.

Educación Médica Superior, 30(4), 399 - 411.

Villa, R. (2015). Las etapas de la "botadura". *Revista general de marina*, 67-80.

Zamora, P. (2013). La construcción de identidad en la adolescencia. *Eutopía*, 57 - 63.

Zubiaur, F. (2004). *Curso de Museología*. España: Trea.

ANEXOS

Anexo A.

Aporte profesional

Feria Cultural, denominada “LA IDENTIDAD EN LOS MUSEOS, DESCUBRE PUNO”

Introducción

La propuesta es un actividad netamente cultural y tendrá como objetivo fortalecer la identidad cultural de los estudiantes de la Escuela profesional de Turismo a través del conocimiento de los principales museos regionales de Puno, esta propuesta nace a partir de los resultados de la investigación, que menciona que hay una relación estrecha entre las variables, obteniendo resultados regulares y/o medios.

Todo esto motiva para desarrollar una feria cultural donde se expondrán los principales museos de la región, dentro de la Universidad Nacional del Altiplano, donde un grupo de estudiantes de la escuela profesional de turismo, a través de una investigación intensa expondrán un determinado museo, resaltando datos como su administración, clasificación o tipo, ubicación, estado actual y sobre todo, el patrimonio cultural que guarda, asimismo se podrán instalar stands en el patio central de la primera casa de estudios, con comida, bebida tradicional y en un entorno musical completamente regional.

La característica principal de la realización de la presente feria será dar la oportunidad a los estudiantes de la escuela Profesional de Turismo en conocer todo sobre los museos regionales y transmitir esos conocimientos a toda la Universidad como un logro académico del semestre que cursan, así también dar importancia a estas instituciones y su jerarquía con la construcción de la identidad regional en los jóvenes. Además, dentro de la feria se desarrollará talleres de construcción de identidad, concursos, bailes, entre otras actividades que gracias a nuestras variables, el nivel de conocimiento de los museos y su relación con la identidad cultural, se podrá atender los puntos estratégicos de este conocimiento cultural.

Antecedentes

En mayo del 2019, mes de los museos, se realizó interesantes actividades en celebración de tan importante institución.

El primero tuvo cita en la capital del Perú, Lima. La Red de Museos del centro Histórico de Lima y la Municipalidad de Lima con el respaldo del consejo Internacional de Museos (ICOM), organizaron la “XVII Feria Museos a tu alcance”, evento cultural que reunió del 17 al 19 de mayo, a más de cuarenta museos de Lima Metropolitana con el objetivo de promover y dar a conocer la riqueza cultural que exhiben en sus espacios. El evento se inauguró el viernes 17 a las 11:00 am en el Museo metropolitano de Lima, así mismo el ingreso fue totalmente gratuito.

Estos museos dieron a conocer una gran variedad de servicios educativos, proyectos museográficos, entre otros, como espacios vivos en los que es posible aprender de manera didáctica y entretenida sobre la historia y el patrimonio del Perú. En este contexto, se presentaron actividades culturales dirigidas a toda la familia y conferencias especializadas para operadores de museos. Se contó con una cantidad importante de participantes:

Tabla 22.

Instituciones participantes a la “XVII Feria Museos a tu alcance”.

Instituciones Participantes	
• Museo de Minerales Andrés Del Castillo	• Museo de Artes y Tradiciones Populares del Instituto Riva Agüero
• Museo de la Compañía de Bomberos – Salvadora Lima 10	• Museo Ernest Middendorf
• Museo de la UNI	• Museo Comunitario Ruricancho
• Museo de Arte – UNMSM	• Sala Prehispánica Jaime del Castillo
• Centro Cultural – Bellas Artes	• Museo Metropolitano de Lima
• MUCEN	• Museo de Sitio Bodega y Quadra
• Museo Numismático	• Pinacoteca Municipal Ignacio Merino

-
- Museo Electoral y de la Democracia
 - Museo de la Identificación
 - Museo Gráfico Peruano
 - Museo Sanmartiniano
 - Museo de Combatientes (Casa Bolognesi)
 - Casa Museo Miguel Grau
 - Museo Naval

 - Fortaleza Real Felipe

 - Museo Submarino Abtao
 - Josefina Ramos de Cox
 - Comité Peruano del ICOM
 - Museo de Arte Religioso de la Catedral de Lima
- Museo del Teatro Municipal
 - Museo Taurino
 - Museo Presbítero Matías Maestro
 - Complejo Arqueológico Mateo Salado
 - Ministerio de Cultura

 - Museo Comunitario Caral
 - Museo Etnográfico del Centro Cultural José Pío Aza
 - Museo de Arqueología y Antropología U.N.M.S.M.
 - Museo de Arqueología U.N.F.V.
 - Casa O'Higgins
 - Museo Puertas Abiertas – TV PERÚ
 - Museo de Arte Arzobispal
-

