



UNIVERSIDAD NACIONAL PEDRO RUIZ GALLO



FACULTAD DE CIENCIAS HISTÓRICO SOCIALES Y EDUCACIÓN

UNIDAD DE POSGRADO – MAESTRÍA EN CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN

Programa de desarrollo de actitudes para fortalecer la conciencia turística en los estudiantes de la carrera profesional de Hotelería y Turismo. Universidad Nacional de Tumbes.

TESIS

Presentada con la finalidad de obtener el grado académico de Maestra en Ciencias de la Educación con mención en Docencia y Gestión Universitaria.

Autora:

Del Rosario Paredes, Rosita Enma

Asesor:

Sabogal Aquino, Mario

LAMBAYEQUE – PERU – 2 019

PROGRAMA DE DESARROLLO DE ACTITUDES PARA FORTALECER LA CONCIENCIA TURÍSTICA EN LOS ESTUDIANTES DE LA CARRERA PROFESIONAL DE HOTELERÍA Y TURISMO. UNIVERSIDAD NACIONAL DE TUMBES.

PRESENTADA POR:

DEL ROSARIO PAREDES, ROSITA ENMA
AUTORA

DR. MARIO SABOGAL AQUINO
ASESOR

APROBADA POR:

MSc. Martha Ríos Rodríguez
Presidente

Dr. Dante Alfredo Guevara Servigón
Secretario

MSc. Daniel Edgar Alvarado León
Vocal

DEDICATORIA

*A MIS HIJOS; DARWIN, JACKELLYN Y JHAZURY,
QUE SON EL FARO DE MI VIDA, ELLOS
ME DAN LA FORTALEZA PARA ENFRENTAR
LOS RETOS DE MI EXISTENCIA.*

AGRADECIMIENTO

A DIOS, A MI ESPOSO, MI FAMILIA Y

A MI ASESOR, POR SU APOYO INCONDICIONAL

EN LA REALIZACIÓN DE ESTA TESIS.

RESUMEN

El presente trabajo de investigación denominado: “PROGRAMA DE DESARROLLO DE ACTITUDES PARA FORTALECER LA CONCIENCIA TURÍSTICA EN LOS ESTUDIANTES DE LA CARRERA PROFESIONAL DE HOTELERÍA Y TURISMO. UNIVERSIDAD NACIONAL DE TUMBES” se ha orientado a comprender la débil conciencia turística que muestran los estudiantes de esta carrera profesional mencionada. Ello en la perspectiva de desarrollar propuestas que permite mejorar la identidad de la carrera y el proceso de formación académica.

Por ello el objetivo general de la investigación fue: Proponer un programa que desarrolle actitudes para fortalecer la conciencia turística en los estudiantes de la carrera profesional de Hotelería y Turismo de la Universidad Nacional de Tumbes.

Al respecto, uno de los principales hallazgos es que los estudiantes reconocen que existe un bajo nivel de conciencia turística en su carrera y que la institución hace poco para desarrollarla, puesto que los docentes muestran poco interés para promoverla con nuevas estrategias educativas. Ante esta situación, muchos de ellos tratan de reforzar sus conocimientos e identidad sobre el tema intercambiando información con otros compañeros o haciendo visitas a lugares turísticos para conocerlos mejor.

Frente a este escenario se plantea que es muy importante que la institución desarrolle programas de reforzamiento educativo para fortalecer la conciencia turística de los estudiantes desde los primeros ciclos de su formación profesional. Ello en la medida que se requiere profesionales cada vez más proactivos en el desempeño de su labor profesional.

Palabras clave: Conciencia turística, actitud, potencial turístico, programa, desempeño, educación

ABASTRAC

This research work called: "ATTITUDES DEVELOPMENT PROGRAM TO STRENGTHEN THE TOURIST AWARENESS IN THE STUDENTS OF THE PROFESSIONAL CAREER OF HOTEL AND TOURISM. UNIVERSIDAD

NACIONAL DE TUMBES "has been oriented to understand the weak tourist awareness shown by the students of this professional career. This is in the perspective of developing proposals that improve the identity of the career and the academic training process.

In this regard, one of the main findings is that students recognize that there is a low level of tourism awareness in their careers and that the institution does little to develop it, since teachers show little interest in promoting it with new educational strategies. Faced with this situation, many of them try to reinforce their knowledge and identity on the subject by exchanging information with other colleagues or visiting tourist places to get to know them better.

Faced with this scenario, it is very important that the institution develops educational reinforcement programs to strengthen the tourist awareness of students from the first cycles of their professional training. This is to the extent that professionals are required more and more proactive in the performance of their professional work.

Key words: Tourism awareness, attitude, tourism potential, program, performance, education

INDICE

Dedicatoria	02
Agradecimiento.....	03
Resumen	04
Abstract.....	05
Introducción.....	08
CAPITULO I: CONTEXTO DEL OBJETO DE ESTUDIO	
1.1. Ubicación geográfica de Tumbes.....	13
1.2. Caracterización de la problemática de Tumbes.....	14
1.3. Población y actividades económicas.....	16
1.4. Caracterización de la Universidad y carrera de Turismo	22
1.5. Visión y misión institucionales.....	24
1.6. Problemática y planteamiento del problema	25
1.7. Justificación del estudio.....	27
1.8. Metodología utilizada.....	28

CAPITULO II: MARCO TEORICO

2.1. Antecedentes de investigación.....	31
2.2. Enfoques teóricos sobre el turismo.....	33
2.3. Teorías educativas y conciencia turística.....	41
2.4. Desarrollo turístico y cultura.....	46
2.5. Orientaciones conceptuales sobre el turismo.....	53
2.6. Definición de términos	64

CAPITULO III. RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

3.1. Análisis e interpretación de los datos.....	73
3.2. Modelo teórico.....	84
3.3. Propuesta de mejoramiento de la conciencia turística.....	85
CONCLUSIONES	101
RECOMENDACIONES	102
BIBLIOGRAFIA.....	98

INTRODUCCION

Desde la aparición de los pueblos en nuestro planeta, quizás sin haberlo entendido los primeros habitantes, fueron creando formas de vida acompañadas de costumbres que se fortalecieron con sus interacciones y por ende dieron orígenes a diversas sociedades que tuvieron sus propios vínculos ya sean estos familiares, religiosos, políticos y culturales; pues es así que la conformación de los primeros grupos sociales concibieron la necesidad de convivencia entre sí apoyados en el uso del lenguaje como medio material de comunicación y según el legado histórico estas primeras civilizaciones nacieron en las cuencas de los ríos, Nilo en Egipto y Tigris en Mesopotamia.

La historia relata que de estas civilizaciones se dio origen a otras que serían descendientes, no solo en Egipto ni Mesopotamia sino también en otras partes del mundo. Aproximadamente en el IV milenio A.C, luego de que la agricultura sería la principal fuente de auto sostenimiento de las antiguas poblaciones y de transformación de estas porque dio origen al comercio a través del intercambio de productos, esto supone el contacto con otras sociedades que en el devenir de los años tuvieron que aprender a organizarse de manera administrativa y política para luego hacer leyes que les permitan ordenar el buen funcionamiento de la sociedad.

El avance social fue incontenible, los resultados de las investigaciones históricas nos dicen que aparecieron desde antes de Cristo y después de Cristo hasta la actualidad y desarrollaron su cultura en sus propias formas de pensar, de ver y de sentir el mundo, tanto en creencias, tradiciones, costumbres, es decir la práctica del folklor de una civilización milenaria y antigua. Hoy es muy conocido por la humanidad que existen grandes obras de arte que fueron construidas por las culturas antiguas, algunos considerados monumentos arquitectónicos en el mundo y maravillas arqueológicas, tal es el caso por ejemplo el Coliseo Romano, su construcción empezó el año 71 después de Cristo con el emperador Vespasiano, continuado por su hijo Tito en el año 80 y luego Domiciano, también emperador, agrego el último piso que hasta el siglo XX no ha podido ser superado

por ningún edificio. Este monumento romano conocido como anfiteatro Flavio ha sido escenario de muchas ejecuciones de cristianos, de luchadores, peleas de animales y otros sucesos que sirvieron para deleitar al público y sobre todo a los gobernantes de aquella época.

En el Perú son muchos los hallazgos arqueológicos que gracias a la Ley 282906 Ley general del patrimonio cultural de la nación monitoreada por el Instituto Nacional de Cultura ha permitido que se proteja el patrimonio y es así que nuestra cultura no ha quedado resumida en lo que es Machu Picchu, sino que existen otros monumentos arqueológicos como El Señor de Sipán descubierto en 1987 por el arqueólogo Walter Alva, pues este fue un gobernante que tuvo a su cargo el norte del Perú. Igualmente, Kuelap recientemente descubierto por Juan Crisóstomo Nieto en 1843, se ubica en la provincia de Chachapoyas, departamento de Amazonas, su construcción sería por el siglo VII después de Cristo y tiene un área de 450 hectáreas con hermosas edificaciones de piedra que actualmente son un misterio entender cómo se construyó.

Tumbes no fue ajena al aporte cultural y por estas tierras también existieron poblaciones que han dejado vestigios que son motivo de investigaciones para conocer su historia y que esta sea parte de la identidad cultural y que como decía Basadre “vincular la historia con el presente”.

La cultura Tumpis se desarrolló paralelo a otras culturas del Perú, en el año 1862, el Dr. Columbus encontró valiosos hallazgos que pusieron en evidencias la existencia de la misma, su templo ceremonial fue Cabeza de Vaca y se han encontrado en la zona cerámicas, restos arqueológicos y momias. Este lugar no ha sido el único escenario que concentra los hallazgos; pues existen vestigios en otros lugares de Tumbes que nos dan la certeza de que también fueron habitadas por los antiguos pobladores y que lo que se ha encontrado tienen similitudes en sus formas, modelos y colores, esto no solamente en los entre los lugares de Tumbes, sino también con las culturas de otras ciudades como la mochica, Tiahuanaco, moche y otras, además. Existió la fortaleza del sol y una calle de piedra que tenía aproximadamente 8 km de longitud, conectaba al litoral y luego se tomaba la ruta por el hoy conocido río Tumbes para trepar los Andes,

conectarse con Loja, seguidamente a Quito donde en algunas épocas llegaba el inca. Por esta vía se aprovechaba para llevarle pescado fresco a la máxima autoridad del imperio y el intercambio de productos. Coronel Antonio Alcedo – Diccionario Histórico Militar 1973.

La denominada “industria sin chimeneas” no daña el medioambiente y cuando en simultáneo está acompañada por una adecuada gestión del patrimonio, que asume la necesidad de preservarlo para las generaciones del futuro, que la hace sostenible, multiplica las oportunidades de trabajo y se convierte en el sustento de la economía rural. No hay otro país en América del Sur con una riqueza patrimonial comparable a la peruana; es nuestra fortaleza y en ella debemos invertir para poner en valor los monumentos, investigándolos, conservándolos y difundiendo su historia y significado, en el marco de una política armoniosa, con atención a la diversidad de nacionalidades identificada en el proceso cultural peruano milenario. Con esta visión se generarán diferentes polos de desarrollo turístico, a lo largo y ancho del territorio, se contribuirá, también, a dinamizar la economía de la población rural, a disminuir la migración y a mejorar las condiciones de vida en el país.

En este marco, como una forma de aprovechar toda la riqueza cultural, dinamizarla y potenciarla, diversas instituciones vienen desarrollando una serie de programas y proyectos. Una de estas son por ejemplo las universidades que han creado carreras profesionales y especialidades para fomentar el turismo, tal es el caso de la Universidad Nacional de Tumbes. En este proceso vienen experimentando un conjunto de problemas en la formación de sus profesionales vinculados a esta temática. Así tenemos por ejemplo que, en la carrera de Turismo y Hotelería se observa que los estudiantes muestran una débil conciencia turística, que nos les permite asumir con mayor compromiso su proceso de formación académica, la misma que influirá negativamente en una formación profesional competitiva y de calidad.

Frente a esta situación pensamos como hipótesis que: Si se elabora y desarrolla un programa de mejoramiento de las actitudes de los estudiantes y docentes de la carrera profesional de Turismo y Hotelería; entonces se mejorará la conciencia

turística y se logrará un mayor compromiso de docentes y alumnos con la carrera profesional de la que forman parte”.

En esa perspectiva consideramos que el propósito general de la presente investigación es Conocer e identificar la situación actual de la conciencia turística de los estudiantes de la Carrera Profesional de Turismo y Hotelería, como una forma tener criterios técnicos y sociales para motivar actitudes favorables a su proceso de formación profesional, que les permitan ser más competentes.

El documento contiene tres capítulos. En el Primer Capítulo se presenta el objeto de estudio en su contexto y el proceso que se ha seguido para examinarlo. El Segundo Capítulo se presenta el marco teórico que explica el problema investigado. Y, finalmente, en Tercer Capítulo se presentan los resultados y hallazgos del trabajo investigativo con el modelo teórico, más las conclusiones y recomendaciones, a partir de las cuales se ha levantado la propuesta de un programa de actitudes para desarrollar la conciencia turística en estudiantes de la Universidad Nacional de Tumbes.

CAPITULO I

CONTEXTO DEL OBJETO DE ESTUDIO

1.1. UBICACIÓN GEOGRAFICA DE TUMBES

La presente investigación se realizó en el distrito de Tumbes, que pertenece a la provincia de Tumbes, siendo la unidad de estudio la

“Universidad Nacional de Tumbes”. El departamento de Tumbes, cuenta con tres provincias: Contralmirante Villar, Tumbes y Zarumilla. Tumbes es uno de los veinticuatro departamentos que, junto con la Provincia Constitucional del Callao, forman la República del Perú. Su capital es la homónima ciudad Tumbes.

Se ubica en el extremo noroeste del país, limitando al oeste y norte con el golfo de Guayaquil (océano Pacífico), al este con Ecuador, y al sur con Piura. Con 4 669.20 km² es el departamento menos extenso y con 42,9 hab/km² es el quinto más densamente poblado, por detrás de Lima, Lambayeque, La Libertad y Piura.

IMAGEN N° 01: UBICACIÓN DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE TUMBES



Fuente: Google.er

1.2. RESEÑA HISTORICA DE TUMBES

Se fundó el 25 de noviembre de 1942. La región comprende la estrecha planicie costera en el oeste y los cerros de Amotape en el norte, dominados por el bosque seco ecuatorial, y los manglares del golfo de Guayaquil y bosques tropicales del norte. Por su clima tropical y variedad de ambientes, posee atractivos turísticos como las playas de Punta Sal, Puerto Pizarro y Zorritos, así como las áreas protegidas del Santuario Nacional Manglares de Tumbes, el Parque nacional Cerros de Amotape y la Reserva Nacional de Tumbes que conforman la Reserva de Biosfera del Noroeste AmotapesManglares. Dentro de las actividades productivas sobresale la agricultura y el turismo que vienen hacer las actividades productivas que sorprendentemente de han dado y le dan un crecimiento muy importante a nuestra región, tal es el caso que en año 2014 y según el INEI, Tumbes creció en el segundo trimestre, el Indicador Compuesto de Actividad Económica (ICAE) la región tumbesina creció un 15%.

Nuestra región de Tumbes se identifica dentro del proceso histórico en defensa incólume de su integridad territorial, por gran relevancia de su historia; el presente análisis y estudio de nuestro antepasado histórico nos revela sorprendentemente que el espacio donde actualmente se encuentra ubicada la región de Tumbes, era ocupado desde el tiempo pre inca por grandes pueblos o etnias dedicadas a las tareas agrícolas, cazadores y comerciantes.

Entre los grupos humanos existentes, destacó la cultura Tumpis, aunque muchos de sus pobladores que han realizado estudios de su evolución histórica no comparten el termino Tumpis. Lo cierto es que nuestros antepasados llegaron a ser buenos navegantes más magistrales de la parte de nuestra costa peruana. Al mismo tiempo, sobre las explicaciones en relación a su origen algunos historiadores de nuestra región están de acuerdo y debido a la calidad de sus trabajos de tallado en los moluscos (*spondyllus pictorum*).

Con el transcurrir de los años, esta área geográfica quedó adherida al Señorío del Gran Chimú. En época del incanato, y principalmente en el régimen del inca Pachacútec, quienes ampliaron sus influencias de gobierno extendiéndose hasta la ciudad de Tumbes. Por los años 1532 llegaron a nuestro país, a través del puerto la Leña, los originarios españoles con Francisco Pizarro al mando de esta expedición. Es entonces donde en nuestras tierras tumbesinas se dio el encuentro entre de dos culturas, la occidental y el Imperio de los incas, quedando marcado un hecho histórico por la honorable resistencia por parte de nuestros antepasados es decir nuestros ancestros los m, este hecho se denomina el combate de los Manglares. Antes de irse, Francisco Pizarro colocó una cruz, símbolo de la religión que predicaba, en la playa que hoy se le conoce como La Cruz.

Muchos años más adelante se dio la independencia de Tumbes, la cual se proclamó un 7 de enero de 1821. El vigor combativo y patriótico de los indígenas tumbesinos quedó latente, porque se volvió a demostrar durante el conflicto frente Ecuador en la confrontación bélica en el año de 1941. Actualmente nuestra región se encuentra ubicada en la parte más septentrional de la costa peruana. Este departamento fronterizo constituye la puerta de salida hacia el Ecuador. Es el más pequeño en extensión, pero su ubicación geopolítica le da un perfil de primer orden nacional.

De acuerdo a limitación de orientación, esta región fronteriza limita por el norte con Ecuador y el Océano Pacífico; por el este con Ecuador; por el sur con Piura y Ecuador; y por el oeste con el océano Pacífico. Cuenta con una superficie: 4,669.20 kilómetros cuadrados. Cuenta con una Altitud: de 7 msnm y Mínima: 5 msnm, en la parte de (Caleta La Cruz) cuenta con una altitud Máxima de: 1 650 msnm (Cordillera de los Amotapes - San Jacinto). Según el censo población: La región Tumbes tiene una población estimada de 241 mil habitantes, ubicadas en 200 centros poblados, según la Actualización Cartográfica y Registro de Edificios y Viviendas ejecutada durante el 2016 por el Inei. Esto significa que debemos sobrepasar al 2018 los 250 mil habitantes.

1.3 POBLACION Y ACTIVIDADES ECONOMICAS TURISTICAS

Para el año 2015 el departamento de Tumbes tuvo la siguiente población estimada

TUMBES: POBLACIÓN ESTIMADA AL 30 DE JUNIO, POR AÑO CALENDARIO, SEGÚN DEPARTAMENTO Y PROVINCIA, 2008 - 2015

Provincia	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Tumbes	151,966	153,984	155,914	157,764	159,548	161,257	162,879	164,404
Contralmirante Villar	18,112	18,392	18,662	18,924	19,180	19,428	19,667	19,896
Zarumilla	44,361	45,641	46,922	48,207	49,499	50,796	52,092	53,385
TOTAL	214,439	218,017	221,498	224,895	228,227	231,480	234,638	237,685

Fuente: INFI-Dirección Técnica de Demografía e Indicadores Sociales

Todo el patrimonio cultural se estudia, se enseña y se difunde dentro del plan de estudios, sin embargo no se enseña y poco se conoce lo que Tumbes tiene como patrimonio y como lugares turísticos, no está insertado dentro del currículo nacional ni local a pesar de aquí se desarrolló una cultura conocida como la cultura Tumpis, es entonces donde cabe mi preocupación en investigar y conocer todo lo que sea concerniente al patrimonio cultural de Tumbes y el turismo, partiendo de algunos antecedentes ya existentes.

