

**UNIVERSIDAD NACIONAL “HERMILIO VALDIZÁN”
UNIDAD DE POSGRADO**



**“GLOBALIZACIÓN Y LA IDENTIDAD CULTURAL EN
LOS ESTUDIANTES DE SOCIOLOGÍA DE LA
UNHEVAL, HUÁNUCO 2019”.**

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN: Ética y Valores en Educación

**TESIS PARA OPTAR EL GRADO DE MAESTRO EN
EDUCACIÓN, MENCIÓN: INVESTIGACIÓN Y DOCENCIA
SUPERIOR**

TESISTA: MILKA ESTHER TRAVEZAÑO AMARO

ASESOR: DR. NICOMEDES VILLA MIRABAL

HUÁNUCO - PERÚ

2020

DEDICATORIA

“Gracias a Dios por permitirme tener y disfrutar a mi familia, gracias a mi familia por apoyarme en cada decisión y proyecto; gracias a mi familia por permitirme cumplir con excelencia en el desarrollo de esta tesis. Gracias por creer en mí y gracias a Dios por permitirme vivir y disfrutar de cada día”

TRAVEZAÑO AMARO MILKA ESTHER

AGRADECIMIENTO

El presente trabajo investigativo lo dedico principalmente a Dios, por ser el inspirador y darme la fuerza para continuar en este proceso de obtener uno de los anhelos más deseados.

Agradezco a nuestros docentes de la Maestría de la Universidad Nacional Hermilio Valdizán, por haber compartido sus conocimientos a lo largo de mi preparación, de manera especial, al doctor Nicomedes VILLA MIRABAL asesor del presente trabajo de investigación quien ha guiado con su paciencia, y su rectitud como docente.

RESUMEN

El presente trabajo de investigación titulado: GLOBALIZACIÓN Y LA IDENTIDAD CULTURAL EN LOS ESTUDIANTES DE SOCIOLOGÍA DE LA UNHEVAL, HUÁNUCO 2019, es un estudio sobre la relación existente entre la globalización y la identidad cultural, tuvo como punto de partida el problema general sobre ¿Qué relación existe entre la globalización y la identidad cultural en los estudiantes de Sociología de la Universidad Nacional Hermilio Valdizán, Huánuco 2019? Para el presente trabajo de investigación se tuvo como objetivo el determinar la relación que existe entre las variables estudiadas.

En cuanto a la metodología se adoptó por sus características, el tipo de investigación básica, porque se limita a conocer la relación que existe entre las variables en estudio, así mismo esta investigación es de nivel descriptivo, de diseño no experimental, descriptivo – correlacional.

La hipótesis general que ha guiado la presente investigación fue entre la hipótesis alterna y la hipótesis nula: **H₁**: Existe relación significativa entre la Globalización y la identidad cultural de los estudiantes de Sociología de la Universidad Nacional Hermilio Valdizán, Huánuco 2019. **H₀**: No existe relación significativa entre la Globalización y la identidad cultural de los estudiantes de Sociología de la Universidad Nacional Hermilio Valdizán, Huánuco 2019. Los resultados de la investigación han reportado que la correlación es positiva alta ($\rho = 0,720$) entre las variables, lo que demuestra que la globalización y la identidad cultural están estrechamente relacionadas, ya que la significancia bilateral (0,037) es menor a 0,05 indicando que la correlación es significativa.

ABSTRACT

The present research work entitled: GLOBALIZATION AND CULTURAL IDENTITY IN THE UNHEVAL SOCIOLOGY STUDENTS, HUÁNUCO 2019, is a study on the relationship between globalization and cultural identity, had as a starting point the general problem on What Is there a relationship between globalization and cultural identity in sociology students of the National University Hermilio Valdizán, Huánuco 2019? The objective of this research work was to determine the relationship between the variables studied.

Regarding the methodology, the type of basic research was adopted because of its characteristics, because it is limited to knowing the relationship that exists between the variables under study, likewise this research is descriptive, non-experimental, descriptive - correlational.

The general hypothesis that has guided this research was between the alternate hypothesis and the null hypothesis: H1: There is a significant relationship between Globalization and the cultural identity of the sociology students of the National University Hermilio Valdizán, Huánuco 2019. H0: It does not exist Significant relationship between Globalization and the cultural identity of the sociology students of the Hermilio Valdizán National University, Huánuco 2019. The results of the investigation have reported that the correlation is positive high ($\rho = 0,720$) between the variables, which shows that Globalization and cultural identity are closely related, since the bilateral significance (0,037) is less than 0,05 indicating that the correlation is significant.

ÍNDICE

DEDICATORIA	ii
AGRADECIMIENTO.....	iii
RESUMEN.....	iv
ABSTRACT	v
INTRODUCCIÓN	viii
CAPITULO I. ASPECTOS BÁSICOS DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN..	1
1.1. Fundamentación del problema.	1
1.2. Justificación e importancia de la investigación.	4
1.2.1. Importancia.	4
1.3. Limitaciones.	4
1.4. Formulación del problema.....	5
1.4.1. Problema General.....	5
1.4.2. Problemas específicos.	5
1.5. Formulación de objetivos.	5
1.5.1. Objetivo general.....	5
1.5.2. Objetivos específicos:	6
CAPITULO II. SISTEMA DE HIPÓTESIS	7
2.1. Formulación de Hipótesis.....	7
2.1.1. Hipótesis General:	7
2.1.2. Hipótesis específicas:	7
2.2. Variables.....	7
2.3. Operacionalización de las variables.	8
2.4. Definición operacional de las variables.....	9
CAPITULO III. MARCO TEÓRICO	10
3.1. Antecedentes de investigación.	10
3.2. Bases teóricas.	15
3.3. Bases conceptuales.	31
CAPITULO IV. MARCO METODOLÓGICO	33
4.1. Ámbito de estudio.....	33
4.2. Tipo y nivel de estudio.	33
4.3. Población y muestra.	34
4.4. Diseño de investigación.....	35
4.5. Técnicas e instrumentos.	36
4.6. Técnicas para el procesamiento y análisis de datos.....	38

4.7. Aspectos éticos.....	38
CAPITULO V.....	39
RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....	39
5.1. Análisis descriptivo.....	39
5.2. Análisis inferencial y contrastación de hipótesis.....	63
5.3. Discusión de resultados.....	73
5.4. Aporte de la investigación.....	74
CONCLUSIONES.....	75
SUGERENCIAS.....	76
REFERENCIAS.....	77
A N E X O S.....	80

INTRODUCCIÓN

La presente investigación es un tema de interés para todos aquellos que desean conocer, la relación entre la globalización y la identidad cultural en los estudiantes de Sociología de la Universidad Nacional Hermilio Valdizán, Huánuco 2019.

La globalización es un mecanismo que acelera la interconexión mundial, en todos los aspectos de la vida social contemporánea y en todos los países del mundo. La globalización, no solo afecta la situación económica, también los aspectos de percepción del mundo, esta percepción también incluye a los estudiantes de la Facultad de Sociología de la Universidad Nacional de Hermilio Valdizán, donde a partir de su función profesional, impartirán ideas, pensamientos o modos de pensar, de acuerdo a la identidad cultural que poseen. Pero la influencia de la globalización, modifica la identidad cultural, implantando ideas por el acelerado desarrollo de la tecnología, la cual permite un acceso inmediato de la información, la cual está destinada a instruir a las personas. Por la cual la presente investigación a través del planteamiento de las conclusiones y recomendaciones, busca dar un aporte teórico del problema planteado.