Fuente: Revista Online LIMA GRIS



Figura 12. XVII Feria " Museos a tu alcance"

Fuente: Municipalidad Metropolitana de Lima

La segunda actividad en este mes, tuvo cita en la región de Arequipa en un único día 25 de mayo del 2019, este evento cultural tuvo como nombre “Conoce tus museos, descubre Arequipa, vive la aventura en tu ciudad”. Esta actividad fue realizada por la sub Gerencia de Turismo y Relaciones Exteriores de la Municipalidad Provincial de Arequipa quien se encargó de organizar a través de una inscripción online a todos los arequipeños que desearan sumarse al reto cultural y registrar el mayor número de fotografías, emblemas o pistas de los museos que ayuden a relacionar y armar una historia y desifrar acertijos, una vez teniendo todos los elementos, recorre el mapa cultural y llegar primero a la meta fue el objetivo. En esta actividad se puso en valor la creatividad de los participantes y a la vez juntando la historia con el mundo conectado que se tiene ahora, ya que por medio de una cámara o un Smartphone se logró cumplir muchos de los objetivos.



Figura 13. Feria “Conoce tus museos, descubre Arequipa”.

Fuente: Municipalidad Provincial de Arequipa.

Justificación

La propuesta de proyecto profesional se presenta como una actividad de interés cultural para los estudiantes de la Escuela Profesional de Turismo y en general de la Universidad Nacional del Altiplano, destinado a fortalecer la identidad cultural a través del patrimonio cultural que guardan en sus salas los más importantes museos regionales de Puno, como una opción para afianzar su identidad cultural con todas las expresiones culturales que se

puede encontrar como con el sentido de pertenencia, el autoconcepto, lengua y toda clase de manifestación cultural de nuestra cultura y de las que nos precedieron.

La ejecución del evento, no sólo mostrará el patrimonio de la región de Puno y del Altiplano, si no que hará participe a toda la población universitaria de forma activa y dinámica entre los mismos estudiantes, de manera que se genere un ambiente de conocimiento y concientización, comprendiendo e interactuando con su cultura.

El evento se proyecta con una inversión elevada, sin embargo marca socialmente y de manera positiva a toda la población universitaria.

Objetivos

Objetivo general

Fortalecer la identidad cultural de los estudiantes de la Escuela Profesional de Turismo a través de un evento cultural de conocimientos sobre museos regionales de Puno en el patio principal de la Universidad Nacional del Altiplano.

Objetivos Específicos

- Fortalecer la identidad cultural de los estudiantes de la Escuela Profesional de Turismo de la Universidad Nacional del Altiplano.
- Fomentar la investigación en los estudiantes de la Escuela Profesional de Turismo con fines de desarrollo para la institución del museo.
- Generar interés y un espacio de cultura entro todos los estudiantes de la Universidad Nacional del Altiplano
- Realizar constantes eventos culturales, con temas puntuales, como la revalorización de culturas quechuas y aimaras.

Participantes

Los participantes en esta propuesta profesional se clasifican en dos partes:

Participantes Directos

Los participantes directos en este proyecto son los estudiantes de la Escuela Profesional de Turismo, desde tercer hasta octavo semestre.

Participantes Indirectos

Los participantes indirectos tenemos a los estudiantes de las demás escuelas profesionales, docentes y comunidad en general de la Universidad Nacional del Altiplano

Característica de la Propuesta

Logotipo o marca de la propuesta



Figura 14. Logotipo de la propuesta.

Fuente: Elaboración propia

Lugar y fecha a realizar el evento

El lugar para llevarse la Feria Cultural deberá ser en el patio central de la Universidad Nacional del Altiplano de las 09:00 a 14:00 hrs, de manera que exista la mayor concurrencia de alumnado.

Como una actividad de logro académico, se recomienda realizar este evento en el primer semestre académico, para generar mayor realce entre sus asistentes.



Figura 15. Patio central - Universidad Nacional del Altiplano.

Fuente: Universidad Nacional del Altiplano

Metodología

La presente feria será de carácter cultural en todo sentido, además de las exposiciones de parte de estudiantes de la Escuela profesional de Turismo sobre los más importantes museos de la región de Puno, se tendrá la participación de la gastronomía puneña, también realizada por la escuela profesional como anfitrión del evento. Se tendrá la participación de la escuela profesional de arte como parte de la facultad, para que tenga una mejor esencia cultural. Como fecha tentativa a realizar el presente evento, podría ser la última semana de mayo por ser el mes mundial de los museos, instituciones mundialmente importantes por su institucionalidad cultural, además se puede tomar como la semana de logro de la primera unidad del avance académico. El horario establecido se propuso entre las 09:00 a las 14:00, por ser horarios, donde la comunidad universitaria transita por el lugar del evento.