Creo conveniente e interesante visitar estos lugares, tener una relación directa con ellos, por eso tomo como punto de partida a los estudiantes de la carrera profesional de Hotelería y Turismo de la Universidad Nacional de Tumbes para tener referencias de cuanto conocen acerca de nuestro patrimonio cultural y de los atractivos turísticos de esta ciudad.

La palabra turismo tiene su origen en el vocablo latín tornus que significa torno y se asoció a la palabra tornare que significa redondear o hacer giros, luego se le incorporo el sufijo ismo que es la acción que realiza un grupo de personas. Se dice que, en 1516, Carlos V firma un tratado de relaciones con

Inglaterra. Cuando se da dicho convenio el monarca entrega por entero el transporte comercial a una familia de la aristocracia que apellidaba De La Tour. Sumado entre estos términos Tour con ismo, dan origen a la palabra turismo, que no ere otra cosa que la actividad que realizan las personas o salir de su lugar habitual por periodos no mayores a un año para luego del ocio o placer, descanso, cultura, negocios, salud o relaciones familiares retornar a su lugar de origen.

En la Grecia clásica se acostumbraba a darle mucha importancia al ocio y el tiempo libre lo utilizaban para rendir culto a sus Dioses, a practicar normas culturales, también diversiones y el deporte siendo este último el motivo por el cual muchas personas de diferentes lugares asistían a los juegos olímpicos de aquella edad antigua. Los romanos por esta época se apasionaban con los baños termales, asistían a los teatros y viajaban con frecuencia por las costas. Estos viajes se le facilitaban debido a su prosperidad económica, la paz que existís entre los romanos y contaban con excelentes vías de comunicación; pues así su tiempo libre fue utilizado para estos fines.

En la Edad Media el turismo tuvo auge en las peregrinaciones religiosas que ya se daban desde la época antigua y clásica, pero con la aparición del cristianismo y la religión islam los desplazamientos de las personas fueron increíbles. Por casi todo Europa existían estas movilizaciones cristianas y fueron continuas, para ayudar a la gente a que tomen las mejores rutas, aparecen los mapas mesones y otros servicios para los caminantes; igual sucedía con los islámicos en su afán de peregrinación muchos de ellos lo hacían por lo menos una vez en su vida.

Cuando llega la Edad Moderna, surgen los primeros hoteles y es recién allí donde la palabra turista y turismo se hace común para referirse a las personas que acudían a estos hoteles a tomar sus descansos, sobre todo porque eren las autoridades acompañadas de su sequitos las que ocupaban estos hoteles y aun así no se daban abasto para todos sus acompañantes.

A finales del siglo XVI surge la costumbre de mandar a los jóvenes aristócratas ingleses a hacer el **Grand Tour** al finalizar sus estudios con el fin de complementar su formación y adquirir ciertas experiencias. Era un viaje de larga duración, **entre 3 y 5 años**, que se hacía por distintos países europeos, y de ahí proceden las palabras: turismo, turista, etc. El Grand Tour es un viaje motivado por la **necesidad de instrucción** de estos jóvenes aristócratas que en un futuro habrán de gobernar su país. Para algunos autores éste es el auténtico **fenómeno fundacional del turismo moderno**, ya que surge como un fenómeno que fue revolucionando. También es importante destacar que ésta es la época de las **grandes expediciones marítimas** de españoles, británicos y portugueses que despiertan la curiosidad y el interés por viajar.

A fines del siglo XIX, época Contemporánea, los viajes de placer se intensificaron, debido al crecimiento económico que tuvieron algunos países; pues la revolución industrial permitió la expansión del comercio a partir de la mitad del siglo XX y es entonces donde el turismo fue uno de los más beneficiados,

Los inventos científicos avanzaron y apareció la maquina a vapor, esto facilitaron los viajes. Las líneas ferroviarias se extendieron por muchos países de Europa y de Estados Unidos. El transporte marítimo tuvo lo suyo. Los barcos a vapor; todo esto fue ideal para el turismo y se produce la migración de europeos a América. Cesar Ritz (1850 – 1918) llamado también El Mago, fue quien mejoro los servicios del hotel, tuvo gran preocupación por los turistas y que ello debería descansar en habitaciones confortables, entonces da el nacimiento a los hoteles.

Thomas Cook (1808 – 1892) fue otra de las personas destacadas. Realizo el primer viaje organizado de la historia en 1841, no tuvo éxito, pero si marco la ruta para posteriores viajes y tuvo la idea del turismo sería una gran

oportunidad para el crecimiento económico, por eso que en 1851 crea la primera agencia de viajes del mundo.

En 1914, cuando estalla la primera guerra mundial, un promedio de 150 000 turistas americanos se encontraban en Europa; sin embargo, cuando esta termina fue imparable la fabricación de automóviles y otra vez el turismo cobra auge y ahora las costas fueron el escenario de esta corriente. Muchos asistían a las playas y los ríos.

Llegada la segunda guerra mundial, el turismo se vuelve a paralizar, aunque ya antes había una crisis que lentamente este sector se había afectado. Pasada esta, entre 1950 – 1953, el turismo fluya a un ritmo superior de lo que se había hecho en toda la historia. A partir de aquí se empieza a legislar y la aparición de empresas fue cada vez más notoria. Desde los años 70 al 90 del siglo pasado, el turismo se acrecentó y está en todas partes del mundo, crecieron las empresas y los viajes se ofrecen por paquetes, surgen las instituciones que buscan ordenar el turismo a través de normas y que este sector también deje los tributos respectivos; pues fue visto como una actividad económica de gran rentabilidad. Por eso al turismo se le considero como una actividad socioeconómica y se dejó atrás la idea que era solo viajes de ocio y placer.

La Organización Mundial del Turismo que apareció en 1925 en los últimos años viene trabajando una serie de acuerdos y actividades en favor de los turistas y da las recomendaciones a los países que están integrados en esta organización a que el turismo como actividad socioeconómica se la ampare y se proteja para que no exista la discriminación y el maltrato, por el contrario, los turistas deben ser muy bien atendidos para fortalecer la interacción entre personas nacionales y extranjeras.

En la actualidad, el turismo es una fuente de ingresos económicos y no solo eso, sino que ha ayudado a fortalecer lazos de amistad y tener vínculos

mayormente sociales con personas de otras culturas y realidades. Con el uso de la tecnología de la información el turismo se desarrolla con gran facilidad.

Actualmente existen escuelas y universidades que preparan a personas en una carrera profesional para dedicarse al turismo y lo que hoy aprenden es marketing, es decir como promocionar los sitios turísticos y hacer de estos muy conocidos y acudidos por los turistas, pero no solo eso, también deben conocer su geografía; además el profesional de turismo está en el deber del dominio de otras lenguas aparte de su lengua materna, en este caso el inglés, francés o portugués.

La región lideró el 2014, el crecimiento del país gracias a su producción agrícola y dinamismo turístico de esta región fronteriza. Los indicadores de crecimiento de la región Tumbes son el agro, las producciones de arroz y plátano, en el primer trimestre, y arroz y limón, en el segundo, fueron las más importantes de la región.

El mayor dinamismo en el turismo de playas, aportó consigo una crecida significativa en el número de turistas que visita la región de Tumbes. La actividad comercial mostró un aumento significativo también, que se vio acreditado en parte, por la mayor cobranza de IGV en la región. La pequeña producción de energía eléctrica en la región es lo que se antepuso al crecimiento de la región.

En el último quinquenio (2011-2015) las exportaciones de la región disminuyeron a una tasa promedio anual de 2.0% (vs. -8.0% a nivel nacional). Los productos no tradicionales (principalmente pesqueros) son el motor de crecimiento de la región (100% del total de las exportaciones de la región). Tumbes tiene el 0.7 % de las mipymes formales del Perú. Las empresas del sector manufactura se concentran en la provincia de

Tumbes. El 3.3% de las microempresas que iniciaron el 2007, ahora son pequeñas empresas (vs. 6.8% a nivel nacional).

Entre 2014 y 2015, el número de empresas exportadoras se disminuyeron en 17%. El 72% de las empresas exportadoras de la región Tumbes son mipymes (vs. 72.9% a nivel nacional). Entre 2010 y 2015, los créditos colocados en la región crecieron en 8.9% en promedio anual (vs. 14.9% a nivel nacional). 48.5% de los créditos otorgados a las mypes el 2015 fue a través de Cajas Municipales (vs. 23.5% a nivel nacional). En relación a educación encontramos que un alto porcentaje

70% de la PEA tiene educación básica y 29% educación superior (vs. 65% y 31% a nivel nacional, respectivamente). Existen 267 centros educativos de educación básica en la región.

El gasto público en educación por alumno se incrementó en promedio anual en 9.8% entre 2007 y 2013. En esa misma línea la educación superior universitaria tiene en promedio un incremento de alumnos matriculados en universidades entre un 20% entre 2009 y 2013. Entre 2011 y 2013, el promedio de alumnos por docente fue 15. Las carreras empresariales y de abogados son las más demandadas en la región.

El gasto público por alumno se incrementó en promedio anual 18.2% entre 2007 y 2013. Del mismo modo la Educación superior no universitaria, tiene un 35% de los alumnos no universitarios estudian en IEST y el 65% en CETPRO, aclarando que las carreras informáticas y de textil y confecciones son las de mayor demanda en la región. Con respecto al Índice de desarrollo humano, tenemos que el 71% de los centros no universitarios de la región se ubican en la provincia de Tumbes. Esta región se encuentra en el puesto 7 del indicador IDH, siendo Tumbes y Contralmirante Villar las provincias con mayor IDH. Cabe mencionar que entre el año 2003 y 2012 se incrementó de la desigualdad entre provincias de la región en términos del desarrollo humano.

Con respecto a Infraestructura de transportes podemos mencionar al principal aeropuerto de Tumbes que es utilizado para el comercio nacional e internacional. Un 23.1% de la red vial en Tumbes se encuentra pavimentada. Tumbes representa el 0.57% de la red vial a nivel nacional y con respecto a los servicios, es muy sorprendente saber que nuestra región crece de manera vertiginosa entre los años 2010 y

2014, logro un incrementó en 1.9% la población con acceso a luz eléctrica (vs. 6.1% a nivel nacional) 78% de los hogares de la región se abastecen de agua por red pública. (vs. 85.8% a nivel nacional).

Tumbes ocupa el puesto 08 dentro de las regiones con precios más altos de energía eléctrica para el sector industrial. En cuanto al desarrollo de Investigación, desarrollo e innovación, encontramos que los proyectos de FINCyT en Tumbes corresponden mayormente al sector pesca. El 47% del monto financiado por FIDECOM en la región corresponde a proyectos de pesca.

1.4 CARACTERIZACION DE LA UNIVERSIDAD DE TUMBES

Una información importante para conocer la realidad educativa de la educación superior, especialmente de la Universidad Nacional de Tumbes a continuación se presenta una imagen que da cuenta que en el 2011 habían postulado a esta casa de estudios un total de 1,864 personas (ver imagen).

Postulantes de Pre Grado a la Universidad Nacional de Tumbes – UNT por Especialidades (2002-2011)

FACULTADES / AÑO	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	
Facultad de CC. de la Salud	Enfermería	169	186	203	188	182	154	128	120	145	154
	Obstetricia	208	150	169	135	160	127	93	101	134	153
Facultad de Ciencias Agrarias	Agronomía	206	113	115	147	142	106	87	78	92	99
	Forestales	110	95	71	77	41	85	68	66	82	89
	Ing. Agrícola	0	0	0	0	0	0	0	32	72	80
	Medicina Veterinaria y Zootecnia	0	0	0	0	0	0	0	45	82	99
	Ing. Agroindustrial	0	0	0	0	0	0	0	50	98	112
Facultad de Derecho y CC. Sociales	Derecho	210	204	264	197	288	297	240	237	260	275
	Turismo	0	0	109	98	172	211	155	145	168	172
Facultad de Ciencias Económicas	Contabilidad	172	162	214	214	227	233	224	240	260	289
	Administración	162	134	172	190	202	242	198	280	252	260
	Economía	0	0	0	0	0	0	0	0	60	0
Facultada de Ingeniería Pesquera	Ing. Pesquera	99	75	67	130	80	71	72	64	77	82
TOTAL		1,336	1,119	1,384	1,376	1,494	1,536	1,265	1,458	1,782	1,864

Fuente: Oficina General de Admisión

Reseña histórica

La historia de la Universidad Nacional de Tumbes está ligada a los actos preliminares que condujeron a la creación de la filial en Tumbes por parte de la Universidad Nacional de Piura, el 22 de diciembre de 1972. El entonces Consejo Nacional de la Universidad Peruana (CONUP) transcribe un oficio del Ministerio de Pesquería por el que se pide que la Universidad Nacional de Piura opine respecto al funcionamiento de un programa de Pesquería en la ciudad de Tumbes. Esta petición determinó el nombramiento de una comisión multisectorial para que realice el estudio socioeconómico de Tumbes; y el 4 de julio de 1975 la comisión presentó su informe proponiendo la creación de una filial de la Universidad Técnica de Piura en Tumbes, mereciendo la aprobación de dicha universidad.

El 10 de julio se planteó el funcionamiento de la filial ante el Sub-Comité de Desarrollo Zonal de Tumbes y se formó el Patronato Pro-Filial, encargado del estudio de la infraestructura y de los recursos humanos, cuyos resultados fueron expuestos al presidente de la Comisión Reorganizadora y de Gobierno de la Universidad Nacional de Piura, al CONUP y al ministerio del ramo.

En marzo de 1976 se inauguraron los programas académicos de Agronomía, Contabilidad e Ingeniería Pesquera. El 8 de setiembre de 1980, el entonces diputado por Tumbes, Dr. Armando Mendoza Flores, presenta el proyecto de ley N° 213 sobre la creación de la Universidad Nacional de Tumbes, el mismo que fue elevado a la Comisión de las Universidades, Ciencia y Cultura de la Cámara de Diputados. Esta Comisión emitió dictamen favorable el 30 del mismo mes. Más tarde, en el año 1984, suceden una serie de actividades y pronunciamientos que desembocaron en la dación de la Ley N° 23881, que crea la Universidad Nacional de Tumbes, la misma que fue promulgada el 23 de junio de 1984.

Inmediatamente se convoca al concurso de admisión para las carreras de Agronomía, Ingeniería Pesquera, Contabilidad y Ciencias de la Salud, respectivamente. Esta última inicia sus actividades en base a los estudios realizados en el proyecto de creación de la universidad, regularizándose, posteriormente dichos estudios, así como la creación de esta última facultad, mediante la modificación de la Ley de creación a la Ley N° 24894, promulgada el 30 de setiembre de 1988.

1.5 VISION Y MISION INSTITUCIONALES DE LA UNIVERSIDAD

VISIÓN

Al 2022 nuestra universidad es líder en la formación profesional integral, la investigación responsable y de impacto, acreditada nacional e internacionalmente, con una comunidad universitaria identificada, integrada y comprometida con el desarrollo sostenible de la región y el país.

MISIÓN

Universidad emprendedora, con excelencia académica, pionera del conocimiento de la frontera norte del país. Formamos profesionales de calidad y competitivos; desarrollamos investigación científica, tecnológica y humanista; promovemos el desarrollo y difusión de la cultura. Brindamos bienes y servicios a la comunidad estudiantil y organizaciones públicas y privadas, y realizamos alianzas estratégicas interinstitucionales. Para ello hacemos una gestión de calidad y sostenibilidad, estamos en mejora permanente y nos vinculamos con el entorno.

1.6. PROBLEMÁTICA Y PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

La cultura Tumpis se desarrolló paralelo a otras culturas del Perú, en el año 1862, el Dr. Columbus encontró valiosos hallazgos que pusieron en evidencias la existencia de la misma, su templo ceremonial fue Cabeza de Vaca y se han encontrado en la zona cerámicas, restos arqueológicos y momias. Este lugar no ha sido el único escenario que concentra los hallazgos; pues existen vestigios en otros lugares de Tumbes que nos dan la certeza de que también fueron habitadas por los antiguos pobladores y que lo que se ha encontrado tienen similitudes en sus formas, modelos y colores, esto no solamente en los entre los lugares de Tumbes, sino también con las culturas de otras ciudades como la mochica, Tiahuanaco, moche y otras, además.

Existió la fortaleza del sol y una calle de piedra que tenía aproximadamente 8 km de longitud, conectaba al litoral y luego se tomaba la ruta por el hoy conocido río Tumbes para trepar los Andes, conectarse con Loja, seguidamente a Quito donde en algunas épocas llegaba el inca. Por esta vía se aprovechaba para llevarle pescado fresco a la máxima autoridad del imperio y el intercambio de productos.

Coronel Antonio Alcedo – Diccionario Histórico Militar 1973.

La denominada “industria sin chimeneas” no daña el medioambiente y cuando en simultáneo está acompañada por una adecuada gestión del patrimonio, que asume la necesidad de preservarlo para las generaciones

del futuro, que la hace sostenible, multiplica las oportunidades de trabajo y se convierte en el sustento de la economía rural. No hay otro país en América del Sur con una riqueza patrimonial comparable a la peruana; es nuestra fortaleza y en ella debemos invertir para poner en valor los monumentos, investigándolos, conservándolos y difundiendo su historia y significado, en el marco de una política armoniosa, con atención a la diversidad de nacionalidades identificada en el proceso cultural peruano milenario. Con esta visión se generarán diferentes polos de desarrollo turístico, a lo largo y ancho del territorio, se contribuirá, también, a dinamizar la economía de la población rural, a disminuir la migración y a mejorar las condiciones de vida en el país.

Planteamiento del problema: En este marco, como una forma de aprovechar toda la riqueza cultural, dinamizarla y potenciarla, diversas instituciones vienen desarrollando una serie de programas y proyectos. Una de estas son por ejemplo las universidades que han creado carreras profesionales y especialidades para fomentar el turismo, tal es el caso de la Universidad Nacional de Tumbes. En este proceso vienen experimentando un conjunto de problemas en la formación de sus profesionales vinculados a esta temática. Así tenemos por ejemplo que: Se observa en la carrera de Turismo y Hotelería los estudiantes muestran una débil conciencia turística, que nos les permite asumir con mayor compromiso su proceso de formación académica, la misma que influirá negativamente en una formación profesional competitiva y de calidad.

Frente a esta situación pensamos como hipótesis que: Si se elabora y desarrolla un programa de mejoramiento de las actitudes de los estudiantes y docentes de la carrera profesional de Turismo y Hotelería; entonces se mejorará la conciencia turística y se logrará un mayor compromiso de docentes y alumnos con la carrera profesional de la que forman parte”.

En esa perspectiva consideramos que el propósito general de la presente investigación es Conocer e identificar la situación actual de la conciencia turística de los estudiantes de la Carrera Profesional de Turismo y Hotelería, como una forma tener criterios técnicos y sociales para motivar actitudes favorables a su proceso de formación profesional, que les permitan ser más competentes.

