



UNIVERSIDAD NACIONAL DEL ALTIPLANO

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE ANTROPOLOGÍA



ROPA DE MODA Y SU RELACIÓN CON LA IDENTIDAD

CULTURAL EN ESTUDIANTES DE LA INSTITUCIÓN

EDUCATIVA SECUNDARIA SANTA ROSA,

PUNO 2022.

TESIS

PRESENTADA POR:

Bach. ANIBAL BRAULIO LINARES LIMACHI

PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

LICENCIADO EN ANTROPOLOGÍA

PUNO - PERÚ

2023



NOMBRE DEL TRABAJO

ROPA DE MODA Y SU RELACIÓN CON LA IDENTIDAD CULTURAL EN ESTUDIANTES DE LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA SECUNDARIA SANTA ROSA, PUNO 2022.

AUTOR

ANIBAL BRAULIO LINARES LIMACHI

RECUENTO DE PALABRAS

19538 Words

RECUENTO DE CARACTERES

109677 Characters

RECUENTO DE PÁGINAS

109 Pages

TAMAÑO DEL ARCHIVO

4.4MB

FECHA DE ENTREGA

Jul 18, 2023 12:27 PM GMT-5

FECHA DEL INFORME

Jul 18, 2023 12:29 PM GMT-5

● **12% de similitud general**

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para cada base de datos

- 10% Base de datos de Internet
- Base de datos de Crossref
- 7% Base de datos de trabajos entregados
- 2% Base de datos de publicaciones
- Base de datos de contenido publicado de Crossref

● **Excluir del Reporte de Similitud**

- Material bibliográfico
- Material citado
- Material citado
- Coincidencia baja (menos de 10 palabras)



Firmado digitalmente por CALDERON
TORRES Alfredo FAU 20145496170
soft
Motivo: Soy el autor del documento
Fecha: 18.07.2023 12:32:52 -05:00



Firmado digitalmente por PUMA
LLANQUI Javier Santos FAU
20145496170 soft
Motivo: Soy el autor del documento
Fecha: 18.07.2023 12:39:58 -05:00



DEDICATORIA

A mis buenos padres Isidora y Pedro ya que dieron razón a mi vida, como también haberme forjado la persona que soy hoy en día, con valor y responsabilidad, ante todo, también sus apoyos, consejos, me orientaron en cada momento que hicieron que yo valore cada esfuerzo de ellos.

A mis hermanos Rina, Ever, Joel por el apoyo incondicional que me dieron a pesar de sus trabajos, se dieron tiempo para mí, enormes gracias.

Aníbal Braulio



AGRADECIMIENTOS

- A Dios por brindarme salud y haber guiado mis pasos día a día, por darme fortaleza para seguir adelante.
- A la UNA- Puno, Facultad de Ciencias Sociales, Escuela Profesional de Antropología, lo cual me abrió sus puertas para formarme profesionalmente.
- A mis profesores por sus diferentes formas de enseñar, con sus apoyos y enseñanzas, esto no hubiera sido posible.
- A mis compañeros quienes me brindaron su amistad, confianza y apoyo.
- A mi familia, mis padres Pedro e Isidora y hermanos Rina, Clever, Jhony por apoyarme en cada decisión, por ser mis principales motivadores, para ser una mejor persona, por creer y confiar en mí, por brindarme su amor y cariño a lo largo de mis estudios.
- A mi asesor de Tesis, Dr. Alfredo Calderón Torres por haberme guiado en este proyecto en base a su experiencia y sabiduría, le debo el hecho de que esta tesis tenga los menos errores posibles.
- A mis jurados por sus objetividades, imparcialidad y transparencia en la evaluación de esta Tesis.
- Al señor director de la IES Santa Rosa Puno, por haberme facilitado la realización de encuestas a sus alumnas, sin el cual no hubiera sido posible la ejecución de mi proyecto de Tesis.

Aníbal Braulio



ÍNDICE GENERAL

DEDICATORIA

AGRADECIMIENTOS

ÍNDICE GENERAL

ÍNDICE DE FIGURAS

ÍNDICE DE TABLAS

RESUMEN 12

ABSTRACT..... 13

CAPÍTULO I

INTRODUCCIÓN

1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA 16

1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA 19

1.2.1. Problema general **19**

1.2.2. Problemas específicos **19**

1.3. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN 19

1.3.1. A nivel internacional..... **19**

1.3.2. A nivel nacional..... **23**

1.3.3. A nivel regional **26**

1.4. JUSTIFICACIÓN 27

1.4.1. Justificación teórica **27**

1.4.2. Justificación metodológica **28**



1.4.3. Justificación práctica	28
1.5. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN.....	29
1.5.1. Objetivo general	29
1.5.2. Objetivos específicos.....	30
1.6. MARCO TEÓRICO	30
1.6.1. La ropa de moda	30
1.6.2. Representación social	31
1.6.3. Prestigio social.....	32
1.6.4. Trasfondo cultural.....	33
1.6.5. Identidad Cultural	33
1.6.6. Costumbres	36
1.6.7. Modelos de identidad cultural	37
1.6.8. Identidad Múltiple	38
1.6.9. Cambios de identidad	40
1.7. MARCO CONCEPTUAL.....	41
1.7.1. Dirección	41
1.7.2. Cultura	41
1.7.3. Estudiante	42
1.7.4. Docente.....	42
1.7.5. Ropa.....	42
1.7.6. Moda.....	43
1.7.7. Gestión.....	43



1.7.8. Extranjero	43
1.7.9. Planificación	44
1.7.10. Control	44
1.7.11. Identidad	44
1.7.12. Comunicación	45
1.7.13. Metas	45
1.8. HIPÓTESIS DE LA INVESTIGACIÓN	45
1.8.1. Hipótesis general	45
1.8.2. Hipótesis específicas	46
1.8.3. Operacionalización de variables	46
1.9. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	47
1.9.1. Tipo de investigación	48
1.9.2. Población	48
1.9.3. Muestra	48
1.9.4. Instrumentos y técnica de recolección de datos	50
1.9.5. Confiabilidad de los instrumentos de investigación.	51
CAPÍTULO II	
CARACTERIZACIÓN DEL ÁREA DE INVESTIGACIÓN	
2.1. UBICACIÓN	53
2.1.1. Cantidad de estudiantes	54
2.1.2. Misión de la I.E.S. Santa Rosa	54
2.1.3. Visión de la I.E.S. Santa Rosa	54



2.2. UBICACIÓN DE PUNO	55
2.2.1. Límites	56
2.2.2. Clima.....	57
2.2.3. Flora.....	57
2.2.4. Fauna.....	57

CAPÍTULO III

EXPOSICIÓN Y ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

3.1. LA ROPA DE MODA E IDENTIDAD CULTURAL DE LOS ESTUDIANTES DE LA I.E.S. SANTA ROSA.....	58
3.1.1. Contrastación de la hipótesis general	60
3.2. LA REPRESENTACIÓN SOCIAL E IDENTIDAD CULTURAL DE LOS ESTUDIANTES DEL I.E.S. SANTA ROSA	62
3.3. EL PRESTIGIO SOCIAL E IDENTIDAD CULTURAL DE LOS ESTUDIANTES DE LA I.E.S. SANTA ROSA.....	66
3.4. EL TRASFONDO CULTURAL E IDENTIDAD CULTURAL DE LOS ESTUDIANTES DE LA I.E.S. SANTA ROSA.....	69
3.5. PRUEBA DE NORMALIDAD	72
3.6. DISCUSIÓN	73
CONCLUSIONES	76
RECOMENDACIONES	77
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	78
ANEXOS.....	92



Área: Cultura andina, identidad y desarrollo

Tema: Ropa de moda y la identidad cultural

Fecha de sustentación: 24 de Julio de 2023.



ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Ubicación geográfica de la I.E.S. Santa Rosa	53
Figura 2. I.E.S. Santa Rosa	55
Figura 3. Ubicación de Puno	56
Figura 4. Aplicación del instrumento a los estudiantes de la Institución Educativa Secundaria Santa Rosa	100
Figura 5. Estudiantes mientras marcan el cuestionario a la escala Likert	101



ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Fiabilidad de la ropa de moda	52
Tabla 2. Fiabilidad de la identidad cultural	52
Tabla 3. Ropa de moda y la identidad cultural de la I.E.S. Santa Rosa	59
Tabla 4. Relación entre la ropa de moda y la identidad cultural de acuerdo a Rho de Spearman	61
Tabla 5. La representación social y la identidad cultural de la I.E.S. Santa Rosa	63
Tabla 6. Relación entre la representación social y la identidad cultural de acuerdo a Rho de Spearman	65
Tabla 7. El prestigio social y la identidad cultural de la I.E.S. Santa Rosa	67
Tabla 8. Relación entre el prestigio social y la identidad cultural de acuerdo a Rho de Spearman	68
Tabla 9. El trasfondo cultural y la identidad cultural de la I.E.S. Santa Rosa	70
Tabla 10. Relación entre el trasfondo cultural y la identidad cultural de acuerdo a Rho de Spearman	71
Tabla 11. Prueba de normalidad	72



RESUMEN

En la actualidad cada cultura se ha adaptado al uso de la ropa de moda distinta a nuestra cultura peruana, imitando culturas extranjeras, muchas veces trae consigo consecuencias negativas, pues la persona mejor vestida tiende a ser aquella que imita culturas extranjeras, mientras que aquellos que visten de acuerdo a la cultura peruana tienden a ser discriminados a causa de estereotipos o posturas aprendidas, por tal razón se realiza el estudio pertinente sobre la ropa de moda. El estudio fue realizado con el objetivo de explicar la relación de la ropa de moda con la identidad cultural en estudiantes de la Institución Educativa Secundaria Santa Rosa de Puno, 2022. En la metodología se considera el enfoque cuantitativo, de diseño no experimental y de corte transversal, de tipo descriptiva-correlacional, en cuanto a la población general estuvo constituida por 400 estudiantes de la I.E.S., se empleó un muestreo probabilístico, obteniendo como muestra 196 estudiantes, para la obtención de los datos se empleó como instrumento el cuestionario mediante la escala de Likert. Los resultados obtenidos por medio prueba de hipótesis estadística de Rho de Spearman fue que se encontró un nivel de significancia de 0.000, lo cual viene a ser menor a error de significancia lo cual es $0,05=5\%$, siendo el 95% restante el valor de confianza, asimismo se encontró un coeficiente de correlación de 0,662, concluyendo de tal manera que la ropa de moda y la identidad cultural se relacionan positivamente, lo cual se presenta en las estudiantes de la Institución Educativa Secundaria Santa Rosa de Puno.

Palabras clave: Estudiantes, Identidad Cultural, Moda, Representación, Ropa.



ABSTRACT

Currently culture has adapted to the use of fashionable clothes unlike our Peruvian culture, imitating foreign cultures often brings negative consequences, since the best dressed person tends to be the one who imitates foreign cultures, while those who dress according to Peruvian culture tend to be discriminated against due to stereotypes. Or postures learned, for which the pertinent study on fashionable clothing is carried out. The study was carried out with the objective of explaining the relationship of fashionable clothing with cultural identity in students of the Santa Rosa Puno Secondary Educational Institution, 2022. The methodology considers the quantitative approach, non-experimental and cross-sectional design, of a descriptive nature. -correlational type, in terms of the general population, it was made up of 400 students from the secondary educational institution, a probabilistic examinee was used, obtaining 196 students as a sample, to obtain the data, the questionnaire was used as an instrument through the Likert type scale . The results are obtained by means of Spearman's Rho statistical hypothesis test, a significance level of 0.000, which is less than the significance error, which is $0.05=5\%$, with the remaining 95% being the confidence value, a coefficient of coincidence of 0.662 was found, concluding in such a way that fashion clothing and cultural identity are positively related, which is presented in the students of the Santa Rosa de Puno Educational Institution.

Keyword: Students, Cultural Identity, Brand, Representation, Clothing.



CAPÍTULO I

INTRODUCCIÓN

El presente estudio denominado “Ropa de moda y su relación con la identidad cultural en estudiantes de la Institución Educativa Secundaria Santa Rosa Puno 2022”, fue desarrollado ya que hoy en día se percibe que la ropa de moda es muy importante para muchos estudiantes, por lo que tratan de imitar modas extranjeras, sin embargo los docentes tienen el deber de inculcar a los estudiantes una moda identificada con la cultura, para que de ese modo no se pierdan tradiciones peruanas, por ello es importante determinar y afirmar la relación que tienen ambas variables, para fortalecer ambos aspectos que son muy trascendentales, si bien es cierto existen distintos estudios relacionados al tema en sí pero desde distintos puntos de vista como son de la psicología, la historia de moda y el marketing, las mismas que están dirigidas a la sociedad en común, mas no a los adolescentes y es ahí donde se halla la importancia del desarrollo del estudio.

Asimismo, señalar que hoy en día la ropa de moda tiene gran transcendencia en los estudiantes, los mismos que están enfocados al grupo de individuos que no comprenden como el uso de ropa de moda afecta en la identidad cultural, dado que los adolescentes son agentes del cambio en toda sociedad por ello se producen nuevas posturas generando nuevas perspectivas en el mundo, como sabemos es verdad que las marcas de prendas de vestir cada día van creando piezas novedosas (moda), los que ofrecen por medio del marketing, tratando de llamar la atención de los adolescentes con ello la repercusión en la identidad cultural de los mismos.



Los adolescentes en la actualidad forman parte de la moda, el cual es un medio por el cual se expresan y ello influye y/o afecta en la cultura de los adolescentes, de igual manera mencionar que la moda siempre será el reflejo social de cada tiempo, por lo que la ropa de moda juega un papel muy importante en la identidad cultural de los adolescentes de la Institución Educativo Secundario Santa Rosa de Puno.

En razón, el estudio presentó como objetivo general determinar la relación de la ropa de moda con la identidad cultural en estudiantes de la institución educativa secundaria Santa Rosa, Puno, 2022 y como objetivo específico conocer la relación de la representación social con la identidad cultural en estudiantes de la institución educativa secundaria Santa Rosa, Puno 2022; identificar la relación del prestigio social con la identidad cultural en estudiantes de la institución educativa secundaria Santa Rosa Puno 2022; determinar la relación del trasfondo cultural con la identidad cultural en estudiantes de la Institución Educativa Secundaria Santa Rosa, Puno, 2022.

De tal manera, la investigación se halla estructurada de la siguiente forma:

En el primer capítulo, se expone el planteamiento del problema, antecedentes, objetivos, marco teórico y método de investigación dentro de cual se desarrolló el problema describiendo cada uno de los aspectos desde diferentes perspectivas, los estudios presentados ante la realización de la investigación, la justificación desde el punto de vista teórico, práctico y metodológico, los objetivos propuestos el marco teórico respectivo, las hipótesis y los métodos empleados en dicho estudio.

En el segundo capítulo, se desarrolla la caracterización del área de investigación se presentaron cada una de las características más resaltantes para conocer una aproximación casi exacta en donde fue desarrollado el estudio.



En el tercer capítulo, se presenta la exposición y análisis de los resultados de investigación, se presentaron las tablas y figuras después de haber obtenido los resultados respectivos interpretando cada uno de ellos.

Finalmente se tuvo las conclusiones, recomendaciones, referencias, y anexos correspondientes.

1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Hoy en día la ropa de moda es un aspecto muy importante que guarda mucha relación con la identidad cultural, pues en la actualidad muchos lugares tienden a imitar la ropa de culturas extranjeras, trayendo consigo muchas consecuencias a causa de estereotipos o posturas aprendidas, se piensa que la persona mejor vestida es aquella quien viste con una moda de cultura extranjera y aquellos que visten de acuerdo a la cultura o costumbres peruanas son discriminadas, pues predomina la imitación de una ropa de moda, asimismo se tiene un pensamiento equivocado creyendo que para entrar en un círculo social o para tener cierto respeto ante las personas, es necesario vestir a la moda imitando otras culturas, a raíz de ello se genera el problema del estudio.

Ahora bien, es importante conocer posturas sobre diferentes autores acerca del que se está desarrollando, a ese entender se tiene a Aldana (2000), quien menciona que “los segmentos activos de las sociedades se desconectan y deja de lado a los que no poseen un valor diferente que el de su vida”(p. 53), en otras palabras logra generar opiniones incorrectas de las raíces étnicas que involucra a la emprendedora de manufactura educativa, lo cual se forma por distintos puntos como, videografías, publicidad, teatro, artesanía, actuaciones, conciertos, video juegos, turismo, deportes, la ropa de moda y gastronomía. Dando una noción extensa que se adueña de la colectividad. Pérez (2011), afirma que “La ropa de moda coopera en el progreso de la sociedad en todos



los aspectos de la vida cotidiana a pesar de que en gran parte de los casos las personas no saben de esta realidad” (p. 51), en Latino América el nivel de la personalidad instructiva es disponible a los centros informativos debido a que los conjuntos colectivos muestran características de compra excesiva, por otra parte quieren estar a las últimas novedades para poder tener status y aprobación en la colectividad. Ante esto Cabello (2016), infiere que “cuando este sujeto se muestra ante diferentes sujetos, sus actos impactan en el concepto de la postura que estos conseguirán lograr que este sea conspirador en su trabajo, aunque un tanto desconocedor de esto” (p. 267), en otras palabras, que al llevar una ropa de novedad, se fundamenta en formas de vida que logra modificar el comportamiento del individuo, asegurando la próxima conceptualización. Por muchos años las naciones latinas se han asombrado y copiado la manera de vestir de las naciones muy crecidas con la finalidad de conformar parte de una mejor instrucción.

En esta situación, la población de Puno ha ido imitando una ropa de culturas extranjeras, los jóvenes han ido cambiando y modificando sus costumbres y manera de vivir, modos de expresión, gustos y preferencias, impacto que genera las publicidades como la radio, televisión, internet, aquellos que cambian las conductas más pasajeras (Apaza, 2014). Por su parte Martínez y De Garcillan (2016) hace mención “que las personas comienzan a producir sentido en la indagación por formar y cambiar su aspecto desde el gusto colectivo y personal dando paso a la peculiaridad” (p. 100). Como resultado la nueva forma de vestir genera un consumismo que coacciona a los jóvenes a seguir adquiriendo nuevos artículos que separan y dominan al mundo local.

Así los adolescentes perciben una posición digna basada en el buen vestir, la racionalidad y las normas de cultura que dictan la permanencia a un conjunto colectivo. Entonces las vinculaciones colectivas empiezan de las maneras modernas de vestirse y la



imposibilidad de tener estas prendas, es la razón que lleva a la decepción y al rechazo en el grupo. Como la institución educativa secundario de Santa Rosa, la ropa de moda representa como la cultura, género, edad, status y emociones que conforma la significancia de su igualdad el valor de la cultura, de los valores y tradiciones de la localidad de origen. La ropa de moda está causando muchos perjuicios discriminativos, los estudiantes ya no se sienten conformes con la vestimenta que tienen, cada vez quieren más y más porque la ropa extranjera va teniendo evoluciones, sacando modas distintas a cada instante, estos cambios hacen que los estudiantes quieran vestir de igual manera, se preocupan más en una moda extranjera, dejando de lado la moda de nuestra cultura nacional, discriminándola o haciéndola de lado, es por ello que toda institución, como es el caso también del centro educativo secundario de Santa Rosa, debe de generar mecanismos para inculcar en los estudiantes vestir con una ropa de acuerdo a nuestra cultura, de tal manera nuestras costumbres no se vayan a olvidar, dicho todo ello se puede apreciar la relación significativa que tiene la ropa de moda con la identidad cultural.

Es por ello que el alumnado de la institución educativa secundario de Santa Rosa crean nociones subjetivas de la vestimenta, tanto en lo que se refiere a la inclinación artística e intelectual puntos de vista políticos e ideológicos y el estatus de los nuevos alumnos quienes desarrollan la vida colegial, en vista de que en las relaciones sociales entre estos se establecen normas y culturas que exigen la adecuación a determinados ritos, costumbres y las creencias firmemente establecidas y por ende, las actitudes y comportamientos de ellos representan en los modos de expresión, apariencia y gusto de la moda a una imagen individual.

Es de ahí que el alumnado critica las vestimentas extrañas las cuales no están a la moda, influyendo en las relaciones tales como en las creencias, los hábitos locales y los



ritos. En el presente contexto se señala que la escuela como institución independiente del gobierno adolece de unas políticas culturales para poder crear espacio cultural y social, siendo las instituciones educativas el campo de formación, los futuros administradores y dirigentes del Estado.

De todo lo dicho en párrafos anteriores, la investigación se dirige a responder las siguientes preguntas del estudio:

1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

1.2.1. Problema general

¿Cómo se relaciona la ropa de moda con la identidad cultural en estudiantes de la institución educativa secundaria Santa Rosa Puno 2022?