La estructura de la presente investigación es como sigue:

En el capítulo II, muestra el marco teórico la cual contiene la esencia de la investigación, constituidos por los apartados internacionales, nacionales y locales, como también la base teórica y bases conceptuales.

En el capítulo III, presenta el aspecto metodológico, que formará la estructura de la investigación donde se detalla el ámbito, la población y muestra, el nivel y tipo de estudio, diseño de investigación técnicas e instrumentos, validación y confiabilidad del instrumento, procedimiento y tabulación.

En el capítulo IV, enfoca los resultados y discusión, se demostró la confiabilidad y validez de los instrumentos empleados, el análisis de los resultados obtenidos durante la investigación y la interpretación de los resultados.

Y por último tenemos las conclusiones, recomendaciones, bibliografía y anexos.

CAPITULO I

ASPECTOS BÁSICOS DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1. Fundamentación del problema.

Hasta antes de la caída del Muro de Berlín existían dos supremacías mundiales muy opuestas, el socialismo representado por la Unión de Repúblicas Socialistas Soviéticas (URSS) y el máximo representante del Neoliberalismo hasta la actualidad Estados Unidos de América (USA), luego de este hecho histórico (fin de la guerra fría), es donde se afianza la supremacía de mercados, el consumismo desmesurado, todo esto con un acelerado desarrollo de la tecnología, a lo mencionado en el prólogo de Alcántara (2004).

Estos avances acelerados de las tecnologías de la información y la comunicación, proporcionó el proceso de globalización económica y cultural que ha convertido absolutamente no solo la creación de bienes y servicios y las diversas formas de organización del trabajo, sino el ejercicio de la ciudadanía y las formas de convivencia social. La globalización nos presenta nuevas oportunidades de intercambio, posibilidades de enriquecimiento, pero también deteriora la convivencia social, a través de los estados de tensiones que genera.

Y, asimismo, se puede percibir que la globalización en un plano tecnológico nos permite estar interconectados, permitiendo conocer lo que está sucediendo en cualquier parte del mundo, y es este mismo desarrollo tecnológico que posibilita a todas las personas difundir información y comunicarse con un público muy amplio. Y en un plano cultural, se puede precisar que, gracias a la interconexión integral, las costumbres y formas de vida se extienden de manera global generando que las culturas de distintos pueblos tengan cada vez más aspectos en común y quitando lo característico de ellos, un aspecto es pues que las lenguas más habladas se extienden con rapidez por todo el mundo.

Siendo así que, Cruz (2019) enfatiza que la globalización es un fenómeno de comprensión del tiempo y el espacio que se da a nivel mundial a consecuencia del desarrollo de las tecnologías de comunicación y de los medios de transporte. A través

de ella se han dado nuevas formas de hacer capitalismo y ha puesto en jaque al sistema de estado-nación. Sin embargo, la globalización no sólo genera transformaciones cuantitativas en el ámbito de la economía, sino también cualitativas en el ámbito de la reproducción cultural.

En este contexto, podemos observar que el Perú tiene múltiples a diversas culturas resultantes de la fusión y costumbres de las etnias, entre ellas tenemos a la familia etnolingüística de los Arawak constituida por los Ashaninka, los Atiri, los Caquinte, los Chamicuro, los Madija, los Matsiguenga, los Yanasha y los Yine, la familia etnolingüística de los Aru representada por los Aimara y los Jaqaru, la familia etnolingüística de los Cahuapana compuesta por los Campo-Piyapi y los Shiwilu, la familia etnolingüística Romance constituida por las comunidades campesinas de la costa, la familia etnolingüística de los Harakmbut formada por los Amaraeri, los Huitoto compuesta por los Dyo'xaiya, los Meneca, los Miamuna, los Muinane y los Murui, la familia etnolingüística de los Jíbaro representado por los Achnal, los Aguajun, los andoshi, los Jíbaro y los Shuar, la familia etnolingüística de los Pano constituido por los Iscobaquebu, los Joni, los Junikuin, los Masronahua, los Matses, los Morunahua, los Nuquencaibo, los Onicoín, los Parquenahua, los Pisabo, los Uni, los Yaminahua y los Yora, la familia etnolingüística de los Quechua compuesta por los Ancash - Yaru (Vicos, Yaruvilcas), los Ayacucho-Cusco (Chancas, Chopccas, Queros y Wari), los Cañaris-Cajamarca (Cajamarca, Cañaris), los Chachapoyas-Lamas (Llacuash), los Jauja-Huanca (Huancas, Tarumas, Xauxa), los Napo-Pastaza-Tigre (Alamas, Inga, Quichua), los Santarrosino (Kichwaruna) y los Supralecto Yauyos (Yauyos), la familia etnolingüística de los Tacana compuesto por solo los Ese'ejja, la familia etnolingüística de los Tucano, representados por los Aido pai, los Maijuna y los Monichis, la familia etnolingüística de los Tupi-guaraní constituida por los Cocama y los Omagua, la familia etnolingüística de los Uro-Chipaya integrando a los Uro solamente, la familia etnolingüística de los Zaparo constituida por los Iquito, los Ite'chi y los Tapueyocuaca, existe una familia que no se clasifica y están los Aguano, los DuuXugu, los Kacha edze y los Walingos, todos ellos habitaron en el pasado remoto nacional y están hasta el día de hoy (Martínez, M. 2019).

También no olvidar las influencias españolas, afroperuanas, asiáticas, australianas y de un grado menor italianas, estas influencias dejan en evidencia una cultura mestiza, que pueden ser ubicadas en las principales zonas del país, la sierra, la selva y las

regiones costeras, todo esto se pone en manifiesto en sus bailes y danzas, como la danza de las tijeras, la danza de Áncash, la danza de la diablada puneña, la danza de los abuelitos de Quipán, la danza de los negritos de Huánuco, etc. En su gastronomía: el ceviche, pollo a la brasa, causa rellena, papa a la huancaína, ají de gallina, anticuchos, lomo saltado, arroz con pollo, pachamanca, cuy chactado, juane peruano, tacacho con cecina, carapulcra, papa rellena, rocoto relleno, olluquito con charqui, cau-cau, tacu tacu, tamales, entre otros. En su artesanía hecha en barro, marfil, lana de alpaca, madera, oro, cobre, bronce, etc. (Martínez, M. 2019).

Huánuco es heredera de grandes acontecimientos, poseedora de una vasta y variada riqueza cultural, que se evidencia en centros arqueológicos: Atash y Auquinmarca, en Ambo; Kótos, Papahuasi, Shillacoto en Huánuco; Ichu en Pachitea; Garu, Mazur, en Yarowilca; Quenaq, Chiquia, las Cuevas de Lauricocha, en Lauricocha; Susupillo, Piruro, Japallán, en Huamalés; Huánuco Viejo, Nunash, Estaca Machay, en Dos de Mayo, Tinyash, en Huacaybamba, Shampumay, en Marañón. En cuanto a su arquitectura: La hacienda Quicacán, su campanario y catacumbas, la hacienda de Andabamba, la hacienda de Cachigaga, los balcones coloniales, los templos coloniales, en Huánuco; la iglesia de Singa, en Huamalés. En la pintura: sus diferentes tendencias que sirven como precedentes iconográficos de simbolismo e identidad. su gastronomía: la tradicional Pachamanca, el picante de cuy, el locro de gallina, sopa verde, el sabroso tocosh, etc. En sus danzas: los negritos, Tuy tuy, apu inca, huancas y otros. (BCRP, 2019)

A todo esto, se conoce que estamos en un contexto sociocultural muy amplio. Pero este contexto sociocultural lejos de ser un patrimonio común de la humanidad, se ha convertido en una amenaza. Por un lado, experimentamos la fascinante proximidad de múltiples culturas, pero por otro, vemos cómo se convierte en amenaza, pues los jóvenes se avergüenzan de las manifestaciones culturales de sus pueblos y han olvidado el verdadero valor de la interculturalidad para la convivencia social.