1.7 JUSTIFICACION DEL ESTUDIO

El presente trabajo de investigación, se sustenta en bases legales como la Constitución Política del Perú, la misma que expresa en el artículo N°18 del capítulo II del título I lo siguiente: La educación universitaria tiene como fines la formación profesional, la difusión cultural, la creación intelectual y artística y la investigación científica y tecnológica. El Estado garantiza la libertad de cátedra y rechaza la intolerancia. Las universidades son promovidas por entidades privadas o públicas. La ley fija las condiciones para autorizar su funcionamiento. La universidad es la comunidad de profesores, alumnos y graduados. Participan en ella los representantes de los promotores, de acuerdo a ley. Cada universidad es autónoma en su régimen normativo, de gobierno, académico, administrativo y económico.

Las universidades se rigen por sus propios estatutos en el marco de la Constitución y de las leyes a nivel de universidades está estructurada en la Ley Universitaria N° 30220 en el art. 45, inciso 45.4 señala que, para obtener el grado de maestro se requiere haber obtenido el grado de bachiller, la elaboración de una tesis o trabajo de investigación en la especialidad respectiva, haber aprobado los estudios de una duración mínima de dos semestres académicos con un contenido mínimo de 48 créditos y el dominio de un idioma extranjero o lengua nativa.

En ese marco el presente estudio se justifica porque nos permitirá conocer la situación de la conciencia turística de los estudiantes de la Carrera Profesional de Turismos y Hotelería de la Universidad de Tumbes. Y, en base a ello plantear una propuesta de mejora, que nos permita superar

dicha situación, para que los profesionales que se vienen formando aumenten su grado de identidad y compromiso con su carrera.

También es importante, porque la Universidad y la carrera profesional indicada contarán con un instrumento y/o propuesta que les permita actuar frente a dicha problemática y así mejorar los servicios de formación que brinda a los estudiantes de esta especialidad. Ello, de algún modo, mejorará la imagen institucional de la Universidad en cuanto al rol formador que brinda en la región de Tumbes.

1.7. METODOLOGÍA EMPLEADA

La presente investigación desarrollada es Propositiva-Explicativa, puesto que a partir de los resultados encontrados se ha diseñado una propuesta para fortalecer la conciencia turística en los estudiantes y docentes de la Universidad Nacional de Tumbes. Un mayor detalle del proceso, se presente a continuación.

La Hipótesis que orientó el trabajo de campo ha sido que: Si se elabora y desarrolla un programa de mejoramiento de las actitudes de los estudiantes y docentes de la carrera profesional de Turismo y Hotelería; entonces se mejorará la conciencia turística y se logrará un mayor compromiso de docentes y alumnos con la carrera profesional de la que forman parte”.

El **Campo de Acción**, ha sido la existencia de una conciencia turística favorable a la formación profesional de los estudiantes de Turismo y Hotelería de la Universidad Nacional de Tumbes.

La **población** fueron 65 estudiantes de los primeros ciclos de la Carrera Profesional de Turismo y Hotelería de la Universidad Nacional De Tumbes. Este mismo número ha constituido también la **muestra**.

En cuanto a los **métodos, técnicas e instrumentos de recolección de datos** utilizados señalaremos a los siguientes: **ENCUESTA**, fue uno de los principales instrumentos empleados para el recojo de información en el presente estudio. Se hizo uso de las preguntas cerradas y algunas abiertas con varias alternativas de respuesta.

Finalmente, en lo referido al **análisis de los datos**, cabe indicar que se siguieron los siguientes pasos: a) **Seriación**: Se ordenaron los instrumentos de recolección de datos. b) **Codificación**: Se codificaron de acuerdo al objeto de estudio. c) **Tabulación**: Aplicados los instrumentos se procedió a realizar la tabulación, empleando la escala numeral.

CAPITULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. ANTECEDENTES DEL TEMA DE INVESTIGACION

Sánchez y Ángulo (Iquitos, 2008), realizaron un estudio de la gestión de la oferta turística manteniendo las condiciones culturales, sociales y económicas de la etnia Bora, río Momón, departamento de Loreto.

Enfatizan que los cambios a lograrse requieren de apoyo del gobierno regional y local, así como de organismos privados que realicen proyectos de desarrollo que conlleven a buscar mejor gestión de las comunidades, que sean ellos los que fijen su visión con cara al futuro, para evitar el deterioro cultural, social y económico. Él o los apoyos serían en primer lugar, medios de transporte seguro, guías con conocimiento organizativo y dominio de otros idiomas, así como la lengua nativa. Concluyen que sería importante y primordial un reforzamiento de capacidades que se pase de la lección a la acción para asegurar la sostenibilidad.

Rengifo y Sales (Iquitos, 2008), realizaron un estudio sobre los turistas mochileros (backpackers) y su impacto en la percepción de la población de Iquitos.

Concluyen que los comportamientos o tipos de mochileros son de clase baja y clase media o es el tipo casual o el fiestero, siendo mayormente jóvenes que desean tener aventuras con actitud y filosofía, que da importancia al lugar que visita, que tienen ganas de sociabilidad y experiencias. Además, enfatizan la importancia de informar a la población y/o comunidad los tipos de turistas que visitan la ciudad, las ventajas y desventajas de su presencia; es decir, inculcar a la población una cultura turística para que los planes se rediseñen y sean instrumentos de protección de recursos y valores. Asimismo, son necesarios programas de inmersión turística, creando conciencia de tradiciones, de cultura, de conservación ambiental, buscando el trato equitativo, sin discriminar a ningún tipo de turista, ofreciendo servicios de acuerdo a las exigencias y precios que están dispuestos a pagar.

“El turismo, generador de desarrollo local. el caso de puerto Iguazú y la influencia del destino turístico Iguazú cataratas.” provincia de misiones Argentina, (2010) Angelina Noemi Cáceres.

Las principales conclusiones fueron: El Puerto de Iguazú, como es uno de los destinos de turismo nacional más reconocidos en Argentina. Sin embargo, requiere de muchas mejoras de infraestructura y servicios. Se observa una mayor satisfacción con el destino por parte de los turistas nacionales y regionales que por los turistas extranjeros, acostumbrados a destinos internacionales. Si Puerto Iguazú llegase a salir finalista en el concurso de las “Maravillas del Mundo” necesitará adecuar la calidad de atención, de servicios, y de infraestructura, equipamiento y actividades, a la futura demanda internacional, o demanda masiva al destino. Se deberá poner énfasis en la situación que atravesará el destino con dicha demanda y los posibles problemas de capacidad de carga del parque.

“Turismo pobreza y desarrollo sostenible en el Perú. Los casos de Cusco

Cajamarca y La Libertad, (2014)” Jessica Ruth Figueroa Pinedo

Las conclusiones principales fueron. “Hemos intentado analizar, profundizar y reflexionar sobre una línea de estudio que hasta ahora ha sido poco explorada en el Perú. En ese sentido, siguiendo el consejo de los expertos en la materia, hemos hecho un intento de comprensión de las relaciones entre las prácticas turísticas y los comportamientos socioeconómicos en tres regiones turísticas elegidas para el análisis: Cuzco, Trujillo (La Libertad) y Cajamarca. Estas tres zonas representan espacios significativos del punto de vista estadístico para este tipo de análisis, aunque se trata de tres regiones con características geográficas, socioeconómicas y niveles de desarrollo turístico diferentes. Cuzco/ Machu Picchu es el principal destino turístico no solo del Sur andino, sino también de todo el Perú, con gran afluencia turística nacional e internacional. Es un destino consolidado desde hace décadas; Trujillo, en la costa norte, recibe principalmente turistas nacionales y está haciendo grandes esfuerzos en promoción y revalorización de su patrimonio cultural y arqueológico para captar también la mirada del turista extranjero. Su ubicación en la costa permite un acceso más fácil a sus atractivos turísticos. Y finalmente, Cajamarca, en la sierra norte del Perú, donde la afluencia turística es poco significativa debido a la carencia de infraestructura, a los problemas sociales y políticos y a la fragmentación territorial.

2.2. ENFOQUES TEORICOS SOBRE EL TURISMO

¿Qué se entiende por turismo?

El turismo se estudia desde diferentes perspectivas y disciplinas, debido a la enorme cantidad de elementos que lo conforman. Por ello, existen distintas definiciones dependiendo del área de estudio bajo el cual se aborde. Para efectos de la presente investigación se tomaron las siguientes definiciones. Se inició de la definición planteada por la Real Academia Española (2014), en donde se señala que el turismo se define como una actividad o hecho de viajar por placer.

En 1963, la Conferencia de las Naciones Unidas sobre viajes y turismo internacional destacó la relevancia del sector turismo para la economía de un país, y se determinaron definiciones y clasificaciones del turismo, por primera vez, para fines de estudios estadísticos. Ya en 1965 se estableció una primera definición, “el conjunto de interacciones humanas, como transportes, hospedaje, servicios, diversiones, enseñanza, derivados de los desplazamientos transitorios, temporales o de transeúntes de fuertes núcleos de población con propósitos tan diversos como son múltiples los deseos humanos y que abarcan gamas derivadas de motivaciones” (Oliva Campos, 2004, citado en Partido, de Miguel, Betancourt y Bravo, 2009). Por otro lado, la Organización Mundial del Turismo (OMT, s/a) definió al turismo como un fenómeno social, cultural y económico⁷ relacionado con el movimiento de personas a lugares que se encuentran fuera de su lugar de residencia habitual⁸ por una duración inferior a un año por motivos de ocio, negocio y otros.

Es importante recalcar que, para efectos de la presente investigación, una persona clasifica como turista si su viaje incluye al menos una noche de pernoctación, y en cuyo destino turístico, diferente a su entorno habitual, no ejerza ninguna actividad lucrativa, ni remunerada. En los trabajos realizados por el MINCETUR (2004) se señala que el turismo es una actividad multisectorial muy compleja que genera, directa o indirectamente, una serie de beneficios a los distintos niveles de la sociedad.

Para ello, moviliza a diversos agentes y grupos sociales de manera ordenada y planificada. Norma Fuller⁹ (2009) rescata tres elementos comunes que se repiten en la mayoría de definiciones sobre turismo: el desplazamiento temporal y voluntario, el consumo y la experiencia agradable rompiendo con la cotidianidad. Según la autora, el turismo es una actividad que genera un gran impacto y cambios significativos tanto en las poblaciones receptoras como en los visitantes. Bajo estas definiciones, se hace enfoque en el turismo como actividad para el desarrollo económico

y social, donde lo sustancial son los gastos por consumo que realizan los turistas en la comunidad receptora y que representa una fuente de ingresos para el lugar (Fuller, 2009).

Turismo sostenible

Los objetivos de la investigación proponen mejores prácticas que busquen una gestión turística sostenible de la comunidad de Chupaca. En este sentido, es importante subrayar el tema de la sostenibilidad dentro de un proyecto de desarrollo turístico. El turismo no solo se considera una actividad útil para generar recursos económicos, también para salvaguardar la complejidad cultural de las comunidades. Asimismo, se señaló durante la reunión de la junta de los jefes ejecutivos de las

Naciones Unidas, la OMT y la UNESCO celebrada el 2013, que “el turismo puede desempeñar un papel importante en la conservación y promoción de bienes culturales, y ello refuerza aún más nuestra capacidad para incorporar los conceptos del turismo sostenible para la protección del patrimonio mundial” (OMT, 2013). Esto demuestra la importancia del tema de sostenibilidad en todo proceso de planificación turística.

Existe una variedad de definiciones en lo que respecta a turismo sostenible. No obstante, para el presente estudio se buscó una definición que mejor se ajuste a las preguntas de investigación. Según Welford (1999, p. 58) “mientras que la sostenibilidad ambiental y sociocultural intenta asegurar que los recursos físicos y culturales no renovables no se consuman en el proceso de la actividad turística, la sostenibilidad económica significa que el turismo debe ser un vehículo para generar ingresos sostenibles”

Del mismo modo, la presente investigación se elaboró bajo los principios propuestos por Hall (2000), quien propone que el turismo sostenible debe conjugar objetivos sociales, económicos y ambientales de una determinada comunidad. Estos principios se reflejan en la figura 3, basados en tres elementos esenciales: el lugar, la comunidad local y el visitante. Desde el punto de vista de la comunidad local es imprescindible el respeto del

turismo hacia la identidad y los valores socioculturales; mientras desde el punto de vista del visitante, la satisfacción de la demanda turística es un elemento crítico para el turismo como generador de ingresos económicos.

Tipos del turismo Existen diversas modalidades de turismo (ver Anexo D). No obstante, como ya se mencionó en el planteamiento del problema, la investigación se enfocó en un tipo de turismo al que hemos denominado cultural-vivencial, pues es el que mejor se adapta a la realidad de Chupaca. Este tipo de turismo se explicará con mayor detalle a continuación.

Turismo cultural Se partió del concepto de turismo cultural, el cual, al igual que el concepto de turismo, tiene diferentes aristas, connotaciones y procedimientos particulares para poner en marcha, que es necesario ajustar acorde con los objetivos de esta investigación. La OMT (1985, citado en Toselli, 2003), menciona que “el turismo cultural es el movimiento de personas debido esencialmente a motivos culturales como viajes de estudio, viajes a festivales u otros eventos artísticos, visitas a sitios o monumentos, viajes para estudiar la naturaleza, el arte, el folklore y las peregrinaciones”.

En resumen, “todos los movimientos de personas, tanto turistas internos como externos, para satisfacer la necesidad humana de diversidad, orientados a elevar el nivel cultural del individuo, facilitando nuevos conocimientos” (OMT, 1985, citado en Toselli, 2003). Del mismo modo, según el estudio que realizó PROMPERÚ (2007) sobre el perfil del turista cultural que viaja al Perú, la definición que dan los propios turistas sobre éste es que constituye un “aprendizaje” de los estilos de vida de otras civilizaciones, sus tradiciones, sus rituales y su legado cultural. En otras palabras, este perfil no solo representa visitar monumentos o restos arqueológicos, sino también conocer la forma de vida de la comunidad, su vida cotidiana y sus faenas diarias.

Por otro lado, Fuller (2009) plantea una definición de este tipo de turismo como aquel cuyo objetivo es el conocimiento de los monumentos históricos

y sitios histórico-artísticos; y de las manifestaciones inmateriales como conocimientos tradicionales, estilos de vida, festividades populares, etc.¹⁰. Asimismo, la autora resalta que el turismo que se practica en el Perú es principalmente cultural debido a que es cuna de altas civilizaciones. En síntesis, estas definiciones implican para la investigación que Chupaca cuenta con el potencial para convertirse en una provincia promotora del turismo cultural, pues cuenta con los recursos culturales para ello. Este tipo de turismo se explicará a continuación.

Modalidades de turismo cultural Este turismo se clasifica en: rural, vivencial, etnográfico, religioso, entre otros. Sin embargo, para efectos de la investigación, esta se enfocó al turismo vivencial, pues se considera que tiene el potencial de desarrollo en comunidades receptoras andinas, y el que mejor se adapta a la provincia de Chupaca, según el trabajo de campo realizado. Cabe resaltar que otras modalidades de turismo también son practicadas en la provincial.

¿Qué se entiende por sistema turístico?

Según Boullón (1994), un sistema turístico se entiende como las relaciones y vínculos que se dan alrededor del turismo, bajo principios de interdependencia y de regulación interna, y que van a caracterizarse por un funcionamiento sistémico. Esta definición le da una connotación integral al turismo, ya que enfatiza un desarrollo de un turismo más holístico y sistémico abordando en un todo sus problemas y relaciones (Molina y Rodríguez, 1987). Del mismo modo, para Keyser (en Pulido y Sáez, 2011) el sistema turístico es un conjunto organizado de elementos que dependen unos de otros y que cumplen un fin como una unidad. Además, el sistema tiene límites perfectamente reconocibles en el ambiente externo que lo rodea.

Es pertinente plantear este enfoque, al considerarse importante dentro de un trabajo que articule los intereses de todos los sectores involucrados dentro de un trabajo de planificación para la mejora de la gestión del

sistema turístico. En la misma línea, para la OMT (1998), la naturaleza compleja de la actividad turística es el resultado de interrelaciones entre diferentes factores que se dan desde un punto de vista sistémico; es decir, una diversidad de factores interrelacionados entre sí que evolucionan dinámicamente para lograr un objetivo común: el desarrollo turístico.

Los elementos dentro de un sistema de gestión turístico son los siguientes:

- La oferta: representada por la planta turística, bienes, servicios y organización involucrados en la experiencia turística del visitante.
- La demanda: representada por los consumidores turísticos.
- El espacio geográfico: espacio físico territorial donde convergen la oferta y la demanda turística. □ Los operadores de mercado: organizaciones intermediarias encargadas de facilitar el encuentro entre demanda y oferta turística (agencias de viaje, empresas de transporte, organismos públicos que promocionan el turismo, etc.).

Por otro lado, la Organización Mundial del Turismo (1998) “la actividad turística hoy en día desde la perspectiva económica, es considerada uno de los sectores de más rápido crecimiento de la economía mundial; para algunos países es la primera generadora de ingresos por encima de la industria y el petróleo. La importancia del turismo como entrada de moneda extranjera se ve con claridad en países como España, la India y

Tailandia, donde el turismo es la primera fuente de ingresos de divisas”¹.

La organización Mundial del Turismo (2006) aseguraron que, “el turismo a nivel mundial continuará con su tendencia creciente y se prevé que para el

¹ Organización Mundial del Turismo. “Comisión de Estadísticas de las Naciones Unidas” 1998

año 2020 la actividad movilice más de 2.300 millones de personas, por lo que se requiere una política de desarrollo sostenible”².

“En países como Chile y Colombia, el turismo constituye la mayor fuente de actividad económica del mundo, por eso buscan en el turismo la panacea para sus males económicos y la palanca que los catapulte al desarrollo y al bienestar”.¹⁰, habiendo preparado un plan de concientización ante la urgencia de captar corrientes turísticas con la intención de transformarla en un destino turístico de primer nivel, a través de los cuales se transmita a la población en general conocimientos básicos sobre la actividad turística y las posibilidades que puede brindar a la comunidad receptora a partir de una conciencia turística; teniendo en cuenta que el turista de hoy es cada vez más exigente no sólo en relación a las actividades que se ofrecen en el destino sino también en cuanto a la calidad de servicios que recibe.

Clifor Sosa de la Cruz (Pág.85, 2004) sostiene que “la conciencia turística tiene implicancias sobre el conocimiento del potencial turístico, sobre las actitudes y compromisos morales y éticos, sobre el trato al turista en cuanto a bienvenida, hospitalidad y sobre el aprovechamiento de los recursos para que aporten beneficios al país”.

Es en este contexto que es necesario desarrollar:

- a) **Conciencia turística del ciudadano en el destino turístico**, debido a la necesidad de que este, se identifique seriamente con los recursos turísticos, para conocerlo, mostrarlo, difundirlo y preservarlo.