Cada Stand será acondicionado y decorado por cada semestre encargado, de manera que se sienta la investigación y el esfuerzo de los estudiantes, previamente tendrán que entregar informes de sus trabajos para rescatar lo más resaltante para la feria, todo este proceso deberá ser acompañado por tutores que la escuela profesional encargue. Por otro lado se busca que como Escuela profesional de Turismo, tengamos mayor realce e imagen a nivel de facultad y universidad, no sólo somos parte del gremio de trabajadores, sino somos gestores de ideas o proyectos que tengan importancia para el desarrollo de nuestra región y del turismo en Puno.

Programación

Tabla 23.

Semestres y Museos designados con actividades de apoyo.

Semestre	Museo o Actividad designada
Primer semestre	Musica y Danza
Segundo semestre	Museo Municipal Carlos Dreyer Museo Buque Yavary
Tercer Semestre	Museo de la Coca y Costumbres Museo de la Totora
Cuarto Semestre	Museo Naval: Capitan de Fragata Manuel Mariano Melgar Vega
Quinto Semestre	Templo Museo San Juan de Letrán Templo Museo Nuestra Señora de la Asunción
Sexto Semestre	Museo Kampaq – Lampa
Setimo Semestre	Museo Municipal de la ciudad de Juliaca Museo Municipal de Taraco
Octavo Semestre	Museo Lítico de Pukara
Noveno Semestre	Gastronomía Puneña
Decimo Semestre	Presentación de la Escuela Profesional de Turismo

Fuente: Elaboración Propia.

Cronograma de actividades

Tabla 24.

Cronograma de actividades

Actividad	Abril		Mayo	
	Segunda Semana	Tercera Semana	Cuarta Semana	Primera Semana
Recolección de información	X	X		
Elaboración de Informes		X		
Evaluación de informes		X	X	

Selección del mejor equipo de trabajo	X		
Presentación del Informe	X		
Documentación administrativa	X		
Elaboración de paneles informativos		X	
Difusión del evento por medios sociales		X	X
Diseño de un programa general		X	
Día del evento		X	X
Conclusiones			X

Fuente: Elaboración Propia

Recursos Necesarios

Para la realización de la feria cultural se asignara los siguientes recursos.

Recursos Humanos

- Comité de Organización
- Coordinador Cultural
- Comisión de Gestión
- Equipos de trabajo dentro de los semestres
- Escuela profesional de Turismo

Recursos materiales

- Modulos o Stand de exposición
- Computadora o Laptop
- Mesa de Equipos de trabajo
- Sillas para los organizadores
- Carpas para la Gastronomía
- Equipos de Sonido
- Credenciales
- Articulos de aseo
- Depósitos de Basura

Croquis del Evento

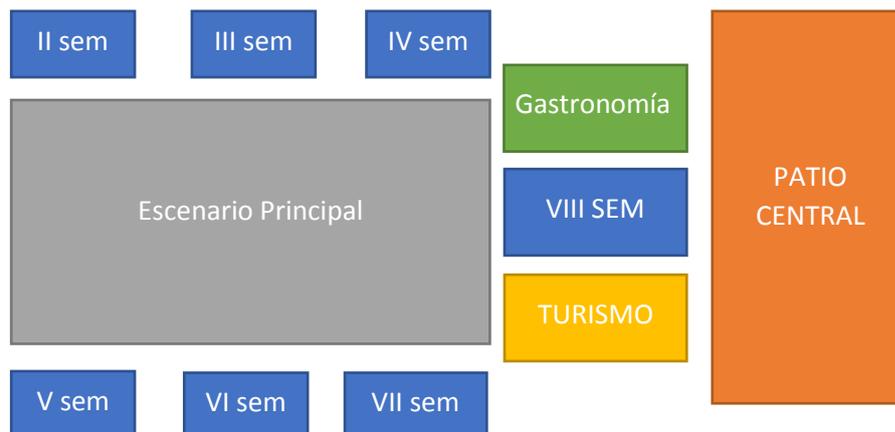


Figura 16. Croquis del Evento

Fuente: Elaboración propia.

Anexo B.

Cuestionario de la variable Nivel de Conocimiento de Museos Regionales.


 UNIVERSIDAD NACIONAL DEL ALTIPLANO
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE TURISMO


Cuestionario aplicado a los estudiantes de la Escuela Profesional De Turismo

N°

Estimado estudiante:

El presente cuestionario tiene como finalidad aportar en un proyecto de investigación vinculado al conocimiento de los museos regionales y su relación con la identidad cultural de los estudiantes de la Escuela Profesional de Turismo. Sírvase dar respuesta marcando con una (X) la alternativa que considere conveniente. Las encuestas son anónimas.