En tal sentido, es deber también de las universidades ser un espacio en donde sus integrantes abracen y celebren la interculturalidad, mas no denigren y lo discriminen. Y es pues que, frente a esta realidad, se plantea el trabajo de investigación: Globalización y la Identidad Cultural en los estudiantes de Sociología de la Universidad Nacional Hermilio Valdizán, Huánuco 2019, cuyo objetivo es determinar

el efecto que tiene la globalización en la identidad cultural en los estudiantes de octavo ciclo de la mencionada carrera profesional.

1.2. Justificación e importancia de la investigación.

Justifico mi trabajo de investigación, porque es de interés profesional dentro del estudio de las ciencias sociales la Globalización en el campo de la Identidad Cultural, puesto que las nuevas formas de relación social generan o provocan una transformación en los hábitos y costumbres de la sociedad. Para lo cual se realizará el análisis de la relación que existe entre la globalización y la identidad cultural en los estudiantes de Sociología de la Universidad Nacional Hermilio Valdizán en la ciudad de Huánuco 2019, puesto que no existe hasta la fecha una investigación exacta sobre la globalización y el efecto que tiene en la identidad cultural de un grupo específico de personas. En tanto, esta investigación será precedente que permitirá identificar y analizar los aspectos relevantes de cada situación para establecer mecanismos que permitan describir y explicar la relación entre las variables estudiadas, esto con el fin de dar un aporte profesional que contribuirán al estudio de las ciencias sociales y contexto actual como es la globalización para su conocimiento, surgiendo nuevos saberes que podrían fortalecer los ya existentes; donde los beneficiados serán los estudiantes de Sociología de la Universidad Nacional Hermilio Valdizán, Huánuco 2019.

1.2.1. Importancia.

La siguiente investigación es IMPORTANTE porque nos permite describir la relación que tiene la globalización con la identidad cultural, siendo el estudio de estas variables de mucha importancia ya que en un tiempo donde es imposible ser ajenos de la realidad globalizada, es importante el recuperar, mantener y promover la identidad cultural de cada uno, en este caso de los estudiantes de Sociología, para poder así construir a partir de las influencias externas una identidad sólida basada en nuestros orígenes culturales y los aprendidos desde el contexto actual.

1.3. Limitaciones.

Entre las limitaciones que se presentan para el desarrollo de la investigación encontramos:

- Ausencias bibliográficas, es decir la falta de estudios previos de investigación sobre el tema, ya que no hay un precedente sobre el estudio de estas dos variables juntas en una sola investigación.
- No hay especialista que hayan estudiado la relación que existe entre la globalización y la identidad cultural, en el ámbito local y nacional.
- El tiempo que es limitado, ya que para el desarrollo de esta investigación es necesario la dedicación de tiempo exclusivo que como profesional que laboro el tiempo disponible es limitado.

1.4. Formulación del problema.

1.4.1. Problema General.

¿Qué relación existe entre la globalización y la identidad cultural en los estudiantes de Sociología de la Universidad Nacional Hermilio Valdizán, Huánuco 2019?

1.4.2. Problemas específicos.

- A. ¿Cuál es la relación entre la globalización y el contexto sociocultural en los estudiantes de Sociología de la Universidad Nacional Hermilio Valdizán, Huánuco 2019?
- B. ¿Cómo relacionamos la globalización y la construcción de la identidad en los estudiantes de Sociología de la Universidad Nacional Hermilio Valdizán, Huánuco 2019?
- C. ¿De qué manera relacionamos la globalización y las manifestaciones culturales en los estudiantes de Sociología de la Universidad Nacional Hermilio Valdizán, Huánuco 2019?

1.5. Formulación de objetivos.

1.5.1. Objetivo general.

Determinar la relación que existe entre la globalización y la identidad cultural en los estudiantes de Sociología de la Universidad Nacional Hermilio Valdizán, Huánuco 2019.

1.5.2. Objetivos específicos:

- A.** Establecer la relación que existe entre la globalización y el contexto sociocultural en los estudiantes de Sociología de la Universidad Nacional Hermilio Valdizán, Huánuco 2019.

- B.** Describir cómo relacionamos la globalización y la construcción de la identidad en los estudiantes de Sociología de la Universidad Nacional Hermilio Valdizán, Huánuco 2019.

- C.** Identificar de qué manera relacionamos la globalización y las manifestaciones culturales en los estudiantes de Sociología de la Universidad Nacional Hermilio Valdizán, Huánuco 2019.

CAPITULO II

SISTEMA DE HIPÓTESIS

2.1. Formulación de Hipótesis.

2.1.1. Hipótesis General:

Hi: Existe relación significativa entre la Globalización y la Identidad Cultural en los estudiantes de Sociología de la Universidad Nacional Hermilio Valdizán, Huánuco 2019.

Ho: No existe relación significativa entre la Globalización y la Identidad Cultural en los estudiantes de Sociología de la universidad nacional Hermilio Valdizán, Huánuco 2019.

2.1.2. Hipótesis específicas:

H1: Existe una relación entre la globalización y el contexto sociocultural en los estudiantes de Sociología de la Universidad Nacional Hermilio Valdizán, Huánuco 2019.

H2: La globalización se relaciona con la construcción de la identidad en los estudiantes de Sociología de la Universidad Nacional Hermilio Valdizán, Huánuco 2019.

H3: La globalización se relaciona con las manifestaciones culturales en los estudiantes de Sociología de la Universidad Nacional Hermilio Valdizán, Huánuco 2019.

2.2. Variables.

VI. La Globalización, es un fenómeno de comprensión, del tiempo y el espacio que se da a nivel planetario a consecuencia del desarrollo de las tecnologías de comunicación y de los medios de transporte. A través de ella se han dado nuevas formas de hacer capitalismo y ha puesto en jaque al sistema de estado-nación. El capital depende cada vez menos del trabajo para su acumulación, de modo que tanto personas y comunidades como regiones enteras pasan de ser explotadas a ser

irrelevantes en el nuevo sistema. Sin embargo, la globalización no solo genera transformaciones cuantitativas en el ámbito de la economía, sino también cualitativas en el ámbito de la reproducción cultural. (Ludwig, 2002, p. 10)

V2. Identidad Cultural, La identidad es una construcción subjetiva y no todas las identidades se construyen de la misma forma, hay identidades culturales que se heredan y otras que se adquieren (...) sin embargo con las identidades heredadas y las adquiridas construiremos un YO fortalecido. (Gutierrez, 2007, p. 128).