² Organización Mundial de Turismo. “Barómetro Junio del 2006” ¹⁰
Huayon, José “Turismo el Futuro del Perú” Pág. 23. 2006

- b) **Conciencia turística del prestador de servicios**, en razón de la armonía y coherencia que debe haber en las personas, con respecto a la vocación de servicio, el encaje cultural y ocupacional.
- c) **Conciencia turística de las autoridades**, pues de las actitudes de los representantes del sector, con respecto a la facilitación para los turistas, se desprende el grado profesional”.³

En Perú en el 2004, gracias a un convenio firmado con el Ministerio de Educación, se logró insertar los contenidos turísticos propuestos por el proyecto, Fortalecimiento Integral del Turismo (FIT-PERU) en el currículo educativo, de las Regiones de Lambayeque, La Libertad, Cajamarca y Amazonas. Principalmente las dos últimas regiones, poseen unos de los más altos índices de pobreza y pobreza extrema a nivel nacional, pero a su vez cuentan con un rico potencial turístico no incentivado.

De esta forma se busca contribuir con alternativas de desarrollo que necesita cualquier comunidad; se elaboraron guías de contenidos turísticos de educación secundaria, cuadernos interactivos (tradiciones y costumbres) y narraciones ilustradas, que fueron distribuidos entre los docentes y actores sociales, durante los talleres de formación que ejecutó el proyecto.

“Los docentes, luego de un riguroso proceso de capacitación, trabajaron durante todo el año, contenidos turísticos con alumnos de colegios públicos, quienes a su vez han concretado sus aprendizajes en proyectos de turismo local. El proyecto realizó acciones de capacitación con taxistas, lustrabotas y artesanos, con el fin de generar conciencia turística y desarrollar capacidades locales de acogida del turista. Luego de este proceso, el proyecto apoyó en la elaboración del Planes de Desarrollo Turístico Local, como estrategia para generar fuentes de empleo y mejorar la calidad de vida de la comunidad. Actualmente, los gobiernos locales de Ferreñafe en

³ Sosa , Clifor “Identidad Cultural y Conciencia Turística Pilares de Desarrollo” Pág. 85,2004

Lambayeque y Baños del Inca en Cajamarca, han implementado Oficinas de Información Turística”⁴.

Para tener conciencia turística hay algo que no debemos olvidar: “nadie es consciente de lo que no sabe, tampoco se puede amar lo que no se conoce. Por ello es muy importante que tengamos la actitud de interés para conocer nuestras riquezas, nuestra historia, nuestra música”.⁵ Claro está, que el origen del turismo busca interiorizarnos en nuestras raíces, para identificarnos con nuestro pueblo que busca mostrar al mundo las bondades que poseemos, con esta expresión podemos mostrar al mundo lo que tenemos y de esta forma poder transformarlos en divisas que nos conduzcan al bienestar.

“La conciencia turística no consiste solamente en una actitud positiva hacia los fines del sector Turismo. Trasciende este marco para convertirse en una actitud dinamizadora de un conjunto de valores indispensables para el proceso de desarrollo (entre ellos: cuidado ambiental, desarrollo sostenible, tolerancia, solidaridad y preocupación por los valores culturales propios). La conciencia turística es, por consiguiente, agente promotor de peruanidad.”¹⁶.

2.3. TEORIAS EDUCATIVAS Y CONCIENCIA TURISTICA

Integrada por planteamientos teóricos del que hacer pedagógico, a partir de los juicios o leyes científicos, desarrolladas por estudios de las ciencias de la educación, en los cuales se fundamenta el presente marco teórico gracias a los trabajos de investigación acerca del comportamiento humano y el ciclo vital del desarrollo del niño por parte de Jean Piaget, en 1930 en Suiza, Lev Vigotsky ,en 1934 en la Unión Soviética y Arnold Gessel en 1948 en los

⁴ Revista “El Profesional” Pág.12,2006

⁵ Corbata, José, “Revista TNEWS art. 10 de Julio, 2001

Estados Unidos de Norte América surgió la corriente pedagógica denominada constructivismo.

Estos teóricos sirvieron para que en el Perú se difundiera sus planteamientos dentro de la década de la Reforma Educativa. Sin embargo, para algunos creen que es una moda, pero para “Oswaldo Orellana el constructivismo pedagógico es un marco explicativo que agrupa a un conjunto de teorías psicológicas y pedagógicas con el fin de lograr una mejor educación escolar.

□ **TEORÍA DEL APRENDIZAJE SOCIAL DE ALBERT BANDURA**

Es el creador de la teoría social del aprendizaje, que se centra en los conceptos de esfuerzo y observación. Sostiene que los humanos adquieren destrezas y conductas de modo operante e instrumental y que entre la observación y la imitación intervienen factores cognitivos que ayudan al sujeto a decidir si lo observado si imita o no. En los niños afirma Bandura, la observación e imitación se dan a través de modelos

¹⁶ Proyecto de Fortalecimiento Integral del Turismo (FITPERU). 2005

¹⁷ Olortegui, Pedro, “Comisión de Industria Comercio Turismo y Pymes”. Pág., 118. 1988

que pueden ser los padres, educadores, amigos y hasta los héroes de la televisión.

La imitación puede darse por los siguientes factores:

- Por instinto: Las acciones observadas despiertan un impulso instintivo por copiarlas.
- Por el desarrollo: Los niños imitan las acciones que se ajustan a sus estructuras cognoscitivas.
- Por condicionamiento: Las conductas se imitan y refuerzan por moldeamiento.

- Conducta instrumental: La imitación de vuelve un impulso secundario, por medio de refuerzo repetido de las respuestas que igualan las de los modelos. La imitación reduce los impulsos.

Los factores cognitivos se refieren concretamente a la capacidad de reflexión y simbolización, así como a la prevención de consecuencias basadas en procesos de comparación, generalización y autoevaluación. En definitiva, el comportamiento depende del ambiente, así como de los factores personales (motivación, retención y producción motora).

Interacciones Recíprocas, Bandura analiza la conducta dentro del marco teórico de la reciprocidad triádica, las interacciones recíprocas de conductas, variables ambientales y factores personales como las cogniciones. Según la postura cognoscitiva social, la gente no se impulsa por fuerzas internas ni es controlada y moldeada automáticamente por estímulos externos. El funcionamiento humano se explica en términos de un modelo de reciprocidad triádica en el que la conducta, los factores personales cognoscitivos y acontecimientos del entorno son determinantes que interactúan con otros.

La educación sirve para muchos fines, uno de ellos es crear conciencia en todos los niveles y ámbitos de los individuos sobre la función que cada uno debe desarrollar y cumplir como persona y ser social dentro de una determinada sociedad y ambiente, la formación de la persona social se logra a través de dos procesos: la socialización y la educación. La educación lleva de manera implícita ese papel de socialización del hombre, pero este no lleva implícito la de aquél.

Con respecto a esto, en los últimos años la tendencia a viajar se ha incrementado debido a factores derivados de un aumento de los medios de comunicación, aumento de la población activa, el retraso de la edad del matrimonio, el incremento de las parejas sin hijos, el número de adultos

solteros, personas adultas que se encuentran en buen estado físico quienes quieren invertir en algo su tiempo. En el aumento del turismo también tiene mucha relación que se trabajan más horas que antes, se gana mejor, además de que hay cada vez más lugares que visitar por causa del aumento de los destinos y del marketing, el desarrollo de los medios de transporte, junto con las llamadas ofertas que ofrecen posibilidades de pagos en cuotas.

El significado de lo que turismo quiere decir no cuenta todavía con una definición exacta de lo que verdaderamente representa, un factor de intercambio social, cultural, productor de incrementos en los ingresos económicos; por lo mismo, tampoco ha adquirido la conciencia colectiva que necesita como para que se le otorgue la debida importancia, lo ven como algo solo de un grupo, de los que viajan, pero esto va más allá de los participantes directos en el turismo, integra a grupos que aparentemente no están ligados a la actividad como por ejemplo los residentes del lugar que reciben al turista.

Visto que la actividad turística no solo afecta al que viaja y que conjuga varios elementos, se puede decir que es un fenómeno complejo en el que se debe analizar cada una de las partes que participa en él. El concepto y la manera de comportarse frente a esto no está determinado y ni siquiera guiado hacia un mejor camino en el que se pueda conseguir un mayor provecho de ese desplazamiento de personas, como puede ser un intercambio cultural, modos de vida, conservación del medio ambiente, superiores ingresos económicos, etc.

La conciencia que el hombre posee está determinada por su relación con otros hombres, es un proceso social el cual se va adquiriendo mediante la convivencia con los demás, se transforma en esa interacción con los otros. Presupone una intervención de tipo educativo para llegar a transformarse y conformarse como conciencia capaz de saber, prever, querer, etc.

(Barreiro, 1984).

Para las personas la sociedad está dada como algo explicable por sí mismo, pero no se han puesto a pensar que es el resultado del trabajo y de las relaciones que los hombres practican con su mundo y entre sí. Hablemos de las proposiciones iniciales citadas por Julio Barreiro (1984) para su análisis de las relaciones del hombre y la sociedad en su búsqueda por comprender la conciencia:

- *El hombre es un ser de externalizaciones, es decir que proyecta hacia afuera de sí a través de procesos de simbolización. Es un modo de comportamiento necesario para el hombre.*
- *Los comportamientos humanos son interactivos en el que se producen formas de interinfluencia de reacciones entre dos o más sujetos.*
- *Las interacciones humanas representan o son comportamientos sociales porque se realizan por personas en un contexto de personas y además porque son determinados socialmente como expresiones de patrones de comportamiento, en la misma medida en que son socialmente significativos por recibir interpretaciones de contenidos socialmente determinados.*

Señala el autor, que las externalizaciones son interactivas, socialmente significativas y además tienden a repetirse, dando paso a una forma de permanencia que inaugura una rutina social o se encuadra en una rutina ya existente. Cuando eso pasa, la acción social se habitualiza, provocando una tipificación, es decir, son atribuidos significados comunes a una misma acción social. Finalmente, la atribución de significados comunes a las acciones sociales habitualizadas por sus agentes producen las llamadas instituciones sociales, éstas integran la estructura de la sociedad y participan en la dinámica de su organización como mecanismos de control ejercido sobre sus participantes. Al mismo tiempo las instituciones sociales se presentan como una realidad social producida y objetiva que como tales a través de un proceso de legitimación se vuelven una realidad social explicada y justificada bajo la forma de conocimientos, valores y normas; y por medio de las cuales las

instituciones y el orden social se aceptan constituyéndose de esta forma el conocimiento social.

Siguiendo con la propuesta de Julio Barreiro (1984), quien basa su estudio en Berger y Luckman, dejamos claro que:

- *La sociedad es una producción humana.*
- *Producción social resultante de comportamientos interactivos y socialmente significativos.*
- *Los comportamientos producen instituciones sociales y legitimaciones resultantes.*

Una vez determinados los puntos arriba mencionados el autor sostiene que, la idea de conciencia y los comportamientos dependen directamente del tipo de sociedad en que las personas se encuentran y las posiciones que en ellas ocupan. Una persona existe en una sociedad en la medida que empieza a estructurar su propio modo de ser y comportarse; proceso complejo que se inicia y configura a partir de sus experiencias de las relaciones de contactos con los demás dentro de las diferentes esferas de la sociedad.

Y, en coincidencia con G.H. Mead (1993) la persona surge como algo que tiene desarrollo, no está presente en el nacimiento, pero surge en el proceso de experiencia y actividades. Todo lo anteriormente citado será la base en la cual estaremos fijando la teoría para el desarrollo de la investigación. Si el ser humano es el resultado de un proceso social (como también lo admiten G.H. Mead, 1993 y Alfred Schutz, 1977) y por ende la formación de su conciencia está determinada de esas relaciones con otros hombres, nos atrevemos a suponer que la educación es ese factor que nos puede permitir realizar esa acción de influencia en las mentes de cada uno. Al hablar de educación nos referimos a los diferentes tipos de educación señalada por los estudiosos en el campo de la pedagogía: formal, no formal e informal.

La educación formal y no formal tienen aspectos en común, son intencionales están organizadas y sistematizadas, basadas en planes y procedimientos a seguir de lo que se pretende enseñar. Presentan (...) una estructura educativa graduada y jerarquizada que se orienta a la provisión de títulos académicos (Sarramona, 1992; 20). Como ejemplo dado en las escuelas, clases particulares de un curso específico como idioma, piano, computación, etc. La educación informal por su parte es aquella que no se ajusta a unas formas educativas determinadas, las llamadas clásicas o convencionales, como la escuela. Educa, pero desconocemos su forma educativa ya que carece de programas o planes de estudio (Trilla Bernet, 1987).

2.4. DESARROLLO TURÍSTICO Y CULTURA

El desarrollo del turismo en las últimas décadas es sorprendente, posiblemente ello se deba a factores como población segmentada, economía desarrolladas, tecnologías digitales, carga laboral etc. Todas estas expresiones es preocupación de los gobernantes de cualquier gobernante del mundo, por eso las políticas de gobierno van adecuando a un determinado comportamiento socioeconómico del sistema social imperante como la que se evidencia en estos tiempos con el neoliberalismo y la globalización de los países del mundo. En tal sentido:

“El turismo es un fenómeno social que consiste en el desplazamiento voluntario y temporal de los individuos o grupos de personas, que fundamentalmente que, por motivo de recreación, descanso, cultura o salud, se trasladan de un lugar de residencia habitual a otro, en el que no ejercen ninguna actividad lucrativa ni remunerada” (Gamaliel De

Amat Quiroz y Edwin De Amat Quiroz: 2003:90)

En este contexto el turismo se entiende el desplazamiento de personas con la finalidad de satisfacer sus expectativas emocionales, culturales, psicológicas etc.

En lugares muy distintos fuera de su domicilio, donde su permanencia como mínimo se puede expresarse en 24 horas a más, pero no debe parar los 90 días. Entonces estas formas de satisfacción se diversifican en sus ofertas, con la finalidad de satisfacer demandas de los turistas.

Entendiéndose a una de las formas lo siguiente. “El término social no era de fácil imposición, por lo que se le quiso calificar de popular. Se le llamaba social por ser turismo de trabajadores de obreros, que perseguía un fin de convivencia y descanso. Quienes querían convertirlo en popular, pensaban en un turismo de masas, de gente con ingresos menores, pero no necesariamente un turismo de la clase trabajadora u obrera” (Ripoll Graciela: 1999:40).

Lo social esta expresado por conjunto de consideraciones que es muy difícil de consensuar, pero recurriendo a los tratadistas de las Ciencias Sociales esta expresada a las formas de vida del hombre y su comportamiento dentro de la interrelación con otros hombres y las formas que muestran. Por lo tanto, el turismo social involucra a los sectores sociales cuyas actividades económicas no son muy expectantes para cubrir sus demandas familiares, pues para ellos crean programas de visitas turísticas dentro del entorno local.

□ TEORÍA SOCIO CULTURAL

Fue planteada por el estudioso Lev Vigotsky, quien innovo los nuevos planteamientos del que hacer educativo a partir de la actividad educativa vinculada con su medio social cultural en el cual se encuentra el estudiante y durante su proceso de aprendizaje va logrando resultados críticos de carácter significativo a ello se denomina constructivismo. Haciendo un

recuento histórico, el constructivismo pedagógico no es tan nuevo. (...) A ella se agregan pedagogos como

Dewey, Decroly, Claparede, que afirman su convicción constructivista”. (Calero Pérez Mavilo: 1997:34). Es decir, prima la frase que, “solo haciendo y experimentando es que el niño aprende, es desde su propia actividad vital como el niño se desarrolla; partiendo de su interés y necesidades es como el niño se autoconstruye y se convierte en protagonista y eje de todo proceso educativo” (Ídem).

Este mismo proceso descrito por Calero se da también dentro de la población estudiantil de nivel superior, a partir de sus conocimientos previos que ha construido en los primeros niveles de la educación, en tal sentido la investigación se inclinara a la teoría culturalista o teoría sociocultural del Soviético Lev Vigotsky, que sostiene “Que el desarrollo se realiza a través de la evolución cultural que da por fruto las funciones psicológicas superiores.

Requiere de mediciones instrumentales referidas al lenguaje y sociales surgidas de la actividad conjunta y cooperación. La construcción del conocimiento individual se articula con la cultura a través del lenguaje. El Aprendizaje del lenguaje está vinculado con situaciones reales, en la que los niños necesitan comunicarse.

En este sentido la situación sociocultural provee al individuo los conocimientos o saberes que son el resultado de un complejo proceso colectivo de representación y reconstrucción mental del entorno a través de un lenguaje compartido. La construcción teórica de Vigotsky descansa en los fundamentos filosóficos marxistas (...) no es la conciencia de los hombres lo que determina su ser, sino por el contrario, es su ser social lo que determina su conciencia”.

(Separata: Que es constructivismo: 1998:14,15).

En este caso Vigotsky considera el proceso educativo está estrictamente relacionado con las manifestaciones culturales y a partir del cual se construye los conocimientos del educando tomando en consideración los niveles educativos que deben ser canalizados por los educadores. “Pero, sea cual fuera la importancia de estas educaciones especiales, no son ellas toda la educación. Hasta puede decirse que no se bastan a sí mismas; dondequiera que se las observe, no se distinguen las unas de las otras más que más que a partir de un cierto punto, más allá del cual se confunden. Se apoyan todas en una base común”.

No hay pueblo donde no exista un cierto número de ideas, de sentimientos y de prácticas que la educación debe inculcar a todos los niños indistintamente, sea cualquiera la categoría social a que pertenezcan. Aun allí donde la sociedad está dividida en castas, cerradas las unas a las otras, hay siempre una religión común a todas y, por tanto, los principios de la cultura religiosa, que es entonces fundamental, son los mismos en toda la extensión de la población. Y como estas divinidades encarnan y personifican ciertos sentimientos, ciertas maneras de concebir el mundo y la vida, no se puede ser iniciado en su culto sin contraer, a la vez toda clase de hábitos mentales, que trascienden de la vida puramente religiosa” (Luzuriaga Lorenzo: 1964:168).

Resulta de estos hechos que cada sociedad se forma un cierto ideal del hombre, de lo que éste debe ser, tanto desde el punto de vista intelectual como físico y moral; que a partir de cierto punto se diferencia según medios particulares que toda sociedad lleva en su seno. Es este ideal, a la vez, uno y diverso, lo que constituye el polo de toda educación. Esta tiene, pues, por función suscitar en el niño: primero cierto número de estados físicos y mentales que la sociedad a que pertenece considerada como debiendo estar ausentes en ninguno de sus miembros; segundo ciertos estados físicos y mentales que el grupo

social ⁶ particular (casta, clase, familia, profesión) considera igualmente como debiendo encontrarse en cuantos lo forman. Así, son la sociedad en su conjunto y cada medio social particular, quienes determinan ese ideal que la educación realiza. La sociedad no puede vivir si entre sus miembros no existe una suficiente homogeneidad: la educación perpetúa y refuerza esta homogeneidad fijando de antemano en el alma del niño las semejanzas esenciales que exige la vida colectiva...". (Luzuriaga:

1964:169).

Dentro de esta concepción el estudio está centrado en la construcción de estrategias didácticas, o modelos de enseñanza que son generalmente construcciones mentales que se diseñan para aplicar durante el proceso de enseñanza aprendizaje en la relación docente e estudiante.