1. Elemento central de todo acontecimiento, ceremonia, transacción o alianza del mundo andino, usada por culturas como Pukara, Tiwanaku, Chimú.
 - a. Muña
 - b. Manzaniilla
 - c. Airampo
 - d. Coca
 - e. Eucalipto
2. ¿Qué prenda NO es tejida por la mujer Taquileña, quien conserva las técnicas tradicionales?
 - a. Llicllas
 - b. Fajas
 - c. Chullos
 - d. Chuspas
 - e. Todas
3. ¿Quién fue el señor Carlos Dreyer Spohr?
 - a. Coleccionista y escultor italiano
 - b. Pintor y Coleccionista Alemán
 - c. Músico y Pintor Frances
 - d. Historiador y Profesor Aleman
 - e. Antropólogo y Filósofo Europeo
4. El Museo Municipal Carlos Dreyer tiene la exposición de bienes culturales de un complejo arqueológico, legado de la cultura preinca Colla, ¿Cuál es este complejo?
 - a. Sitio Arqueológico Inca Uyo
 - b. Complejo Arqueológico de Cutimbo
 - c. Complejo arqueológico de kalasaya
 - d. Complejo Arqueológico de Sillustani
 - e. Sitio Arqueológico Molloco
5. Año de la botadura del Vapor Yavari, la primera dama, al Lago Titicaca.
 - a. 1870
 - b. 1861
 - c. 1862
 - d. 1869
 - e. 1880
6. ¿En qué año fueron encontradas los primeros bienes arqueológicos del museo municipal de Taraco?
 - a. 1944
 - b. 1950
 - c. 1994
 - d. 1949
 - e. 1990
7. ¿Qué embarcación fue traída en 2766 piezas desde Inglaterra hasta la bahía de Puno?
 - a. Inca
 - b. Coya
 - c. Yavari
 - d. Yapura
 - e. Aurora del Titicaca
8. ¿Qué hecho afianza los valores culturales – sociales entre los pobladores de las comunidades aimara o quechua?
 - a. Masticación de la hoja de coca
 - b. Saludo a los apus tutelares
 - c. Challado a la tierra
 - d. Pago a la tierra
 - e. Ninguna

9. Ordene la secuencia temporal de los periodos más representativos de la cuenca del Titicaca y marque la respuesta correcta.

A	Periodo Arcaico	B	Periodo Formativo	C	Periodo Tiwanaku	D	Periodo Altiplano	E	Periodo Inca
1	2000 a.C./400 d.C.	2	1100 – 1450 d.C.	3	8000 – 2000 A.C.	4	1450 – 1533 d.C.	5	400 – 1100d.C.

- a. A4 - B1 - C2 - D3 - E5
 b. A2 - B3 - C1 - D5 - E4
 c. A5 - B2 - C1 - D4 - E3
 d. A3 - B1 - C5 - D2 - E4
 e. A1 - B5 - C3 - D2 - E4
10. Según el Ministerio de Cultura del Perú, ¿que mes se designa como “el mes de los museos”?
- a. Mayo
 b. Junio
 c. Octubre
 d. Setiembre
 e. Abril
11. Variedad de un idioma que no alcanza la categoría social de lengua. Definición de:
- a. Idioma
 b. Dialecto
 c. Lengua Materna
 d. Lengua nativa
 e. Lengua
12. ¿Que significa este diseño de la textilería de Taquile?
- a. Atracadero o Muelle
 b. Cocha o Laguna
 c. Pago a la Pachamama
 d. Churu familiar
 e. Muña, Cantuta, Sancayo
13. En una de sus salas, se expone danzas de la Festividad Virgen de la Candelaria, ¿De qué museo estamos hablando?
- a. Museo Municipal Carlos Dreyer
 b. Museo Kampaq - Lampa
 c. Museo – Templo Virgen de la Candelaria
 d. Museo Municipal de la ciudad de Juliaca
 e. Museo de la Coca y Costumbres
14. ¿En qué museo se encuentran estas pinturas que representan una danza regional de Puno?
- a. Museo Municipal Carlos Dreyer
 b. Museo Municipal de Juliaca
 c. Museo Wawamarca – Chucuito
 d. Museo Municipal de Lampa
 e. Museo municipal de Taraco
15. ¿Por quién y cuándo se declaró como Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad, la Festividad Virgen de la Candelaria?
- a. Ministerio de Cultura – 05 de noviembre de 2014
 b. ONU – 26 de noviembre de 2015
 c. UNESCO – 24 de noviembre de 2012
 d. UNESCO – 27 de noviembre de 2014
 e. DDC - 02 de febrero de 2013
16. ¿Cómo se llama esta pintura y en que museo se encuentra?
- a. Mestiza Peruana – Museo Municipal de Lampa
 b. Hilando – Museo Municipal de la ciudad de Juliaca
 c. Mujer de Juli – Museo Municipal Oscar Velasco Meza
 d. Mujer Capachiqueña - Museo Municipal Carlos Dreyer
 e. Oleo – Anónimo
17. ¿En que templo museo se exhiben retablos de la vida de San Juan Bautista y de Santa Teresa?
- a. Museo nuestra señora de la Asunción
 b. Templo Museo San Juan de Letrán
 c. Templo iglesia de Santiago Apóstol
 d. Templo de Santo Domingo
 e. Iglesia San Juan Bautista
18. ¿En que templo museo se exhiben los retablos de estilo tenebrista y manierista de la sagrada familia y la vida de Jesús.?
- a. Museo Nuestra Señora de la Asunción
 b. Templo iglesia de Santiago Apóstol
 c. Templo de Santo Domingo
 d. Iglesia San Juan Bautista
 e. Templo Museo San Juan de Letrán