2.3. Operacionalización de las variables.

OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES		
VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES
Variable 1. Globalización	1. Plano Tecnológico.	-Medios de comunicación. -Innovaciones tecnológicas. -Conexión global e internet. -Influencia del internet.
	2. Plano Cultural.	-Reconocimiento e importancia de la cultura. -Nuevas culturas y estilo de vida. -Moda y Medios de comunicación. -Variedad cultural.
	3. Plano Social.	-Intervención de autoridades e instituciones. -Programas informativos. -Fomento de participación en programas culturales -Involucramiento de la familia
Variabes 2. Identidad Cultural	1. Contexto Sociocultural.	- Manifestaciones culturales. - Práctica de costumbres. - Identificación con los orígenes. - Expresiones culturales.
	2. Construcción de la identidad.	-Talleres de sensibilización. -Expresar sus orígenes. -Valoración de costumbres y tradiciones. -Revalorar lugares turísticos.
	3. Manifestaciones Culturales.	-Práctica de expresiones culturales. -Consumo de platos típicos. -Reconocimiento de productos artesanales -Valorar y difundir el patrimonio cultural

2.4. Definición operacional de las variables.

2.4.1. *La Globalización:*

La globalización es un proceso económico, tecnológico, político, social y cultural a escala planetaria que consiste en la creciente comunicación e interdependencia entre los distintos países del mundo uniendo sus mercados, sociedades y culturas, a través de una serie de transformaciones sociales, económicas y políticas que les dan un carácter global. (Estefanía, 2002, p. 14)

La globalización implica pues una situación en la que van desapareciendo las fronteras en el plano tecnológico, en el plano cultural y también en lo social, la información y la sociedad están en un proceso por el cual se hallan crecientemente integradas los países, sus personas y conocimientos.

2.4.2. *Identidad cultural:*

Identidad cultural es un conjunto de valores, tradiciones, símbolos, creencias y modos de comportamiento que funcionan como elemento cohesionador dentro de un grupo social y que actúan como sustrato para que los individuos que lo forman puedan fundamentar su sentimiento de pertenencia. (Geertz, 1987, p. 22).

Identidad cultural es la pertenencia a un grupo social con el cual se comparten en un contexto sociocultural; rasgos culturales, como costumbres, valores y creencias, construyendo así su identidad, para luego manifestarlas individual y colectivamente.

CAPITULO III

MARCO TEÓRICO

3.1. Antecedentes de investigación.

Internacional.

García y Baeza, (1996) En su tesis titulado Modelo teórico para la identidad cultural; refieren como finalidad presentar un aparato conceptual-instrumental que permita interpretar la diversificada información obtenida en los distintos ámbitos de indagación en los cuales se intente desentrañar procesos interculturales característicos. Llegando a la siguiente conclusión:

1. Asunción holística del fenómeno de la identidad, a partir de una apreciación total del mismo, donde se tiene en cuenta, no sólo los objetos producidos por una cultura, sino otros elementos como: el alter y el sujeto con el que se comunica, la herencia cultural de éste y la actividad de la cual los objetos son resultado.

Caal (2013), en su tesis titulada La pérdida de la identidad cultural incide en la condición de vida, llega a las siguientes conclusiones:

1. Se determinan los factores que inciden en la pérdida de la identidad cultural de la juventud, entre los que se mencionan: la poca valoración y respeto a las distintas manifestaciones culturales. En cuanto a la realización de actividades para promover la identidad cultural, se evidencian la falta de voluntad en el desarrollo de la misma. No se desarrollan las clases en el idioma materno de los estudiantes. Los informantes consideran que la educación bilingüe fortalece la identidad. Con relación a la educación actual, consideran que no fortalece la identidad cultural de la juventud. El centro educativo transmite e impone una nueva forma de vida. Es decir, promueve un proceso que va estructurando una nueva identidad. En cuanto a la identificación en la cultura heredada en cada familia, se evidencia más la incorporación de otras prácticas, como los valores, costumbres, idioma y forma de vida.
2. La condición de vida que se constituye con la pérdida de identidad cultural, con relación a quienes mejoran su condición de vida no trasciende el cambio o

pérdida de identidad. El proceso de asimilación de otra cultura, las identidades son trastocadas. Se debe a la adopción de nuevos esquemas culturales y en la 83 condición de vida se constituye. La situación económica genera insatisfacción y no permite el bienestar en las personas, también los problemas sociales generalizados. Para mejorar la condición de vida no es necesario cambiar de identidad. Se puede mejorar la condición de vida social sin perder la identidad. Se constató que existe alta incidencia o inclinación en aspectos subjetivos.

Nacional.

Robles (2014), en su tesis titulada: Larga lucha de las tradiciones culturales y la globalización, llega a las siguientes conclusiones:

1. Las modernidades en sus distintas formas y de épocas diversas, han librado inevitables conflictos con las tradiciones nativas de los pueblos: el primero por imponer su hegemonía y el segundo por mantener sus prácticas culturales originarias que son al mismo tiempo el alma de sus identidades.
2. La neo modernidad de hoy llamada también globalización, es probablemente lo más influyente para el mundo entero, no solo por la presencia de los bienes que debemos consumir y usar sino por la fuerza ecuménica de los medios masivos de comunicación de tecnología satelital que bombardean las conciencias humanas por los mensajes de la palabra articulada escrita y audiovisual.
3. Los estudios realizados en Ancash y Andahuaylas muestran la tenaz confrontación de las tradiciones culturales por sobrevivir y el poderoso impacto de la globalización de estos tiempos.

Villafuerte (2018), en su tesis titulada: Globalización y otredad en la identidad cultural de la Pintura cusqueña Contemporánea, llevo a las siguientes conclusiones:

1. Que la globalización y la otredad, siempre han sido parte de la historia de la humanidad, produciendo cambios, conflictos, integración, homogenización, resistencia, etc. entre las culturas, así como la construcción, desaparición y revaloración de identidades.

2. Acontecimientos que se ven reflejados inevitablemente en las expresiones artísticas. Cusco ha sido desde sus inicios un importante centro de desarrollo cultural, debido al florecimiento y encuentro de diferentes culturas, principalmente el inca, que con la llegada de los españoles dio lugar a un proceso de simbiosis cultural entre lo andino y occidental, generando transformaciones culturales únicas como la aparición de nuevas formas de expresión artística especialmente en la pintura.

3. Pero a pesar de los cambios, la identidad cultural andina siempre ha estado presente en las manifestaciones culturales cusqueñas, así como en la producción artística de los pintores cusqueños contemporáneos. En las últimas décadas como casi en todo el mundo, Cusco también ha ingresado en este proceso acelerado de globalización, pero esta vez principalmente por efectos del internet y el Turismo. Hecho que está generando en la población y los pintores no solamente la asimilación de otras manifestaciones culturales sino también un mayor interés por lo culturalmente propio, como consecuencia de percibir las diferencias culturales del “otro”.

4. Es así que los pintores cusqueños toman símbolos y temas de la cultura andina para fundamentar su propuesta de producción artística como una forma de revaloración, resistencia e identidad cultural ante el proceso homogeneizador de la globalización.