1.2.2. Problemas específicos

- a) ¿Cómo se relaciona la representación social con la identidad cultural en estudiantes de la institución educativa secundaria Santa Rosa Puno 2022?
- b) ¿Cómo se relaciona el prestigio social con la identidad cultural en estudiantes de la institución educativa secundaria Santa Rosa Puno 2022?
- c) ¿Cómo se relaciona el trasfondo cultural con la identidad cultural en estudiantes de la institución educativa secundaria Santa Rosa Puno 2022?

1.3. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN

1.3.1. A nivel internacional

En Quito - Ecuador, Padilla (2021), en sus tesis tuvo como propósito fue fomentar las afinidades culturales desde el desenvolvimiento de planes estéticos de cultura por medio de la distracción de la manera de vestir tradiciones, formación



artística y cultural esto orienta a los alumnos del segundo de diplomado universal unificado del centro educativo “Carlos Orejuela” en el año escolar 2019-2020, y como metodología de investigación tenemos de enfoque cualitativo, diseño mixto, de tipo proyectiva y las técnicas fueron la encuesta y la entrevista, y como conclusión que hay una menor enseñanza de contenido que valoren el nivel cultural de las vestimentas tradicionales del Ecuador ya que en los temas para el diplomado universal unificados de la novedosa curricular de formación verifica lo único referente de la cultura a las leyendas y mitos, la fotografía, la arquitectura y la música.

En España- Granada, Lagarde y Álvarez (2018), en su estudio tuvo como fin de comprobar si a través de las actividades de educación artística, las relaciones que proporciona el sistema de la moda y la popularidad del medio con las realidades de los jóvenes, es posible potenciar la comunicación y confianza con el alumnado. Conceptuada en una indagación cualitativa y cuantitativa tuvieron como población a 42 jóvenes entre las edades de 15 y 17 años. Para recolectar los datos se aplicó respectivos dibujos y fotografías artísticas en la educación. Al presentar los siguientes resultados impusieron dos requisitos que estos experimentos se realicen sin imágenes de apoyo, de modo que se pueda observar si efectivamente están condicionados por el texto, la visualización o no. Concluyó que a través de fotografías y dibujos permiten conocer la moda y la cultura visual para establecer una conexión y simpatía con ellos.

En Colombia- Cartagena, Chica (2021), en su estudio investigo conceptualizar, diseñar y producir unas revistas de periodismos culturales en una página web sobre las prácticas de vestir y moda, guiada a través de la investigación cualitativo, donde llegaron a ser estudiados 35 personas. Las técnicas e instrumentos



de esta metodología son la entrevista, se evidenciaron mediante fotografía y contraste de estilos de la vida cotidiana. Logrando obtener resultados donde se indica condiciones en las que cualquier navegador o usuario puede acceder sin ninguna dificultad. Así mismo brinda características específicas de un medio de comunicación que ofrece información especializada acerca de temas de periodismo cultural y moda. Concluyendo la experiencia de llevar a cabo el procedimiento de concepción, producción y diseño de unas revistas de periodismos culturales en una página web sobre prácticas del vestir y moda, consistió en los siguientes aspectos: preproducción, producción y circulación.

En Guatemala- Totonicapán, Tohom (2020), en su estudio investigo los modos que incidieron en la identidad cultural de los estudiantes. Mediante un estudio cualitativo, utilizando el método inductivo por medio de la observación, conformada por 25 integrantes para la muestra; utilizando la técnica de demostración mediante la libreta de campo lista de cotejo, planificación de actividades a realizar, tales resultados mostraron que existen elementos externos que influyeron en la personalidad de cultura en los muchachos de la municipalidad de Totonicapán. Denotando en sus resultados que el 28% estuvo a la moda 22% en las redes colectivas y el 19% en los medios comunicativos. Concluyendo que esos factores influyeron en las identidades culturales.

En Pereira-Colombia, Patiño (2020), en su estudio se buscó encontrar la relación que tiene la moda como discursos y las expresiones de la identidad. Por medio de un estudio de enfoque cuantitativo de tipo aplicado correlacional descriptivo la población estuvo constituida por 15 especialistas en el tema el resultado obtenido fue que ambos aspectos se relacionan significativamente se puso



de ejemplo una prenda en el cual lleva la palabra NEA indicando que esta es denominación coloquial muy empleada por los jóvenes por ende, se está inculcando una buena identidad cultural, por lo tanto, se concluimos que los confesionistas deben de emplear el uso de palabras o representaciones gráficas del país para que se identifiquen con él y no dejen de hacer uso de la identidad cultural.

En México-Estado de Morelos, Sanchez (2020), tuvo finalidad delimitar el nivel de repercusión de la imagen de modas en las construcciones de las identidades aspiraciones, metodológicamente fue de enfoque cuantitativo, de tipo descriptivo causal, de nivel correlacional la población estuvo conformada por 85 personas quienes contribuyeron al estudio, en conclusión se pudo apreciar que la imagen de la moda contribuyen de modo significativo en las construcciones de las identidades.

En Ecuador- Cuenca, Álvarez (2018), busco de la pérdida de la vestimenta Cañari entre los jóvenes estudiantes de las unidades Educativas Interculturales Bilingües Quilloac. Se utilizaron enfoques tanto cualitativos como descriptivos con una modelo de 150 alumnos y alumnas. Para la recopilación de datos se usó una encuesta y una entrevista. Los siguientes resultados muestran que el 62% considera que la moda es la razón de la pérdida de ropa canaria y otra razón de la pérdida de ropa es la inmigración el 31,33% de los estudiantes dijo: 6,67% respondió que estas son las razones y otras razones tales como: el uso de uniformes escolares por parte de las instituciones educativas, debido a la economía porque la ropa es cara, en cuanto a la pérdida de cultura, el 90% dijo que afecta la pérdida de cultura y el 10% de los estudiantes dijo que no hay pérdida de cultura. Concluyó que la influencia de otras culturas, la inmigración, la moda y el uso de uniformes en las instituciones educativas fueron algunos de los factores que influyeron en la pérdida de la vestimenta canaria.



En España-El Salvador, Toribio y Alvarez (2018) se plantearon que el aporte de moda como pilar fundamental de la identidad cultural de El Salvador, guiado por medio de un estudio cualitativo, con una muestra de 11 realizándolos una entrevista y observación de eventos de moda. Alcanzando obtener estos resultados donde la moda enfrentó diversos problemas de concientización y apoyo en la colectividad, lo que dificultaba el procedimiento de desenvolvimiento del producto, se han realizado diversos esfuerzos de promoción de la cultura en el país a través de las diversas ramas, para complementar los esfuerzos de los diseñadores salvadoreños en la educación de los consumidores, al mismo tiempo que se incrementó el consumo local y el uso de elementos culturales que enriquecieron el sentido salvadoreño de vida. Concluyendo que la identidad cultural es un trabajo continuo, formado no solo por los diseñadores de moda, sino también por todos aquellos interesados en el consumo local, para mostrar lo bueno del país estableciendo un sentido de pertenencia y apropiación de lo que se produce en el país.

1.3.2. A nivel nacional

En Perú-Huancayo, Jara y Aguilar (2019), mencionan pues buscaron analizar y explicar el impacto del consumismo de la novedad en los patrones de personalidad de la cultura emergente de las damas en Huancayo, se empleó la metodología cualitativa, de rango explicativo y descriptivo alcanzo un patrón de 12 mujeres de diferentes establecimientos, utilizando entrevistas semiestructurada y observación directa para la recopilación de los documentos. Se hallaron las siguientes consecuencias las mujeres entrevistadas utilizaron su deseo de trabajar como una oportunidad para comprometerse con su educación y construir un sentido de sí mismas querían ser empresarias conscientes de sus derechos y objetivos. Además, es



necesario mantener las estabildades para poder acceder al consumismo de los productos de moda que se suministran en los puntos de venta. Concluyendo que las tendencias y lecturas de moda que determinan el consumismo de moda de la juventud emergente son la selección del producto que se adecue a sus gustos privilegios sociales y futuro. La belleza de sus cuerpos para que estas se distingan de los demás.

En Perú- Lambayeque, Diaz y Huamanchumo (2017), ratifican que como fin determinar el impacto de las praxis colectivas alineadas en la personalidad de la cultura de los educandos de quinto nivel del Centro Educativo primario N° 10080. El tipo de estudio corresponde a la descriptiva con 17 estudiantes como muestra, utilizando un cuestionario para la recopilación de los datos, en sus resultados se denoto que el 73%, 72% y el 72% de las prácticas sociales alineadas influyeron en el desenvolvimiento de la personalidad de la cultura de los alumnos con 51%, 45%, 51% y 45%. Por lo que llegaron a la siguiente conclusión las prácticas sociales alienadas influyeron en la personalidad de la cultura de los alumnos de 5to nivel.

En Perú- Piura, Castillo (2021), plantea analizar la índole cultural de la localidad de los educandos del primer rango secundario de la I.E. 20476 Pacaipampa 2019, su metodología fue de enfoque cuantitativo, de diseño observacional y la medición, el nivel fue explicativo, el tipo fue aplicado y las técnicas son el cuestionario y la encuesta, y como conclusión tenemos que ser delimito que la ejecución de un plan educacional tuvieron consecuencias positivas sobre la consolidación de la índole cultural de la localidad de los educandos del primer nivel secundario de la I.E. 204776. Pacaipampa en el que se pudo verificar que el 60,0% de alumnos superaron el mínimo nivel de identificación local, viendo así una diferencia significativa de 16,400 puntos.



En Perú-Huancayo, Jara y Aguilar (Jara & Aguilar, 2019), definen analizar y explicar el impacto del consumismo de la novedad en los patrones de personalidad de la cultura emergente de las damas en Huancayo, se empleó la metodología cualitativa, de rango explicativo y descriptivo alcanzo un patrón de 12 mujeres de diferentes establecimientos, utilizando entrevistas semi estructurada y observación directa para la recopilación de los documentos. Se hallaron las siguientes consecuencias las mujeres entrevistadas utilizaron su deseo de trabajar como una oportunidad para comprometerse con su educación y construir un sentido de sí mismas querían ser empresarias conscientes de sus derechos y objetivos. Además, es necesario mantener la estabilidad para poder acceder al consumismo de los productos de moda que se suministran en los puntos de venta. Concluyendo que las tendencias y lecturas de moda que determinan el consumismo de moda de la juventud emergente son la selección del producto que se adecue a sus gustos privilegios sociales y futuro. La belleza de sus cuerpos para que estas se distingan de los demás.

En Lima-Perú, Álvaro (2018), refieren busca delimitar la correlación entre la moda y cómo se comporta el consumidor en gamarra en la Victoria 2018, la metodología fue un estudio descriptivo con un enfoque cuantitativo, con un diseño de carácter no experimental y transversal, como resultado se determina, con una población de 407 personas de 19 a 40 años la correlación de las variables se utilizó Rho de Spearman, indicando que existe una relación positiva elevada puesto que la correlación de las variables fue de 0.466, concluyendo que si existe una relación positiva moderada entre las dos variables.

En Lima-Perú, De La Cruz (2021), destaca analizar la identidad de la marca como estrategia publicitaria, metodológicamente tiene un enfoque cualitativo, se



aplicó entrevista a profundidad, se realizó una comparativa con las respuestas. Se halló que la identidad de la marca no se encontró totalmente, por lo que resalto parámetro que cumple con la libertad del diseño y que color se usa. Concluyendo que la marca que se evaluó no se encontró identidad de la marca este como una ventaja publicitaria, ya que no cumple con los parámetros, pero destaco que se encontró una correlación, con el beneficio de expresión con esto se tiene un objetivo claro.

En Lima- Perú, Rico (2020) , argumenta que, el criterio de diseño persuasivo que utiliza la marca peruana por medio del desarrollo de al instante de crear identidad visual, la metodología utilizada es de enfoque cualitativa, ya que el dato que se examina son los elementos de identidad visual, tienen alcance descriptivo, se confirma que la coincidencia visual facilita la noticia segura del valore sostenible de la marca, esto gracias al elemento que compone la coincidencia visual. Concluyendo, el diseño concluyente es competente para participar el valor de la marca de moda razonable, mas no se considera al instante que se crea la identidad, con esto se puede evidenciar que la comunicación del valor sostenible, esto ocurre puesto que las marcas eligen por exponer hacia la clientela la manera genuina; busca que se concientice al beneficiario sobre el impacto de la moda.

1.3.3. A nivel regional

En Perú-Puno, Aroni y Aroni (2021) mencionan que, el impacto de la indumentaria de novedad en la personalidad de cultura de los estudiantes de la facultad de ciencias colectivas de la UNAP, 2019. Aplicando una investigación de enfoque cuantitativo, no experimental, tipo transversal-explicativo, con una muestra de 182 estudiantes. Utilizando el método de la encuesta y la observación y el cuestionario como patrón. Su resultado fue que se tiene una relación significativa



entre las variables de estudio, datos obtenidos mediante la $Xc = 30.382$ la cual es mayor a la $Xt = 21.02600$. Con un compacto enfoque en la edificación de la personalidad de cultura de los universitarios, principalmente de 21 a 25 años con un 34,6%, los profesores de ciencia social ven la personalidad de cultura como una manifestación individual y colectiva con un 33%. Asimismo, el estilo de vestir influyo en las creencias y hábitos del estudiante. Se concluye que existe asociación entre las variables de la investigación.

En Perú-Puno, Belizario y Quispe (2021) analizan que la incidencia de la tecnología actual en situaciones de identidad cultural de los educandos de 4to y 5to de la I.E.S. comercio 32 M. H. C. Juliaca, 2019, teniendo como fin explicar el impacto de las tecnologías modernas, es decir, hablar de internet, los teléfonos móviles y la televisión, en la crisis de identidad de la cultura estudiantil. Mediante un estudio cuantitativa, explicativo, micro. La población fue 165 estudiantes. Aplicando una encuesta y cuestionario, los resultados evidenciaron que los alumnos ven en televisión, internet y teléfonos móviles diversos programas, comedias, telenovelas y redes que muestran diversos hábitos de vida y estilos ajenos a su cultura de origen y trabajo, distorsionando valores y la edificación cultural de los alumnos debido a su influencia negativa, cuando rechaza y se avergüenza de su raza, lengua y cultura. Conclusión el efecto entre las tecnologías modernas y la crisis de identidades culturales del estudiante fue negativo.

1.4. JUSTIFICACIÓN

1.4.1. Justificación teórica

El tema esta estudiado en la indagación es relevante debido a que permitirá determinar la relación del vestir a la moda con las distintas construcciones



socioculturales que afectan a los gustos, la subjetividad en la vestimenta, trato social, ritos, costumbres, creencias y del impacto que tiene la novedad en la personalidad de cultura de los alumnos de la institución educativa secundaria Santa Rosa de Puno.

El énfasis en la capacidad de descubrir qué intentan comunicar los individuos con lo que llevan puesto en todas las situaciones cotidianas, las diferentes relaciones de poder que se desarrollan a partir de la manufactura novedosa y la representación que las personas tienen en estas relaciones de ahí nace el interés de este tema, debido a que vemos que gran cantidad de las entidades fabricantes de la moda incentivan el consumo por parte de sus clientes al ofrecer prendas a menor costo y generar ingresos, denotando que gran parte del consumo de estos productos son jóvenes y señoritas.

1.4.2. Justificación metodológica

Para la confiabilidad y validación de la indagación se ejecutará la metodología científica no experimental de corte transversal por lo cual se usará un cuestionario lo que permite mayor seguridad en los resultados a los que se quiere llegar. De esta manera se logra que la investigación sea utilizada como un modelo para la contribución de futuros estudios similares.

1.4.3. Justificación práctica

El estudio propuesto es pertinente ya que permitirá mostrar cómo diferentes constructos sociales y culturales se relacionan en el uso, los gustos, el procesamiento social, los significados, la subjetividad del vestido, las aspiraciones de los estudiantes, la autoexpresión, las relaciones de poder y los juicios estéticos de la moda, como la identidad cultural de los alumnos (femeninos y masculinos) de la Universidad Nacional Mayor de San Carlos, teniendo como propósito principal,



delimitar la correlación del efecto del uso de la moda y la vestimenta en las identidades de los estudiantes.

La investigación busca visualizar y caracterizar de las tendencias y creencias de las formas de vestir ropa de moda que ayuda a crear relaciones amistosas y sociales en el contexto del mundo, escenarios formales e informales de los alumnos. Asimismo, a rango local, este examen no se organizó porque las condiciones actuales de investigación para los estudiantes son limitadas y se enfocan solo en problemas matemáticos difíciles.

En definitiva la información obtenida servirá de base para impulsar este modo de investigación en el departamento y diferentes localidades que la componen; los mismos podrán ser de utilidad para otras instituciones educativas, para las propias industrias culturales o para las instituciones gubernamentales autorizadas para el proyecto cultural; tales como en la participación en estudio del mercado y el diseño de las estrategias culturales y políticas públicas que están dirigidas a mejorar servicios y bienes dentro de las organizaciones y agencias. En este sentido el prodigio de la novedad adquiere aspectos analíticos impactantes y nos incita a pensar en múltiples disciplinas y a centrarnos más en aspectos de identidad del sujeto, cuerpo y singularidad, para comprender a los sujetos.

1.5. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

1.5.1. Objetivo general

Conocer la relación de la ropa de moda con la identidad cultural en estudiantes de la institución educativa secundaria Santa Rosa Puno 2022.



1.5.2. Objetivos específicos

- a) Identificar la relación de la representación social con la identidad cultural en estudiantes de la institución educativa secundaria Santa Rosa Puno 2022.
- b) Analizar la relación del prestigio social con la identidad cultural en estudiantes de la institución educativa secundaria Santa Rosa Puno 2022.
- c) Determinar la relación del trasfondo cultural con la identidad cultural en estudiantes de la institución educativa secundaria Santa Rosa Puno 2022.

1.6. MARCO TEÓRICO

1.6.1. La ropa de moda

De acuerdo con Aroni (2021), indica que es uno de los hechos sociales y sucesos socioculturales incorporados al proceso cultural, social e histórico de toda sociedad, tanto moderna y tradicional, influyendo en el comportamiento del individuo, implicando también la diversidad en el significado, cambio cultural y la forma de vestir.

La ropa de moda siempre ha sido diseñada para realzar la forma natural del cuerpo humano y perfeccionarla exagerando las partes del cuerpo. La figura perfecta siempre depende de la forma del reloj de arena. Sin embargo, hoy en día la mayoría de la ropa sigue los contornos del cuerpo y las formas de moda reciben menos atención que antes (Carvajal, 2017).

La moda es un componente dinámico de la colectividad de hoy en día y una de las entidades que dan forma al sentido del mecanismo educativo de la sensibilidad y el gusto. La moda no es cosa de unos pocos ni de monopolio.



No está solo en la pasarela o en el estudio del diseñador, también está en la vía y por lo cual forma parte integral de la responsabilidad pública. Afecta a todos, pero no por igual ya que es realizado por diferentes grupos y clases en el marco de sus proyectos formados por la asamblea y unión de los miembros siendo un elemento de identidad. Hoy casi nadie escapa a la moda es una institución que predice temas y hasta programas (Lara & Gonzalez, 2016).

Según Souza (2019), señala que la moda en este campo debe expresarse a través de la estrecha relación entre el cuerpo, el apoyo a la indumentaria de protección y la aceptación e identidad en el entorno social. Resaltamos que la vestimenta siempre debe ser adecuada para atender y cambiar las condiciones corporales las cuales se reflejan socialmente en la imagen de los consumidores en este caso específico como en las personas con discapacidades.

1.6.2. Representación social

Como lo hacen notar Piña y Cuevas (2014), mencionan que la representación social es un cuerpo bien desarrollado de conocimiento y además una actividad psíquica gracias a la cual el hombre hace comprensible realidades sociales y físicas, las cuales vienen a integrarse en grupos o en interrelaciones cotidianas de intercambio de ideas.

La representación social son las herramientas o mecanismos de las personas para interpretar la realidad como integrantes de una agrupación y de una cultura, compartiendo una universalidad semántica que suponen las posibilidades de comunicación e interacciones sociales, también es una manera de conocimientos específicos, el saber de los sentidos comunes, cuyos contenidos se manifiestan las



operaciones de procesos generativos y funcionales colectivamente caracterizados (Weisz, 2017).

La representación social es un sistema cognitivo con un enunciado y una lógica propia, dentro de estas representaciones colectivas hallamos estereotipos, valores, afirmaciones o creencias que ayudan a los sujetos a orientarse y predominar en su medio colectivo, también proporcionan unos códigos de comunicación comunes con el que clasificar y nombrar de forma grupal los distintos aspectos del mundo en el que vivimos (Rateau & Lo monaco, 2013).