19. ¿En que museo se encuentran representaciones de las principales embarcaciones artesanales del lago Titicaca?

- a. Museo Municipal Carlos Dreyer
- b. Museo municipal de Juliaca
- c. Museo Kampaq Lampa
- d. Museo de la Totora
- e. Museo de la Coca y Costumbres

20. ¿En qué museo de la región se encuentra el ser de la mitología andina, Hatun Ñaqak?

- a. Museo Municipal de Taraco
- b. Museo Municipal Carlos Dreyer
- c. Museo Wawamarca
- d. Museo Lítico de Pukara
- e. Museo Municipal de Lampa

Por sus antepasados y de acuerdo a sus costumbres, ¿Usted se considera de origen?

- a. Mestizo
- b. Quechua
- c. Aimara
- d. Blanco
- e. No precisa

¡Gracias por su ayuda!



Anexo C.
Encuesta de la variable Identidad Cultural



UNIVERSIDAD NACIONAL DEL ALTIPLANO
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE TURISMO



Encuesta aplicada a los estudiantes de la Escuela Profesional De Turismo

Estimado estudiante:

N°

El presente cuestionario tiene como finalidad aportar en un proyecto de investigación vinculado al conocimiento de los museos regionales y su relación con la identidad cultural de los estudiantes de la Escuela Profesional de Turismo. Sirvase dar respuesta marcando con una (X) la alternativa que considere conveniente. Las encuestas son anónimas.

1. DATOS GENERALES

1.1. Ciudad de Origen:

1.2. Edad: 17 - 20 () 21 - 24 () 25 - 28 () 29 a más ()

1.3. Género: Masculino () Femenino ()

1.4. Idioma Nativo: Castellano () Quechua () Aimara ()

1.5. Semestre:

IDENTIDAD CULTURAL

Mediante estos indicadores, marque con una X, lo que considere conveniente y real

ITEMS					
	Nunca	Muy Pocas Veces	Algunas Veces	Casi Siempre	Siempre
2. Sentido de Pertenencia					
2.1. ¿Usted pone en práctica las tradiciones de su localidad?	1	2	3	4	5
2.2. ¿Usted se identifica con las tradiciones de su localidad?	1	2	3	4	5
2.3. ¿Usted conoce los acontecimientos históricos de su localidad?	1	2	3	4	5
2.4. ¿Usted visita museos para ampliar su conocimiento sobre las culturas de la región?	1	2	3	4	5
2.5. ¿Usted pone en práctica los valores que le han sido inculcados de niño o adolescente? (honestidad, respeto, integridad, libertad)	1	2	3	4	5
2.6. ¿Usted cuando visita un museo, siente que adquiere valores culturales? religión, justicia, identidad nacional, tradiciones)	1	2	3	4	5
3. Autoconcepto					
3.1. ¿La vestimenta que utiliza es parte de su Identidad Cultural?	1	2	3	4	5
3.2. ¿Usted viste los trajes típicos de su lugar de procedencia?	1	2	3	4	5
3.3. ¿Usted comparte sus costumbres con sus compañeros?	1	2	3	4	5
3.4. ¿Se identifica con su autopercepción cultural de su lugar de procedencia?	1	2	3	4	5
3.5. ¿El género musical andino le genera emociones positivas?	1	2	3	4	5
3.6. ¿Los bienes arqueológicos en los museos le impresionan a primera vista?	1	2	3	4	5
4. Lengua					
4.1. ¿Considera que el idioma es parte de su identidad?	1	2	3	4	5
4.2. ¿Usted se ha sentido discriminado por hablar su idioma nativo?	1	2	3	4	5
4.3. ¿Cuándo conversa con sus padres o abuelos, prefiere que sea en su lengua natal de ellos?	1	2	3	4	5
4.4. ¿Usted aprendería otro idioma nativo que no sea el suyo?	1	2	3	4	5