Villegas (2017), en su revista científica titulada: Globalización versus identidad cultural: un conflicto presente, llega a la siguiente conclusión:

Menciona que si bien se considera que la globalización dio sus primeros pasos a fines de los '70, los cambios tecnológicos que posibilitaron la masificación de las comunicaciones, la influencia de las redes sociales y las políticas económicas internacionales producidas por el neocapitalismo –China incluido– hicieron de este proceso una herramienta fabulosa para lograr, con un impulso extraordinario, el enriquecimiento de unos pocos, y que era necesario uniformar al consumidor para estandarizar la producción y oferta de bienes y servicios, penetrando en los más profundos cimientos de la cultura, con la nada inocente estrategia de arrasar las identidades culturales provocando un impacto social tremendo encubierto en la falacia del bienestar

para todos. Concluyendo que la polémica no está cerrada, nuestra libertad está en juego bajo el peso de estrategias comerciales ultracapitalistas donde las personas dejan de ser tales para convertirse en consumidores cautivos.

Local.

Gargate (2018) en su tesis titulada: Centro de integración cultural para revalorar la identidad de la población de Huánuco -2018. Llega a las siguientes conclusiones:

1. Refiere que la Identidad cultural es la identificación de ese grupo humano con su tradición, su historia, su cultura y sus costumbres. Huánuco es heredera de grandes acontecimientos, poseedora de una vasta y variada riqueza cultural, que se evidencia en centros arqueológicos: Atash y Auquinmarca, en Ambo; Kótosh, Papahuasi, Shillacoto en Huánuco; Ichu en Pachitea; Garu, Mazur, en Yarowilca; Quenaq, Chiquia, las Cuevas de Lauricocha, en Lauricocha; Susupillo, Piruro, Japallán, en Huamalíes; Huánuco Viejo, Nunash, Estaca Machay, en Dos de Mayo, Tinyash, en Huacaybamba, Shampumay, en Marañón.

2. En cuanto a su arquitectura: La hacienda Quicacán, su campanario y catacumbas, la hacienda de Andabamba, la hacienda de Cachigaga, los balcones coloniales, los templos coloniales, en Huánuco; la iglesia de Singa, en Huamalíes. En la pintura: sus diferentes tendencias que sirven como precedentes iconográficos de simbolismo e identidad.

3. Es por ello que cada 18 de agosto de cada año se celebra el 'Día de la Identidad Cultural Huanuqueña', cuyo objetivo es fortalecer y desarrollar la identidad cultural de la población huanuqueña fomentando el rescate, preservación, difusión, defensa y práctica de las manifestaciones culturales tradicionales de la región, a través de la presentación y exposición de su gastronomía, cerámica, música, danza, cuentos, mitos, leyendas, atractivos turísticos y otros. En consecuencia, se propuso el “Centro de Integración Cultural para revalorar la identidad de la población de Huánuco”, que permitió contribuir a la difusión, formación, preservación, participación y a la utilización de la iconografía como muestra de la riqueza cultural Huanuqueña.

Choque y Calero (2016). En su trabajo de investigación titulada: Nivel de práctica de la modernidad y su influencia en el nivel de identidad regional en los estudiantes de la Institución Educativa "Cesar Vallejo" - Paucarbamba - Huánuco – 2016. Llega a las siguientes conclusiones.

1. Definen que el propósito principal fue determinar en qué medida el nivel de práctica de la modernidad influye en el nivel de práctica de la identidad regional en los estudiantes del cuarto grado de educación secundaria.
2. Los procedimientos seguidos durante la recopilación de la información empírica fueron la aplicación de cuestionarios de opinión y la técnica de la encuesta, sometidos a los estudiantes de la muestra de estudio, sobre aspectos referidos al nivel de práctica de la modernidad, nivel de práctica de la identidad regional y acerca del nivel de práctica de la modernidad y su influencia en el de la práctica de la identidad regional.
3. El hallazgo principal de la investigación ha sido conocer cómo un grupo significativo de estudiantes encuestados muestran una tendencia de inclinación y preferencia hacia la práctica de elementos culturales de la modernidad y, una escasa motivación intrínseca y extrínseca hacia la práctica de la identidad regional. Dentro de las conclusiones arribadas en la investigación se afirma que la mayoría de los estudiantes sometidos a una prueba de opinión, poseen inclinación y preferencia por la práctica de los elementos culturales de la modernidad y, en segundo lugar, por la práctica de los elementos culturales de la identidad regional.

Ventura (2015). En su trabajo de investigación titulado: El enfoque intercultural en el logro del aprendizaje significativo del sujeto cognoscente. Llega a las siguientes conclusiones:

1. Que parte el análisis desde la polémica histórica del origen del hombre, y su participación en las hordas, en reconocimiento a la evolución de la humanidad; donde se vislumbra los saltos cualitativos que se han dado, para dar nacimiento a la razón y por ende a la formación cultural de los hombres, que dan paso a la expresión de la variedad de razas, lenguas, costumbres, folklor, mitos, leyendas, entre otros aspectos; que tienen que ver con la teoría sociocultural.

2. Al mismo tiempo se analiza el desarrollo de las culturas, para llegar al siglo XXI, considerado como el apogeo de la globalización y la política neoliberal, en tal sentido ponemos de manifiesto el rescate de las culturas aborígenes, donde se valora y se pone énfasis en el respeto y la práctica de las lenguas maternas, específicamente en la formación del educando, ya que es un ente eminentemente social.

3. En tal sentido se centra en el aspecto gnoseológico, para identificar el origen del conocimiento, proceso del conocimiento y transformación de la realidad objetiva, que tiene que ver con el desarrollo de la naturaleza, sociedad y pensamiento, con el objetivo de demostrar como el sujeto cognoscente en su interrelación con el objeto conocido logra el aprendizaje significativo, que en esencia es un aprendizaje para la vida, que le abre las puertas al sujeto cognoscente, para adecuarse a diferentes contextos de índole, político, económico y social.

3.2. Bases teóricas.

3.2.1. Globalización.

A). Definición de Globalización.

La globalización es un proceso económico, tecnológico, político, social y cultural a escala planetaria que consiste en la creciente comunicación e interdependencia entre los distintos países del mundo uniendo sus mercados, sociedades y culturas, a través de una serie de transformaciones sociales, económicas y políticas que les dan un carácter global. (Estefanía, 2002, p. 14)

Adda (1998) Define que la globalización es resultado de la expansión hasta los confines del planeta del capitalismo, pero es también, y, sobre todo, un proceso que pretende evitar, disgregar y, por último, eliminar las fronteras físicas y reglamentarias que traban la acumulación a escala mundial del capital. Se caracteriza por la progresiva unificación de los mercados mundiales de bienes servicios y capitales, y por una creciente integración mundial de la producción.

Según Pérez y Célis (2004) La era globalización –era global o procesos de globalización– ha sido uno de los fenómenos que más ha calado en las inquietudes de los investigadores internacionales, nacionales y locales, quienes han abordado el tema desde diversas posturas; algunos a favor, otros en contra y algunos de manera

imparcial. Entonces, es un hecho uno de los temas de mayor actualidad es el de la globalización, en todas sus manifestaciones. No obstante, si se tiene en cuenta las múltiples interpretaciones que existen sobre este proceso resulta conveniente seguir investigando para entender las perspectivas de la globalización en el actual contexto socioeconómico mundial.

No existe en la actualidad área del conocimiento que no esté vinculada, directa o indirectamente, al tema de la globalización. Este fenómeno se ha involucrado prácticamente en todos los campos de la actividad humana: economía, cultura, política, ecología, adquiriendo así un carácter pluridimensional.