En este sentido por ejemplo "Piaget subordina el aprendizaje al desarrollo cognitivo del individuo y Vigotsky considera el aprendizaje como fenómeno social. Todo proceso de aprendizaje forma una Zona de Desarrollo Próximo y gracias a ella el alumno logra desenvolverse ante una tarea que antes no dominaba y ello es prueba del desarrollo cognitivo. La ausencia de interacción social priva al hombre de funciones psíquicas superiores. Para el constructivismo la calidad de la enseñanza está dada por las condiciones que rodean todo el proceso de aprendizaje" (Calero Pérez: 1997:40).

⁶ La estructura social del país está dividido en clases sociales, estratos sociales y capas sociales (cada una totalmente sub divididas, de acuerdo a la vida económica que realizan los individuos).

□ TURISMO ÉTNICO

El turismo receptivo generalmente es muy foquista ⁷, a lugares exclusivos de disfrute de atractivos de renombre internacional⁸, en esta apreciación se indica:

“...Este modelo crea impactos negativos tanto directos como indirectos en los diferentes ámbitos donde se da, por ejemplo, en el medio por el deterioro de los espacios y paisajes, en el aspecto socio cultural, en las comunidades receptoras por la pérdida de la autenticidad, comercialización y problemática de aculturación, endoculturación o bien la transculturización” (Zamorano Casal Francisco: 2002:213).

“La opción nuevamente es el turismo alternativo, en esta ocasión la modalidad denominada turismo rural, que ofrece un amplio abanico de posibilidades para practicar esta nueva forma de descansar y de ponerse en contacto con la naturaleza y la realidad social, sobre todo hoy, cuando el turista busca preferentemente la naturaleza intacta y las curiosidades naturales” (ídem:213).

“De igual manera que en otras alternativas, hay confusiones en cuanto a la denominación del término turismo étnico, ya que algunos le llaman agroturismo, turismo de fincas o agroturismo. Así se tiene algunos ejemplos:

(...) mientras que para la Administración Turística en España prevalece la concepción del turismo rural como una actividad turística en el interior. De las definiciones anteriores provienen además otra serie de definiciones como el turismo en pueblos y otras modalidades más

⁷ Por ejemplo en turismo de aventura de riesgo en Huaraz es el destino turístico de importancia en el país, como lo que es Cusco en lo cultural.

⁸ Cusco internacionalmente es más conocido, que el propio país, gracias a sus restos arquitectónicos monumentales, donde el 80% de turistas llegan para apreciar estos restos.

dependiendo del espacio y forma rural utilizados para su realización” (ídem: 214)

“En adelante simplemente se denominará como turismo étnico una vez que se aclaró que puede tener modalidades particulares, pero en general se trata de un turismo de bajo impacto tanto ambiental como sociocultural, que facilita vivencias y experiencias que enriquecen el desarrollo de la personalidad, ayuda a recuperar el equilibrio físico y psicológico del turista, hace accesible la comprensión de la realidad de las comunidades anfitrionas mediante la convivencia auténtica y espontánea con sus pobladores, y trae una derrama económica que llega de manera más íntegra a los prestadores de servicios de la localidad y a sus anfitriones. Entre otros beneficios se encuentra la recuperación y mantenimiento de manifestaciones arquitectónicas y culturales de la región visitada, así como la protección de los entornos naturales” (Ídem: 214).

De igual forma los turistas tienen sus propias características en sus clasificaciones a partir de los modos de vida y por el nivel de satisfacción que requieren. “...Entender a los turistas y sus costumbres constituye el tema principal en la investigación sociológica del turismo” (Rubio Gil: 2003:51). Cita que nos da a conocer que las costumbres de los turistas no es una sola, por ello se requirió la participación de la Sociología para poder precisar lo que necesita el turista.

En términos un poco más concretos y con fines de la presente investigación, hablamos de un aspecto dual en la educación en el sentido de que se recibe y acepta del lado que venga, es decir, por la escuela, las personas que se frecuentan, el ambiente social, etc., permite ser vista como un medio para que la formación de conciencia en los individuos, en nuestro caso particular la formación de la conciencia turística.

Para este autor, el turismo se encuentra ante una gran problemática debido a los diversos elementos que lo integran como lo son la educación obsoleta, la pérdida de conciencia turística, la calidad de los servicios, carencia de ética

profesional, etc. Señala que la conciencia turística se demuestra a través de un buen trato y tacto con las personas, una disciplina, sentido de responsabilidad, cortesía, amabilidad, honestidad con las personas que nos visitan. Sostiene además que si se logra la concientización turística se llegaría a asimilar las corrientes turísticas y afirma que dando a conocer la dimensión real del turismo, sus valores en recursos turísticos, importancia de una buena atención en los servicios, trato afable y cordial con los turistas, se tendría una corriente estable y segura de visitantes que nos permitirá lograr nuestro objetivo de convertir al turismo en una actividad beneficiadora de la comunidad, región y país tanto en lo cultural, social y económico.

Coincidimos en cierta forma con las definiciones de cada uno de los autores, pero existe un punto en el que todos convergen y se limitan, **que es el de que la conciencia turística se debería dar únicamente en las personas prestadoras de servicios, y nosotros lo que argumentamos es que esta conciencia turística debería darse en la población de destino, en el turista y en los servidores del turismo debido a que todas estas personas de alguna manera se ponen en contacto en situaciones y momentos que el turismo genera. Esta conciencia se da mediante una formación educativa por alternancias, tal como lo propone Mónica Balbuena Portillo (2008).**

2.5. ORIENTACIONES CONCEPTUALES ACERCA DEL TURISMO

□ CULTURA

Dentro del Diseño Curricular, la educación centrada en los valores se propone guiar el comportamiento, orientar la vida y configurar la personalidad de los estudiantes, estableciendo las bases para la formación de un ciudadano con valor por sí mismo y por ende con un compromiso social y con una cultura que les permita ser constructor activo del medio en el que se desenvuelven.

En este caso específico, la cultura es definida por la Biblioteca de Consulta Multimedia Interactiva Microsoft Encarta 2007, como: Un conjunto de rasgos distintivos, espirituales y materiales, intelectuales y afectivos, que caracterizan a una sociedad o grupo social en un periodo determinado. El término 'cultura' engloba además modos de vida, ceremonias, arte, invenciones, tecnología, sistemas de valores, derechos fundamentales del ser humano, tradiciones y creencias. A través de la cultura se expresa el hombre, toma conciencia de sí mismo, cuestiona sus realizaciones, busca nuevos significados y crea obras que le trascienden.

De allí que pueda decirse que, a los actores más relevantes del desarrollo y adquisición de una cultura en el entorno educativo, le corresponde a los directivos, docentes, y a quienes de una u otra forma intervienen en la fundamentación y estructuración de los Diseños Curriculares de la universidad, el cual debe crear programas educativos que se orienten a la promoción de la cultura regional, y nacional, de la misma manera deben comprometerse en el proceso de educación y difusión cultural los padres de familia y las masas populares.

Es conveniente destacar que la **Identidad cultural** es propia de la sociedad, puesto que se refiere al conjunto de elementos que identifican a una cultura y que sus integrantes toman como suyos. Es un elemento que une a todas las personas que integran una nación, pueblo, son las costumbres propias del lugar, y el sentimiento que produce el sentirse parte de ese conjunto de elementos que le identifican como perteneciente a determinada sociedad.

Sin duda alguna, la cultura popular andina es muy rica en cada región del país. Sin embargo, a pesar de toda esa riqueza y belleza cultural que tiene el Perú, la juventud ha sido víctima del fenómeno de la transculturización, debido a que se ha dejado llevar por las costumbres ajenas a su cultura y

ha tratado de imitarlas, olvidando quién es en verdad y de dónde viene, sus raíces y por ende su cultura.

Hay que destacar que la **Cultura popular en general** es una mezcla de tres culturas distintas, la indígena, la africana y la española. Las dos primeras a su vez tenían culturas diferenciadas según las tribus; pese a ello, la transculturación y asimilación, condicionó para llegar a la cultura popular peruana actual, similar en muchos aspectos al resto de América Latina, pero el medio natural hace que haya diferencias importantes. La influencia indígena se limita a la toponimia, danzas canciones, vestidos artesanía gastronomía etc. la influencia africana del mismo modo, además de la música el baile y los instrumentos musicales como el tambor. La influencia española fue más drástica, que se impuso con sangre y fuego durante la época colonial. Ejemplos culturales de ellos, se pueden mencionar las edificaciones, parte de la música, la religión católica y el idioma.

Durante la republica la influencia de otras culturas como chinos japoneses, europeos, etc., enriqueció nuestra cultura popular. A partir del siglo XIX en las grandes ciudades y las regiones costeras irrumpieron manifestaciones culturales de origen estadounidense y de la nueva inmigración de origen español, italiano, portugués, alemán etc. Después de la segunda guerra mundial aumento el complejo mosaico cultural Dado que el Perú forma parte de la comunidad mundial, hoy en día se puede observar la influencia de otras culturas, que en algunos casos han contribuido al deterioro del arte y de la cultura autóctona.

Esto ha incidido en la descalificación de valores e inclusive en el olvido de muchas de las creencias, mitos, costumbres, tradiciones y sobre todo de nuestros valores. Actualmente, a través de los medios de comunicación es mucho lo que se puede ver o conocer de otras culturas, también es mucho lo que se puede aprender, y mucho lo que se imita. Y es precisamente allí, donde el docente debe enfocar su esfuerzo, en hacer ver al educando que

la cultura popular andina y peruana y por ende la identidad cultural poseen todos los elementos comunes que unen a una sociedad o pueblo, una nación, personas, tales como el idioma, la religión, gastronomía, folklore, música, danza, y muchos otros; lo que conduce a que esa serie de valores o costumbres pueden ser morales, religiosos, culturales, gastronómicos, sociales, territoriales, en fin, ese conjunto de elementos deben ser fomentadores del valor identidad y actuar como soporte y referentes para preservar el orden de la sociedad.

□ VALORES SOCIOCULTURALES DE LA CONCIENCIA TURÍSTICA

Los valores están de moda ¿por qué será? aunque quizá no sea esta la palabra más adecuada, habría que decir que los valores están de actualidad. La palabra "moda" indica algo que prevalece y que cae; en cambio los valores no pasan y caen, sino que o se actualizan o bien dejan de estar en la actualidad. Por tanto, no hay valores de moda sino valores que relucen más que otros; en buena medida porque siempre se necesitan unos valores más que otros.

Cuando se trata el tema de la educación y valores se está entendiendo educandos han perdido sus valores morales o valores humanos que para el caso es lo mismo. Y ¿qué ocurre con el resto de valores? Los estéticos, los religiosos, los intelectuales, los útiles están ahí no dejan de ser esenciales, pero sin duda que son los morales los que nos permiten ordenar los restantes de una forma ajustada a las exigencias de nuestra naturaleza o de nuestro ser personal, ya que los valores morales actúan como integradores de todos los demás y no como sustitutos de ellos.

La formación de mejores ciudadanos, requiere de actores sociales con posibilidades de autodeterminación, con capacidad para representar intereses y demandas, y para ejercer tus derechos individuales y colectivos dentro de las normas jurídicamente establecidas.

En sí, se necesita desarrollar valores, actitudes, capacidades y habilidades generales que permitan el dominio y la creación de nuevos conocimientos. El eje de todo esto se encuentra en la educación y los maestros, y lo más importante en los niños y niñas, ¿Por qué?, porque no tendría sentido hablar de valores y actitudes si no hay nadie a quien le, interese desarrollarse como individuo. Sin dejar de lado el proceso de la educación en los valores, a los padres de familia, la comunidad y la sociedad en su conjunto y los medios de comunicación de masas.

Es por ello que, integrar los valores al aprendizaje de manera intencionada y consciente significa no sólo pensar en el contenido como conocimientos y habilidades, sino en la relación que ellos poseen con los significados de la realidad, el que debe saberse interpretar y comprender adecuadamente a través de la cultura y por lo tanto del comportamiento científico y cotidiano, en ese sentido el valor también es conocimiento, pero es algo más, es sentimiento y afectividad en el individuo

Marcano y Jiménez, (2005) en su obra "La Valija Didáctica" describen cada uno de los valores que debe poseer el ser humano para poder obtener una formación integral, los mismo que pueden servir de base en los procesos de desarrollo de la conciencia turística de las personas, especialmente de los estudiantes:

1. *Libertad*: La libertad debe ser entendida como el bien más valioso del ser humano, reconociendo que la misma es sinónimo de atención, normas y obediencia. Ser libres significa ser creadores y la verdadera creatividad exige orientar el talento hacía un ideal auténtico de vida.
2. *Justicia*: es un valor que se construye día a día, es la voluntad de ser firme en conceder a cada uno los derechos que tiene. Es indispensable para vivir en sociedad; la justicia es desinteresada y generosa, para ser justos se debe dejar a un lado los egocentrismos y reconocer que cada persona es igual en dignidad que cualquier otra.

3. La *Paz*: Se entiende como una situación de concordia con los semejantes y se relaciona con todo lo que hace que vale la pena vivirla. Es fruto de la justicia y del ejercicio de la verdadera libertad, convirtiéndose en uno de los valores que permite la supervivencia de la especie y la preservación del mundo en que se vive.

4. *Responsabilidad*: Es hacerse cargo de las acciones de los procesos y de las secuencias de los actos, aun cuando no sean los más apetecibles. Es una cualidad indispensable para crecer como persona, puesto que la responsabilidad no se reduce a cumplir deberes, es una actitud de constante disposición a responder positivamente a un valor.
5. *Trabajo*: Trabajar es sólo el primer paso, hacerlo bien y con cuidado en los pequeños detalles es cuando se convierte en un valor. El trabajo significa hacer con cuidado y esmero las tareas, labores y deberes que son propios de las circunstancias. Pero trabajar no significa únicamente "cumplir" un trabajo, también implica el ayudar a quienes nos rodean en el trabajo, la escuela, e incluso durante nuestro tiempo de descanso.
6. *Tolerancia*: Es esencial para seguir siendo humanos, la tolerancia es respeto a la otra persona a pesar de las diferencias que se tengan con ella. La tolerancia mutua, la verdadera tolerancia no se reduce a mera permisividad, no implica indiferencia ante la verdad y los valores; supone respeto en sentido de estima.
7. *Honestidad*: es una forma de vivir congruente entre lo que se piensa y la conducta que se observa hacia el prójimo, que, junto a la justicia, exige en dar a cada cual lo que le es debido. La honestidad es una virtud que ha de convertirse en valores del ser humano, para poder conservar los principios en todo momento. Faltar a la honestidad conduce a romper los lazos de amistad establecidos, en el trabajo, la familia y en el ambiente social en el que el ser humano se desenvuelve, se puede pensar que de esta manera la convivencia se hace prácticamente imposible, pues ésta no se da, si las personas son incapaces de confiar unos en otros.
8. *Igualdad*: este valor establece que todos los hombres son iguales, sin embargo, no resulta sencillo en la práctica, pues el individuo tiene que

aprender a aceptar las diferencias legítimas que son las diferencias individuales a fin de poder valorarlas; pero también aprender a rechazar

las diferencias no legítimas como son los privilegios, las posesiones, el hecho de que algunos valoren más tener que el ser, entre otros.

9. *Amor a la Patria*: Es el sentimiento más trascendental que posee el ser humano y el más perdurable. Por amor, el hombre se transforma y cambia su manera de ser, se salva a sí mismo a través de la construcción, innovación, evolución, en contra de todo lo caótico y destructivo. El amor como valor se convierte en el punto más elevado en la escala de valores, pero también de donde proceden y se derivan todos los demás valores.
10. *Perseverancia*, Es la clave para conseguir las metas que el ser humano se propone. Es un valor que se traduce en un empuje constante que proviene del mismo ser humano. Nadie nos puede mover a realizar acciones si no queremos. Basta querer siempre para mantener la perseverancia como el impulso que se necesita para triunfar en la vida.
11. *Dialogo*: Es la comprensión, comunicación, la paz y la hermandad entre los seres humanos. Para poder dialogar, el ser humano debe abrirse con sinceridad al otro y lo más importante es saber escuchar, porque el que sólo habla, no está dialogando, sino pensando en voz alta.
12. *Convivencia*: Convivir es más que una obligación, es un esfuerzo por superar las diferencias que necesariamente surgen entre todos los que viven juntos. La convivencia es una actitud que se pone en práctica en la cooperación mutua. Es la necesidad de vida, pero se hace un valor que demuestra conciencia sobre la existencia y sus circunstancias. Sólo cuando haces tuyo el valor de la convivencia, no se afectarán las diferencias con los demás.

13. Respeto: Respetar implica estimar, valorar debidamente la condición personal de los demás y estar dispuesto a colaborar con ellos para que desarrollen plenamente su personalidad.

□ IDENTIDAD CULTURAL.

Para comprender este concepto tenemos que saber que es cultura, esta tiene su origen en las discusiones intelectuales y se remontan al siglo XVIII en Europa sobre todo en Francia, Inglaterra, Italia, etc. Su origen esta precedido por la palabra civilización que significa orden político , cualidades de civismo, cortesía y sabiduría administrativa, lo opuesto era considerada barbarie y salvajismo , este concepto va articulando con la idea de la superioridad de la civilización, pero con el tiempo va a evolucionar y se dice que la cultura es toda obra humana y que está constituido por un conjunto de elementos que el hombre ha creado y crea através de su existencia que son de tipos material y espiritual este concepto incluye todo las actividades humanas sean materiales o sean inmateriales es decir cultura, son todos los elementos producto del trabajo del hombre en relación con otros hombre dentro de una determinada sociedad.

Entendido así el concepto de cultura se puede decir que identidad cultural consiste en la identificación del individuo con un conjunto de elementos culturales como: valores, tradiciones, costumbres, símbolos, creencias, códigos, normas, rituales, lenguaje, tecnología, vestido, gastronomía, modo de comportamiento es decir el ser y hacer los que funcionan como un elemento cohesionador cuestionador dentro de un grupo social y que sirven para el cambio de desarrollo y evolución de la sociedad.

Podemos decir, que es el sentimiento de pertenecía de un individuo con un conjunto de elementos culturales que son construidos y transmitidos de generación en generación, configurando una identidad a los elementos culturales de una sociedad que al mismo tiempo crean una personalidad individual y social en la medida en que los individuos compartan los mismos

elementos culturales, además la creación de los elementos culturales por una sociedad es el sello símbolo o distintivo que diferencia un individuo o una sociedad de otra aun cuando estas pueden ser parecidos.

Estos elementos culturales son creados y transmitidos de generación en generación que van configurando un hombre y una sociedad con personalidad propia, con autoestima y con sentimiento valorativo de nuestro ser y de nuestra manera de ser, de quiénes somos y de un conjunto de rasgos corporales mentales y espirituales que forman nuestra personalidad.

Esto quiere decir que la persona ha aprendido a quererse y aceptarse así mismo si no hay identidad con uno mismo mucho menos habrá con la familia, con la sociedad, con la cultura en general ; por esa razón la familia debe inculcar los sentimientos valorativos de los elementos culturales en tanto esta, es el núcleo primordial de la sociedad , por eso si la familia tiene problema o está en crisis la sociedad en su conjunto entra en crisis la identidad es la respuesta a la pregunta de quién soy yo , de donde vengo y la respuesta depende totalmente del autoconocimiento, saber mi nombre, mis apellidos, mi ascendencia, etc. ; sabiendo quien soy como soy y cuanto me quiero, entonces la identidad depende de la autoestima y de la auto eficacia , es decir a donde voy y que quiero ser luego evaluar cómo van los resultados .