1.6.3. Prestigio social

Es aquella que puede ser causado por el condicionamiento de una o más personas. Además de contacto directo con los medios de comunicación y lo que más nos conmueve son los medios de comunicación que es la televisión, porque nos da imágenes concretas y nos convence manipulándonos en nuestra forma de vida. Esta afirmación especifica que el aprendizaje con el conocimiento a través de la sociedad, los aprendices no reciben refuerzo, pero que en todos los casos es un problema del modelo; aquí el alumno hace esto imitando el comportamiento que recibe el refuerzo (Bordoni, 2018).

La razón social del prestigio ayuda a crear más integridad en el grupo aprendiendo del cómo se realizan las cosas y relacionándolos de manera similar. El imitar los comportamientos de las personas adultas ayudara al individuo a aceptarlo al adherirse a los valores tradicionales incrustados en el grupo (López, 2016).

“El prestigio social es definida como todos los esfuerzos que se realizan los mecanismos que se implementan para tener un buen reconocimiento social, son las



valoraciones, importancias que son dadas por las personas con respecto a las actividades, atención, servicio, producto, cosas y otras cosas, sobre lo que se compra o consume” (De la Hidalga & Lourdes, 2018, pág. 17)

1.6.4. Trasfondo cultural

Citando a Martínez (2021), señalan que el trasfondo cultural tiene ciertos lazos con el tema sociológico, es una totalidad de sabiduría que poseen las personas de una sociedad en que son desarrolladas, donde son guardadas y practicadas todos sus conocimientos, en tal motivo, viene a ser todos aquellos estilos vivenciales que tienen los pueblos, esto es el modo en que las personas sienten, actúa, piensan y crean cada uno de ellos como también que tienen ciertas semejanzas.

Así los significados asociados a la acción han evolucionado a lo largo del tiempo en función de los contextos culturales como sociales y del sistema de valores de cada época: es vista como “castigo divino” o deber en la tradición judeocristiana en el presente, en el desarrollo actual en las ciencias sociales. Sobre el trabajo tiende a revalorizarse y a la vez definirlo como un derecho y un deber social, basado en la reproducción de las especies, el proceso de la tecnología, mejoramiento de las condiciones generales y la ciencia (Valera, 2015).

1.6.5. Identidad Cultural

Es uno de los conjuntos de significados y expresiones que son permanentes en el tiempo y permitiendo a los miembros compartir un territorio y una historia en común, tales como los elementos sociales y culturales a otras comunidades como lenguas, religiones, costumbres e instituciones sociales, para poder reconocer mutuamente. (Serin, 2017).



La implicancia de la identidad cultural es uno de los sentimientos de pertenencia y el compartimiento de las características culturales como valores, costumbres y creencias. Este concepto no es estático a lo contrario se reconfigura colectivamente e individualmente y que constantemente son alimentadas de influencias externas. Se manifiesta en estas categorías sociales comunes, que también forman identidades individuales, pero que al mismo tiempo dependen de su creatividad y reproducción. Entre las identidades culturales, el autor se refiere a las identidades de género, clase, nación y raza, entre las cuales se encuentran las más importantes y difundidas (Campos, 2018).

De acuerdo a los estudios antropológicos como sociales, la identidad se va formando a través de la reafirmación y diferenciación del resto de culturas. Sin embargo, la conceptualización de la personalidad va trascendiendo límites (como en el caso de los inmigrantes), está suele encontrarse asociado a un territorio. Para la comprensión de esta identidad es necesaria conocer la transcendencia cultural y de cómo esta es en la actualidad (Montegudo, 2019).

La identidad cultural es el grupo de afirmaciones socioculturales (símbolos, tradiciones, valores, creencias y costumbres) que proviene de los sujetos que pertenecen a una colectividad en el sentido de propiedad y vínculo con los demás, dicho de otra manera, nos dice que es la manera de reconocer colectivamente, mediante el cual los integrantes de un señalado conjunto comunitario (esto último comprendidos como cultura) se distinguen de aquellos que no formen parte de ellos, todos nosotros tenemos una afinidad de cultura, que en gran medida está delimitada por las restricciones de las culturas hegemónicas y la manera de nacer, así también



repercuten en los otros grupos a que pertenecen adentro de su cultura (Fernandez & Fernandez, 2012).

La identidad cultural es el grupo de características de uno propio de un grupo o cultura que facultan a las personas reconocerse como sujetos de esta colectividad, pero de la misma manera nos faculta distinguimos de otras colectividades de cultura diferente, de la misma forma se entiende distintos elementos como por ejemplo creencia, la lengua y sistema de valores, ritos comportamientos de la comunidad, las tradiciones, este grupo de herencias culturales, patrimonios y particularidades del grupo social, es el que tiene que defender históricamente las identidades culturales del pueblo y también la identidad cultural nos sirve como mecanismo cohesionador adentro de un grupo colectivo, pues ello faculta que la persona se desenvuelva en una manera de pertenencia hacia la cual se reconozca en función de las características de cultura común (Grimaldo, 2006).

La identidad cultural es el grupo de maneras de tradiciones, formas de vida y tradiciones, que simbolizan el mismo ámbito de la sociedad vigente, mismo del ser humano y que produce una manera de pertenecer a una colectividad propia y que esta se nutre de correlaciones colectivas en los seres humanos en unos procedimientos tácitos de aprendizaje-enseñanza en la vida común de cada individuo, como consecuencia, hallamos una concepción de identidad como edificación colectiva, que varias veces produce distintos conjuntos de identidades personales y distintos modos de conducta, en consideración a la nueva generación que van fortaleciendo y adquiriendo su manera de pensar adentro de los conjuntos colectivos y que esta última está en constante crecimiento, que va logrando sentido de pertenecer a un grupo social propio, esto debe ser motivado por el sistema educacional, en donde los



actores principales son los profesores en donde ellos producen métodos didácticos para mejorar el aprendizaje para la fortificación de las identidades culturales de cada nación (Campos, 2018).

La identidad cultural es el grupo de características propias de una determinada población que facultan a las personas reconocerse como integrantes de este conjunto, para también distinguirse de otros conjuntos sociales de identidad y culturales se entiende también como las creencias valores y la lengua, que también es el patrimonio y las herencias culturales de un grupo que conceptúa la historia de la identidad cultural de las localidades, la identidad no tiene concepto fijado, sino que es dinámico, pues se halla en constante cambio alimentándose y transformándose de forma directa de la repercusión que hay en el exterior y las vigentes realidades de la naciones en la que estamos hablando (Olazabal, et. al, 2021).

1.6.6. Costumbres

Las tradiciones no son hereditarias, más estas son transmitidas socialmente y es el resultado del proceso de las selecciones culturales, siendo elegida en el tiempo, que tiene una función de utilizar en el presente que será la tradición. El pasado se integra constantemente en el presente, implicando una determinada elección de las realidades sociales (Huallpa, 2018).

De hecho, las tradiciones se actualizan y renuevan lo pasado partiendo del presente, de tal modo que las tradiciones vayan a permanecer presentes, y no en grupos de estatuas antiguas o costumbres fósiles y gastadas, el que cambia con el ritmo de las personas, pues representan continuamente las culturas alquímicas. De ahí, en específico, las capacidades culturales flexibles para cambios y adaptación.



Para que las tradiciones se vuelvan activas, se renuevan de modo constante, se crean, recrean, innovan y se destruyen día a día (Espinel, 2016).

Costumbres es la praxis o modos habituales y frecuentes de pensar o hacer de un individuo, tradición o cultura, por otro lado, la costumbre nos indica que es la conducta socialmente aceptada, teniendo en cuenta al individuo de mejores costumbres como el individuo de buenas costumbres como por ejemplo de buena moral, educación dentro de la sociedad colectiva y estas costumbres se asocian a las costumbres religiosas y costumbres en derecho (Madrazo, 2005).

1.6.7. Modelos de identidad cultural

Sobre la cuestión de la personalidad de la cultura, desde el punto de vista de las ciencias políticas, el concepto de orden público, entendido generalmente como la manera en que se toma un conjunto de acciones y decisiones. Las direcciones de las actividades estatales y cualquiera de ellas se logran a través del aparato administrativo.

Se puede destacar tres conceptualizaciones las cuales tienen que formar parte de la modalidad de desenvolvimiento de la personalidad cultural de una universidad (Gonzalez, 2020).

Identidad cultural: Es definida como el sentimiento de pertenencias con cualidades propias que hacen que sea único y diferente a demás culturas.

Gestión cultural: Definido como gestiones universales simbólicas que sustentan nuestras identidades con la relación cotidiana, así como con los patrones organizacionales y expresión (Ministerio de Cultura, 2021).



Patrimonio cultural: Es todo lo que el hombre representa en cuanto a lo tangible e intangible, dada su importancia, valor y trascendencia (Ministerio de Cultura, 2021).

1.6.8. Identidad Múltiple

La escuela está comprometida en la obtención de un objetivo tan esencial como es el de capacitar a los nuevos ciudadanos para concebir con los otros ya sea en el entorno inmediato y perfectamente reconocible, como en los más remotos y difusos; de todos ellos ha de formar parte. Con la llegada del nuevo siglo todos estos entornos fueron cambiando, pues el mundo entero fue cambiando e informar en esta nueva escena como un habitante activo y justo sólo puede crear una maciza identidad en firme edificación, es decir, dinámica, variable y múltiple. Por ello el curriculum de Valores Cívicos y Sociales, los valores éticos debe estar encaminado hacia el progreso de una serie de capacidades que formen viable la edificación de esta identidad. Su contenido debe de presentar de modo que acompañe al asunto de progreso social afectivo y cognitivo del infante y del adolescente. Corresponden ser topados, tanto transversal, en el curriculum general, como coordinados, en transmisiones específicas de materias emancipadas a lo extenso de las tres fases educativas: infantil, primario y secundario; iniciando siempre de las prácticas en los entornos más concretos e inmediatos y prosperando hacia la revelación de los más alejados y abstractos (Domingo, 2015, pág. 8).

Al instante de lo ocurrido, con esto se quiere decir, en relación al tiempo que no se determina en relación con el nacimiento, así como varios periodos consecutivos que se conciernen a él, la acción motriz y psíquica de la examinada se encontraba mandando por su otra personalidad de manera que esa persona no tenía consciencia



de los hechos realizados, su capacidad cognitiva se encontraba nula; pero no solo está, sino también la actividad voluntaria el paso a la acción estaba nula asimismo, liberando una conducta automática no regida por un control premeditado de las personalidades.

Indemnidad en la amplitud volitiva y cognoscitiva de los sujetos es una premisa indispensable para poder atribuirle sus actos; en este caso no encontramos en la atendida cabida para valorar estos sucesos en relación a derechos ni para actuaciones en fundamento a esas valoraciones. Por lo que, cuando falte aquella capacidad, la personas que cometan una contravención en los cursos de unos trastornos de identidades disociativas no pueden ser motivadas por las normas jurídicas, estando exentas de responsabilidades.

Se recomiendan unos tratamientos psiquiátricos de modos farmacológicos antidepresivos, y de modos psicoterápicos, tratamientos que pueden llevarse a cabo de manera ambulatoria (Fombellina & Sanchez, 2003).

La categorización de los trastornos de identidad determinada por el DSM-5, examinada a partir los juicios de epidemia a los que principalmente se aludieron, indica que el criterio del análisis del TID es:

1. Revuelta de la identidad que se determina por varios modos de la identidad bien reconocidos y que se pueden narrar en determinadas culturas como unas “práctica de posesión”. La revuelta de las identidades envuelve una interrupción significativa de los sentidos del yo y de los sentidos de entidad, acompañados de alteraciones concernientes de los afectos, la conciencia, la memoria, la



percepción, el conocimiento y/o el trabajo sensitivo-motor. Estos síntomas y signos logran estar a la mira por los sujetos bien avisados por el mismo.

2. Lapsos repetidos en las memorias de sucesos diarios, pesquisa individual significativa y/o suceso traumático que son excesivamente extensos como para ser concurrentes con los olvidos ordinarios.
3. Los síntomas producen molestia clínicamente reveladora o averías en lo laboral, social u otros ámbitos significativos del trabajo de la persona.
4. La variación no es una porción normal de una praxis religiosa o cultural generosamente ejecutada. Se anotan que los infantes las señales no corresponden equivocarse con el aspecto de “amigos imaginarios” u otras lúdicas de fantasías.
5. Esta sintomatología no se puede imputar a los efectos funcionales del consumo de sustancias) u otro daño médico (como la epilepsia parcial compleja) (Garcia, 2016).

1.6.9. Cambios de identidad

Su determinación podría ayudar para el valor de un patrón pre mórbido capaz de consentir una interposición más eficaz. Aunque, algunas investigaciones desarrolladas, relataron que la presencia puede formar como elemento de riesgo para los adultos en el período y degeneración normal o con avería cognitiva leve, considerando que estos pueden somatizar concluyentes conductas y síntomas psicológicos del Alzheimer sin que verdaderamente existan (Rodrigues et. al, 2014).

La literatura cuenta que el cambio de personalidad se inicia en la fase pre mórbido del TNC y que la depresión puede aumentar los cambios, de otra manera, la



depresión se trata y como tal su autoridad en la personalidad es cambiante. En este sentido urge comprender cuál es la autoridad segura de la depresión en el TNC, en pacientes con Alzheimer (Da Silva et. al, 2018).

La identidad personal desde varias miradas diferentes, las cuales son:

- a) Dirección total de las tendencias reactivas, patrones de cualidades y hábitos físicos que delimitan la eficacia colectiva de los individuos.
 - b) Como unos modos habituales de ajustes que los organismos efectúan entre sus impulsos interiores y las demandas del ambiente.
 - c) Como unos sistemas integrados de tendencias y actitudes de comportamientos habituales en la persona que se añaden a las peculiaridades del ambiente.
- (Montaño et. al, 2009).

1.7. MARCO CONCEPTUAL

1.7.1. Dirección

Esta somete a los individuos para que se orienten por el carril perfecto, el mando o dirección las motiva a por medio del entendimiento de sus afecciones y expectativas (Pautt, 2011). Por otro lado, la dirección son las personas o grupo de personas que puedan gobernar, mandar, liderar, dirigir establecimientos o empresas y otras agrupaciones de personas que se orientan para un determinado fin (Bringas & Carbonell, 2010).

1.7.2. Cultura

Conjunto de rasgos que distinguen a las personas unos de otros o de grupos colectivos de carácter espiritual, material, intelectual y afectivo que tiene como



características un grupo en periodos determinados del mismo modo este término se refiere a la manera de vivir, arte, intervención, ceremonia, derechos (Molano, 2007).

La cultura viene a ser toda aquella agrupación de aprendizajes tradicionales y los estilos de vida, adquiridos por la sociedad, de todos aquellos integrantes de las sociedades (Podesta, 2010). Por otro lado dice que la cultura son el grupo de bienes espirituales y materiales de una agrupación social transmito de generación en generación con el fin de orientar las prácticas colectivas e individuales. Molano (2007).

1.7.3. Estudiante

El estudiante es aquella definición la cual se le da a todos aquellos que reciben conocimientos de parte de un especialista (Dubet, 2005). Por otro lado, el estudiante es aquella persona cuya ocupación fundamental es estudiar, percibiendo tal actuación desde el ámbito académico (Andrade, 2002).

1.7.4. Docente

El docente viene a ser aquel especialista en un tema o varios temas los cuales comparten enseñanzas sobre temas específicos a una persona o grupo de personas, de diferentes edades (Nieva & Martínez, 2016). Como también, el docente es aquella persona que de manera práctica se dedica de forma profesional a la enseñanza de los estudiantes, en un determinado ámbito de estudio (Moran, 2004).

1.7.5. Ropa

La ropa viene a ser todas aquellas prendas que usan las personas como protección que cubre partes físicas del cuerpo (Martínez & Villarino, 2018).



Asimismo la ropa es son los productos que tienen la función de abrigar y cubrir el cuerpo, e incluye pantalón, camisa, sombreros y calzado (Medrano, 2011).

1.7.6. Moda

La moda viene a ser aquellas búsquedas frenéticas de novedades y las maneras de adorar y valorar el presente (Meza, 2020). Como también, la moda es la tendencia adoptada por la mayoría de las personas que generalmente se asocia a la ropa y que esta dura un determinado tiempo (Perez, 2011).

1.7.7. Gestión

Se nombra gestión a la labor más sustancial de una conducción, está instalado en medio de la proyección y los propósitos o finalidades que se logran alcanzar; de la misma manera se efectúa por medio de la obediencia y la perfecta colocación del desarrollo administrativo (Murray, 2002). Por otro lado, la gestión es el grupo de acciones y procedimientos que se llevaron a cabo para un concluyente objetivo, para la consecución de objetivos que por lo general se realizan una serie de tareas para conseguirlo (Martínez C. , 2004).

1.7.8. Extranjero

Se denomina extranjero a todos aquellos pertenecientes a otros países que ingresan a nuestro territorio nacional (Cornelio & Islas, 2015). Por otro lado, el extranjero es la persona ya sea mujer o varón que nació, o que procede de un país distinto y por causas distintas viene a un país que no es el suyo (Penchaszadech, 2008).



1.7.9. Planificación

Este desarrollo de proyección en todo momento es de naturalidad proactiva, empezando por el objetivo y la percepción de la agrupación, para coger determinaciones más apropiadas y convenientes para la agrupación (Salazar, 2006). Asimismo la planificación es la estructuración de una serie de actuaciones que se ejecutan para cumplir delimitados objetivos, para alcanzar metas propuestas en distintos ámbitos de la vida (Carriazo, et. al, 2020).

1.7.10. Control

Está examinado como un quehacer administrativo necesario en las instituciones, con una conexión interna con la proyección, en virtud de que explora concretar que el desempeño se adecue al planeamiento (Hernández M. , 2017). Por otro lado, el control es un mecanismo de los procesos administrativos elaborados para verificar que los objetivos y protocolos de una corporación, producto o departamento cumplan con las reglas y normas fijadas (Dextre & Del Pozo, 2012).

1.7.11. Identidad

Desde Parménides, quien fue el primero en afirmar el carácter idéntico del ser, la afirmación de la identidad como una de las características del verdadero ser ha sido ampliamente utilizada a lo largo de la historia de la filosofía. Por el contrario, otras escuelas filosóficas han afirmado que el verdadero ser es precisamente la capacidad de variación y modificación (Manzano, 2012).

La identidad viene a ser aquel medio por el cual una persona se siente identificada con algo (Stezano, 2021). Como también, la identidad es un grupo de peculiaridades propias de una agrupación o de una persona, que facultan distinguirlos del resto (Rojas, 2004).



1.7.12. Comunicación

Es una modificación de conocimientos en medio de dos o más personas que poseen la meta de proveer referencias y de la misma forma admitirla, cosa que contribuyen un hablante y el receptor (Peiró, 2021). Asimismo, la comunicación son los intercambios de informaciones que se originan entre dos o más sujetos con la meta de aportar y recibir información, en estos procesos intervienen un receptor y un emisor, además de los mensajes que se ponen en manifiesto (Frias, 2000).

1.7.13. Metas

Son determinados como avances bien constituidos que será dedicados por un sujeto o agrupación para lograr a conseguir un beneficio deseado (Martínez J. , 2019). Como también, las metas son los fines hacia los que se dirigen nuestras acciones o deseos, de forma general, se reconocen con los propósitos u objetivos que una organización o una persona se marca (Navas, et. al, 2016).

1.8. HIPÓTESIS DE LA INVESTIGACIÓN

En este apartado se procede a presentar las hipótesis del estudio, con el fin de corroborar si es cierta o no la respuesta anticipada, en donde se considera que las variables de estudio se relacionan igualmente de la manera en que pasa a ser desarrollado:

1.8.1. Hipótesis general

La ropa de moda se relaciona significativamente con la identidad cultural en estudiantes de la institución educativa secundaria Santa Rosa Puno 2022.



1.8.2. Hipótesis específicas

- La representación social se relaciona significativamente con la identidad cultural en estudiantes de la institución educativa secundaria Santa Rosa Puno 2022.
- El prestigio social se relaciona significativamente con la identidad cultural en estudiantes de la institución educativa secundaria Santa Rosa Puno 2022.
- El trasfondo cultural se relaciona significativamente con la identidad cultural en estudiantes de la institución educativa secundaria Santa Rosa Puno 2022.