En efecto, la globalización, modifica estructuras económicas, afecta procesos sociales, promueve nuevas tecnologías, replantea figuras y categorías políticas, y especialmente impacta y afecta nuestras vidas de distinto modo positiva y negativamente, dependiendo de la economía, ubicación geográfica, recursos, tecnología, educación e infraestructura.

Jesús y Mazzei (2013) Determina que es un proceso de difusión de ideas, valores, formas de producción y de comercio, procesos y productos, diseños organizativos y formas de conducta, a través de las fronteras nacionales. Un proceso, por lo tanto, que está conduciendo a una creciente articulación e interdependencia de todas las sociedades.

Moneta (1996) Considera que cuando se habla de globalización se tiende a identificarla con el proceso de globalización económica, olvidando las dimensiones política, cultural y social. Sostiene que en el campo cultural podría entenderse la globalización como el pasaje de identidades culturales tradicionales y modernas, de base territorial, a otras modernas y postmodernas, de carácter trans territorial. Además, manifiesta que las identidades culturales de la globalización no se estructuran desde la lógica de los Estados naciones, sino de los mercados, es decir, no se basan sólo en comunicaciones orales y escritas, sino que operan mediante la producción industrial de la cultura, su comunicación tecnológica y el consumo diferido y segmentado de los bienes.

B). Características de la globalización.

Las características de la globalización según Alcántara (2004), son descritas por 7 señales de los "rasgos claves de la economía de la globalización", las cuales son: a) sustitución de la fuerza física por la mental en los procesos de la creación de la riqueza; b).sustituciones a producción de tangibles por intangibles; c) predominio de una

economía súper simbólica; d).Exponencialidad en el progreso tecnológico y mayor desempleo; e) Cuasi exponencialidad en la calidad de los precios y el mayor fortalecimiento de los monopolios y funciones de empresas transnacionales; f) Desmasificación y g) Nuevo modo de producción.

- Sustitución de la fuerza física por la mental en los procesos de la creación de la riqueza (desde el desarrollo tecnológico, que en la actualidad que vivimos - siglo XXI -, con el desarrollo de la automatización y la resolución digital, el hombre está transformando su trabajo y su vida en sedentaria).

- Sustituciones a producción de tangibles por intangibles (Las ideas como el software [en las computadoras], marcas [marca registrada], o mejor llamados derechos reservados, derechos de autor, en suma, las patentes, son una ganancia mayoritaria incluso mayor que el de producción material)

- predominio de una economía súper simbólica (El dinero y la moneda, como medio físico, está perdiendo su vigencia, por cifras, se puede transferir dinero, cobrar con solo una cuenta corriente que se muestran en la tarjeta de crédito y débito).

- Exponencialidad en el progreso tecnológico y mayor desempleo (la revolución digital, en la actualidad tiene un desarrollo geométrico, con una interconexión inmediata, la cual nos hace interdependiente, esta interdependencia implica cambio de bienes y servicios a tiempo real, con interfaz de hombre computadora).

- Cuasi exponencialidad en la calidad de los precios y el mayor fortalecimiento de los monopolios y funciones de empresas transnacionales (con el uso de máquinas e insumos artificiales, se abaratan los costos de producción, pero se multiplica la capacidad productiva de las empresas, con el desarrollo digital, una sola empresa puede producir infinidad de productos, ofrecer servicios inmediatos, lo cual abarata los costos).

- Desmasificación (La producción en serie ya no satisface al cliente, se impone la variedad, con tendencia a la personalización, capricho que es satisfecho con apoyo de la producción digital- en forma inmediata se produce con color, olor, u otro diseño enviado por el cliente, es decir satisfacer necesidades comunes o llamado bienestar; entendida como lujos propios de personas famosas y ricas, que muestran esos detalles de extravagancia, por los medios de comunicación, y para sorpresa de la persona común de todo el mundo, ese producto o servicio puede estar en tus manos y disfrutar de ellas).

- Nuevo modo de producción (esta característica es el resumen de las tres anteriores, donde la producción personalizada, puede estar a tu alcance y con bajos precios, gracias a la producción digital, pero con la ayuda inseparable de los medios de comunicación).

Las características de la globalización según Estefanía (2002, p. 53) y Roel (2005, p. 170), son: a) Libertad absoluta del movimiento del dinero a través de las fronteras (capital financiero); b) Libertad relativa de los movimientos de bienes y servicios entre las naciones, y, c) Una libertad muy restringida de los movimientos de personas y trabajadores, a través del fenómeno migratorio contemporáneo.

Así también se podría decir que la globalización se caracteriza por su oligarquía donde un muy reducido grupo de personas que tienen el control de las más grandes empresas transnacionales, propiciando un solo modo de vida, que es el consumo, donde esta es el fin último de una persona; si una persona consume un producto ofrecido (mejor dicho obligado por la moda de actualización tecnológica) por los medios de comunicación, es una persona realizada, actualizada, libre, democrático; en otros términos vendría a ser el sueño americano, y esta como consecuencia del ideal de vida, se pierde valores, cultura, folklore, arte, historia y todo lo que caracteriza a una nación, región o localidad en nuestro caso comunidad.

C). Consecuencias de la globalización.

Las consecuencias de la globalización según Alcántara (2004), trajo, los siguientes hechos:

- El poder mundial de las transnacionales, las cuales determinan los precios de la materia prima, el producto y los servicios, afectando el destino de los países en vías de desarrollo, es decir personas anónimas (ni pertenecen a nuestras naciones) quienes, determinan la situación económica.
- Una economía no figurada, los estados (Asia, América Latina y África) no determinan la economía nacional, la economía globalizada lo termina desplazando al estado.
- La globalización viene acelerando el valor especulativo, realizan movimientos de capitales digitales (inversión inmediata) en forma acelerada, buscando altas ganancias, y también con retiradas muy rápidas, en cuanto sospechan signos de inseguridad o pérdida (entendida como extracción -perdón el termino adecuado vendría a ser el exterminio acelerado de la flora y fauna- de materia prima); también se muestra que

esta riqueza de ganancias son para un grupo muy reducido de personas que anualmente superan los presupuestos anuales de los países en vías de desarrollo.

- El destino de las economías y la cultura ya no lo deciden las naciones en vías de desarrollo, sino en los mercados financieros transnacionales de Nueva York, Londres, Frankfurt, Tokio, Singapur y París.
- Los patrones culturales y debilitado, los controles sociales y culturales establecidos por los estados, las iglesias, las familias o las escuelas, así mismo, las fronteras entre lo normal y lo patológico, lo permitido y lo prohibido han perdido nitidez.
- Los medios de comunicación, se han convertido en sistemas de manipulación de los gustos y los valores, pero sobre todo de las conciencias y las creencias. Las cuales crean nuevas generaciones de individuos uniformizados, sobre paradigmas de libertad extrema sobre uso de drogas, moda, diversión incluso el sexo, propiciando un consumo de confort material (satisfacer solo necesidades materiales inmediatas= mediatismo acelerado).