La identidad personal será fuerte cuando la persona sabe quién es si se ama y sabe lo que quiere, de este modo vemos a una persona con sano orgullo de sí mismo y una alta autoestima que lo capaciten para realizar sus pensamientos, sus ideas, sus propósitos de manera libre sin ataduras y complejos. Es lo que no se puede lograr con los estudiantes del tercer ciclo de turismo que la mayoría de ellos han llegado de la sierra a Ica por estudios o traídos por sus padres para conseguir trabajo.

Al preguntárseles a los estudiantes si hablan el quechua dicen que no , unos por qué no saben y porque sus padres no les enseñó y otros a pesar de saber el idioma no hablan por vergüenza de su origen, así mismo dicen que no quieren hacer el ridículo ante las personas de son de la costa ; al ser preguntados si asisten a las fiestas patronales de su tierra, que se realiza en Ica, la mayoría dice que no eso no es para ellos y al ser preguntado que si siguen practicando las costumbres de la sierra dicen que no y cuando se les preguntas las causas del porque la mayoría dice que sienten vergüenza y cuando se les pregunta con cual se identifica más con la sierra o con la costa , responden con la costa porque la sierra significa atraso , pobreza , y la costa significa adelanto y buen porvenir . Cuando se les preguntan por qué no hablan su lengua materna dicen que la gente se burla y los discriminan, por eso dice que hemos dejado nuestras costumbres por no ser acosado y mortificado por nuestro origen de todo lo señalado la perdida de la identidad se da por las siguientes razones.

- **DISCRIMINACIÓN**, este es uno de los factores casi predominante para la pérdida de identidad, en la medida en que la gente serrana es rechazada por los pobladores de la costa, en estos lugares existen un acentuado proceso de discriminación por el hecho de ser serrano o alto andino. Es increíble que en la costa siga funcionando el racismo la discriminación por color o de su origen. El costeño se siente superior al serrano, y este si no tiene autoestima, siente vergüenza de sus raíces, más aún cuando son forzados, por el segregacionismo y la marginación.
- **MODERNIDAD**, el avance científico y tecnológico , el desarrollo de medios de comunicación difunde un conjunto de ideas e ideologías capitalistas por su puesto erróneas sobre distintos temas, que poco a poco los alejan, a los jóvenes de su cultura ; de esta manera se va a producir en forma indirecta por acción de los medios de comunicación el proceso de a culturización , es decir la imposición mediante métodos cuersitivos de la cultura extranjera en el poblador de la costa, sea o no de la sierra con la que se produce el proceso de transculturización lenta pero segura

- **BAJA AUTOESTIMA;** el sentimiento valorativo de nuestro ser y de nuestra manera de ser, de quienes somos, que queremos, y adónde vamos si estamos relacionados con un conjunto de rasgos corporales mentales y espirituales que configuran nuestra personalidad, esta se aprende cambia y la podemos mejorar. Para la construcción de su identidad la persona tiene que aprender a quererse y aceptarse así mismo. Las personas que bajan de la sierra a Ica generalmente han perdido su autoestima mejor dicho no se quieren, no se respetan y se sienten inferior a los demás, por eso es que imitan la postura de los costeños para parecerse a ellos y no tienen el valor de enfrentarse a los demás con sus elementos culturales traídos de la sierra.

- **ALCANCES O EFECTOS DE LA CULTURA TURÍSTICA,** involucra una espiral creciente que gira en torno al desarrollo sustentable, por ello la gran tarea es la de relacionar a los diferentes sectores de la sociedad: gobierno regional y municipal, organismos no gubernamentales, sector académico e iniciativa privada para que se constituyan como promotores de la **Cultura Turística:**
 - A partir de la difusión de conocimientos y valores, se generan actitudes que se manifiestan en una mejor comprensión del turismo y sus implicaciones, y a la valoración y adecuada administración del patrimonio turístico.
 - Esto trae consigo la integración de una oferta de servicios diversificada, adaptable al medio y a la identidad de los anfitriones, que permitirá atender con más eficiencia al turista, lo cual puede propiciar mayores corrientes de visitantes.
 - Los beneficios de diversa índole generados por este proceso favorecerán la consolidación de productos y destinos turísticos, y por ende la sustentabilidad para las comunidades.

2.6. DEFINICION DE TERMINOS

9

- **CONCIENCIA.** El desarrollo de una conciencia fuerte es también consecuencia de la identificación y estaría supeditada a una relación paterno- filiales satisfactorias.”.¹⁷

- **TURISMO.** Comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su residencia habitual, con una duración por menos de un año y con fines de ocio, negocios, estudio, entre otros. *“Organización Mundial del Turismo” - OMT*

- **CONCIENCIA TURÍSTICA.** Se puede considerar como “un factor de identificación de la población con sus principales raíces culturales que conforman en gran medida uno de los motivadores básicos de desplazamiento de grandes corrientes turísticas”.¹⁸ Alfredo Mieres Vásquez define conciencia turística “como un estado mental que presupone la buena disposición de los individuos para fomentar y acrecentar la conservación de los bienes y servicios turísticos que posee un pueblo”¹⁰.

Las manifestaciones culturales, en especial el conocimiento popular tradicional: teatro popular, títeres, murales, artesanías, danza, música, entre otro, muy bien podrían ser utilizados para inducir cambios en el comportamiento de la población, haciéndolas más comprensivas y solidarias, tanto a sus semejantes como a su naturaleza. Desde la óptica turística, “mediante el patrimonio de los pueblos se podría facilitar la movilización de las comunidades en torno a sus preocupaciones comunes, orientándolas hacia el logro de la concientización efectiva, valiéndose de

⁹ Romero, Héctor. “Socio Psicología del Turismo”. 1997.

¹⁰ Ramírez Manuel. “Deontología y Conciencia Turística” Pág. 47, 1994

recitales, conciertos, juegos, dinámicas grupales, excursiones, entre otras modalidades de trabajos en equipo”.¹¹

- **CULTURA TURÍSTICA.** Es la capacidad de reflexionar sobre la actividad. Se genera una crítica y compromiso en todos los actores de la actividad turística. Los actores tienen conocimiento de prácticas, códigos, normas y reglas que son parte de esta. Es un proceso dinámico que va cambiando, a través del trabajo conjunto de los actores en pos del desarrollo de la actividad turística en los destinos.

MINCETUR. “*Lineamientos del Programa de Conciencia Turística*”. La Conciencia Turística es una serie de conocimientos, valores y actitudes que son susceptibles de ser difundidos y mediante su asimilación y observación en la práctica se favorece el fomento y desarrollo sustentable de la actividad turística. La cultura turística es Reconocer al turismo como un mecanismo para el desarrollo del país, es recibir al turista con amabilidad y cordialidad, valorar, querer y proteger nuestro patrimonio cultural, natural e histórico.

□ **CULTURA TURÍSTICA EN LA LEY GENERAL DEL TURISMO.** el

Estado promueve la participación y compromiso de la población en general y de los actores involucrados en la actividad turística en la generación de condiciones que permitan el desarrollo del turismo, fomentando su conocimiento, fortalecimiento y desarrollo sostenible.

- **ELEMENTOS DE LA CULTURA TURÍSTICA.** Así como la cultura integral de una sociedad tiene elementos que la definen en su propio contexto, a su vez la **Cultura Turística** contará con ciertos elementos principales como:

a) Conocimientos: referidos a las experiencias asimiladas que constituyen la preparación de quienes participan en el turismo

¹¹ Sosa, Clifor “Identidad Cultural y Conciencia Turística Pilares de Desarrollo”. Pág. 83, 2004

(comunidad receptora o anfitriones) para brindar servicios con **calidad**, y éstos pueden ser: - Históricos y Geográficos

- Sobre los recursos, factores y repercusiones del turismo
- Sobre las características de la nación, región o localidad en la cual se vive.
- Técnicas y métodos de administración y operación de los servicios turísticos.

b) Valores: aquellos elementos emotivos compartidos, basados en ciertos principios éticos y que motivarán a brindar servicios con **calidez**:

■ Compromiso	■ Orgullo,
■ Constancia	■ Respeto,
■ Disciplina	■ Responsabilidad, y
■ Honradez	■ Vocación de servicio.

c) Actitudes de Cultura Turística: Como resultado de la asimilación personal y colectiva de conocimientos y valores, existirán ciertas **actitudes** que favorecen la conciencia turística:

- **Amabilidad:** reflejada en el trato afectuoso y cordial. □ **Cortesía:** que evidencia demostraciones de respeto.
- **Eficiencia:** la facultad para prestar servicios en tiempo y forma al contar con las habilidades y destrezas necesarias.
- **Disposición:** el actuar con plena conciencia y conocimiento de la importancia de la labor de cada quién.
- **Profesionalismo:** el factor humano aplicando su experiencia y emotividad en el marco de sus labores.

El ambiente turístico de una localidad, derivado de la formación y la participación individual y social de los individuos, estará sustentado en un clima especial de cordialidad, hospitalidad, calidad y competitividad, y se orientará a tener turistas totalmente satisfechos.

Para poder lograr este efecto deseable en las comunidades receptoras, antes habrá que partir de los individuos, promoviendo no un cambio o transformación radical en sus hábitos, sino más bien, estimulando la comprensión y asimilación de la **Cultura Turística**.

- **TURISMO SOSTENIBLE.** El turismo que tiene plenamente en cuenta las repercusiones actuales y futuras, económicas, sociales y medioambientales para satisfacer las necesidades de los visitantes de la industria, del entorno y de las comunidades anfitrionas.
- **PLAN ESTRATÉGICO NACIONAL DE TURISMO – PENTUR.** Es un plan estratégico que busca integrar los recursos y servicios turísticos de interés del Perú, a fin de conformar productos basados en las características particulares de cada destino. El PENTUR ofrece un marco estratégico de actuación para vislumbrar y coordinar ideas que posteriormente se deben convertir en acciones fuerza, es decir, en políticas gubernamentales y proyectos innovadores. Estas orientaciones estratégicamente permitirán dirigirnos hacia un modelo turístico ordenado, sostenible y competitivo, que permita una mejor integración, inclusión social, cambios culturales y, en general, nuevos paradigmas de desarrollo.
- **ACCION SOCIAL.** Acción orientada hacia, o influida por, otra persona o personas. No es necesario que esté presente físicamente más de una persona para que la acción se considere social.
- **APTITUD.** Predisposición de un individuo para adquirir determinada destreza o un tipo particular de conocimiento.

- **BIOSOCIAL.** Término referido a aquellas características de un organismo que resultan de la interacción de influencias biológicas y sociales. Por ejemplo, la conducta sexual.
- **CAMBIO CULTURAL.** Cualquier cambio en cualquier aspecto (material o inmaterial) de una cultura, ya sea por adición, sustracción o modificación de los rasgos o complejos culturales.
- **CIENCIA.** Un enfoque del problema del conocimiento humano, basado sobre el intento de desarrollar principios generales respecto de una extensión delimitada de fenómenos, derivándolos de observaciones empíricas (es decir, a partir de la experiencia de los sentidos), y enunciados de tal modo que pueden ser probados por cualquier persona competente.
- **CLASIFICACION.** Proceso que consiste en ordenar los datos en categorías o intervalos de clase para facilitar su comprensión y análisis.
- **COMBINACION.** En estadística, compilación de objetos con indiferencia del orden en que se presentan para formar un conjunto o subconjunto.
- **COMPETENCIA.** La competencia se define como una macro habilidad en la que se involucran información, destrezas, capacidades y actitudes que se ponen en juego al realizar una función o tarea. La competencia sólo puede ser evaluada en una actividad y su uso en la educación se origina a partir de la competencia laboral. Las competencias constituyen el saber, el hacer, y el ser que se apropia un sujeto en aras de desempeñarse laboralmente, profesionalmente y socialmente. Es en el lenguaje didáctico la integración de los núcleos o invariantes de conocimientos, de invariantes de habilidad y habilidades generalizadas y de valores profesionales y sociales. La persecución de metas por parte de individuos o grupos cuyo éxito depende de que otros individuos o grupos no logren los mismos o similares objetivos.

- **COMPETENCIA LABORAL.** Es una capacidad efectiva para llevar a cabo exitosamente una actividad laboral plenamente identificada. La competencia laboral no es una probabilidad de éxito en la ejecución del trabajo, es una capacidad real y demostrada.
- **COMPETENCIAS PROFESIONALES.** Es el ejercicio eficaz de las capacidades que permitan el desempeño de una ocupación, respecto a los niveles requeridos en el empleo. Es algo más que el conocimiento técnico que hace referencia al saber al saber-hacer. El concepto de competencia engloba no sólo las capacidades requeridas para el ejercicio de una actividad profesional, sino también un conjunto de comportamientos, facultad de análisis, toma de decisiones, transmisión de información, etc. Son la expresión de los contenidos que deben formarse a lo largo de la carrera en los estudiantes para su desempeño profesional.
- **CULTURA.** El modo de vida de un grupo social; la parte del ambiente de un grupo hecha totalmente por el hombre.
- **DATOS CUALITATIVOS.** Datos que no se presentan en forma numérica. Los datos cualitativos son datos en forma de relación descriptiva de observaciones, entrevistas o material escrito.
- **DATOS CUANTITATIVOS.** Datos en forma numérica. Los datos cuantitativos se obtienen por enumeración y medición.
- **DINÁMICA SOCIAL.** Estudio de los procesos sociales. El término fue usado por Augusto Comte para designar el estudio de la sociedad en lo que se refiere a los procesos sociales interrelacionados y a las sucesivas etapas de cambio social.

- **DIDÁCTICA CIENTÍFICA.** La ciencia que tiene como objeto de estudio al Proceso de Enseñanza Aprendizaje en el que las personas trabajando en grupos o personalmente, alcanzan con eficiencia las metas seleccionadas. Este es un proceso consciente.
- **DIDÁCTICA COMO ARTE.** El arte de hacer desarrollar el Proceso de Enseñanza Aprendizaje, para lograr lo que se propone en la formación del escolar.
- **DIDÁCTICA TECNOLÓGICA.** Utiliza la técnica en el proceso formativo, no de manera espontánea e intuitiva, sino de manera consciente, al basarse o sustentarse en la existencia de la ciencia. A través de la tecnología como proceso mediador entre la técnica o medio y el hombre.
- **ELEMENTOS DE LA CULTURA.** Valores, normas y leyes; costumbres y tradiciones; lengua, símbolos y conocimientos.
- **GUÍA DE TURISMO.** Persona con profundos estudios y conocimientos sobre patrimonio y servicios turísticos. Facultada para acompañar, dirigir, ayudar e informar a lo largo del itinerario.
- **GUIA DE TURISMO ETNICO.** Persona cuyos conocimientos están centrados en la explicación de las manifestaciones culturales de un poblado muy alejado de una ciudad.
- **IDENTIFICACION.** Proceso psicosocial que implica la asimilación e internalización, en la propia conducta y en la concepción de uno mismo. De valores, patrones, expectativas o roles sociales de otra persona (por ejemplo, los propios padres).

- **METODO CIENTIFICO.** La construcción de un cuerpo de conocimientos científicos por medio de la observación, la experimentación, la generalización, y la verificación.
- **METODO COMPARATIVO.** En general, consiste en el estudio de los diferentes tipos de sociedades y grupos (grandes y pequeños) con el objeto de determinar en forma analítica los factores que ocasionan similitudes y diferencias en las pautas específicas de conducta.
- **SOCIALIZACIÓN.** El proceso social básico por el cual un individuo llega a integrarse a un grupo social a través del aprendizaje de la cultura del grupo y de su rol en el grupo.

CAPITULO III
RESULTADOS Y DISCUSIÓN DE LA
INVESTIGACIÓN

3.1. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS DATOS

a) LA CONCIENCIA TURISTICA DE LOS ESTUDIANTES Y DOCENTES

Tal como se muestra en la tabla, un número significativo de estudiantes no considera importante el turismo en su vida diaria y personal (30.5%), lo que refleja la débil identidad de los estudiantes con la carrera en la cual viene formándose. No obstante, ello, es importante que más del 54% diga que sí, a los cual se añadiría los que todavía tienen algunas dudas (ver tabla y gráfico).

Tabla N° 01:

Importancia del Turismo en la vida personal de los estudiantes

Importancia del turismo en la vida	Sexo		T otal
	Masculino	Femenino	

personal de los estudiantes	Nº	%	Nº	%	Nº	%
Puede ser importante	5	7.4	0	0.0	5	7.4
No	13	19.2	7	11.	20	30.
Si	14	20.7	21	33.	35	54.
No sabe / no opina	4	5.9	1	1.6	5	7.5
Total	36	53.3	29	46.	65	100

FUENTE: Encuesta aplicada a estudiantes Turismo y Hotelería de los primeros ciclos.

Gráfico n° 01: Turismo y vida personal



Tabla N° 02:

Consideras que tus profesores están realmente concientizados acerca de la importancia del turismo en la región de Tumbes

Importancia del turismo en la vida personal y profesional	Sexo				Total	
	Masculino		Femenino			
	Nº	%	Nº	%	Nº	%
Sí	4	5.9	1	1.6	5	7.5
Puede ser importante	5	7.4	0	0.0	5	7.4
No	14	20.	21	33.	35	54.5
No sabe / no opina	1	19.	7	11.	20	30.5
Total	36	53.	29	46.	65	100

FUENTE: Encuesta aplicada a estudiantes Turismo y Hotelería de los primeros ciclos.

En la precepción de los alumnos de la carrera de hotelería y turismo tenemos que más del 54% de éstos considera que sus profesores no están lo suficientemente concientizados acerca de la importancia del turismo en su vida cotidiana y profesional, lo cual también debilita la identidad respecto a la carrera; cabe resalta

sin embargo que existe un gran porcentaje que se abstiene de opinar acerca de ello.

Gráfico n° 02: Turismo y vida personal



Tabla N° 03:

Causa principal de la poca identificación de los estudiantes con la carrera de turismo

Causa principal de que los estudiantes muestran indiferencia al turismo	Sexo				Total	
	Masculin		Femenino			
	Nº	%	Nº	%	Nº	%
Poco conocimiento del potencial turístico con que ingresaron	13	19.2	9	14.5	22	33.
Baja calidad de los servicios educativos de la institución	5	7.	2	3.	7	10.
Escasas oportunidades	4		2		6	

laborales al concluir	18	26.7	6	1	25.8	4	3	4	52.
No sabe / no opina	0	0.	0	2	3.	2	2	4	3.2

Total	36	53.3	9	2	46.7	5	6	0	10
-------	----	------	---	---	------	---	---	---	----

FUENTE: Encuesta aplicada a estudiantes Turismo y Hotelería de los primeros ciclos.