	Nunca	Muy Pocas Veces	Algunas Veces	Casi Siempre	Siempre
4.5. ¿Usted siente vergüenza cuando sus familiares hablan en quechua o aimara?	1	2	3	4	5
4.6. ¿En la Universidad, habla con su dialecto sin temor a burlas?	1	2	3	4	5
5. Manifestaciones Culturales					
5.1. ¿Asiste a las fiestas tradicionales o costumbristas de su localidad?	1	2	3	4	5
5.2. ¿Usted participa de la Festividad de la Virgen de la Candelaria?	1	2	3	4	5
5.3. ¿Identifica o conoce con las danzas de su localidad?	1	2	3	4	5
5.4. ¿Usted prefiere bailar las danzas nativas que las mestizas?	1	2	3	4	5
5.5. ¿Identifica o conoce la música tradicional de su localidad?	1	2	3	4	5
5.6. ¿Usted escucha música de su lugar de procedencia?	1	2	3	4	5
5.7. ¿Usted asiste a exposiciones de arte?	1	2	3	4	5
5.8. ¿Usted conoce del legado artístico que se encuentran en los museos de la región?	1	2	3	4	5
5.9. ¿Usted consume en los eventos gastronómicos de su localidad?	1	2	3	4	5
5.10. ¿Usted consume los principales granos andinos de la región? (quinua, cañihua)	1	2	3	4	5
5.11. ¿Usted considera que los mitos y leyendas de su localidad son parte de su identidad?	1	2	3	4	5
5.12. ¿Usted asiste a la Escenificación de la salida de Manco Cápac y Mama Ocello?	1	2	3	4	5

¡Gracias por su ayuda!



Anexo D.

Tabla 25

Matriz de Consistencia.

IDEA	PROBLEMA			OBJETIVOS		HIPOTESIS	
	PROBLEMA GENERAL	PROBLEMAS ESPECÍFICOS	OBJETIVO GENERAL	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	HIPOTESIS GENERAL	HIPOTESIS ESPECÍFICAS	
Nivel de conocimiento sobre museos regionales en relación a la identidad cultural en los estudiantes de la Escuela de Turismo en la Universidad Nacional del Altiplano, Puno 2019	¿Qué relación existe entre el nivel de conocimiento sobre Museos Regionales en relación con el sentido de pertenencia en los estudiantes de la Escuela Profesional de Turismo en la Universidad Nacional del Altiplano?	¿Cuál es el nivel de conocimiento sobre Museos Regionales en relación con el sentido de pertenencia en los estudiantes de la Escuela Profesional de Turismo en la Universidad Nacional del Altiplano?	Determinar la relación existente entre el nivel de conocimiento sobre museos regionales y la identidad cultural en los estudiantes de la Escuela de Turismo en la Universidad Nacional del Altiplano?	Identificar el nivel de conocimiento sobre Museos Regionales en el nivel de conocimiento pertenencia en los estudiantes de la Escuela Profesional de Turismo en la Universidad Nacional del Altiplano.	Existe una relación entre el nivel de conocimiento sobre Museos Regionales se relaciona	El nivel de conocimiento sobre Museos Regionales se relaciona significativamente con el autoconcepto en los estudiantes de la Escuela Profesional de Turismo en la Universidad Nacional del Altiplano.	

<p>¿Cuál es el nivel de conocimiento sobre Museos Regionales en relación con la lengua en los estudiantes de la Escuela Profesional de Turismo en la Universidad Nacional del Altiplano?</p>	<p>Identificar el nivel de conocimiento sobre Museos Regionales en relación con la lengua en los estudiantes de la Escuela Profesional de Turismo en la Universidad Nacional del Altiplano.</p>	<p>El nivel de conocimiento sobre Museos Regionales se relaciona significativamente con la lengua en los estudiantes de la Escuela Profesional de Turismo en la Universidad Nacional del Altiplano.</p>
<p>¿Cuál es el nivel de conocimiento sobre Museos Regionales en relación con las manifestaciones culturales en los estudiantes de la Escuela Profesional de Turismo en la Universidad Nacional del Altiplano?</p>	<p>Identificar el nivel de conocimiento sobre Museos Regionales en relación con las manifestaciones culturales en los estudiantes de la Escuela Profesional de Turismo en la Universidad Nacional del Altiplano.</p>	<p>El nivel de conocimiento sobre Museos Regionales se relaciona significativamente con las manifestaciones culturales en los estudiantes de la Escuela Profesional de Turismo en la Universidad Nacional del Altiplano.</p>

Anexo E.
Solicitud de aplicación de instrumento



"AÑO DE LA LUCHA CONTRA LA CORRUPCIÓN E IMPUNIDAD"

SOLICITO: Permiso para realizar encuestas en su institución.