3.2.1.1. Globalización en el plano Tecnológico.

Según Oslo (2006) La Tecnología, es un término general que se aplica al proceso a través del cual los seres humanos diseñan herramientas y máquinas para incrementar su control y su comprensión del entorno material. El término proviene de las palabras griegas tecné, que significa 'arte' u 'oficio', y logos, 'conocimiento' o 'ciencia', área de estudio; por tanto, la tecnología es el estudio o ciencia de los oficios. Inicialmente la innovación tecnológica era la única considerada como objeto de estudio, y estaba referida al producto y al proceso a partir del año 1997, con la publicación del Manual de Oslo, se amplía su ámbito al sector servicio y se considera dos tipos de innovación: la mercadotecnia y la innovación organizativa.

La globalización tecnológica es el proceso de incorporación, expansión e integración de todos los componentes de la vida local de los países a una gran red mundial tecnológica. La relación existente entre la Globalización como la tecnología generan oportunidades de integración de los mercados locales a la gran red económica mundial. En la

actualidad no se concibe, ni es posible la integración de los mercados, ni la competitividad en los mismos sin el desarrollo, intercambio y uso de la tecnología (Ianni, 2002).

Se podría afirmar que la Globalización va de la mano de la tecnología, ambas han sido consecuencia y necesidad de la Globalización.

La Globalización Tecnológica la podemos englobar en 3 dimensiones que explican muy bien el cómo y por qué este fenómeno es esencial para el desarrollo y comprensión de la Globalización. (Held y McGrew, 2003)

- Desarrollo global de la tecnología: las innovaciones tecnológicas se producen y completan en unidades de producción ubicada en zonas geográficas distintas para aprovechar las riquezas de bienes de producción que posee cada país. Esto aumenta la calidad y la productividad de los artículos.
- Colaboración y participación global: la globalización es un proceso de interconexión en todos los ámbitos que facilita la transmisión de conocimientos especializados que pueden ser aprovechados para el desarrollo de la tecnología.
- Comercialización global de la tecnología producida: es la exportación y consecuente expansión de la tecnología desarrollada aprovechando los mecanismos creados para facilitar la incorporación al mercado global. Al mismo tiempo, la tecnología se convierte en un bien mundial haciéndola cada vez más especializada y mejorada para los intereses de la humanidad.

a). Ventajas de la Globalización tecnológica.

Según Oslo (2006) La Globalización Tecnológica nos ha traído una serie de ventajas y características profundas en nuestro modo de entender e interactuar con el mundo que nos rodea, vamos a citar las siguientes:

- Propicia la comunicación ágil y fluida.
- Genera oportunidades de negocio y trabajo
- Expansión de desarrollos tecnológicos en el área de la salud.
- Automatización y agilización de transacciones.
- La tecnología de la informática une personas, culturas, sociedades, empresas, etc.
- Información accesible en tiempo real, gracias a la televisión satelital, pero sobre todo por Internet.
- Facilita la cooperación internacional en casos de desastres.

- Agilización y normalización de transacciones internacionales.

Las ventajas de la Globalización Tecnológica serían muy extensas, lo que subyace de esta globalización es la clara especialización que surge de la necesidad y de la unión del ingenio para bienes comunes. La tecnología es pues una extensión de nosotros mismos, una consecuencia y una necesidad al mismo tiempo.

b). Desventajas de la Globalización tecnológica.

Según Oslo (2006) Las desventajas de la Globalización Tecnológica también son importantes y no las debemos de menospreciar, como todo fenómeno social tiene ventajas y desventajas, vamos a analizar las siguientes:

- Concesión gradual de nuestra privacidad, somos localizables, aunque nosotros podemos activar ciertos controles, no podemos controlar a otras personas con la información a la que les dimos acceso.
- La tecnología genera adicción y como todas las adicciones propicia el aislamiento de las personas.
- Los equipos tecnológicos que facilitan la vida diaria tienen un efecto nocivo sobre el ambiente, esto debido a que emiten gases de efecto invernadero que agudiza el problema del sobrecalentamiento de la tierra.
- La producción de alimentos a escala industrial implica el uso de aditivos relacionados con el desarrollo progresivo de enfermedades como el cáncer y la diabetes.

3.2.1.2. Globalización en el plano cultural.

En su sentido científico social convencional, la cultura se considera como el conjunto de creencias, valores y estilos de vida que caracterizan a una sociedad o grupo social. Así, la diversidad cultural refleja la rica variedad de la experiencia y potencial humano. Teniendo en cuenta lo anterior, la globalización plantea la tensión entre la protección y la conservación de las características culturales de los diferentes grupos sociales y los beneficios que se derivan de la conectividad, la interacción en la diversidad cultural y la influencia y absorción de patrones culturales de otros grupos sociales (Giménez, G. 2000).

Según Ianni (2002) La globalización cultural es la integración de costumbres y creencias de muchos países en donde el factor predominante

es la economía y las telecomunicaciones, los cuales han influido en que dichos modos de vida sean muy parecidos entre sí.

La Globalización Cultural es un proceso de exportación, expansión y asimilación de costumbres, valores, expresiones artísticas, creencias religiosas, gastronomía y tradiciones, que se debe de entender siempre desde la expansión de la Globalización económica, gracias a la cual se han adquirido culturas y costumbres de otros países, convirtiéndolas en algunos casos como propias.

La Globalización Cultural es un proceso por el cual los medios de comunicación han influido de forma directa en una labor de fusión de muchas formas y costumbres de vida, de tal modo que en muchos países esta cultura es cada vez más similar en todos ellos. De este modo podemos entender como habitantes de diferentes países han adquirido hábitos de consumo muy parecidos, véase la compra de telefonía móvil, por ejemplo. Nos encontramos ante un proceso dinámico de intercambio, con una perspectiva totalizadora de todos los elementos de los países, incluidos los capitales, producción, tecnología y por supuesto la cultura, siendo un proceso de globalización inherente a la relación de dependencia económica establecida. (Oslo, 2006)

La Globalización Cultural es necesidad y consecuencia, necesidad porque los países necesitan la homogenización de la cultura, que se logra a partir de la expansión de componentes culturales locales para fortalecer y facilitar las relaciones comerciales. Es consecuencia, porque la incorporación de elementos culturales importados se logra a través de la creación de mecanismos para lograr su entrada.

a). Factores que Impulsan la Globalización Cultural.

Según Held y McGrew (2003) Para entender este fenómeno, debemos de comprender aquellos factores que han influido de forma directa en la creación y expansión de la Globalización Cultural:

- Los bloques comerciales. Para lograr una integración económica se han liberado fronteras económicas entre los mercados de los países. De este modo se han creado bloques económicos como MERCOSUR, LA UNION

EUROPEA, TLCAN, etc. con la intencionalidad de fortalecer los capitales, intercambiar riquezas y unificar monedas como es el caso de la UNION EUROPEA.

- Los bloques permiten el libre traspaso de fronteras, facilitando los intercambios culturales directos, sin restricciones burocráticas. Los individuos llevan costumbres a los países y a su regreso comparten las experiencias adquiridas, consumen en la economía local, participan de la diversidad cultural y las expresiones artísticas de los países que recorren con libertad.
- Los medios de comunicación masivos. Nos encontramos ante el factor clave de la Globalización Cultural. Si nos remontamos hasta hace unos cuantos años, hacer una simple llamada telefónica era una aventura, hoy la proliferación de medios de comunicación: la televisión satelital, pero sobre todo Internet, han facilitado la interconexión entre países que se encuentran en polos opuestos del planeta.

b). Beneficios de la Globalización Cultural.