Indagando las causas que afectan la identidad con el tema del turismo, se ha encontrado que el 52% afirma que se debe a la escasez de oportunidades laborales al terminar su proceso de formación. También otros de los factores identificados como importantes es el poco conocimiento del potencial turístico (34%), con el que llegaron a la Universidad.

b) CONOCIMIENTO TURÍSTICO Y ESTRATEGIAS DOCENTES

Tabla N° 04:

En las clases los docentes emplean estrategias adecuadas (medios audiovisuales) para dar a conocer los recursos turísticos de Tumbes

Utiliza estrategias innovativas para dar a conocer los recursos turísticos.	Sexo				Total		
	Masculino		Femenino				
	Nº	%	Nº	%	Nº	%	
Pocas veces	23	34.0	5	1	24.2	38	58.2
Siempre	0	0	0	0	0	0	0
Muchas veces	6	8.9	8	12.9	14	21.8	
No sabe / no opina	7	10.4	6	7	9.	13	20.0
Total	36	53.3	9	2	46.7	65	100

FUENTE: Encuesta aplicada a estudiantes Turismo y Hotelería de los primeros ciclos.

El 58.2% de los estudiantes encuestados manifiestan que el docente utiliza pocas veces estrategias innovativas para dar a conocer los recursos turísticos. Y, solo el 22% afirma que lo hace muchas veces. Siendo los medios audiovisuales importantes por la naturaleza del tema ello influye en el interés de los estudiantes. Eso a la larga estaría relacionado a los problemas de identidad con la carrera que se ha indicado anteriormente (ver cuadro).

Tabla N° 05:

Prácticas que utilizas para reforzar tus conocimientos acerca del potencial turístico de Tumbes

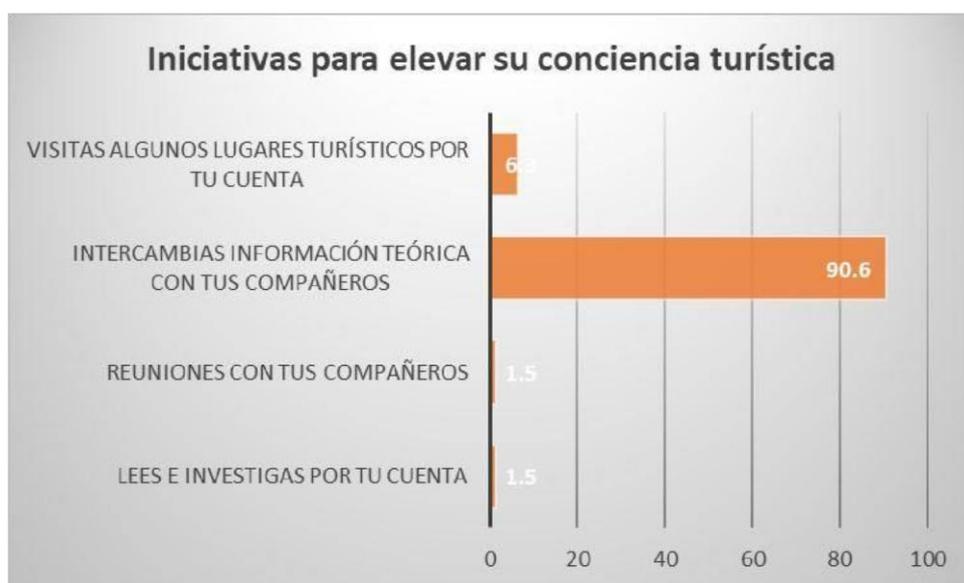
Prácticas de estudio utilizadas por iniciativa propia	Sexo				Total	
	Masculino		Femenino			
	Nº	%	Nº	%	Nº	%
Lees e investigas por tu cuenta	1	1.5	0	0	1	1.5
Reuniones con tus compañeros	0	0	1	1.5	1	1.5
Intercambias información teórica con tus compañeros	34	50.3	2	40.3	5	90.6
Visitas algunos lugares turísticos por tu cuenta	1	1.5	3	4.8	4	6.3
Total	36	53.3	2	46.7	6	10

FUENTE: Encuesta aplicada a estudiantes Turismo y Hotelería de los primeros ciclos.

Un asunto importante el tema de investigación ha sido también indagar acerca de la capacidad de iniciativa de los propios estudiantes acerca de su formación, encontrándose que más del 90% de ellos dice intercambiar información con sus compañeros para fortalecer su conciencia turística.

En este proceso el acompañamiento de los docentes es mínimo, lo cual no permite desarrollar una conciencia turística de manera práctica y significativa y da la impresión que los contenidos desarrollados fueran predominantemente teóricos, y con poca conexión con la realidad turística de la región de Tumbes (ver cuadro).

Gráfico n° 03: Iniciativas para elevar la conciencia turística



d) Importancia de la Promoción del Turismo para el aumento de la conciencia turística

Tabla N° 06

Por qué crees que es importante hacer estudios de turismo y promocionarlo para el desarrollo de la carrera profesional

Importancia de estudiar el turismo	Sexo				Total	
	Masculino		Femenino		N°	%
	N°	%	N°	%		
Pone en valor nuestros recursos	10	27.8	7	41.2	17	32.1

Aumenta nuestra conciencia turística	13	36.1	6	35.3	19	35.8
Genera oportunidades para el ejercicio profesional	11	30.6	2	11.8	13	24.5
No sabe / no opina	2	5.6		11.8	4	7.5
Total	36	100	17	100	53	100

FUENTE: Encuesta aplicada a estudiantes Turismo y Hotelería de los primeros ciclos.

En el cuadro n° 06 la mayoría de encuestados reconoce que es muy importante estudiar y promocionar los recursos turísticos porque fortalece la carrera profesional (36%) y porque pone en valor dichos recursos turísticos (32%) y, todo ello termina generando oportunidades de trabajo

. Gráfico n° 04: Importancia de hacer estudios de turismo



Tabla N° 07

Importancia de insertar el tema turístico desde los niveles preuniversitarios para crear una conciencia turística

Necesidad de insertar el área curricular de turismo	Sexo				To tal	
	Masculino		Femenino			
	Nº	%	Nº	%	Nº	%
No	6	8.9	3	4.8	9	13.
					7	

Si	21	31.1	5	8.1	26	39.
Puede ser	5	7.4	1	29.	23	36.
No sabe / no opina	4	5.9	3	4.8	7	10.
Total	36	53.3	2	46.	65	100
			9	7		

FUENTE: Encuesta aplicada a estudiantes Turismo y Hotelería de los primeros ciclos.

Dada la importancia que se asigna al turismo, existe una buena disposición de parte de los estudiantes para que desde la carrera profesional y desde la Universidad misma se promuevan acciones para impulsarlo desde los niveles preuniversitarios. Así tenemos por ejemplo que la mayoría (39%) de estudiantes afirma que si, a los cuales se suma el 36.4% de encuestados muestra ciertas dudas, pero en una posición favorable (ver cuadro n° 06) Tabla N° 08:

Acuerdo con la inserción del tema turístico en las áreas curriculares al menos de los estudiantes de secundaria

Acuerdo de inserción de contenidos de turismo en las áreas curriculares	Sexo				Total	
	Masculino		Femenino			
	Nº	%	Nº	%	Nº	%
No	8	11.8	1	27.	2	39.
Puede ser	3	4.	0	0.0	3	4.4
Si	18	26.7	9	14.5	2	41.
No sabe / no opina	7	10.4	3	4.8	1	15.
					0	2

Total	36	53.3	9	2	7	46.	5	6	100
-------	----	------	---	---	---	-----	---	---	-----

FUENTE: Encuesta aplicada a estudiantes Turismo y Hotelería de los primeros ciclos.

Para fortalecer el tema turístico de manera más operativa, un gran número de estudiantes (41%) afirma que este tema debería incorporarse ya desde los últimos años del nivel secundario; mientras que otros todavía no están muy convencidos de ello (39%). En la medida que se han detectado problema de identidad respecto al tema turístico en la formación de los estudiantes universitarios, sería interesante incentivar esta actitud.

Tabla N° 09

Tendría disposición de experimentar el desarrollo de capacidades turísticas con estudiantes del nivel de secundaria introduciendo mejoras en su currículo

Disposición a experimentar el desarrollo de capacidades turísticas	Sexo				Total	
	Masculino		Femenino			
	Nº	%	Nº	%	Nº	%
No	6	8.9	7	11.3	13	20.
Puede ser	1	1.5	2	3.2	3	4.7
Si	26	38.5	14	22.5	40	61.
No sabe / no opina	3	4.4	6	9.7	9	14.
Total	36	53.3	29	46.7	65	100

FUENTE: Encuesta aplicada a estudiantes Turismo y Hotelería de los primeros ciclos.

Al respecto, se ha encontrado que el 61.0% de los encuestados manifiesta que tiene disposición para apoyar acciones que implica la introducción de contenidos turísticos en la curricular escolar (al menos en el nivel secundario);

todo ello como parte de su formación académica y de articulación de la educación

Tabla N° 10:

Cómo considera el desempeño de los docentes en el manejo de los contenidos sobre turismo

Desempeño de tus docentes	Sexo				Total	
	Masculino		Femenino			
	Nº	%	Nº	%	Nº	%
Eficiente	2	3.0	1	1.6	3	4.6
Normal	4	5.9	0	0.0	4	5.9
Deficiente	27	40.0	21	33.8	48	73.8
No sabe / no opina	3	4.4	7	11.3	10	15.7
Total	36	53.3	29	46.7	65	100

FUENTE: Encuesta aplicada a estudiantes Turismo y Hotelería de los primeros ciclos.

En cuanto al desempeño docente respecto al manejo de contenidos turísticos se ha encontrado que el 73.8% manifiesta que existe un deficiente desempeño en los docentes, lo cual afecta el desarrollo de una conciencia turística en los estudiantes.

Tabla N° 11

Crees que tus profesores y compañeros tienen actitud para promover la conciencia turística en las áreas claves de los últimos grados de secundaria

Disposición a promover la conciencia turística en los últimos grados de secundaria	Sexo				Total	
	Masculino		Femenino			
	Nº	%	Nº	%	Nº	%
No	4	5.9	1	1.6	5	24.9
Si	14	20.7	21	33.8	35	64.1
No sabe / no opina	13	19.2	7	11.3	20	11.0

Total	36	53.3	29	46.7	6	100
					5	

FUENTE: Encuesta aplicada a estudiantes Turismo y Hotelería de los primeros ciclos.

En cuanto a la actitud de docentes y estudiantes para promover la conciencia turística en las áreas de los últimos grados de educación secundaria, hemos encontrado que los encuestados considera que solo un pequeño grupo de docentes tendrían predisposición (64%), aunque cabe resaltar también que un número significativo (25%) considera que no todos los docentes tendrían esa actitud.

Gráfico n° 05: Disposición para promover la conciencia turística



Tabla N° 12

Creerías que tus profesores estarían dispuestos a promover la conciencia turística en otras carreras profesionales de la Universidad de Tumbes

Disposición a promover la conciencia turística en otras carreras	Sexo				Total	
	Masculino		Femenino			
	Nº	%	Nº	%	Nº	%

No	4	5.9	1	1.6	5	21.5
Si	14	20.7	21	33.8	35	65.5
No sabe / no opina	1	19.2	7	11.3	20	13.0
	3					
Total	36	53.3	29	46.7	65	100

FUENTE: Encuesta aplicada a estudiantes Turismo y Hotelería de los primeros ciclos.

En cuanto a la actitud de los docentes para promover la conciencia turística al interior de la propia Universidad, se ha encontrado que un gran número de los encuestados reconoce que el 66% de los docentes tiene una actitud favorable.

Cuadro N° 13

Considera que sus profesores tienen un adecuado conocimiento del patrimonio cultural y artístico de Tumbes

Conocimiento del patrimonio cultural	Sexo				Total	
	Masculino		Femenino			
	Nº	%	Nº	%	Nº	%
Sí	2	3.0	1	1.6	3	62.2
No	26	38.5	17	27.	43	30.8
			4			
No sabe / no opina	3	4.4	5	8.1	8	7.0
Total	36	53.3	29	46.	65	100
			7			

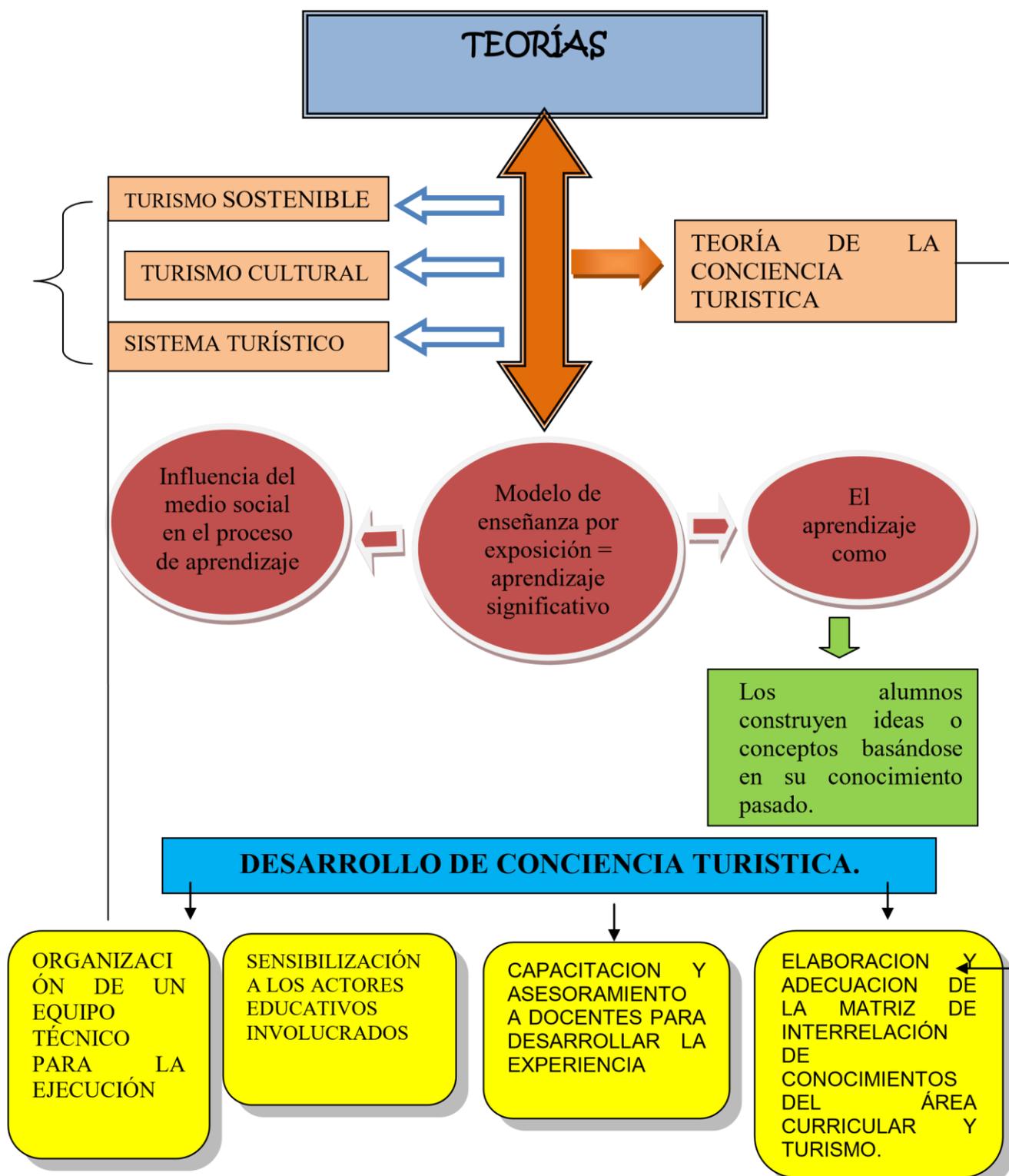
FUENTE: Encuesta aplicada a estudiantes Turismo y Hotelería de los primeros ciclos.

Otros de los puntos favorables para la promoción de la conciencia turística es que los encuestado considera que el 62% de los docentes tienen un adecuado conocimiento del patrimonio turístico y artístico de la región de Tumbes, aunque es preocupante que se mencione que el 31% no lo tiene.

Todo ello amerita una propuesta de mejoramiento.

3.2. MODELO TEÓRICO

PROPUESTA



3.3. PROPUESTA PARA EL MEJORAMIENTO DE LA CONCIENCIA TURÍSTICA DE LOS ESTUDIANTES DE HOTELERIA Y TURISMO DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE TUMBES

1. INFORMACION GENERAL

- 1.1. Título : “Mejorando la conciencia turística”.
- 1.2. Institución : Universidad Nacional de Tumbes-
- 1.3. Destinatarios: Estudiantes de la Carrera Profesional de Turismo y Hotelería.
- 1.4. Lugar : Tumbes
- 1.5. Responsable : Del Rosario Paredes, Rosita Enma
- 1.6. Financiamiento: Universidad Nacional de Tumbes

2. FUNDAMENTACION DE LA PROPUESTA

Según la Organización Mundial del Turismo (1998) “la actividad turística hoy en día desde la perspectiva económica, es considerada uno de los sectores de más rápido crecimiento de la economía mundial; para algunos países es la primera generadora de ingresos por encima de la industria y el petróleo. La importancia del turismo como entrada de moneda extranjera se ve con claridad en países como España, la India y Tailandia, donde el turismo es la primera fuente de ingresos de divisas”¹².

Es en este contexto que es necesario desarrollar:

- a) **Conciencia turística del ciudadano en el destino turístico**, debido a la necesidad de que este, se identifique seriamente con los recursos turísticos, para conocerlo, mostrarlo, difundirlo y preservarlo.
- b) **Conciencia turística del prestador de servicios**, en razón de la armonía y coherencia que debe haber en las personas, con respecto a la vocación de servicio, el encaje cultural y ocupacional.
- c) **Conciencia turística de las autoridades**, pues de las actitudes de los representantes del sector, con respecto a la facilitación para los turistas, se desprende el grado profesional”.¹³

¹² Organización Mundial del Turismo. “Comisión de Estadísticas de las Naciones Unidas” 1998

¹³ Sosa , Clifor “Identidad Cultural y Conciencia Turística Pilares de Desarrollo” Pág. 85,2004

b) Concepción de la propuesta

Finalmente, cabe resaltar que existe un punto en el que todos convergen y se limitan respecto al desarrollo de la conciencia turística y es que: ***esta no solo se debería dar únicamente en las personas prestadoras de servicios, sino que esa conciencia turística debería darse en la población de destino, en el turista y en los servidores del turismo debido a que todas estas personas de alguna manera se ponen en contacto en situaciones y momentos que el turismo genera. Esta conciencia se da mediante una formación educativa por alternancias, tal como lo propone Mónica Balbuena Portillo (2008).***

3. BENEFICIARIOS

- Estudiantes de la Carrera Profesional de Hotelería y Turismo de la Universidad Nacional de Tumbes.
- Docentes de la Universidad Nacional de Tumbes; trabajadores administrativos y colaboradores de la Carrera Profesional.

4. OBJETIVOS

Objetivo General:

Fortalecer la conciencia turística en los estudiantes de la Carrera Profesional de Hotelería y Turismo de la Universidad Nacional de Tumbes, de los docentes y de algunas instituciones educativas del nivel secundario como experiencia piloto.