1.8.3. Operacionalización de variables

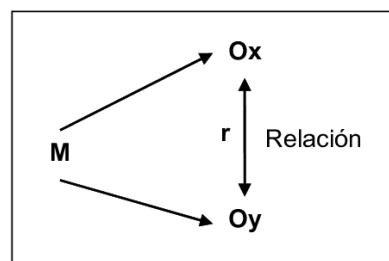
Variables	Dimensiones	Indicadores
Ropa de moda	Representación social	<ul style="list-style-type: none">- Estilos de vestimenta- Consumo- Trato social- Apariencia social- Formas de actuar
	Prestigio social	
	Trasfondo cultural	<ul style="list-style-type: none">- Personalidad- Diferenciación
Identidad cultural	Costumbres	<ul style="list-style-type: none">- Creencias- Valores- Ritos
	Modelos de identidad cultural	<ul style="list-style-type: none">- Legitimadora- Resistencia- Proyecto

1.9. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

Metodológicamente el estudio fue de diseño no experimental y de corte transversal, por lo que Hernández (2019), señala que dicha modalidad se ejecuta sin manipulación intencional de variables, en otras palabras, son estudios en los que no se alteran o manipulan intencionalmente para ver los efectos de las variables independientes sobre otras variables y en este sentido, el siguiente proyecto se realiza por el cual se determinará observando y midiendo los fenómenos tal como pasa en el entorno consustancial, para luego estudiarlos.

El enfoque que se empleó fue cuantitativo, en estos estudios se recolectan los datos, para luego proceder a realizar la base de datos correspondiente, luego ser procesados de tal manera se obtengan resultados pertinentes para poder contrastar las hipótesis del estudio (Carrasco, 2018).

El alcance del estudio fue descriptivo-correlacional, el cual Pino (2018), indica que “orientará al investigador a presentar hechos reales dado que la indagación se requiere reconocer la correlación entre las dos variables y que se ejecuta básicamente para verificar los porcentajes en los cual las variaciones en una o más variables son participantes” (p. 41). La existencia y dominio de esta variación fundamentalmente se delimita calculadamente por medio del nivel de relación existente.





Donde:

M = Muestra

O1 = Observación de la Variable 1: Ropa de moda

O2= Observación de la Variable 2: identidad cultural

R = Correlación entre ambas variables

En cuanto al método que se empleó fue hipotético deductivo por ser de enfoque cuantitativo, en donde se probará las hipótesis elaboradas (Carrasco, 2018).

1.9.1. Tipo de investigación

El presente estudio fue de tipo básica, este análisis se configura debido a que proviene en un marco teórico al cual corresponde en el fin reside en proponer recientes ideas o cambiar los existentes (Vásquez, 2020, pág. 44).

1.9.2. Población

Como expresa Pino (2018), menciona que una población es un grupo que está conformado por la mayoría de los factores que deben ser estudiados y cada elemento se llama una instancia, el individuo no siempre puede ser natural, puede ser una entidad, una cita, etc.

Ante esta declaración, el trabajo de investigación posee una población investigada formada por el alumnado de la institución educativa secundaria Santa Rosa de Puno, con una totalidad de 400 estudiantes.

1.9.3. Muestra

Desde el punto de vista de Hernández (2018), afirma que una muestra “es un subconjunto de un subgrupo dado, garantizando que es un subgrupo de los

mecanismos a los que pertenece ese grupo a identificar en sus propiedades que delimitamos población" (p. 237). Así como, en la presente indagación se cogerá como patrón no probabilístico ya que se laborará y se seleccionará el criterio de la indagación sin ninguna calculación estadística. Por lo cual Carrasco (2018) afirma que se trata de "una selección hecha por los investigadores según sus criterios y sin reglas matemáticas ni estadísticas". La población estuvo formada por 400 alumnos del centro educativo secundario Santa Rosa, ya que para obtener la muestra probabilística se realizarán los siguientes cálculos específicos para la población.

$$n = \frac{N \cdot Z^2 \cdot p \cdot q}{e^2 \cdot (N - 1) + Z^2 \cdot p \cdot q}$$

Donde:

n: Es el tamaño de la muestra

N: Es el tamaño de la población

Z: Es el nivel de confianza (1.96), es decir, 95% de confianza)

e: Es la precisión o el error (5% de error)

p: Probabilidad de éxito (0.5)

q: Probabilidad de fracaso (0.5)

Cálculo de la muestra:

N = 400

Z = 1,96 (95% de confianza)

e = 0,05 (5% de error)

p = 0.5

q = 0.5



Reemplazamos los valores:

$$\frac{400(1.96)^2 \times (0.50) \times (0.50)}{(0.05)^2 \times (400 - 1) + (1.96)^2 \times (0.50) \times (0.50)}$$

$$\frac{384.16}{1.9579}$$

$$n = 196.21$$

$$n = 196$$

La forma del cálculo de la muestra es de 196 estudiantes

1.9.4. Instrumentos y técnica de recolección de datos

1.9.4.1. Técnica

La técnica que se usó fue la encuesta. Plantea Carrasco (2018), indica que son aquellas herramientas, instrumentos o materiales grabados que se utilizaran para verificar la respectiva entrevista y las observaciones que pudieran tener (p. 275)

1.9.4.2. Instrumento

El instrumento aplicado fue el cuestionario, tanto para la ropa de moda y para la identidad cultural, realizada de acuerdo a sus dimensiones e indicadores de esta forma, la encuesta actual tuvo herramientas para cada variable tanto para la variable 1, la vestimenta novedosa, como para la variable 2, personalidad de cultura. Por lo que se tuvo como instrumento la encuesta, en concordación con el autor Hernández y Coello (2008), consisten en interrogatorios orales o escritos tendientes a estimar sujetos con el fin de obtener información clara (p. 321).

1.9.5. Confiabilidad de los instrumentos de investigación.

Para delimitar la confiabilidad de las herramientas se cogió las variables “Ropa de moda” y la “Identidad cultural”, en cual se ejecutó el ensayo piloto a los estudiantes de la institución educativa secundaria Santa Rosa de Puno. Así también, se estudiaron datos mediante el estudio del estadístico Alfa de Cronbach, que nos faculta valorar la herramienta de medición por medio de un grupo de ítems que se confía que midan la misma estructura o teoría dimensional, de acuerdo con la siguiente ecuación:

$$\alpha = \frac{K}{K-1} \left[1 - \frac{\sum V_i}{V_t} \right]$$

Donde:

α = Alfa de Cronbach

K =Número de ítems

V_i =Varianza de cada ítem

V_t =Varianza del total de ítems

Para evaluar el coeficiente de alfa de Cronbach, se toma el criterio general, establecido por (Tuapanta et. al, 2017) que sugieren las recomendaciones siguientes:

Coficiente alfa >0.9 es excelente

Coficiente alfa >0.8 es bueno

Coficiente alfa >0.7 es aceptable

Coficiente alfa >0.6 es cuestionable

Coficiente alfa >0.5 es pobre

Coficiente alfa <0.5 es inaceptable.



Tabla 1.

Fiabilidad de la ropa de moda

Alfa de Cronbach	Numero de Preguntas
,869	21

Fuente: Software estadístico SPSS.

En la tabla 1, se puede apreciar el registro de confiabilidad del estadístico Alfa de Cronbach, nos muestra que, para la variable Ropa de Moda, con **21 preguntas**, se obtiene un valor de alfa de 0.869, lo cual muestra que “**es bueno**”. Por lo tanto, se presenta mayor seguridad para ser utilizado en el presente estudio.

Tabla 2.

Fiabilidad de la identidad cultural

Alfa de Cronbach	Numero de Preguntas
,788	10

Fuente: Software estadístico SPSS.

Como se puede notar; en la tabla 2, del registro de confiabilidad del estadístico Alfa de Cronbach, nos muestra que, para la variable Identidad Cultural” con **10 preguntas**, se obtiene un valor alfa de **0.788**, lo cual muestra que “**es aceptable**”. Por lo tanto se presenta mayor seguridad para ser utilizado en el presente estudio.

CAPÍTULO II

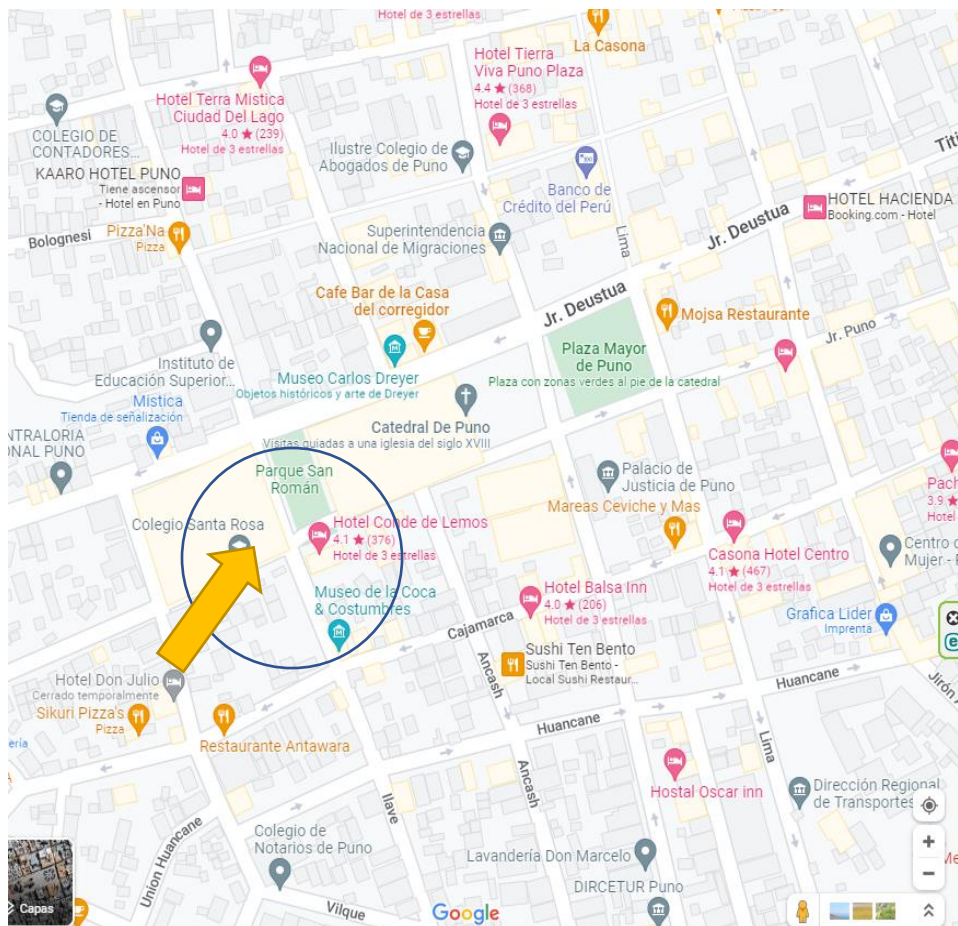
CARACTERIZACIÓN DEL ÁREA DE INVESTIGACIÓN

2.1 UBICACIÓN

La Institución Educativa Secundaria Santa Rosa está ubicado en el Jr. Deustua 701, de la ciudad de Puno, el mismo que está en el sur del Perú y al lado del lago navegable más alta del todo el mundo Titicaca.

Figura 1.

Ubicación geográfica de la I.E.S. Santa Rosa



Fuente: Ubicación geográfica de la I.E.S. Santa Rosa por medio de Google Maps



2.1.1. Cantidad de estudiantes

La institución educativa secundaria Santa Rosa de Puno, pues cuenta con 400 estudiantes durante la realización del estudio.

2.1.2. Misión de la I.E.S. Santa Rosa

La I.E.S. Santa Rosa, del desarrollo del proceso educativo al fortalecimiento de competencias en la formación integral, prestación de servicios de educación primaria. Estas competencias se desarrollarán a partir de aspectos conductuales y actitudinales de aprendizaje, respeto, tolerancia, cooperación, pertenencia y libertad. La misión de la escuela es desarrollar ciudadanos que sean capaces de vivir y trabajar con dignidad, utilizando todo su potencial.

2.1.3. Visión de la I.E.S. Santa Rosa

La I.E.S. Santa Rosa, hasta el 2024 aspira: Ser una institución comprometida con la prestación de servicios de educación pública de calidad que promuevan el progreso de capacidades para la colaboración en el respeto de los derechos civiles y la generación de ideas en la sociedad, especialmente en el sector social Departamento Popular para garantizar la integración de los egresados y la permanencia en sus proyectos sociales.

Figura 2.

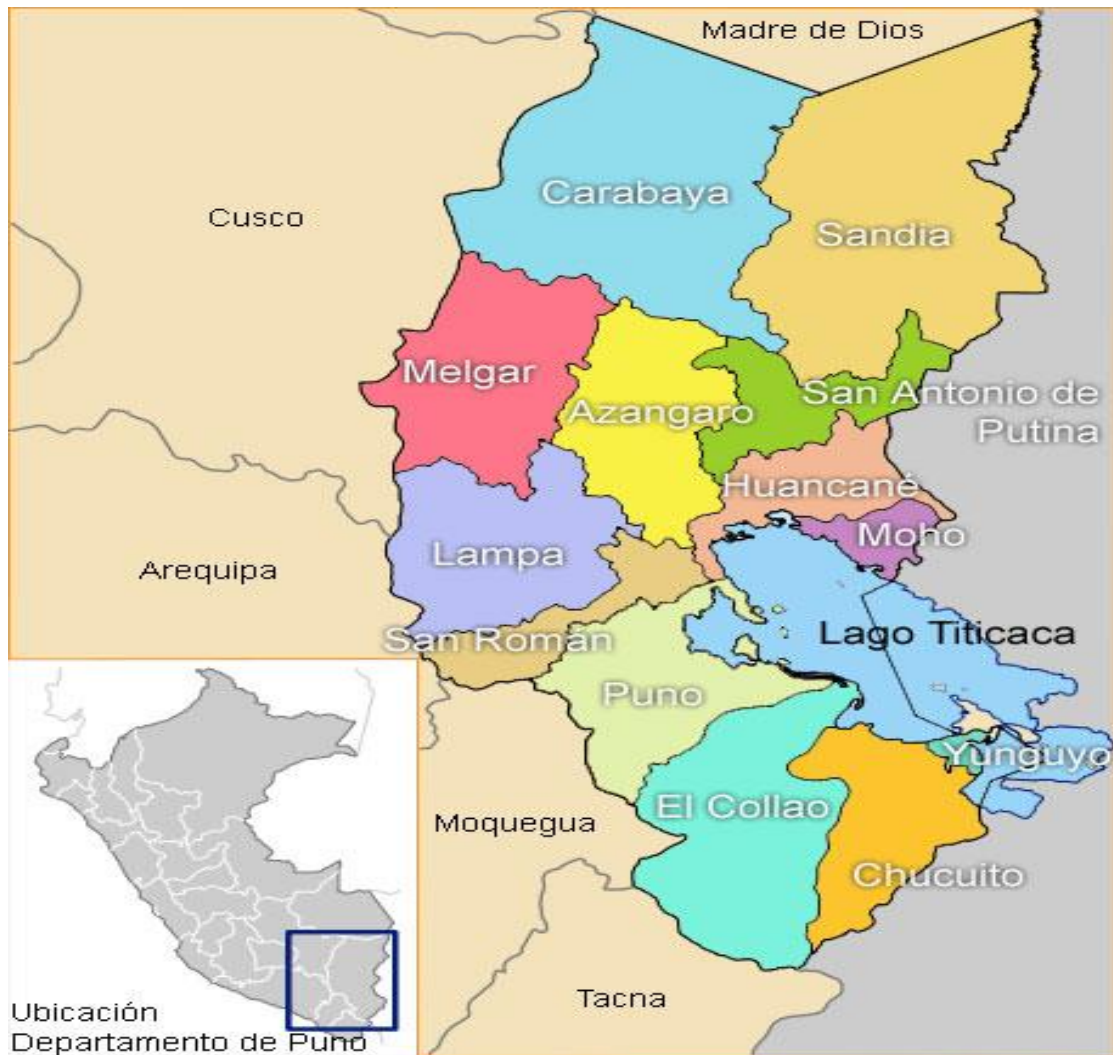
I.E.S. Santa Rosa



2.2. UBICACIÓN DE PUNO

Puno este situado en las zonas Sur-orientales del Perú, esto es al extremo sur este, situándose entre los $13^{\circ}00'00''$ y $17^{\circ}17'30''$ de latitud sur y los $71^{\circ}06'57''$ y $68^{\circ}48'46''$ de longitud oeste del meridiano de Greenwich, la extensión del territorio es de 71 999,0 km², lo que constituye un 6% de todo ámbito nacional, considerado como el quinto departamento más extenso del territorio peruano, asimismo está constituida por 13 provincias, 110 distritos.

Figura 3.
Ubicación de Puno



Fuente: <https://www.bcrp.gob.pe/docs/Sucursales/Puno/puno-caracterizacion.pdf>

2.2.1. Límites

Concerniente a los departamentos con los cuales limita el departamento de Puno son los que se pasan a detallar:

- Por el norte con el departamento de Madre de Dios
- Por el este se encuentra colindando con la República de Bolivia
- Por el oeste con el departamento de Moquegua, Cusco y Arequipa



- Por el sur con el departamento de Tacna

2.2.2. Clima

La mayoría de veces, el clima de Puno tiene ciertas variaciones, entre un clima cálido y un clima frígido, la temperatura aproximada es como máximo 22°C, y el mínimo es de 1,4°C, las características fluviales tienden a tener ciertas variaciones durante el año, lo cual puede ocasionar sequía o inundación, del mismo modo se puede presenciar helada y granizada, asimismo se dan amplitudes térmicas moderadas.

2.2.3. Flora

En cuanto a la flora de Puno, este posee 12 variedades de diversas plantas acuáticas, entre los cuales se resalta la totora, la lenteja de agua, entre otros. Asimismo al fondo de los valles por el bosque amazónico, se desarrolla variedades de cultivos, como por ejemplo cacao, maíz, café y coca, de la misma manera Puno tiene diversidad de flores, siendo la más emblemática la cantuta, también es conocida como la flor del inca, del mismo modo de su rama, madera y hojas se extrae para producir tinte amarillo, realizar canastas como bastones.

2.2.4. Fauna

En cuanto a la fauna, Puno cuenta con aves migratorias y residentes entre las más atractivas se tiene al totorero, el cormorán, el zambullidor del Titicaca, el yanavico, en cuanto a los peces suche, carachi, entre otros, asimismo Puno alberga a una gran cantidad de alpacas, asimismo alberga al majestuoso cóndor, del mismo modo habita el zorro andino, la taruca, la vizcacha y el puma.



CAPÍTULO III

EXPOSICIÓN Y ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

Lo siguiente, se dará a conocer los resultados obtenidos después de haber aplicado el cuestionario a la escala Likert, Ropa de moda e Identidad cultural, los resultados se presentarán por medio de tabla y cada una con la interpretación correspondiente y sustentando cada argumentación con autores que justifican la interpretación, con el fin de tener un mejor entendimiento de cada uno de los resultados obtenidos, en función a los objetivos e hipótesis planteados:

3.1. LA ROPA DE MODA E IDENTIDAD CULTURAL DE LOS ESTUDIANTES DE LA I.E.S. SANTA ROSA.

Hoy en día el uso de ropa de moda se ha convertido en un tema muy polémico, además de mucha importancia para las estudiantes, pues son las generaciones jóvenes quienes se preocupan por estar a la moda, cuidando de su apariencia, destacando en gran escala la vestimenta; sin embargo, muchas veces se da importancia a la imitación de una moda extranjera a influencia de comentarios de otras personas, dejando de lado la identidad cultural, por la falta de docentes que inculquen el sentido de pertenencia y la importancia que tiene que las personas no dejen de identificarse con la etnia cultural.

De acuerdo con Fernandez (2012), menciona que la ropa de moda, viene de la cultura extranjera, mientras tanto Aroni (2021), indica que es uno de los hechos sociales y sucesos socioculturales incorporados al proceso cultural, social e histórico de toda sociedad, tanto moderna y tradicional influyen en el comportamiento del individuo, implicando también la diversidad en el significado, cambio cultural y la forma de vestir;

mientras tanto “la moda es la tendencia adoptada por la mayoría de las personas, que generalmente se asocia a la ropa, pues dura un determinado tiempo” (Perez, 2011).

Frente a esto, Serin (2017), argumenta que la identidad cultural es el grupo de afirmaciones socioculturales símbolos, tradiciones, valores, creencias y costumbres que proviene de los sujetos que pertenecen a una colectividad en el sentido de propiedad y vínculo con los demás, entonces se puede decir, que es la manera de reconocerlos colectivamente, mediante el cual, los integrantes de una determinada comunidad se distinguen de aquellos que no forman parte de ellos.

De esta manera, en el proceso de investigación se pudo conocer el nivel en el que se encuentra la ropa de moda con una escala de “bajo”, “medio” y “alto” y la identidad cultural con una escala de **mala, regular y buena** de acuerdo al punto de vista de las estudiantes de la institución educativa secundaria Santa Rosa de Puno, presentado de la siguiente manera:

Tabla 3.