SEÑOR(A):
DIRECTOR DE LA ESCUELA PROFESIONAL DE TURISMO



Yo Jorge Luis Quispe Churata, Bachiller de la Escuela Profesional de Turismo, Identificado con DNI N° 72451435 con domicilio en Av. Simón Bolívar N°. 1037, de esta ciudad de Puno con Cel. N°. 946681611, email: jor23qch@gmail.com, ante usted, con el debido respeto me presento y DIGO:

Ante usted respetuosamente me presento y solicito a su despacho me brinde la facilidad de poder realizar encuestas a los alumnos de la Escuela Profesional de Turismo, debido a que esto me ayudará a conocer el nivel de conocimientos sobre museos regionales en relación a la identidad cultural en los estudiantes y poder culminar con éxito mi investigación.

POR LO EXPUESTO:

Ruego a usted, tengo a bien acceder a mi petición por ser justa.

Puno, 9 de septiembre de 2019

JORGE LUIS QUISPE CHURATA
DNI: 72451435



Anexo F.
Fichas de Validación de Instrumento

FICHA DE VALIDACION DEL INSTRUMENTO

I. INFORMACION GENERAL

1.2. Nombres y Apellidos: Lenin Hugo Neyra Churata
 1.3. Cargo e Institución: EGE PROFESIONAL - UTP
 1.4. Instrumento evaluado: Nivel de conocimientos sobre muscos regionales e Identidad Cultural
 1.5. Autor del instrumento: Jorge Luis Quirope Chiracó

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN.

Revisar cada uno de los ítems del instrumento y marcar con un aspa dentro del recuadro (X), según la calificación que asigna a cada uno de los indicadores.

1. Deficiente (si menos de 30% de los ítems cumplen con el indicador)
2. Regular (si entre 31% y 70% de los ítems cumplen con el indicador)
3. Buena (si es más del 70% de los ítems cumplen con el indicador)

Aspectos de validación del instrumento		1	2	3	Observaciones
Críterios	Indicadores	D	R	B	Sugerencias
PERTINENCIA	Los ítems miden lo previsto en los objetivos de investigación			X	
COHERENCIA	Los ítems responden a lo que se debe medir en las variables y sus dimensiones.			X	
CONGRUENCIA	Los ítems son congruentes entre sí y con concepto que miden.			X	
SUFICIENCIA	Los ítems son suficientes en cantidad para medir las variables.			X	
OBJETIVIDAD	Los ítems miden comportamiento y acciones observables.			X	
CONSISTENCIA	Los ítems se han formulado en concordancia a los fundamentos teóricos de las variables.			X	
ORGANIZACIÓN	Los ítems están secuenciados y distribuidos de acuerdo a dimensiones e indicadores.			X	
CLARIDAD	Los ítems están redactados en un lenguaje entendible.			X	
FORMATO	Los ítems están escritos respetando aspectos técnicos (tamaño de letra, espaciado interlineado, nitidez)			X	
ESTRUCTURA	El instrumento cuenta con instrucciones consignas, opciones de respuesta bien definidas.			X	
CONTEO TOTAL: (Realizar el conteo de acuerdo a la puntuación asignada a cada indicador).				30	
		C	B	A	TOTAL

Creciente de validez $\frac{A+B+C}{30} = 1$

INTERVALOS	RESULTADO
0,00-0,49	validez Nula
0,50-0,59	validez muy baja
0,60-0,69	validez baja
0,70-0,79	validez Aceptable
0,80-0,89	validez buena
0,90-1,00	validez muy buena

III. CALIFICACION GLOBAL.

Realizar el coeficiente de validez obtenido en el intervalo respectivo y escriba sobre el espacio el resultado.

Validez muy buena

Puno, 02 de setiembre de 2019

Lenin Hugo Neyra Churata
 DNI 70810531
 Estadística Vob

FICHA DE VALIDACION DEL INSTRUMENTO

I. INFORMACION GENERAL.

1.2. Nombres y Apellidos: Karla Natalia Barralto Parada
 1.3. Cargo e Institución: Docente
 1.4. Instrumento avaluado: Cuestionario
 1.5. Autor del instrumento: Jorge Luis Quispe Churruarín

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN.

Revisar cada uno de los ítems del instrumento y marcar con un aspa dentro del recuadro (X), según la calificación que asigna a cada uno de los indicadores.