5. ESTRUCTURA DE LA PROPUESTA: ACTIVIDADES

La propuesta está estructura en dos componentes:

Uno relacionado a promover el fortalecimiento de la conciencia turística al interior de la Carrera Profesional de Turismo y Hotelería, a través de un programa de capacitación modular para docentes y estudiantes.

Otro relacionado a la articulación de los estudiantes y docentes en una experiencia piloto con estudiantes del nivel secundario a fin de que inserten contenidos del tema turístico en sus áreas más importantes del último grado. Seguidamente se describen en forma detallada las acciones que contiene la presente propuesta de mejoramiento.

ACTIVIDADES, SUB ACTIVIDADES, RECURSOS Y RESPONSABLE A)

ACTIVIDADES PRELIMINARES O DE INICIO

ACTIVIDAD 01: ORGANIZACIÓN DE UN EQUIPO TECNICO PARA LA EJECUCIÓN

Actividad	Sub-actividad	Recursos	Responsable	Tiempo
Organización de Un Equipo Técnico	Identificación de líderes y motivarlos para integrarse al Equipo	<ul style="list-style-type: none"> - Materiales de oficina: Cuadernos, lapiceros. - Equipos de cómputo. - Refrigerios a participantes 	Equipo Técnico conformado por estudiantes, docentes y personal directivos	01 semana
	Reuniones de trabajo	-		
	Elaboración de un Plan de Acción	Materiales de oficina, fotocopias		

	Elaboración de materiales: fichas, folletos, selección de textos		
--	--	--	--

ACTIVIDAD 02: SENSIBILIZACION A LOS ACTORES EDUCATIVOS INVOLUCRADOS

Actividad	Sub-actividad	Recursos	Responsable	Tiempo
Eventos de Sensibilización a los actores involucrados estableciendo compromisos	Sensibilización a docentes nombrados y contratados para que se involucren capacitándose primero y luego como facilitadores	Materiales de oficina: Cuadernos, lapiceros. Equipos de cómputo. proyectors	Equipo Técnico conformado por estudiantes, docentes y personal directivos	02 semanas
	Establecer compromisos con los docentes a fin que pongan en práctica estrategias educativas para desarrollar la conciencia turística de los estudiantes.	Materiales de oficina, fotocopias		
	Establecer compromisos con los estudiantes para que participen activamente en la capacitación y difusión del programa y en las decisiones institucionales.			

B) ACTIVIDADES DE EJECUCION ACTIVIDAD 03: CAPACITACION Y ASESORAMIENTO A DOCENTES PARA DESARROLLAR LA EXPERIENCIA CON COLEGIO PILOTO

Actividad	Sub-actividad	Recursos	Responsable	Tiempo
Capacitación a docentes y directivos	Diseñar e implementar plan de capacitación a todos los docentes	Materiales de oficina: Cuadernos, lapiceros. Equipos de cómputo.	Equipo Técnico conformado por estudiantes, docentes y personal directivos	06 semanas
	Desarrollar Un curso de 02 meses, mediante Módulos Educativos acerca del tema turístico. Cada Módulo durará un mes			

<p>Reuniones con representante de Colegio piloto para la inserción del tema turístico en su Currículo y Reuniones de validación de la matriz de inserción curricular</p>	<p>Materiales de oficina, fotocopias</p> <p>Data</p>		
<p>Diseñar y producir el material educativo: Matriz para insertar el contenido turístico</p>			
<p>Monitoreo y seguimiento a las acciones de capacitación</p>			

ACTIVIDAD 04: ELABORACION Y ADECUACION DE LA MATRIZ DE INTERRELACIÓN DE CONOCIMIENTOS DEL ÁREA CURRICULAR Y TURISMO.

A continuación, se presenta un borrador de la propuesta de Matriz curricular según las áreas, con la cual se trabajará la inserción

ÁREA COMUNICACIÓN

CONOCIMIENTOS DEL ÁREA		CONOCIMIENTOS DE TURISMO	LECTURAS
DISCURSO ORAL	<ul style="list-style-type: none"> • Cualidades del discurso. La elocuencia, la fluidez léxica. 	<ul style="list-style-type: none"> • La construcción del discurso alusivo al turismo. 	
Comprensión y producción de textos	<ul style="list-style-type: none"> • Memorial, hoja de vida. Estructura. 	<ul style="list-style-type: none"> • Memoriales y hojas de vida en relación al turismo. Mitos, cuentos ,poesías, leyendas y dramas 	Documentos que facilitan gestiones institucionales.
LENGUAJE AUDIOVISUAL	<ul style="list-style-type: none"> • Los mensajes subliminales en los medios de comunicación. 	<ul style="list-style-type: none"> • La publicidad subliminal y el turismo. 	La interpretación de imágenes y slogan
	<ul style="list-style-type: none"> • Las TIC. La Internet y su influencia en la sociedad. 	<ul style="list-style-type: none"> • La comunicación virtual y el desarrollo del turismo. La importancia de las TIC (Trusted Internet Connection- Conexiones Confiables de Internet). 	La comunicación virtual y el desarrollo del turismo. La importancia de las TIC.
LITERATURA	<ul style="list-style-type: none"> • La literatura española y universal y sus vínculos con la literatura peruana e hispanoamericana. Ubicación en el contexto social y cultural. Movimientos y escuelas literarias. 	<ul style="list-style-type: none"> • El aporte de la literatura peruana a nuestra identidad turística en el mundo. El aporte de la literatura regional vinculada con el turismo (toponimias, arqueología, flora y fauna) 	Nuestros escritores y la imagen del Perú en el mundo.

ÁREA: IDIOMA INGLÉS

CONOCIMIENTOS DEL ÁREA	CONOCIMIENTOS DE TURISMO	LECTURAS
------------------------	--------------------------	----------

LÉXICO	• Estilos de vida de diferentes países (comparaciones).	• Vocabulario inglés para indicar costumbres y estilos de vida.	Palabras en inglés para indicar costumbres y estilos de vida.
	• Elementos socioculturales (Salud, enfermedades, festividades, medio ambiente, arte).	• Vocabulario inglés para indicar problemas de salud, medio ambiente y arte.	

ÁREA: ARTE

CONOCIMIENTOS DEL ÁREA		CONOCIMIENTOS DE TURISMO	LECTURAS
ARTES VISUALES	• Artistas plásticos nacionales contemporáneos.	• Originalidad de la pintura contemporánea.	Biografías de artistas destacados
	• El arte en los espacios públicos. Arquitectura. Escultura monumental. Pintura mural.	• Arquitectura y escultura monumental y su uso turístico.	Exposición de pinturas paisajistas e interpretación de sus significados
MÚSICA	• La música en la actualidad. • La música en los medios de comunicación.	• Expresiones musicales populares contemporáneas.	
TEATRO	• El arte dramático en los medios de comunicación.	• El teatro costumbrista como recurso turístico.	Promoviendo el turismo a través del teatro costumbrista.
DANZA	• Representación de danzas locales y universales.	• Incorporando temática universal a la danza regional. Prácticas de danzas autóctonas de la región	Personajes simbólicos y temas sociales en las danzas regionales.

ÁREA: HISTORIA, GEOGRAFÍA Y ECONOMÍA

CONOCIMIENTOS DEL ÁREA		CONOCIMIENTOS DE TURISMO	LECTURAS
HISTORIA DEL PERÚ EN EL CONTEXTO MUNDIAL	<p>El Perú y América en las últimas décadas</p> <ul style="list-style-type: none"> Participación de la mujer en los procesos sociales, políticos y económicos. 	<ul style="list-style-type: none"> La participación de la mujer en la actividad turística. 	<p>Artículos y ensayos difundiendo la actividad turística de la región</p>
ESPACIO GEOGRÁFICO, SOCIEDAD Y ECONOMÍA	<p>Calidad Ambiental</p> <ul style="list-style-type: none"> Conservación de los ecosistemas en el Perú. 	<ul style="list-style-type: none"> Ecosistemas y su conservación a través del turismo. 	<p>Señalizaciones de lugares y frases alusivas de la conservación del ecosistema</p>

	<p>Calidad de Vida</p> <ul style="list-style-type: none"> • Características físicas del medio geográfico peruano. 	<ul style="list-style-type: none"> • Particularidades geográficas como símbolos turísticos. 	<p>Mapas infografía y cartografía turística de lugares peruanos</p>
	<p>Desarrollo y Economía</p> <ul style="list-style-type: none"> • Liberalización del comercio de bienes y servicios. Comercio Internacional. • Tratados y convenios del Perú: APEC y TLC. 	<ul style="list-style-type: none"> • El turismo y los convenios internacionales. 	<p>El turismo como medio para mejorar las relaciones internacionales.</p> <p>El turismo como fuente de ingresos económicos</p>

ÁREA: IDENTIDAD Y DEMOCRACIA

CONOCIMIENTOS DEL ÁREA			
IDENTIDAD E INTERCULTURALIDAD	<p>Diversidad y pertinencia</p> <ul style="list-style-type: none"> • Identidad y globalización. Ser peruano en un mundo global. • Valoración, conservación y efensa del patrimonio histórico. 	<ul style="list-style-type: none"> • Patrimonio histórico e identidad cultural frente a la globalización. 	<p>El Perú: un país para estar orgullosos.</p>

	Convivencia democrática y Cultura de Paz • Violencia y conflicto interno en el Perú.	<ul style="list-style-type: none"> • El conflicto social y su influencia negativa en el turismo. 	
	Valores cívicos <ul style="list-style-type: none"> • Héroes civiles, militares y personajes ilustres. 	<ul style="list-style-type: none"> • Personajes que influenciaron con el turismo. 	
	Derechos y responsabilidades • Respeto y garantías de los derechos humanos. Las garantías constitucionales.	<ul style="list-style-type: none"> • Normas que rigen el turismo referidas a los derechos del hombre y del turista. 	La Declaración Universal de los Derechos Humanos.
SOCIEDAD DEMOCRÁTICA	Sistema Democrático <ul style="list-style-type: none"> • Organizaciones internacionales y democracia. 	<ul style="list-style-type: none"> • Organismos internacionales de turismo. 	La Organización Mundial del Turismo.

AREA: IDENTIDAD Y RELACIONES HUMANAS

CONOCIMIENTOS DEL ÁREA	CONOCIMIENTOS DE	LECTURAS
	TURISMO	

IDENTIDAD Y PERSONALIDAD	Adolescencia • Influencia de los medios de comunicación.	• Identidad cultural y “consumo de masas”.	Reseñas históricas de lugares con actividad turística
AUTOFORMACIÓN E INTERACCIÓN	Proyecto de vida y uso del tiempo • Elección de la profesión u ocupación y estilos de organizar el tiempo.	• Planificando las actividades anuales	Planificando trabajo y vacaciones.
	Vida Saludable • Drogas: mitos y realidades. • Prevención de situaciones y conductas de riesgo: embarazo, ITS/VIH/Sida.	• Turismo sostenible y vida saludable.	folletos informativos de enfermedades comunes de la región

ÁREA: IDENTIDAD Y GESTIÓN PARA EL TRABAJO

CONOCIMIENTOS DEL ÁREA		CONOCIMIENTOS DE TURISMO	LECTURAS
TECNOLOGÍA DE BASE	Diseño • Diseño de la imagen de la empresa.	• Imagen de la empresa turística.	Diseñando nuestros servicios.
	Gestión Empresarial • Plan de negocios.	• Estrategias y planes de desarrollo empresarial en turismo.	Modelo de plan de desarrollo de una pequeña y mediana empresa de servicios turísticos.
	Formalización de la empresa • Régimen laboral para la micro y pequeña empresa.	• Micro y pequeña empresa en el turismo regional y rural.	Oportunidades de la micro y pequeña empresa en el turismo.

6. EVALUACIÓN Y SEGUIMIENTO DE LA PROPUESTA

1. Reuniones con docentes, directivos y capacitadores después de cada actividad desarrollada.
2. Visitas planificadas e inopinadas durante las jornadas de capacitación a los docentes.
3. Análisis reflexion y valoración de reportes e informes semanales y mensuales acerca del avance de actividades y el logro de metas
4. Elaboración de informes, reportes y hojas técnicas con observaciones recomendaciones sobre el proceso

CONCLUSIONES

- Se ha encontrado que la conciencia turística de los estudiantes y docentes de la carrera profesional de hotelería y turismo es deficiente y muy limitada. Esta situación se expresa en que solo el 31% de estudiantes afirma que el turismo es importante en su vida diaria y que tampoco a sus profesores les interesa mucho, siendo el al 55% de encuestados que afirma esto.
- Los estudiantes reconocen que existe un bajo nivel de conciencia turística en los estudiantes de la carrera y que la institución hace poco para desarrollarla, puesto que los docentes muestran poco interés para promoverla con nuevas estrategias educativas. Frente a dicha situación muchos de ellos tratan de reforzar sus conocimientos e identidad sobre el tema intercambiando con otros compañeros o haciendo visitas a los lugares turísticos.
- Existe un reconocimiento de la problemática por parte de la mayoría de estudiantes, pero a la vez existe una actitud favorable a experimentar iniciativas que coadyuve a fortalecer la conciencia turística. Así tenemos que, cerca del 60% se muestra predispuesto. Igualmente consideran que, a nivel de los docentes, se da una actitud similar para hacerlo incluso fuera del ámbito de la propia carrera profesional.
- Un número significativo de estudiantes reconoce que dicho problema ya lo traen consigo los alumnos desde los niveles precedentes de su formación. Por ello consideran importante desarrollar programas que, desde el inicio

de la carrera, fomenten el desarrollo de una adecuada conciencia turística.que brinde oportunidades para la vida.

RECOMENDACIONES

1. Desarrolla programas de reforzamiento educativo orientados a fortalecer la conciencia turística de los estudiantes desde los primeros ciclos de su formación profesional. Estos deben darse tanto a nivel de estudiantes como de docentes.
2. Se debe incidir en una mayor vinculación de los estudiantes con su realidad turística, pero enfatizando la educación práctica y el uso de estrategias y medios innovativos, a fin de incrementar y mantener el interés y la motivación de los estudiantes en torno a la carrera profesional.
3. Se debe promover un mayor número de investigaciones que permitan conocer mejor el potencial turístico, a fin que en ese proceso los estudiantes fortalezcan su identidad con la carrera profesional.
4. Se debe promover y difundir la actividad y potencial turística de tumbes desde la educación básica para que en la educación superior (UNT) se complemente con mayor profundidad en la carrera profesional de turismo.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ALMEIDA VINNEZA, José:(1998), Lo andino: la construcción social de la identidad y el proyecto político. En: Boelens, Rutgert y Dávila, Gloria. Ed. Buscando la equidad. ASSEN – HOLANDA: Van Gorcum.
- BANDURA, Albert. 1977. Teoría del aprendizaje social. Madrid Espasacalpe.
- CABIESES, Fernando: Apuntes de medicina tradicional de la racionalidad de lo irracional CONCYTEC – Lima
- CORNEJO POLAR, Antonio: (1995), literatura peruana e identidad nacional: tres décadas confusas. En: Cotler, Julio. Ed. Perú 1964-1994: Económica, sociedad y política. LIMA: IEP.
- COSAMALÓN, Ana Lucía: (1993), El lado oculto de lo cholo Presencia de rasgos culturales y afirmación de una identidad. En: Allpanchis. CUSCO – PERÚ: IPA.
- COTLER, Julio, (1978), Clases, Estado y Nación en el I.E.P. Lima Perú
- CHE PIÚ SALAZAR Percy Antonio: (1986) Identidad representaciones colectivas en las comunidades campesinas de Puno. LIMA: PUCP.

- CHOY, Emilio:(1979), Antropología e Historia, Editorial Humbolt, Lima-Perú

- ESPINOZA SORIANO, Waldemar: (1987), Artesanos transacciones, monedas y formas de Pago en el mundo andino, siglos XV y XVI – Tomo II Banco Central de Reserva del Perú – Lima

- MARIATEGUI, José Carlos: (1979), 7 Ensayos de interpretación de la realidad peruana Editora Amauta – Lima Perú.

- MARIATEGUI, José Carlos:(1979), Peruanicemos al Perú Editora Amauta - Lima Perú

- MARIATEGUI, José Carlos. (1979) Temas de nuestra América. Editorial Batres. Lima-

- GLAVE, Luis Miguel:(1990). Los campesinos leen su historia: un caso de identidad recreada y creación colectiva de imágenes. Los comuneros canos 1920-1930. En: Revista de Indias. MADRID: CSIC.

- GODENZZI ALEGRE, Juan Carlos:(1997), Discursos de la identidad en el sur andino peruano. En: Boletín del IDEA. CHUCUITO – PERÚ: IEA.

- HURTADO SUÁREZ, Wilfredo: (1995), Chicha peruana, música de los nuevos migrantes. LIMA: Grupo de Investigaciones Económicas.

- JACOB, Jean Pierre: Producción de la identidad y poder en el Perú. En: Briggs, Lucy Therina y otros. (1986). Identidades andinas y lógicas del campesinado. LIMA: Mosca Azul.

- KUDÓ, Tokihiro: (1982), Hacia una cultura nacional popular. LIMA: CEPD.
- LIZÁRRAGA, Karen: (1988), Identidad nacional y estética andina. Una teoría peruana del arte. LIMA: Bibliografía Nacional del Perú.
- LÓPEZ, Sinesio: (1989) Movilización campesina, nación y democracia. En: Allpanchis. CUSCO – PERÚ: IPA;
- MENDOZA WALKER, Zoila: (1997) Las comparsas como forma de creación de nuevas identidades: popularidad de las danzas altiplánicas en el Cusco. En: Urbano, Henrique-Osvaldo. Comp. Tradición y modernidad de los Andes. CUSCO – PERÚ: CBC; 2 ed.,
- MIRANDA VALDIVIA, Elfer: (1993) Visión Histórica: hacia una cultura nacional. En: Arréstegui, Segundo Ed. IX Congreso Peruano del Hombre y la Cultura Andina. TRUJILLO – PERÚ: Libertad.
- MONTOYA ROJAS, Rodrigo: (1986) Identidad étnica y luchas agrarias en los Andes peruanos. En: Briggs, Lucy Therina y otros. Identidades andinas y lógicas del campesinado. LIMA: Mosca Azul.
- PAERREGAARD, Karsten: Linking (1997) separate world; urban migrants and rural lives in Perú (relacionando mundos separados; migrantes, urbanos y campesinos en el Perú). OXFORD – USA: BERG.
- REMY, María Isabel: (1995) Historia y discurso social. El debate de la identidad nacional. En: Cotler, Julio. Ed. Perú 1964-1994: Economía, sociedad y política. LIMA: IEP.
- ROEL MENDIZÁBAL, Pedro: (2000) De folklore a culturas híbridas: rescatando raíces, redefiniendo fronteras entre nosotros. En: Degregori, Carlos Iván. Ed.

No hay país más diverso. Compendio de antropología peruana. LIMA: PUCP/UPP/IEP.

- SOBREVILLA, David: (1999) País de Jauja: novela multicultural. En: Boletín del Instituto Francés de Estudios Andinos. LIMA: IFEA.

- VALCARCEL E., Luis: (1949), Historia de la Cultura Antigua del Perú Tomo I – Volumen II Imprenta Ministerio de Educación.