Ropa de moda y la identidad cultural de la I.E.S. Santa Rosa

Ropa de moda	Identidad cultural						Total	
	Mala		Regular		Buena		N	%
	N	%	N	%	N	%		
Bajo	32	16%	22	11%	0	0%	54	27%
Medio	24	12%	65	33%	27	14%	116	59%
Alto	2	1%	13	7%	11	6%	26	14%
Total	58	29%	100	51%	38	20%	196	100%

Fuente: Software estadístico SPSS.



La tabla 3, señala que de un 27% que representa a 54 alumnos, un 16% igual a 32 encuestadas indican que cuando la ropa de moda se encuentra en un nivel **bajo**, mientras tanto la identidad cultural es (mala); del 59% teniendo 116 encuestados, se ve que un 33% igual a 65 encuestados manifiestan que, cuando la ropa de moda se encuentra en un nivel **medio**, la identidad cultural será (regular), en cambio del 14% contiene 26 alumnas, por ello un 7% igual a 13 estudiantes indican que cuando la ropa de moda se da en un nivel **alto**, la identidad cultural es (regular).

De lo indicado se puede decir que, la ropa de moda se encuentra en un nivel “medio” y la identidad cultural en un nivel “regular”, manifestando que de tal manera un 33% que representa a 65 alumnas de la institución educativa secundaria Santa Rosa de Puno, quienes fueron escogidas por el Director, para poder aplicar el instrumento de estudio, siendo estudiantes de todo el 5to grado de secundaria, por ello refleja que hoy en día la ropa de moda no está siendo tan influenciada por otras culturas, aun se sigue conservando nuestra identidad cultural, pero de manera **regular** porque la ropa de moda que usan las alumnas se asemeja a nuestra cultura.

3.1.1. Contrastación de la hipótesis general

En este apartado, se podrá corroborar las hipótesis de acuerdo al estadístico Rho de Spearman, el cual sirve para poder demostrar si las hipótesis planteadas en el estudio están en lo correcto o si por defecto se encuentran erróneas, es por ello que en cada una de las contrastaciones se presenta la “hipótesis alterna” (Ha) en donde se transcribe tal cual cada una de las hipótesis afirmando que si existe relación significativa, asimismo, se presenta la “hipótesis nula” (Ho) el cual niega lo planteado manifestando que no existe relación significativa, por lo tanto se muestra que:

H.A: La ropa de moda **se relaciona** significativamente con la identidad cultural en estudiantes de la institución educativa secundaria Santa Rosa, Puno, 2022.

H.O: La ropa de moda **no se relaciona** significativamente con la identidad cultural en estudiantes de la institución educativa secundaria Santa Rosa, Puno, 2022.

Tabla 4.

Relación entre la ropa de moda y la identidad cultural de acuerdo a Rho de Spearman

		Ropa de moda	Identidad cultural
Ropa de moda	Coeficiente de correlación	1.000	,662**
	Sig. (bilateral)		.000
Rho de Spearman	N	196	196
Identidad cultural	Coeficiente de correlación	,662**	1.000
	Sig. (bilateral)	.000	
	N	196	196

Fuente: Software estadístico SPSS.

En la tabla 4, se muestra la contrastación por medio del estadístico Rho de Spearman, en el que se indica que, se tiene **una significancia bilateral** de 0,000 menor al grado de error el cual es 0,05=5% sabiendo que el 95% restante es el grado de confianza, lo cual quiere decir que ambas variables tienen una relación significativa, asimismo se presenta el coeficiente de correlación equivalente a 0,662 según los valores establecidos por Supo (2017), se encuentra en el rango de 0,600-



0,790 lo cual quiere decir que la ropa de moda se relaciona **positiva y considerablemente** con la identidad cultural.

3.2. LA REPRESENTACIÓN SOCIAL E IDENTIDAD CULTURAL DE LOS ESTUDIANTES DEL I.E.S. SANTA ROSA

Con el pasar de los años, se ha ido percibiendo que muchos grupos de jóvenes se dejan llevar por estereotipos, mostrando una apariencia distinta a lo que son en realidad, imitando a otras culturas o grupos, no teniendo una representación social propia de sí mismos, ni tampoco identificándose con nuestra cultura, lo cual es un tema muy preocupante, ya que hoy en día para que uno pueda integrarse a un grupo, muchas veces se toma mayor importancia a la manera en cómo se encuentra vestida, mas no si esta tiene una apariencia que lo identifique con su cultura, los temas de conversación, si se trata de vestimenta son imitando a otras culturas, dejando de lado la etnia cultural, priorizando representaciones sociales extranjeras.

Al respecto Piña y Cuevas (2014), indican que, es un cuerpo bien organizado de conocimiento y además una actividad psíquica gracias a la cual el hombre hace comprensible realidades sociales y físicas, las cuales vienen a integrarse en grupos o en interrelaciones cotidianas de intercambio de ideas.

De acuerdo con Rateau y Monaco (2013) señalan que es un sistema cognitivo con un enunciado y una lógica propia, dentro de estas representaciones colectivas hallamos estereotipos, valores, afirmaciones o creencias que ayudan a los sujetos a orientarse y predominar en su medio colectivo, también proporcionan unos códigos de comunicación comunes con el que clasificar y nombrar de forma grupal los distintos aspectos del mundo en el que vivimos.

3.2.1. Las características de la representación social

- Hacen referencias a unos aspectos concretos.
- Son simplificadoras.
- Están en constante evolución.
- Tienen un carácter social.
- Parten del sentido común.
- Son estructuras cognitivo-afectivas.
- Poseen una función práctica.

De lo indicado, se pasa a presentar la tabla con los resultados obtenidos en relación a la representación social que muestra una escala de **bajo, medio y alto**, por otro lado la identidad cultural con su escala de “mala”, “regular” y “buena”, de la manera siguiente:

Tabla 5.
La representación social y la identidad cultural de la I.E.S. Santa Rosa

Representación social	Identidad cultural						Total	
	Mala		Regular		Buena			
	N	%	N	%	N	%	N	%
Bajo	16	8%	24	12%	5	3%	45	23%
Media	28	14%	68	35%	24	12%	120	61%
Alto	3	1%	11	6%	17	9%	31	16%
Total	47	23%	103	53%	46	24%	196	100%

Fuente: Software estadístico SPSS.



En la tabla 5, se puede observar que del total del 16% teniendo a 31 encuestadas, un 9% con 17 estudiantes indican que la representación social se encuentra en un nivel **alto**, cuando la identidad cultural es (buena); del 61% equivalente a 120 encuestadas, un 35% igual a 68 manifiestan que la representación social se encuentra en un nivel **medio** y la identidad cultural en un nivel (regular); del 23% contenido por 45 alumnas, un 12% igual a 24 indican que cuando la representación social se da en un nivel **bajo**, la identidad cultural es (regular).

Concluyendo de tal manera que la representación social se encuentra en un nivel medio y la identidad cultural en un nivel regular, por lo que se puede afirmar que hoy en día las alumnas de la institución educativa secundaria Santa Rosa, Puno aún se representan con su sociedad, no se ha perdido la identidad cultural el cual las identifica, aun se siguen compartiendo ideas sobre la pertenencia a su sociedad de manera regular, por lo que es importante que la institución se encargue de inculcar con mayor énfasis nuestra cultura, de tal manera se aumentaría el conocimiento sobre este aspecto en las estudiantes para que puedan tener una buena representación de acuerdo a ello.

3.2.1. Contrastación de la primera hipótesis específica

H.A: La representación social **se relaciona** significativamente con la identidad cultural en estudiantes de la institución educativa secundaria Santa Rosa, Puno, 2022.

H.O: La representación social **no se relaciona** significativamente con la identidad cultural en estudiantes de la institución educativa secundaria Santa Rosa, Puno, 2022.



Tabla 6.

Relación entre la representación social y la identidad cultural de acuerdo a Rho de Spearman

		Representación	Identidad
		social	cultural
Rho de Spearman	Representación social	1.000	,458**
		Sig. (bilateral)	.000
		Muestra	196
	Identidad cultural	Coeficiente de correlación	,458**
		Sig. (bilateral)	.000
		Muestra	196

Fuente: Software estadístico SPSS.

Con relación a la tabla 6, se muestra el resultado obtenido por medio del estadístico Rho de Spearman, en el que se tiene un nivel de significancia bilateral de 0,000, lo que demuestra ser menor al grado de error $0,05=5\%$, sabiendo que el 95% restante es el grado de confianza, asimismo se puede apreciar un coeficiente de correlación de 0,458 y según los valores establecidos por Supo (2017), se encuentra en el rango de 0,400-0,590, lo cual quiere expresar que la representación social tiene una relación positiva y media con la identidad cultural.



3.3. EL PRESTIGIO SOCIAL E IDENTIDAD CULTURAL DE LOS ESTUDIANTES DE LA I.E.S. SANTA ROSA.

El prestigio social consiste en realizar esfuerzos para desarrollar los mecanismos que se implementan en el reconocimiento social, como también es una condición que resalta las buenas cualidades en la I.E.S. Santa Rosa, por ello al momento de presentar las encuestas se les indico abstenerse a sus nombres propios, puesto que las preguntas fueron sumamente personales.

Al respecto, De la Hidalgo y Lourdes (2018, pág. 17), indican que viene a ser la valoración e importancia dada por las personas con respecto a las actividades.

Mientras tanto López (2016), menciona que es la ayuda a crear más integridad en el grupo y aprender la manera en cómo se realizan las cosas relacionándolos de manera similar. El imitar los comportamientos de las personas adultas ayudara al individuo a aceptarlo al adherirse a los valores tradicionales incrustados en el grupo, por otro lado. Menciona que la razón social del prestigio ayuda a crear más integridad en el grupo aprendiendo del cómo se realizan las cosas y relacionándolos de manera similar.

Como también el imitar los comportamientos de las personas adultas ayudara al individuo a aceptarlo al adherirse a los valores tradicionales incrustados en el grupo (López, 2016). Respecto a lo indicado, se pasa a presentar la tabla 7, con los resultados obtenidos en relación al prestigio social que tiene como escala bajo, medio y alto y la identidad cultural se muestra que bajo la escala de “mala”, “regular” y “buena”, de la siguiente manera:

Tabla 7.
El prestigio social y la identidad cultural de la I.E.S. Santa Rosa

Prestigio social	Identidad cultural						Total	
	Mala		Regular		Buena		N	%
	N	%	N	%	N	%		
Bajo	23	12%	28	14%	2	1%	53	27%
Media	32	16%	60	31%	25	13%	117	60%
Alto	4	2%	10	5%	12	6%	26	13%
Total	59	30%	98	50%	39	20%	196	100%

Fuente: Software estadístico SPSS.

Según la tabla 7, se visualiza que del 60% se obtiene de 117 encuestadas, un 31% igual a 60 indican que el prestigio social se encuentra en un nivel **medio** y la identidad cultural en un nivel (regular); del 27% equivalente a 53 estudiantes, un 14% igual a 28 señalan que el prestigio social se encuentra en un nivel **bajo**, cuando la identidad cultural es (regular); finalmente del 13% contenido por 26 encuestadas, un 6% igual a 12 manifestaron que cuando el prestigio social está en un nivel **alto** cuando la identidad cultural se da de manera (buena).

De lo indicado, se pasa a decir que el prestigio social se da en un nivel medio y la identidad cultural de modo regular, señalándolo de tal manera un porcentaje mayoritario igual a 31%, que representa a 60 estudiantes de la institución educativa secundaria Santa Rosa de Puno, por lo que se desprende señalando que el prestigio social no se ha ido perdiendo en las estudiantes, aun continua dándose a una escala media, en razón de que se identifican con nuestra cultura de manera regular, por lo que es importante que los

profesores puedan emplear mecanismos para fortalecer estos aspectos, de tal manera puede mejorarse por ser de mucha importancia.

3.3.1. Contrastación de la segunda hipótesis específica

H.A: El prestigio social **se relaciona** significativamente con la identidad cultural en estudiantes de la institución educativa secundaria Santa Rosa de Puno 2022.

H.O: El prestigio social **no se relaciona** significativamente con la identidad cultural en estudiantes de la institución educativa secundaria Santa Rosa de Puno 2022.

Tabla 8.

Relación entre el prestigio social y la identidad cultural de acuerdo a Rho de Spearman

		Prestigio social	Identidad cultural
Prestigio social	Coefficiente de correlación	1.000	,578**
	Sig. (bilateral)		.000
	N	196	196
Identidad cultural	Coefficiente de correlación	,578**	1.000
	Sig. (bilateral)	.000	
	N	196	196

Fuente: Software estadístico SPSS.

De acuerdo a la presente tabla 8, acerca del resultado analizado por medio del estadístico Rho de Spearman, se desprende que se tiene un nivel de **significancia** de 0,000, lo que demuestra ser menor al grado de error el cual es 0,05=5%, sabiendo que el 95% restante es el grado de confianza, asimismo se puede apreciar un coeficiente de



correlación de 0,578, y según los valores establecidos por Supo (2017), se encuentra en el rango de 0,400-0,590, lo cual quiere decir que el prestigio social tiene una relación **positiva media** con la identidad cultural.

3.4. EL TRASFONDO CULTURAL E IDENTIDAD CULTURAL DE LOS ESTUDIANTES DE LA I.E.S. SANTA ROSA.

El trasfondo cultural se expresa mediante significados de los actos subjetivos ocultos en la tradición, subconsciente es una totalidad de sabidurías que poseen las estudiantes de la I.E.S. Santa Rosa de Puno, como también es una sociedad en la que cada uno de los estudiantes se desarrolla, lugar en el que guarda y pone en práctica cada uno de los conocimientos adquiridos.

Citando a Martínez (2021), señalan que el trasfondo cultural viene a ser todos aquellos estilos vivenciales que tienen la sociedad y el modo en que las personas sienten, actúa, piensan y crean cada uno de ellos que tienen ciertas semejanzas.

Dicho ello, se pasa a presentar la tabla 9 con los resultados obtenidos en relación al trasfondo cultural que bajo la escala se muestra lo “bajo”, “medio” y “alto”, como también, la identidad cultural es formado con la escala lo mala, regular y buena, de la siguiente manera:

Tabla 9.*El trasfondo cultural y la identidad cultural de la I.E.S. Santa Rosa*

Trasfondo cultural	Identidad cultural						Total	
	Mala		Regular		Buena		N	%
	N	%	N	%	N	%		
Bajo	21	11%	20	10%	3	1%	44	22%
Media	33	17%	66	34%	22	11%	121	62%
Alto	5	3%	14	7%	12	6%	31	16%
Total	59	31%	100	51%	37	18%	196	100%

Fuente: Software estadístico SPSS.

Como se puede notar la tabla 9, se aprecia que del 16% que representa 31 alumnas encuestadas, un 7% igual a 14 señalaron que el trasfondo cultural es **alto**, cuando la identidad cultural es (regular); seguidamente del 22% equivalente a 44 alumnas, un 11% igual a 21 indicaron que el trasfondo cultural es **bajo** y la identidad cultural es (mala); finalmente del 62% lo que es igual a 121 encuestadas, un 34% igual 66 indicaron que el trasfondo cultural es **medio**, cuando la identidad cultural es (regular).

Por lo que, de manera general se indica que el trasfondo cultural se encuentra en un nivel **medio** y la identidad cultural en un nivel **regular** en los estudiantes de la institución educativa secundaria Santa Rosa de Puno, por lo que es necesario recalcar que no se ha perdido por completo el trasfondo cultural en las alumnas, continúa dándose, pero a nivel medio, gracias a ello se sigue manteniendo la etnia cultural regularmente.

3.4.1. Contrastación de la tercera hipótesis específica

H.A: El trasfondo cultural **se relaciona** significativamente con la identidad cultural en estudiantes de la institución educativa secundaria Santa Rosa de Puno 2022.

H.O: El trasfondo cultural **no se relaciona** significativamente con la identidad cultural en estudiantes de la institución educativa secundaria Santa Rosa de Puno 2022.

Tabla 10.

Relación entre el trasfondo cultural y la identidad cultural de acuerdo a Rho de Spearman

		Trasfondo cultural	Identidad cultural
Trasfondo cultural	Coefficiente de correlación	1.000	,640**
	Sig. (bilateral)		.000
Rho de Spearman	N	196	196
	Coefficiente de correlación	,640**	1.000
Identidad cultural	Sig. (bilateral)	.000	
	N	196	196

Fuente: Software estadístico SPSS.

Finalmente, en la tabla 10, se comprobó el resultado analizado por medio del estadístico Rho de Spearman, en el que se desprende un nivel de **significancia bilateral** de 0,000, lo cual demuestra ser menor al grado de error el cual es 0,05=5%, sabiendo que el 95% restante es el grado de confianza, asimismo se puede apreciar un coeficiente de correlación de 0,640 y según los valores establecidos por Supo (2017), se encuentra en el rango de 0,600-0,790, lo cual quiere decir que el trasfondo cultural tiene una relación **positiva y considerable** con la identidad cultural.

3.5. PRUEBA DE NORMALIDAD

Tabla 11.

Prueba de normalidad

	Kolmogorov-Smirnov		
	Estadístico	gl	Sig.
Ropa de moda	.358	196	.000
Identidad cultural	.327	196	.000

Fuente: Software estadístico SPSS.

Con respecto a la tabla 11, se observa que la prueba de normalidad de acuerdo a Kolmogorov-Smirnova, donde las puntuaciones de la variable ropa de moda muestran un nivel de significancia de 0,000 y para la variable identidad cultural observa un nivel de significancia de 0,000, estos resultados encontrados son menor al 5% de sig. Estándar ($\text{sig} < 0.05$).

Asimismo mencionar que para determinar el grado de relación no paramétrica entre las variables planteadas se tomara en cuenta el siguiente listado donde Supo (2017).

Inicia de -0,600 hasta el -0,790 actúa como correlación “negativa” “considerable”

Inicia de -0,400 hasta el -0,590 actúa como correlación “negativa” “media”

Inicia de -0,200 hasta el -0,390 actúa como correlación “negativa” “debil”

Inicia de -0,000 hasta el -0,190 actúa como correlación “negativa” “muy debil”

No existe una correlación entre las variables

Inicia de 0,000 hasta el 0,190 actúa como correlación “Positiva” “muy debil”

Inicia de 0,200 hasta el 0,390 actúa como correlación “Positiva” “debil”

Inicia de 0,400 hasta el 0,590 actúa como correlación “Positiva” “media”



Inicia de 0,600 hasta el 0,790 actúa como correlación “Positiva” “considerable”

3.6. DISCUSIÓN

Del análisis sobre la ropa de moda con la identidad cultural en estudiantes de la institución educativa secundaria Santa Rosa de Puno, 2022”, se tuvo como resultado por medio del estadístico Rho de Spearman un vínculo positivo, entran las dos variables (tabla 4), donde Supo (2017), menciona que la ropa de moda es uno de los hechos sociales y sucesos socioculturales incorporados al proceso cultural, social e histórico de toda sociedad, tanto moderna y tradicional, influyendo en el comportamiento del individuo, implicando también la diversidad en el significado y la forma de vestir, por otro lado, Aroni & Aroni (2021), manifiesta que la identidad cultural es uno de los conjuntos de significados y expresiones que son permanentes en el tiempo y permitiendo a los miembros compartir un territorio y una historia en común, tales como los elementos sociales y culturales a otras comunidades, como las lenguas, religiones, costumbres e instituciones sociales, para poder reconocerse, mientras que Serin (2017) menciona que todo ello se concierta con el estudio, mientras que Tohom (2020), indica que el 28% estuvo a la moda, 22% en las redes sociales y el 19% en los medios de comunicación. Concluyendo que esos factores influyeron en las identidades culturales y así también se concierta con el estudio de Toribio & Alvarez (2018), señalan que la identidad cultural es un trabajo continuo, formado no solo por los diseñadores de moda, sino también por todos aquellos interesados en el consumo local, para mostrar lo bueno del país, estableciendo un sentido de pertenencia y apropiación de lo que se produce en el país, sin embargo, no se concierta con el estudio de Álvarez (2018), dice que la influencia de otras culturas, la inmigración, la moda y el uso de uniformes en las instituciones educativas fueron algunos de los factores que influyeron en la pérdida de la vestimenta canaria, pues la ropa de moda es muy importante e influye de modo significativo para la identidad cultural.



Se muestra como conocer la relación de la representación social con la identidad cultural en estudiantes de la institución educativa secundaria Santa Rosa, Puno, 2022, en donde se tuvo como resultado por medio del estadístico Rho de Spearman, un vínculo positivo medio entre la representación social y la identidad cultural (tabla 6), según los valores establecidos por Supo (2017), indica que se tiene como teoría de la representación social que es un sistema cognitivo con un enunciado y una lógica propia, dentro de estas representaciones colectivas hallamos estereotipos, valores, afirmaciones o creencias que ayudan a los sujetos a orientar y predominar en su medio colectivo, también proporcionan unos códigos de comunicación comunes con el que clasificar y nombrar de forma grupal los distintos aspectos del mundo en el que vivimos Rateau y Lo monaco (2013) igualmente que el sentido se concierta al estudio. Como también de Lagarta y Álvarez (2018), mencionan que a través de fotografías y dibujos permiten conocer la moda y la cultura visual para establecer una conexión y simpatía con ellos.