1. Deficiente (si menos de 30% de los ítems cumplen con el indicador)
2. Regular (si entre 31% y 70% de los ítems cumplen con el indicador)
3. Buena (si es más del 70% de los ítems cumplen con el indicador)

Aspectos de validación del instrumento		1	2	3	Observaciones Sugerencias
Criterios	Indicadores	D	R	B	
PERTINENCIA	Los ítems miden lo previsto en los objetivos de investigación			X	
COHERENCIA	Los ítems responden a lo que se debe medir en las variables y sus dimensiones.			X	
CONGRUENCIA	Los ítems son congruentes entre sí y con concepto que miden.			X	
SUFICIENCIA	Los ítems son suficientes en cantidad para medir las variables.			X	
OBJETIVIDAD	Los ítems miden comportamiento y acciones observables.			X	
CONSISTENCIA	Los ítems se han formulado en concordancia a los fundamentos teóricos de las variables.			X	
ORGANIZACIÓN	Los ítems están secuenciados y distribuidos de acuerdo a dimensiones e indicadores.			X	
CLARIDAD	Los ítems están redactados en un lenguaje entendible.			X	
FORMATO	Los ítems están escritos respetando aspectos técnicos (tamaño de letra, espaciado interlineado, nitidez)			X	
ESTRUCTURA	El instrumento cuenta con instrucciones consignas, opciones de respuesta bien definidas.			X	
CONTEO TOTAL: (Realizar el conteo de acuerdo a la puntuación asignada a cada indicador).					30
		C	B	A	TOTAL

Coeficiente de validez $\frac{A+B+C}{30} = \frac{30}{30} = 1$

INTERVALOS	RESULTADO
0,00-0,49	validez Nula
0,50-0,59	validez muy baja
0,60-0,69	validez baja
0,70-0,79	validez Aceptable
0,80-0,89	validez buena
0,90-1,00	validez muy buena

III. CALIFICACION GLOBAL.

Realizar el coeficiente de validez obtenido en el intervalo respectivo y escriba sobre el espacio el resultado.

Validez muy buena

Puno, 09 de setiembre de 2019

Karla Natalia Barralto Parada
 Dra. Karla N. Barralto Parada

FICHA DE VALIDACION DEL INSTRUMENTO

I. INFORMACION GENERAL

- 1.2. Nombres y Apellidos: GOMEZ ARI MARTIN
- 1.3. Cargo e Institución: ADMINISTRADOR DEL MUSEO MUNICIPAL C. DREYER
- 1.4. Instrumento avaluado: CUESTIONARIO Y ENCUESTA
- 1.5. Autor del instrumento: JORGE LUIS CAJISPE CHURATA

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN.

- Revisar cada uno de los ítems del instrumento y marcar con un aspa dentro del recuadro (X), según la calificación que asigna a cada uno de los indicadores.
1. Deficiente (si menos de 30% de los ítems cumplen con el indicador)
 2. Regular (si entre 31% y 70% de los ítems cumplen con el indicador)
 3. Buena (si es más del 70% de los ítems cumplen con el indicador)

Aspectos de validación del instrumento		1	2	3	Observaciones
Criterios	Indicadores	D	R	B	
PERTINENCIA	Los ítems miden lo previsto en los objetivos de investigación			X	
COHERENCIA	Los ítems responden a lo que se debe medir en las variables y sus dimensiones.			X	
CONGRUENCIA	Los ítems son congruentes entre sí y con concepto que miden.			X	
SUFICIENCIA	Los ítems son suficientes en cantidad para medir las variables.			X	
OBJETIVIDAD	Los ítems miden comportamiento y acciones observables.			X	
CONSISTENCIA	Los ítems se han formulado en concordancia a los fundamentos teóricos de las variables.			X	
ORGANIZACIÓN	Los ítems están secuenciados y distribuidos de acuerdo a dimensiones e indicadores.			X	
CLARIDAD	Los ítems están redactados en un lenguaje entendible.			X	
FORMATO	Los ítems están escritos respetando aspectos técnicos (tamaño de letra, espaciado interlineado, nitidez)			X	
ESTRUCTURA	El instrumento cuenta con instrucciones consignas, opciones de respuesta bien definidas.			X	
CONTEO TOTAL: (Realizar el conteo de acuerdo a la puntuación asignada a cada indicador).					
		C	B	A	TOTAL

Creciente de validez $\frac{A+B+C}{30} = \frac{30}{30} = 1$

INTERVALOS	RESULTADO
0,00-0,49	validez Nula
0,50-0,59	validez muy baja
0,60-0,69	validez baja
0,70-0,79	validez Aceptable
0,80-0,89	validez buena
0,90-1,00	validez muy buena

III. CALIFICACION GLOBAL.

Realizar el coeficiente de validez obtenido en el intervalo respectivo y escriba sobre el espacio el resultado.

Validez muy buena.

Puno, 11 de setiembre de 2019

Martin Gomez Ari

 Mgr. Martín Gomez Ari
 ADMINISTRADOR

Anexo G.
Fotografías de aplicación de instrumentos.



Aplicación de instrumentos