Respecto a identificar la relación del prestigio social con la identidad cultural en estudiantes de la institución educativa secundaria Santa Rosa, Puno, 2022, se tuvo como resultado por medio del estadístico Rho de Spearman que el prestigio social y la identidad de la marca tienen una relación positiva media (tabla 8), justificando tal argumento según los valores establecidos por Supo (2017), quien indica los rangos, por lo que el prestigio social es definido como todos los esfuerzos que se realizan los mecanismos que se implementan para tener un buen reconocimiento social, son las valoraciones, importancias que son dadas por las personas con respecto a las actividades, atención, servicio, producto, cosas y otras cosas, sobre lo que se compra o consume De la Hidalgo & Lourdes (2018). En razón de ello se concuerda con el estudio de Chica (2021), quien concluyó indicando que la experiencia de llevar a cabo el procedimiento de concepción,



producción y diseño de una revista de periodismo cultural en una página web sobre moda y prácticas del vestir, consistió en los siguientes aspectos: reproducción, producción y circulación, asimismo se coincide con el estudio de Diaz y Huamanchumo (2017), indican que se denoto que el 73%, 72%, 72% y el 72% de las prácticas sociales alineadas influyeron en el desenvolvimiento de la personalidad de la cultura de los alumnos con 51%, 45%, 51% y 45%. Por lo que llegaron a la siguiente conclusión.

Del análisis sobre como determinar la relación del trasfondo cultural con la identidad cultural en estudiantes de la institución educativa secundaria Santa Rosa, Puno 2022, se tuvo como resultado por medio del estadístico Rho de Spearman un vínculo positivo considerable entre el trasfondo cultural y la identidad cultural (tabla 10), justificando dicha argumentación según los valores establecidos por Supo (2017), dice que el trasfondo cultural viene a ser una totalidad de sabidurías que poseen las personas de una sociedad en que son desarrolladas, donde son guardadas y practicadas todos sus conocimientos, en tal motivo, viene a ser todos aquellos estilos vivenciales que tienen los pueblos, esto es, el modo en que las personas sienten, actúa, piensan, y crean cada uno de ellos y que tienen ciertas semejanzas Martínez (2021), por lo que se concuerda con el estudio de Jara y Aguilar (2019), indica que las tendencias y lecturas de moda que determinan el consumo de moda de los jóvenes emergentes son la selección del producto que se adecue a sus gustos, privilegios sociales y futuro. La belleza de sus cuerpos para que estas se distinga de los demás.



CONCLUSIONES

PRIMERO: Conforme a la investigación realizada, concernientemente se aplicó operaciones estadísticas y se arribó a lo siguiente: existe una relación significativamente media, entre la ropa de moda y la identidad cultural en las estudiantes de la Institución Educativa Secundaria Santa Rosa de Puno, lo cual se demuestra que se sigue dando el consumismo de ropa extranjera, mientras no se practique estereotipos de la identidad cultural.

SEGUNDO: De acuerdo de las operaciones estadísticas, se afirmó que si existe una relación media entre la representación social y la identidad cultural en estudiantes de la Institución Educativa Secundaria Santa Rosa de Puno, esto significa que no todos los estudiantes se representan con su sociedad y no comparten ideas de pertenencia por lo que se está perdiendo la identidad cultural.

TERCERO: Conforme a la investigación realizada se aplicó operaciones estadísticas y se arribó a lo siguiente: pues si existe una relación significativamente media entre el prestigio social y la identidad cultural, pues así resalta el estatus tanto individual y colectivo en las estudiantes de la Institución Educativa Secundaria Santa Rosa de Puno.

CUARTO: Habiendo aplicado operaciones estadísticas, se arribó que si existe una relación significativamente media entre el trasfondo cultural y la identidad cultural, esto quiere decir que un gran porcentaje de estudiantes de la Institución Educativa Secundaria Santa Rosa de Puno, conforme a la manera en que viven, actúan, piensan y crean cosas pues son imitando las realidades extranjeras y van dejando de lado la identidad por sus culturas.



RECOMENDACIONES

- PRIMERO:** Respecto a la relación, la ropa de moda e identidad cultural en la I.E.S. Santa Rosa, se sugiere que los profesores, estudiantes y padres de familia deben orientar sobre el uso de la ropa y su importancia en la sociedad, además a través de su forma de uso se fortalece la identidad cultural personal y colectiva, se debe transmitir este tipo de conocimiento al centro de la familia nuclear.
- SEGUNDO:** La representación social como una forma de pensamiento subjetivo que poseen los docentes, estudiantes y padres de familia, deben poner en práctica el principio de solidaridad, cooperación, trabajo e identidad para compartir experiencias comunes entre las estudiantes de la I.E.S. Santa Rosa de Puno.
- TERCERO:** El prestigio social se logra mediante el estudio, responsabilidad, disciplina, estos valores deben ser transmitidos a generaciones de estudiantes de la I.E.S. Santa Rosa. Además, con estas manifestaciones se logra una posición o estatus de grupos, lo cual fortalece la identidad personal y colectiva de las estudiantes.
- CUARTO:** El trasfondo cultural se expresa mediante el significado subjetivo del pensamiento de las estudiantes de la I.E.S. Santa Rosa, respecto a la identidad cultural, estos actos consientes se manifiestan la identidad personal y colectiva, se recomienda realizar charlas, conferencias y consultas psicológicas en forma permanente para comprender el significado del uso de la ropa de moda.



REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Aldana, M. (Mayo-Agosto de 2000). Reseña de "La era de la información, realidades y reflexiones sobre la globalización" de Manuel. *Redalyc*, 285-316.
doi:<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=13861811>
- Álvarez, F. (2018). *Causas que generan en la pérdida de vestimenta Cañari en la unidad educativa intercultural Bilingüe Quilloac*. Cuenca-Ecuador: Universidad Politécnica Salesiana sede Cuenca. Obtenido de <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/15164/1/UPS-CT007487.pdf>
- Andrade, L. (2002). Los estudiantes y el significado acerca de los estudios universitarios: reflexión y propuesta metodológica. *Redalyc*, 96-116. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/132/13209807.pdf>
- Apaza, J. (2 de Julio-Diciembre de 2014). La conciencia ecologica en el consumo de productos en la ciudad de Puno-Perú. *Redalyc*, 5-12.
doi:<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=449844868001>
- Aroni, J., & Aroni, E. (2021). *Influencia de la ropa de moda en la identidad cultural de los estudiantes de la facultad de ciencias sociales de la UNA - Puno*. Tesis, Universidad Nacional Del Altiplano Puno, Puno. Obtenido de https://repositorio.unap.edu.pe/bitstream/handle/20.500.14082/15545/Aroni_Yucra_Jorge_Aroni_Yucra_Edwin.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Aroni, J., & Aroni, E. (2021). *Influencia de la ropa de moda en la identidad cultural de los estudiantes de la facultad de ciencias sociales de la UNA-PUNO*. Puno-Perú: UNAP.



- Belizario, L., & Quispe, C. (2021). *Influencia de la tecnología moderna en la crisis de la identidad cultural en los estudiantes de 4to y 5to de la institución educativa secundaria comercio 32 M. H. C. Juliaca, 2019*. Tesis, Universidad Nacional del Altiplano Puno, Puno. Obtenido de https://repositorio.unap.edu.pe/bitstream/handle/20.500.14082/15327/Belizario_Leonarda_Quispe_Cecilia.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Bordoni, M. (2018). La imitación reconsiderada: su función social en la infancia temprana. *Interdisciplinaria*, 19. doi:<https://n2t.net/ark:/13683/pvck/bxW>
- Bringas, J., & Carbonell, J. (2010). Contribución al concepto de dirección educacional. *Redalyc*, 11-21. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/3606/360635569003.pdf>
- Cabello, A. (2016). Desarrollo historico del sistema de la moda: una revisión teorica. *Redalyc*, 265-289. doi:<http://dx.doi.org/10.5565/rev/athenea.1338>
- Campos, H. (2018). Estudio de la identidad cultural mediante una construcción epistémica del concepto identidad cultural regional. 14. doi:10.4067/S0717-554X2018000200199
- Campos, H. (2018). Estudio de la identidad cultural mediante una construcción epistémica del concepto identidad cultural regional. *Scielo*, 62. doi:<http://dx.doi.org/10.4067/S0717-554X2018000200199>
- Carrasco, S. (2018). *Metodología de la investigación científica: pautas metodologicas para diseñar y elaborar el proyecto de investigación*. Lima: San Marcos. Obtenido de



https://www.academia.edu/26909781/Metodologia_de_La_Investigacion_Cientifica_Carrasco_Diaz_1_

Carrasco, S. (2018). *Metodología de la investigación científica: pautas metodológicas para diseñar y elaborar el proyecto de investigación*. Lima: San Marcos .
Obtenido de

https://books.google.com.pe/books?id=yTvYxgEACAAJ&dq=carrasco+diaz+2015&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwj4_5Cnv8jsAhUQCrkGHVPjCTgQ6AEwAHoECAIQAQ

Carriazo, et. al. (2020). Planificación educativa como herramienta fundamental para una educación con calidad. *Redalyc*, 87-95.
doi:<https://doi.org/10.5281/zenodo.3907048>

Carvajal, Á. (2017). Diseño, innovación y moda: entre la tecnología y el arte. *Revista Legado de Arquitectura y Diseño*, 17.
doi:<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=477951390003>

Castillo, C. (2021). *Programa educativo para el fortalecimiento de la identidad cultural local de los estudiantes del primer grado de secundaria en la institución educativa 20476- Pacaipampa, 2019*. Tesis, Universidad Nacional de Piura, Piura. Obtenido de <https://repositorio.unp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12676/3198/HYGE-CAS-CEL-2021.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Chica, R. (2021). *"La pinta", revista de periodismo cultural en una página web, sobre moda y prácticas del vestir en Cartagena y el Caribe*. Cartagena: Universidad de Cartagena. Obtenido de



<https://repositorio.unicartagena.edu.co/bitstream/handle/11227/11853/PF11%20LA%20PINTA.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Chica, R. (2021). *“La pinta”, revista de periodismo cultural en una página web, sobre moda y prácticas.* tesis, Unicartagena, Cartagena. Obtenido de <https://repositorio.unicartagena.edu.co/bitstream/handle/11227/11853/PF11%20LA%20PINTA.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Cornelio, E., & Islas, A. (2015). El derecho de los extranjeros a utilizar los servicios de la seguridad social. *Redalyc*, 161-172. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/3221/322142549011.pdf>

Da Silva et. al. (2018). Cambios de la personalidad y depresion en adultos mayores con enfermedad de Alzheimer. *Redalyc*, 8. doi:<https://doi.org/10.22235/cp.v12i2.1687>

Davalos, et.al. (2018). *La moda y el comportamiento del consumidor en los clientes de una tienda de ropa de Gamarra del distrito de La Victoria 2018.* tesis, Univerisdad Peruana de Ciencias Aplicada, Lima. Obtenido de https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/19572/Alvarado_A_MK.pdf?sequence=1&isAllowed=y

De La Cruz, S. (2021). *identidad de marca como estrategia publicitaria en Instagram. El caso de la marca independiente de ropa Overtake, 2019.* tesis, Universidad Cesar Vallejo, Lima. Obtenido de https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/65820/DeLaCruz_SSK-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y



- De la Hidalgo, Z., & Lourdes, G. (03 de octubre de 2018). El prestigio social de la profesión según los futuros docentes de educación primaria y secundaria. *Recyt*, 20. doi:10.30827/profesorado.v22i2.7724
- Dextre, J., & Del Pozo, R. (2012). ¿Control de gestión o gestión de control? *Redalyc*, 69-80. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/2816/281624914005.pdf>
- Diaz, V., & Huamanchumo, K. (2017). *Influencia de las practicas sociales alienadas en la identidad cultural de los estudiantes del quinto grado de la institucion educativa N° 10080 de Moyán del distrito de Incahuasi, Provincia Ferreñafe*. Lambayeque: Universidad Nacional Pedro Ruiz Gallo. Obtenido de <https://repositorio.unprg.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12893/1657/BC-TES-%20509%20%20DIAZ%20BURGA%20-%20HUAMANCHUMO%20MACO.pdf?sequence=3&isAllowed=y>
- Domingo, H. (2015). desarrollo de la identidad multiple. la identidad social, cultural, civica y cosmopolita. *Redalyc*, 10. doi:<http://dx.doi.org/10.17060/ijodaep.2015.n1.v2.134>
- Dubet, F. (2005). Los estudiantes. *Redalyc*. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/2831/283121715008.pdf>
- Espinel, C. (2016). La costumbre en el ordenamiento jurídico privado colombiano: visión desde la teoría analítica del derecho y la teoría de la interacción estratégica. *Dialnet*, 21. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5621431>
- Fernandez, L., & Fernandez, I. (2012). Aproximación Teórica a la identidad cultural. *Redalyc*, 1-13. doi:<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=181524363004>



- Fombellina, V., & Sanchez, J. (2003). Personalidad multiple: un caso raro en la practica forense. *Scielo*. Obtenido de https://scielo.isciii.es/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1135-76062003000100002
- Frias, R. (2000). Una aproximación al concepto comunicación y sus concecuencias en la practica de las instituciones. *Redalyc*, 13. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/181/18100103.pdf>
- Garcia, A. (2016). Estudio de caso: simulacion o transtorno de personalidad multiple. *Redalyc*, 39-45. doi:<https://doi.org/10.1016/j.clysa.2016.07.001>
- Gonzalez, D. (2020). Modelo de identidad cultural para la Universidad peruana desde la normativa del ministerio de cultura. *Hacedor*, 10. doi:<https://doi.org/10.26495/rch.v4i2.1480>
- Grimaldo, M. (2006). Identidad y política cultural en el Perú. *Redalyc*, 41-48. doi:<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=68601205>
- Hernández, M. (2017). Sitemas de control de gestión y de medición del desempeño: conceptos basicos como marco para la investigación. *Redalyc*, 111-124. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/870/87050902009.pdf>
- Hernandez, R. (2019). *Metodología de la investigación*. Mexico: Mcgraw-Hill Interamericana editores, s.a de c.v.
- Hernández, R. A., & Coello, S. (2008). *El paradigma cuantitativo de la investigación científica*. Editorial Universitaria.



- Huallpa, D. (2018). *Conocimiento sobre las costumbres y tradicionales en los estudiantes de 4° B de la I.E. secundaria comercial 45*. Puno-Perú: UNAP. Obtenido de http://repositorio.unap.edu.pe/bitstream/handle/UNAP/8693/Huallpa_Alvarado_Danny_David.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Jara, R., & Aguilar, E. (2019). *La influencia del consumo de la moda en los modelos de identidad cultural de mujeres emergentes de Huancayo 2017-2018*. Huancayo: UNCP. Obtenido de https://repositorio.uncp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12894/5184/T010_71704195_T.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Jara, S., & Aguilar, E. (2019). *La influencia del consumo de la moda en los modelos de identidad cultural de mujeres emergentes de Huancayo 2017-2018*. tesis, Universidad Nacional del Centro del Perú, Huancayo. Obtenido de https://repositorio.uncp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12894/5184/T010_71704195_T.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Lagarde, V., & Alvarez, D. (2018). La moda y su influencia en la identidad cultural adolescente. *digibug*, 15. Obtenido de <https://digibug.ugr.es/bitstream/handle/10481/61580/60819-Texto%20del%20art%C3%ADculo-4564456563664-2-10-20190405.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Lara, L., & Gonzalez, A. (2016). El poder de la ropa. *OCEANO expres*, 28. Obtenido de <https://lucylara.com/wp-content/themes/lucylara/pdf/muestra-el-poder-de-la-ropa.pdf>



- López, M. (30 de 09 de 2016). La imitación social, comportamiento. Obtenido de <http://www.lavozdelnorte.com.mx/2016/09/30/la-imitacion-socialcomportamiento-espejo/#:~:text=El%20motivo%20social%20de%20la,dem%C3%A1s%20de%20la%20misma%20forma.>
- Madrazo, M. (9 de Julio-Diciembre de 2005). Algunas consideraciones en torno al significado de la tradición. *Redalyc*, 115-132. doi:<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=28150907>
- Manzano, M. (2012). Identidad racial: un problema social en nuestros días. *Redalyc*, 14. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/836/83625847007.pdf>
- Martínez et. al. (14 de diciembre de 2021). Contexto cultural y características de la institución como estrategias de aculturación. *Revpolítica*, 21. doi:<https://doi.org/10.29105/pgc7.14-1>
- Martínez, C. (2004). Gestión y creación de conocimiento. *Redalyc*, 13-23. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/818/81802302.pdf>
- Martínez, G., & De Garcillan, R. (2016). La influencia de los blogs de moda en el comportamiento del consumidor: un enfoque exploratorio. *Redalyc*, 85-109. doi:<http://dx.doi.org/10.15178/va.2016.135.85-109>
- Martínez, J. (2019). Metas y objetivos: ¿Cuáles son las diferencias? *NeetWork*. Obtenido de <https://bit.ly/3yaYumb>
- Martínez, J., & Villarino, A. (2018). *La desnutrición infantil en el mundo: herramientas para su diagnóstico*. España: Sociedad Española de dietética y ciencias de la



alimentación. Obtenido de <https://nutricion.org/wp-content/uploads/2013/11/Desnutricion-infantil.pdf>

Medrano, J. (2011). Reflexiones nerviosas. La importancia de la ropa (II). Lencería, complementos y zapatería. *Redalyc*, 354-360. doi:10.4321/S0211-573520110002000012

Meza, O. (25 de marzo de 2020). 5 autores fundamentales para entender la moda. *Revistacodigo*. Obtenido de <https://revistacodigo.com/recomendacion-5-autores-para-entender-la-moda-literatura-moda-alison-lurie-gilles-lipovetsky-pierre-bourdieu-judith-butler-eric-hobsbawm-sociologia-de-moda/>

Ministerio de Cultura. (2021). *Plan Estratégico Sectorial Multianual 2017-2024 sector cultura*. Perú. Obtenido de <https://transparencia.cultura.gob.pe/sites/default/files/transparencia/2021/09/informes-de-monitoreo-y-evaluacion-de-los-planes-y-politicas/informe-de-analisis-estrategico/informedeevaluaciondeimplementaciondelpesem2017-20242020f.pdf>

Molano, O. (2007). Identidad cultural un concepto que evoluciona. *Redalyc*, 69-84. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/675/67500705.pdf>

Molano, O. (2007). Identidad cultural un concepto que evoluciona. *Redalyc*, 17. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/675/67500705.pdf>

Montaño et. al. (2009). teorías de la personalidad. Un análisis histórico del concepto y su medición. *Redalyc*, 28. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/2972/297225531007.pdf>



- Montegudo, L. (2019). *Derecho de la identidad cultural de los ciudadanos peruanos que residen en la Frontera Perú-Ecuador*. Academia diplomática del Perú. Obtenido de <http://repositorio.adp.edu.pe/bitstream/handle/ADP/166/Tesis%20-%20LUIS%20ARMANDO%20MONTEGUDO%20PACHECO.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Moran, P. (2004). La docencia como recreación y construcción del conocimiento. Sentido pedagógico de la investigación en el aula. *Redalyc*, 41-72. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/132/13210603.pdf>
- Murray, P. (2002). Gestión - Información - Conocimiento. *Redalyc*, 1-12. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/161/16114402.pdf>
- Navas, et. al. (2016). Las metas múltiples: Análisis predictivo del rendimiento académico en estudiantes chilenos. *Redalyc*, 267-285. doi:10.5944/educXX1.14225
- Nieva, J., & Martínez, C. (2016). Una nueva mirada sobre la formación docente. *Scielo*. Obtenido de http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2218-36202016000400002
- Olazabal, et. al. (2021). La identidad cultural como recurso local y su integración a la gestión del desarrollo territorial. *Scielo*, 25. Obtenido de http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2306-91552021000100027
- Padilla, N. (2021). *Propuesta pedagógica para afianzar la identidad cultural mediante proyectos artísticos sobre recreación de vestuarios tradicional para ECA Bachillerato*. Tesis, Pontificia Universidad Católica del Ecuador, Quito. Obtenido de



<http://repositorio.puce.edu.ec/bitstream/handle/22000/18691/Padilla%20Orozco-Tesis.pdf.pdf?sequence=1>

Patiño, A. (2020). *La moda como discurso en la expresión de la identidad a partir de la marca*. tesis, Universidad Tecnológica de Pereira , Pereira. Obtenido de <https://repositorio.utp.edu.co/server/api/core/bitstreams/bc3ccf3b-2aaa-4ccc-98ce-cc463eca6d84/content>

Pautt, G. (junio de 2011). Liderazgo y direccion:dos conceptos distintos con resultados diferentes. *RFCE*. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/909/90922732013.pdf>

Peiró, R. (2021). Comunicación. *Econopedia.com*. Obtenido de <https://bit.ly/3npni3H>

Penchaszadech, A. (2008). La cuestión del extranjero. Una mirada desde la teoría de Simmel. *Redalyc*, 51-67. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/5515/551556268002.pdf>

Perez, A. (2011). Moda y trabajo : la expresión sociocultural de un "saber hacer". *Redalyc*, 43-70. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/159/15924195004.pdf>

Pérez, A. (2011). Moda y trabajo : la expresión sociocultural de un "saber hacer". *Redalyc*, 43-70. doi:<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=15924195004>

Piña, J., & Cuevas, Y. (enero de 2014). La teoría de las representaciones sociales. *Scielo*. Obtenido de [https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0185-26982004000100005#:~:text=Para%20Moscovici%20\(1979%2C%20p.,una%20relaci%C3%B3n%20cotidiana%20de%20intercambios%22](https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0185-26982004000100005#:~:text=Para%20Moscovici%20(1979%2C%20p.,una%20relaci%C3%B3n%20cotidiana%20de%20intercambios%22).



- Podesta, P. (2010). Un acercamiento al concepto de cultura. *Redalyc*, 16. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/3607/360733601002.pdf>
- Rateau, P., & Lo monaco, G. (2013). La Teoría de las Representaciones Sociales: Orientaciones conceptuales, campos de aplicaciones y metodo. *Redalyc*, 22-42. Obtenido de <redalyc.org/pdf/4235/423539419003.pdf>
- Rico, M. (2020). *Eficiencia comunicativa en la identidad visual y el diseño persuasivo de marcas peruanas de moda sostenible*. tesis, Universidad de Ciencias Aplicadas, Lima. Obtenido de <http://hdl.handle.net/10757/652953>
- Rodrigues et. al. (2014). Los cambios de personalidad en la enfermedad de alzheimer. *Redalyc*, 11. doi:<https://doi.org/10.17060/ijodaep.2014.n1.v5.660>
- Rojas, M. (2004). Identidad y cultura. *Redalyc*, 489-496. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/356/35602707.pdf>
- Salazar, D. (marzo de 2006). Planificación. ¿Éxito Gerencial? *Redalyc*, 18. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/904/90460103.pdf>
- Sánchez, A. (2020). *La Influencia de las imágenes de moda en la construcción de la identidad aspiracional*. tesis, Universidad Autónoma del Estado de Morellos, México. Obtenido de <http://riaa.uaem.mx/xmlui/bitstream/handle/20.500.12055/1550/SALANL09T.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Serin, E. (2017). *La identidad cultural y su contribución al incremento del desarrollo turístico en la ciudad de Huamachuco, 2017*. Huamachuco-Perú: UCV. Obtenido de



https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/16901/Serin_LE.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Souza, S. (2019). *Moda, vestimenta y discapacidad: una mirada sociológica*. UCA. Obtenido de <https://repositorio.uca.edu.ar/bitstream/123456789/9122/7/moda-vestimenta-discapacidad-mirada.pdf>

Stezano, F. (febrero de 2021). Enfoques, definiciones y estimaciones de pobreza y desigualdad en América Latina y el Caribe. *CEPAL*. Obtenido de https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/46405/4/S2100026_es.pdf

Tohom, S. (2020). *Factores que inciden en la identidad cultural de los jóvenes de 15 a 24 años de edad del municipio de Totonicapán, departamento de Totonicapán*. Guatemala: Universidad San Carlos de Guatemala. Obtenido de <http://www.repositorio.usac.edu.gt/16511/1/10-2020%20%20SANTOS%20PEDRO%20TOHOM%20TZUL.pdf>

Tohom, S. (2020). *Factores que inciden en la identidad cultural de los jóvenes de 15 a 24 años de edad del municipio de Totonicapán, departamento de Totonicapán: Estudio realizado con jóvenes organizados por la oficina municipal de la juventud*. tesis, usac, Totonicapan. Obtenido de <http://www.repositorio.usac.edu.gt/16511/1/10-2020%20%20SANTOS%20PEDRO%20TOHOM%20TZUL.pdf>

Toribio, V., & Alvarez, D. (2018). *La moda y su influencia en la identidad cultural adolescente*. Universidad Complutense, España. Obtenido de file:///C:/Users/Mishiel/Downloads/ecob,+11_MAQUETADO_La+moda+y+su+influencia.pdf



Valera, S. (2015). *Estudio de la identidad social y los aspectos simbólicos del espacio urbano desde la Psicología Ambiental*. Obtenido de <http://www.ub.edu/escult/valera/valera.pdf>

Vásquez, W. (2020). *Metodología de la investigación*. 2020: Universidad San Martín de Porres .

Weisz, C. (2017). La representación social como categoría teórica y estrategia metodológica. *Redalyc*, 99-108. doi:<https://doi.org/10.21615/cesp.10.1.7>



ANEXOS

ANEXO 1. Matriz de consistencia

Problema general	Hipótesis general	Objetivo general	VARIABLES Y DIMENSIONES	Indicadores	Metodología
General ¿Cómo se relaciona la ropa de moda con la identidad cultural en estudiantes de la institución educativa secundaria Santa Rosa, Puno, 2022?	General La ropa de moda se relaciona significativamente con la identidad cultural en estudiantes de la institución educativa secundaria Santa Rosa, Puno, 2022.	General Determinar la relación de la ropa de moda con la identidad cultural en estudiantes de la institución educativa secundaria Santa Rosa, Puno, 2022.	Variable independiente Ropa de moda	X1.1. Estilos de vestimenta X1.2. Consumo	Diseño de investigación No experimental y de corte transversal
Específicos a) ¿Cómo se relaciona la representación social con la identidad cultural en estudiantes de la institución educativa secundaria Santa Rosa, Puno, 2022? b) ¿Cómo se relaciona el trasfondo cultural con la identidad cultural en estudiantes de la institución educativa secundaria Santa Rosa, Puno, 2022?	Específico a) La representación social se relaciona significativamente con la identidad cultural en estudiantes de la institución educativa secundaria Santa Rosa, Puno, 2022. b) El prestigio social se relaciona significativamente con la identidad cultural en estudiantes de la institución educativa secundaria Santa Rosa, Puno, 2022. c) El trasfondo cultural se relaciona significativamente con la identidad cultural en estudiantes de la	Específicos a) Conocer la relación de la representación social con la identidad cultural en estudiantes de la institución educativa secundaria Santa Rosa, Puno, 2022. b) Identificar la relación del prestigio social con la identidad cultural en estudiantes de la institución educativa secundaria Santa Rosa, Puno, 2022.	Dimensiones X1. Representación social X2. Prestigio social X3. Trasfondo cultural	X2.1. Trato social X2.2. Apariencia social X2.3. Formas de actuar	Tipo de investigación Descriptiva correlacional Población Conformada por 400 estudiantes

relaciona el prestigio social con la identidad cultural en estudiantes de la institución educativa secundaria Santa Rosa, Puno, 2022? c) ¿Cómo se relaciona el trasfondo cultural con la identidad cultural en estudiantes de la institución educativa secundaria Santa Rosa, Puno, 2022?	institución educativa secundaria Santa Rosa, Puno, 2022. HIPOTESIS ESTADISTICA Ha = Hipótesis alterna La ropa de moda se relaciona significativamente con la identidad cultural en estudiantes de la institución educativa secundaria Santa Rosa, Puno, 2022. Ho = Hipótesis nula La ropa de moda no se relaciona significativamente con la identidad cultural en estudiantes de la institución educativa secundaria Santa Rosa, Puno, 2022.	e) Determinar la relación del trasfondo cultural con la identidad cultural en estudiantes de la institución educativa secundaria Santa Rosa, Puno, 2022.	Variable dependiente Identidad cultural Dimensiones • Y1. Costumbres • Y2. Modelos de identidad cultural	X3.1. Personalidad X3.2. Diferenciación Y1.1. Creencias Y1.2. Valores Y1.3. Ritos Y2.1. Legitimadora Y2.2. Resistencia Y2.3. Proyecto	Muestra Conformada por 196 estudiantes Instrumento Encuesta Cuestionario
--	--	--	--	--	--



ANEXO 2. Instrumento de investigación, variable- ropa de moda

Instrumento – Ropa de moda

CUESTIONARIO SOBRE ROPA DE MODA

INSTRUCCIONES: Estimado estudiante, este cuestionario está diseñado con el propósito de determinar la relación de la ropa de moda con la identidad cultural en estudiantes de la institución educativa secundaria Santa Rosa, Puno, 2022. La encuesta que se realizara a continuación es de carácter anónimo, por lo tanto, se recomienda su completa sinceridad en sus respuestas, la misma que será de suma importancia para conseguir el presente objetivo, este será con fines estrictamente académicos.

Lea detenidamente cada una de las siguientes preguntas y marque con un (X) la respuesta que usted crea conveniente.

1	2	3	4	5
Nunca	Casi nunca	A veces	Casi siempre	Siempre

Dimensión 1: Representación social		1	2	3	4	5
1	¿Para usted la moda es la imagen personal que varía en el tiempo?					
2	¿Los catálogos y revistas influyeron en su manera de vestirse?					
3	¿En su forma de vestirse influyeron las celebridades y famosos?					
4	¿El estilo que usted prefiere es el clásico?					
5	¿Con que frecuencia se viste de esa forma?					
6	¿Para adquirir un estilo de ropa lo estimula la comodidad de la prenda?					
7	¿El Facebook es el medio de comunicación que utiliza para informarse en los estilos del vestir a la moda?					



Dimensión 2: Prestigio social		1	2	3	4	5
8	¿Considera usted que la indumentaria de moda, es un atractivo para socializarse?					
9	¿Con su forma de vestir busca transmitir personalidad?					
10	¿Busca transmitir status con su forma de vestir?					
11	¿Le proporciona popularidad el uso de la ropa de moda?					
12	¿El uso de la ropa de moda le proporciona satisfacción?					
13	¿La prenda que viste representa una expresión grupal?					
14	¿En relación al tipo de música, la voz y la manera de cantar es lo que le simpatiza?					
Dimensión 2: Trasfondo cultural		1	2	3	4	5
15	¿La prenda que usualmente utiliza es una representación ideológica?					
16	¿Es una presentación cotidiana la prenda que utiliza?					
17	¿Utiliza usted prendas de moda para estar presentable?					
18	¿El significa que tiene su forma de vestir es su estado emocional?					
19	¿El significado que tiene su forma de vestir le permite adaptarse con su entorno?					
20	¿Considera sustancial vestirse a la moda, para ser admitido en las relaciones de grupo?					
21	¿El aspecto que usted estima al usar una prenda de moda es para mejorar su imagen?					



ANEXO 3. Instrumento de investigación, variable- identidad cultural

Instrumento – Identidad cultural

CUESTIONARIO SOBRE IDENTIDAD CULTURAL

INSTRUCCIONES: Estimado estudiante, este cuestionario está diseñado con el propósito de determinar la relación de la ropa de moda con la identidad cultural en estudiantes de la institución educativa secundaria Santa Rosa, Puno, 2022. La encuesta que se realizara a continuación es de carácter anónimo, por lo tanto, se recomienda su completa sinceridad.

Lea detenidamente cada una de las siguientes preguntas y marque con un (X) la respuesta que usted crea conveniente.

1	2	3	4	5
Nunca	Casi nunca	A veces	Casi siempre	Siempre

Dimensión 1: Costumbres		1	2	3	4	5
1	¿La identidad cultural lo entiende usted como una expresión personal y grupal?					
2	¿Para fortalecer su identidad considera importante vestir a la moda?					
3	¿Considera que la forma que viste, genera espacios de aceptación social?					
4	¿La manera en que viste usted, expresa algún valor personal?					
5	¿El estilo de ropa que viste, fortalece su identidad?					
Dimensión 2: Modelos de identidad cultural		1	2	3	4	5
6	¿En la mayoría de casos al tipo de fiestas que asiste usted son los cumpleaños?					



7	¿Los conciertos son la clase de eventos a la que usted asiste con frecuencia?						
8	¿De las fiestas que asiste, considera que el vestir a la moda, es un atrayente para la comunicación?						
9	¿La manifestación que expresa su identidad es su forma de vestir?						
10	¿El practicar los valores de su familia expresan su identidad?						



ANEXO 4. Acta de aprobación de proyecto de tesis

ACTA DE APROBACIÓN DE PROYECTO DE TESIS

En la Ciudad Universitaria, a los 8 días del mes SEPTIEMBRE del 2022 siendo horas 15:11:26. L miembros del Jurado, declaran APROBADO POR REGLAMENTO el PROYECTO DE INVESTIGACIÓN DE TESIS titulado:

ROPA DE MODA Y SU RELACIÓN CON LA IDENTIDAD CULTURAL EN ESTUDIANTES DE LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA SECUNDARIA SANTA ROSA, PUNO, 2022.

Presentado por el(la) Bachiller:

ANIBAL BRAULIO LINARES LIMACHI

De la Escuela Profesional de:

ANTROPOLOGÍA

Siendo el Jurado Dictaminador, conformado por:

Presidente	: M.Sc. ROBERTO GUILLERMO RAMOS CASTILLO
Primer Miembro	: OLIMPIA TINTAYA CHOQUEHUANCA
Segundo Miembro	: JULIO FITZGERALD ZEVALLOS YANA
Director/Asesor	: M.Sc. ALFREDO CALDERON TORRES

Para dar fe de este proceso electrónico, el Vicerrectorado de Investigación de la Universidad Nacional del Altiplano - Puno, mediante la Plataforma de Investigación se le asigna la presente constancia y a partir de presente fecha queda expedito para la ejecución de su PROYECTO DE INVESTIGACIÓN DE TESIS.

Puno, SEPTIEMBRE de 20:



Vicerrectorado de Investigación
Telefono: 051-365054

web: <http://vriunap.pe>

ANEXO 5. Intervención en la I.E.S. Santa Rosa de Puno



Figura 4. Aplicación del instrumento a los estudiantes de la Institución Educativa Secundaria Santa Rosa



Figura 5. *Estudiantes mientras marcan el cuestionario a la escala Likert*

ANEXO 6. Base de datos del Programa SPSS del instrumento ropa de moda

El Software estadístico SPSS viene a ser un programa en el que se tiene una hoja de cálculo, el cual es capaz de poder realizar operaciones, gestiona datos con el fin de ser procesados de tal manera se tenga información de manera dinámica, para luego ser interpretados de modo sencillo, personalizado y eficiente, de acuerdo a los objetivos que se quieren conseguir (Lázaro et. al, 2022).

	VAR00001	VAR00002	VAR00003	VAR00004	VAR00005	VAR00006	VAR00007	VAR00008	VAR00009	VAR00010	VAR00011	VAR00012	VAR00013	VAR00014	VAR00015	VAR00016	VAR00017	VAR00018	VAR00019	VAR00020	VAR00021
1	5	5	3	5	5	5	3	3	5	4	5	5	3	5	5	4	5	5	5	3	5
2	5	2	3	4	5	4	1	4	3	4	4	5	2	5	3	4	4	1	2	2	4
3	4	3	2	3	3	4	2	3	3	2	1	3	2	4	3	3	4	3	4	1	3
4	4	3	3	2	2	4	4	4	3	3	3	4	3	3	4	4	3	3	3	3	4
5	5	5	2	2	3	4	1	4	3	2	3	4	2	3	3	3	4	3	3	3	3
6	5	4	5	3	3	4	4	4	5	4	3	4	4	5	2	4	4	5	4	4	3
7	4	4	5	5	4	5	3	4	5	4	5	4	3	5	1	4	3	4	4	4	3
8	3	2	2	2	4	4	2	2	3	3	2	3	1	4	3	2	4	2	3	3	3
9	4	3	3	2	3	4	3	3	3	2	2	2	2	3	3	3	4	2	3	3	3
10	5	4	2	3	2	5	4	3	5	5	4	3	4	5	2	4	3	2	3	4	5
11	4	1	1	4	4	5	2	3	3	1	1	1	1	5	1	5	3	2	3	1	1
12	4	3	4	4	3	4	1	5	4	3	3	4	3	4	3	4	3	2	3	4	4
13	4	3	4	2	2	4	4	3	3	1	2	1	3	3	2	4	3	2	4	3	4
14	1	1	1	1	2	1	1	2	2	2	2	1	1	2	2	2	1	3	2	1	1
15	5	4	4	3	5	5	5	3	2	1	2	3	1	3	3	4	4	1	3	3	3
16	5	5	1	5	5	5	5	5	5	5	5	4	3	4	2	2	5	4	4	2	3
17	5	5	5	1	5	5	3	5	5	4	5	5	3	4	2	2	5	1	4	4	4
18	4	2	3	3	4	5	4	3	4	2	3	5	3	5	2	3	4	3	4	3	4
19	3	3	5	1	3	3	5	3	5	3	4	5	2	3	3	3	4	3	5	2	5
20	5	5	5	5	5	5	5	5	5	1	1	5	5	5	5	1	5	1	1	1	5
21	3	2	1	5	4	5	1	4	3	2	1	1	1	5	2	5	1	1	3	1	2
22	4	3	2	4	3	4	1	3	4	2	3	2	3	1	5	3	2	2	3	2	3
23	5	4	3	3	3	4	2	5	4	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	2	4
24	5	4	3	4	4	5	2	3	5	4	3	2	2	3	3	3	4	4	4	1	3
25	5	3	5	5	5	5	3	2	1	3	3	1	4	3	1	5	3	5	2	1	3
26	5	3	5	3	4	5	3	5	5	1	2	4	4	5	3	4	5	5	5	3	5
27	3	4	4	5	4	3	3	5	3	3	4	3	3	1	2	5	3	1	3	4	4
28	5	2	3	1	4	4	2	4	5	3	3	4	4	5	2	2	2	3	4	2	3
29	5	4	4	3	3	5	3	4	3	3	3	4	2	3	3	4	4	5	3	3	4



	VAR00001	VAR00002	VAR00003	VAR00004	VAR00005	VAR00006	VAR00007	VAR00008	VAR00009	VAR00010	VAR00011	VAR00012	VAR00013	VAR00014	VAR00015	VAR00016	VAR00017	VAR00018	VAR00019	VAR00020	VAR00021
30	4	2	2	3	3	5	2	3	3	1	2	2	3	3	3	4	3	3	3	2	3
31	4	2	1	5	2	5	3	1	5	3	1	3	1	3	3	2	3	1	3	1	3
32	5	5	5	1	1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	1	5	5	5	5	5
33	5	5	5	1	3	4	4	5	5	5	5	5	4	5	4	3	5	5	5	5	5
34	3	4	3	3	3	2	1	5	3	2	2	5	1	3	4	3	4	1	2	4	5
35	5	5	5	1	1	1	5	5	5	5	5	5	5	1	1	1	5	5	5	5	5
36	4	2	3	3	3	4	1	4	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	4	3
37	4	2	2	4	4	5	2	3	3	2	2	3	3	4	3	3	3	3	3	2	2
38	4	3	2	4	3	5	1	4	3	2	1	1	2	2	1	4	3	2	3	2	2
39	4	3	3	4	3	3	2	4	1	1	1	3	3	3	1	3	3	3	3	3	3
40	5	3	4	3	3	4	2	4	5	3	3	3	4	2	2	3	4	3	3	2	4
41	5	4	3	2	1	5	1	1	2	3	3	3	5	1	2	3	3	2	3	2	4
42	3	2	3	4	3	4	1	2	3	3	3	2	4	3	2	4	4	3	3	2	2
43	3	3	3	3	3	4	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	2	3	1	2
44	4	3	5	3	5	5	2	4	4	4	4	5	3	3	2	4	4	2	4	3	4
45	5	4	4	3	4	4	3	5	5	4	5	5	5	4	3	4	4	5	5	4	4
46	3	2	3	3	3	5	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3
47	5	4	4	3	3	4	2	3	4	3	3	4	2	5	3	3	5	1	4	2	3
48	4	3	4	2	2	4	2	2	4	3	2	2	3	5	4	4	3	3	4	2	3
49	5	3	3	2	2	5	2	5	5	3	3	2	2	1	2	3	2	1	1	2	2
50	3	5	5	3	4	4	1	3	4	4	3	5	1	4	3	4	5	4	4	2	3
51	5	4	4	4	4	5	3	2	2	2	2	3	3	3	5	3	1	4	3	3	3
52	3	5	5	3	3	3	3	4	5	4	2	1	1	4	3	3	3	4	3	1	2
53	4	1	1	3	3	5	1	2	1	1	1	2	1	2	1	2	2	1	1	1	2
54	5	3	3	4	4	5	2	4	2	2	1	2	4	5	4	4	2	4	4	2	2
55	3	2	4	3	3	5	1	2	2	1	3	3	2	5	1	1	3	1	3	1	2
56	4	3	4	3	3	4	2	2	4	3	4	4	3	4	3	3	4	3	4	3	4
57	3	2	3	4	4	5	2	2	2	1	1	2	2	3	2	4	3	2	2	1	1
58	3	3	3	2	2	4	3	4	3	2	3	2	2	4	3	4	4	3	3	3	3



	VAR00001	VAR00002	VAR00003	VAR00004	VAR00005	VAR00006	VAR00007	VAR00008	VAR00009	VAR00010	VAR00011	VAR00012	VAR00013	VAR00014	VAR00015	VAR00016	VAR00017	VAR00018	VAR00019	VAR00020	VAR00021
59	4	2	1	3	4	5	1	3	3	1	1	4	3	4	2	4	3	4	4	3	4
60	2	3	2	4	4	5	2	2	1	1	2	1	1	5	2	2	1	1	1	1	1
61	4	2	3	3	3	5	2	4	4	3	3	4	2	4	3	3	3	3	4	2	4
62	4	4	4	4	5	5	3	3	3	1	4	3	3	3	3	4	4	3	4	2	3
63	3	4	4	1	1	4	4	3	4	2	4	4	4	4	3	3	5	3	4	4	4
64	3	4	3	3	3	4	1	3	4	2	3	5	2	3	2	2	4	5	4	3	4
65	3	2	2	5	4	4	2	3	3	3	2	3	1	4	4	4	2	4	4	2	2
66	2	4	3	1	2	3	1	3	1	1	2	5	1	4	2	2	2	3	5	1	2
67	5	5	3	3	2	4	3	4	3	2	3	3	4	3	2	2	3	1	2	3	4
68	3	1	1	3	3	5	1	1	3	3	2	1	2	5	5	3	5	1	1	1	1
69	1	3	3	4	4	5	2	1	4	4	3	2	4	3	3	4	4	4	4	2	3
70	3	2	3	4	3	5	3	3	2	2	3	2	1	3	1	3	3	3	4	2	4
71	4	3	3	3	3	4	1	3	4	3	3	2	3	5	2	2	3	3	3	2	3
72	5	3	4	2	2	5	2	4	5	2	2	4	3	5	2	3	4	2	4	2	4
73	4	3	3	2	3	5	2	2	3	1	1	2	1	5	1	1	4	3	3	3	5
74	3	4	2	4	3	5	1	3	4	2	1	2	3	4	1	2	3	2	3	2	3
75	4	3	3	3	4	3	2	4	5	4	4	3	4	4	2	3	4	2	3	4	5
76	5	1	1	5	5	5	1	4	5	1	4	5	1	5	2	5	4	1	3	1	5
77	3	3	2	3	3	4	4	3	4	3	3	2	2	3	2	3	3	3	3	3	3
78	3	4	5	3	4	5	4	4	3	3	2	4	3	2	3	2	4	3	3	5	4
79	3	1	5	5	4	5	1	2	5	2	1	5	1	5	1	3	1	4	1	1	1
80	5	5	5	3	3	5	2	5	4	4	5	5	4	4	5	4	5	4	5	4	4
81	3	3	4	3	4	5	2	3	4	4	3	4	4	4	3	3	3	3	3	2	3
82	5	5	5	5	5	4	1	5	5	5	4	5	3	5	2	3	5	5	4	4	5
83	5	4	4	3	2	5	1	4	4	1	1	1	5	5	5	5	1	3	5	1	5
84	4	2	2	4	4	4	2	3	2	2	2	2	1	2	1	4	3	2	2	2	2
85	4	3	3	4	3	4	4	3	3	2	1	1	1	3	3	4	3	3	3	4	4
86	3	3	2	3	2	4	2	4	4	3	2	3	2	3	2	3	3	3	4	1	2
87	4	4	3	1	2	4	3	5	4	4	4	4	3	2	3	3	3	3	4	3	3

ANEXO 7. Base de datos del Programa SPSS del instrumento identidad cultural

	VAR001	VAR002	VAR003	VAR004	VAR005	VAR006	VAR007	VAR008	VAR009	VAR0010
1	1	5	5	5	5	4	1	5	5	5
2	5	4	3	3	3	4	2	2	1	5
3	5	3	2	3	3	4	2	3	3	5
4	4	3	4	4	4	3	2	4	3	4
5	4	3	3	4	2	4	1	4	1	4
6	4	2	4	5	4	5	2	4	4	4
7	5	3	3	4	4	2	2	4	4	5
8	2	2	3	4	4	1	1	1	3	4
9	4	3	3	4	4	4	1	3	2	4
10	5	4	4	3	4	4	1	5	4	5
11	2	1	3	4	4	1	1	3	1	5
12	4	3	4	2	2	5	1	3	3	3
13	5	2	4	4	2	3	2	3	4	5
14	3	1	2	5	3	1	1	1	2	5
15	3	2	3	3	4	3	2	3	3	4
16	5	3	2	5	5	1	3	5	5	5
17	5	1	3	4	3	4	1	4	3	2
18	5	2	3	3	3	4	1	3	3	5
19	3	3	1	5	5	2	1	3	3	5
20	5	3	5	5	4	5	2	3	4	5
21	3	1	2	2	2	4	2	1	3	5
22	3	4	2	2	3	5	2	2	3	5
23	4	3	2	3	3	2	3	4	2	5
24	3	2	1	4	5	3	3	4	5	5
25	1	3	1	5	3	3	1	2	5	2
26	5	3	5	5	5	5	5	4	5	5
27	5	3	4	5	3	3	2	4	2	5
28	5	2	3	4	5	5	2	3	4	5



	VAR001	VAR002	VAR003	VAR004	VAR005	VAR006	VAR007	VAR008	VAR009	VAR0010
29	4	4	4	4	4	3	2	3	3	5
30	4	2	3	3	3	4	1	3	3	3
31	3	3	1	2	4	3	1	3	3	5
32	5	5	5	5	5	3	4	5	5	5
33	5	5	5	5	5	1	4	5	5	5
34	4	3	2	3	3	5	1	2	1	4
35	5	5	5	5	5	5	5	5	5	1
36	4	2	3	3	3	2	2	3	3	4
37	4	3	4	4	3	3	1	3	3	5
38	5	3	3	4	4	1	1	1	4	4
39	5	3	3	3	3	3	1	3	3	5
40	4	2	3	3	3	3	2	2	2	4
41	3	3	3	1	2	3	1	3	2	4
42	3	2	3	2	3	2	2	3	3	5
43	4	3	2	3	3	4	2	2	2	4
44	5	3	5	4	4	3	1	1	3	5
45	3	4	4	4	4	4	1	4	3	5
46	4	2	4	4	4	4	2	4	4	4
47	3	1	1	3	2	4	3	4	4	5
48	5	2	3	4	4	3	1	3	3	4
49	4	2	2	2	1	1	1	3	2	5
50	3	4	3	3	4	3	1	3	3	3
51	3	1	2	3	2	1	1	2	2	4
52	4	1	2	4	4	3	2	3	3	5
53	5	1	2	1	1	5	1	1	1	5
54	4	2	5	2	2	2	1	3	2	4
55	4	2	3	2	2	4	1	2	2	5
56	3	3	4	4	4	2	1	2	3	5



	VAR001	VAR002	VAR003	VAR004	VAR005	VAR006	VAR007	VAR008	VAR009	VAR0010
57	4	2	1	2	3	3	1	2	2	4
58	3	2	2	3	2	2	1	2	1	4
59	4	2	3	4	5	1	1	3	4	4
60	3	1	1	3	2	3	2	1	2	5
61	4	2	3	3	3	5	1	4	3	5
62	3	3	3	3	4	2	1	3	3	5
63	1	3	4	4	5	3	1	3	3	5
64	4	3	4	2	3	2	3	4	3	5
65	4	2	2	4	2	5	2	4	2	5
66	3	2	1	3	1	5	1	3	2	3
67	3	2	1	1	2	3	4	5	2	2
68	4	1	1	2	2	1	1	1	2	5
69	5	3	4	4	4	3	2	3	2	5
70	4	3	3	3	3	4	2	5	3	4
71	5	1	3	2	1	3	2	3	1	4
72	4	4	2	2	5	4	3	5	4	5
73	5	2	2	5	2	4	2	3	1	5
74	4	2	3	4	4	3	1	4	3	5
75	4	3	4	2	2	2	2	4	3	5
76	5	1	1	1	1	1	1	1	1	5
77	4	3	3	2	3	3	2	3	3	5
78	3	4	4	5	4	4	3	4	4	5
79	1	1	3	4	3	5	1	5	1	5
80	4	5	5	4	5	4	2	5	4	5
81	3	2	3	3	4	3	2	3	3	4
82	3	5	5	2	4	4	3	5	5	3
83	4	5	5	4	5	4	2	5	4	5
84	3	2	2	2	2	2	2	3	2	3

ANEXO 8. Base de datos del Programa SPSS por variables y dimensiones

	VAR01	DIM1	DIM2	DIM3	VAR02	DIMEN11	DIMEN22	VARIABLE1	DIMENSIO...	DIMENSIO...	DIMENSIO...	VARIABLE2	DIMENSION1	DIMENSION2
1	93	31	30	32	41	21	20	3	3	3	3	3	1	3
2	71	24	27	20	32	18	14	2	2	3	2	2	2	2
3	60	21	18	21	33	16	17	2	1	1	2	2	2	2
4	70	22	23	25	35	19	16	2	2	2	3	2	2	2
5	65	22	21	22	30	16	14	2	2	2	2	2	2	2
6	83	28	29	26	38	19	19	3	3	3	3	3	2	3
7	83	30	30	23	36	19	17	3	3	3	2	2	2	2
8	57	19	18	20	25	15	10	1	1	1	2	1	2	1
9	60	22	17	21	32	18	14	2	2	1	2	2	2	2
10	77	25	29	23	39	20	19	3	2	3	2	3	3	3
11	52	21	15	16	25	14	11	1	1	1	1	1	1	1
12	72	23	26	23	30	15	15	2	2	2	2	2	2	2
13	61	23	16	22	34	17	17	2	2	1	2	2	2	2
14	32	8	12	12	24	14	10	1	1	1	1	1	1	1
15	67	31	15	21	30	15	15	2	3	1	2	2	2	2
16	84	31	31	22	39	20	19	3	3	3	2	3	3	3
17	82	29	31	22	30	16	14	3	3	3	2	2	2	2
18	73	25	25	23	32	16	16	2	2	2	2	2	2	2
19	73	23	25	25	31	17	14	2	2	2	3	2	2	2
20	81	35	27	19	41	22	19	3	3	3	1	3	3	3
21	53	21	17	15	25	10	15	1	1	1	1	1	1	2
22	59	21	18	20	31	14	17	1	1	1	2	2	1	2
23	71	24	25	22	31	15	16	2	2	2	2	2	2	2
24	71	27	22	22	35	15	20	2	3	2	2	2	2	3
25	68	31	17	20	26	13	13	2	3	1	2	1	1	1
26	84	28	26	30	47	23	24	3	3	2	3	3	3	3
27	70	26	22	22	36	20	16	2	2	2	2	2	2	2
28	67	21	28	18	38	19	19	2	1	3	1	3	2	3



	VAR01	DIM1	DIM2	DIM3	VAR02	DIMEN11	DIMEN22	VARIABLE1	DIMENSIO...	DIMENSIO...	DIMENSIO...	VARIABLE2	DIMENSION1	DIMENSION2
29	75	27	22	26	36	20	16	3	2	3	2	2	3	2
30	59	21	17	21	29	15	14	1	1	1	2	2	2	2
31	55	22	17	16	28	13	15	1	2	1	1	1	1	2
32	93	27	35	31	47	25	22	3	3	3	3	3	3	3
33	93	27	34	32	45	25	20	3	3	3	3	3	3	3
34	63	19	21	23	28	15	13	2	1	2	2	1	2	1
35	81	23	31	27	46	25	21	3	2	3	3	3	3	3
36	62	20	21	21	29	15	14	2	1	2	2	2	2	2
37	62	23	20	19	33	18	15	2	2	2	1	2	2	2
38	54	22	15	17	30	19	11	1	2	1	1	2	2	1
39	57	22	16	19	32	17	15	1	2	1	1	2	2	2
40	69	24	24	21	28	15	13	2	2	2	2	1	2	1
41	58	21	18	19	25	12	13	1	1	1	1	1	1	1
42	60	20	20	20	28	13	15	2	1	2	2	1	1	2
43	58	22	19	17	29	15	14	1	2	1	1	2	2	2
44	77	27	27	23	34	21	13	3	3	3	2	2	3	1
45	89	27	33	29	36	19	17	3	3	3	3	2	2	2
46	68	22	24	22	36	18	18	2	2	2	2	2	2	2
47	70	25	24	21	30	10	20	2	2	2	2	2	1	3
48	65	21	21	23	32	18	14	2	1	2	2	2	2	2
49	56	22	21	13	23	11	12	1	2	2	1	1	1	1
50	74	25	24	25	30	17	13	2	2	2	3	2	2	1
51	68	29	17	22	21	11	10	2	3	1	2	1	1	1
52	65	25	21	19	31	15	16	2	2	2	1	2	2	2
53	38	18	10	10	23	10	13	1	1	1	1	1	1	1
54	68	26	20	22	27	15	12	2	2	2	2	1	2	1
55	51	21	18	12	27	13	14	1	1	1	1	1	1	2
56	71	23	24	24	31	18	13	2	2	2	2	2	2	1

	VAR01	DIM1	DIM2	DIM3	VAR02	DIMEN11	DIMEN22	VARIABLE1	DIMENSIO...	DIMENSIO...	DIMENSIO...	VARIABLE2	DIMENSION1	DIMENSION2
57	51	23	13	15	24	12	12	1	2	1	1	1	1	2
58	63	20	20	23	22	12	10	2	1	2	2	1	1	1
59	63	20	19	24	31	18	13	2	1	1	2	2	2	1
60	44	22	13	9	23	10	13	1	2	1	1	1	1	1
61	68	22	24	22	33	15	18	2	2	2	2	2	2	2
62	72	29	20	23	30	16	14	2	3	2	2	2	2	2
63	72	21	25	26	32	17	15	2	1	2	3	2	2	2
64	67	21	22	24	33	16	17	2	1	2	2	2	2	2
65	63	22	19	22	32	14	18	2	2	1	2	2	1	2
66	50	16	17	17	24	10	14	1	1	1	1	1	1	2
67	64	25	22	17	25	9	16	2	2	2	1	1	1	2
68	51	17	17	17	20	10	10	1	1	1	1	1	1	1
69	67	22	21	24	35	20	15	2	2	2	2	2	3	2
70	59	23	16	20	34	16	18	1	2	1	2	2	2	2
71	62	21	23	18	25	12	13	2	1	2	1	1	1	1
72	69	23	25	21	38	17	21	2	2	2	2	3	2	3
73	57	22	15	20	31	16	15	1	2	1	2	2	2	2
74	57	22	19	16	33	17	16	1	2	1	1	2	2	2
75	73	22	28	23	31	15	16	2	2	3	2	2	2	2
76	69	23	25	21	18	9	9	2	2	2	2	1	1	1
77	62	22	20	20	31	15	16	2	2	2	2	2	2	2
78	73	28	21	24	40	20	20	2	3	2	2	3	3	3
79	57	24	21	12	29	12	17	1	2	2	1	2	1	2
80	90	28	31	31	43	23	20	3	3	3	3	3	3	3
81	70	24	26	20	30	15	15	2	2	2	2	2	2	2
82	90	30	32	28	39	19	20	3	3	3	3	3	2	3
83	70	24	21	25	43	23	20	2	2	2	3	3	3	3
84	52	22	14	16	23	11	12	1	2	1	1	1	1	1



DECLARACIÓN JURADA DE AUTENTICIDAD DE TESIS

Por el presente documento, Yo Anibal Braulio Linares Limachi,
identificado con DNI 70909812 en mi condición de egresado de:

Escuela Profesional, Programa de Segunda Especialidad, Programa de Maestría o Doctorado
Antropología

informo que he elaborado el/la Tesis o Trabajo de Investigación denominada:

" ROPA DE MODA Y SU RELACIÓN CON LA IDENTIDAD
CULTURAL EN ESTUDIANTES DE LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA
SECUNDARIA SANTA ROSA, PUNO 2022. "

Es un tema original.

Declaro que el presente trabajo de tesis es elaborado por mi persona y **no existe plagio/copia** de ninguna naturaleza, en especial de otro documento de investigación (tesis, revista, texto, congreso, o similar) presentado por persona natural o jurídica alguna ante instituciones académicas, profesionales, de investigación o similares, en el país o en el extranjero.

Dejo constancia que las citas de otros autores han sido debidamente identificadas en el trabajo de investigación, por lo que no asumiré como tuyas las opiniones vertidas por terceros, ya sea de fuentes encontradas en medios escritos, digitales o Internet.

Asimismo, ratifico que soy plenamente consciente de todo el contenido de la tesis y asumo la responsabilidad de cualquier error u omisión en el documento, así como de las connotaciones éticas y legales involucradas.

En caso de incumplimiento de esta declaración, me someto a las disposiciones legales vigentes y a las sanciones correspondientes de igual forma me someto a las sanciones establecidas en las Directivas y otras normas internas, así como las que me alcancen del Código Civil y Normas Legales conexas por el incumplimiento del presente compromiso

Puno 17 de Julio del 2023


FIRMA (obligatoria)



Huella



AUTORIZACIÓN PARA EL DEPÓSITO DE TESIS O TRABAJO DE INVESTIGACIÓN EN EL REPOSITORIO INSTITUCIONAL

Por el presente documento, Yo Anibal Braulio Linares Limachi,
identificado con DNI 70909812 en mi condición de egresado de:

Escuela Profesional, Programa de Segunda Especialidad, Programa de Maestría o Doctorado

Antropología

informo que he elaborado el/la Tesis o Trabajo de Investigación denominada:

" ROPA DE MODA Y SU RELACIÓN CON LA IDENTIDAD CULTURAL EN ESTUDIANTES DE LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA SECUNDARIA SANTA ROSA, PUNO 2022. "

para la obtención de Grado, Título Profesional o Segunda Especialidad.

Por medio del presente documento, afirmo y garantizo ser el legítimo, único y exclusivo titular de todos los derechos de propiedad intelectual sobre los documentos arriba mencionados, las obras, los contenidos, los productos y/o las creaciones en general (en adelante, los "Contenidos") que serán incluidos en el repositorio institucional de la Universidad Nacional del Altiplano de Puno.

También, doy seguridad de que los contenidos entregados se encuentran libres de toda contraseña, restricción o medida tecnológica de protección, con la finalidad de permitir que se puedan leer, descargar, reproducir, distribuir, imprimir, buscar y enlazar los textos completos, sin limitación alguna.

Autorizo a la Universidad Nacional del Altiplano de Puno a publicar los Contenidos en el Repositorio Institucional y, en consecuencia, en el Repositorio Nacional Digital de Ciencia, Tecnología e Innovación de Acceso Abierto, sobre la base de lo establecido en la Ley N° 30035, sus normas reglamentarias, modificatorias, sustitutorias y conexas, y de acuerdo con las políticas de acceso abierto que la Universidad aplique en relación con sus Repositorios Institucionales. Autorizo expresamente toda consulta y uso de los Contenidos, por parte de cualquier persona, por el tiempo de duración de los derechos patrimoniales de autor y derechos conexos, a título gratuito y a nivel mundial.

En consecuencia, la Universidad tendrá la posibilidad de divulgar y difundir los Contenidos, de manera total o parcial, sin limitación alguna y sin derecho a pago de contraprestación, remuneración ni regalía alguna a favor mío; en los medios, canales y plataformas que la Universidad y/o el Estado de la República del Perú determinen, a nivel mundial, sin restricción geográfica alguna y de manera indefinida, pudiendo crear y/o extraer los metadatos sobre los Contenidos, e incluir los Contenidos en los índices y buscadores que estimen necesarios para promover su difusión.

Autorizo que los Contenidos sean puestos a disposición del público a través de la siguiente licencia:

Creative Commons Reconocimiento-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional. Para ver una copia de esta licencia, visita: <https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>

En señal de conformidad, suscribo el presente documento.

Puno 17 de Julio del 20 23


FIRMA (obligatoria)



Huella