Según Larraín (2005) Los beneficios de la Globalización Cultural son variados y vamos a analizarlos. Por un lado, nos encontramos ante un conocimiento de las culturas extranjeras muy superior al que podían tener nuestros antepasados (los cuales solían conocer el mundo que les rodeaba a solo unos pocos kilómetros). También podemos enumerar como beneficios las oportunidades que nos brinda conocer otras culturas, y formas de vida, de este modo podemos acceder a un mundo amplio de conocimiento el cual nos permitirá elegir nuestro camino, ya sea en creencias, culturas, etc.

Además, la globalización cultural nos ha brindado la posibilidad de comparar y elegir entre una enorme variedad de oportunidades tanto laborales como de formas de vida. Todo ello acompañado de los medios de comunicación como internet que han multiplicado y expandido todas las experiencias que tenemos a diario haciéndolas públicas para toda la sociedad.

c). Riesgos de la Globalización Cultural.

Según Larraín (2005) Los riesgos de la Globalización Cultural son variados, vamos a conocerlos. Por un lado, nos encontramos ante unas formas de vida cada vez más parecidas entre sí, reduciendo y en algunos casos hasta eliminando las

costumbres de muchos pueblos, perdiendo con ello una cultura muy rica y antigua que seguramente nunca más volverá a aparecer.

Por otro lado, nos encontramos ante una dependencia en la forma de convivir y relacionarnos unos con otros. Por ejemplo, la Globalización Cultural ha creado necesidades de trabajo que son cada vez más parecidas en muchos países, creando personas que se preparan con estudios para las necesidades de este tipo de "país mundial", lo que genera al mismo tiempo individuos con preparaciones casi idénticas.

Los beneficios y riesgos son pues muy variados y dependen de cada situación, existen personas que han encontrado en la Globalización unas enormes oportunidades de desarrollarse personal y profesionalmente y otros que han encontrado una pérdida poco a poco en su identidad como personas y como sociedad.

3.2.1.3. Globalización en el plano Social.

La dimensión social de la globalización se refiere al impacto que este proceso tiene en la vida y en el trabajo de las personas, así como en sus familias y sociedades. Incluye las preocupaciones y los problemas relacionados con el impacto de la globalización en el empleo, las condiciones de trabajo, los ingresos y la protección social. Más allá del mundo del trabajo, la dimensión social abarca las cuestiones relativas a la seguridad, la cultura y la identidad, la inclusión o la exclusión social y la cohesión de las familias y las comunidades. (Ocampo, 2001).

Según Beck (1998) La globalización aporta nuevas potencialidades para el desarrollo y la creación de riqueza. Sin embargo, hay puntos de vista y percepciones divergentes, en especial sobre su impacto económico y social. Estas divergencias corresponden, en parte, a la diversidad de efectos que la globalización tiene en los intereses y las oportunidades de los distintos sectores económicos y sociales. Algunos sostienen que el modelo actual de la globalización ha agravado los problemas del desempleo, de la desigualdad y de la pobreza mientras que otros afirman que la globalización ha contribuido a reducir la incidencia de dichos problemas.

Por supuesto, estos problemas existían antes de la globalización. Pero es evidente que, para que la globalización sea sostenible tanto en el plano político como en el plano económico, debe contribuir a resolverlos. Por lo tanto, el objetivo es una globalización que atienda las necesidades de todas las personas.

3.2.2. Identidad Cultural.

A). La Identidad

Identidad, según Tugendhat (1996) es el Conjunto de características o circunstancias que hacen que alguien o algo sea reconocido, sin posibilidad de confusión con otro. Circunstancia de ser efectivamente una persona lo que dice ser.

Como se observa, es el sello personal, característico que nos diferencia de los demás, la vida cotidiana de las personas expresada de las formas más simples, es lo que llamamos identidad y está presente en cada ser humano que cohabita en un determinado lugar con una historia, costumbres y manifestaciones culturales propias; porque la construcción de la identidad se produce día a día, en un contexto histórico social temporal y real.

La identidad se expresa en las más simples manifestaciones de la vida cotidiana: prácticas culinarias, ajueres domésticos, vestuarios; se refleja en las variantes lingüísticas, idiosincrasia, relaciones familiares y sociales, etc.; se afirma en las costumbres, tradiciones, leyendas y folklore; se define a través de las producciones artísticas, literarias, históricas, pedagógicas, ideológicas, y políticas propias; para alcanzar niveles superiores en la formación de la nacionalidad, expresada en un sistema de valores que parte del autorreconocimiento del grupo humano que la sustenta, como sujeto histórico cultural, con aspiraciones de una determinada cuota de poder y llega a su madurez con la consolidación de una nación soberana. (Quijano, A. 1992).

La identidad es una construcción subjetiva y no todas las identidades se construyen de la misma forma, hay identidades culturales que se heredan y otras que se adquieren...sin embargo con las identidades heredadas y las adquiridas construiremos un YO fortalecido. (Gutierrez, 2007).

B). La Cultura.

La UNESCO (2005), define la “Cultura como el conjunto de los rasgos distintivos, espirituales, materiales y afectivos que caracterizan una sociedad o

grupo social. Ella engloba, además de las artes y las letras, los modos de vida, los derechos fundamentales del ser humano, los sistemas de valores, creencias y tradiciones”.

Según Rey (2002), La cultura no es lo valiosamente accesorio, el cadáver exquisito que se agrega a los temas duros del desarrollo como el ingreso per cápita, el empleo o los índices de productividad y competitividad, sino una dimensión que cuenta decisivamente en todo proceso de desarrollo, tanto como el fortalecimiento institucional, la existencia de tejido y capital social y la movilización de la ciudadanía.

C). Identidad Cultural.

Identidad cultural es un conjunto de valores, tradiciones, símbolos, creencias y modos de comportamiento que funcionan como elemento cohesionador dentro de un grupo social y que actúan como sustrato para que los individuos que lo forman puedan fundamentar su sentimiento de pertenencia. (Geertz, 1987, p. 22).

Según Castells (1997) Se manifiesta a través de la percepción, conciencia, modo de actuar y pensar de los miembros de una comunidad, pueblo o nación, acerca del medio natural y social en que se desenvuelven, a la forma en que las personas se conocen como algo singular respecto a otros, mostrado a través de sus sentimientos, actitudes ante la vida, acciones creadoras y expresiones culturales.

La identidad de un grupo no significa que todos sus miembros sean iguales, sino que se apropian de la diversidad, la heterogeneidad; aunque predomine lo común como regularidad. El individuo, no solo se reconoce como miembro de un grupo; sino que se percata de su cercanía con respecto a los demás miembros de su grupo o comunidad.

3.2.2.1. Contexto Sociocultural.

Contexto sociocultural lo podríamos considerar como un campo donde interactúan, se superponen las influencias sociales. El desarrollo de un niño o un adolescente está inmerso en la familia, el colegio, el vecindario en donde interactúa directa y recíprocamente. Contextos diferentes que están dentro de un campo mayor con que también interactúan. (Giménez, 2000).

El contexto, describe al espacio o entorno que puede ser físico o simbólico que sirve de marco para mencionar o entender un episodio. El contexto se crea en base a una serie de circunstancias que ayudan a

comprender un mensaje. Estas circunstancias pueden ser, según el caso, concretas o abstractas. Social, por su parte, es aquello que está relacionado o apunta a la sociedad. Este concepto (sociedad) engloba al grupo de individuos que comparten una cultura y que interactúan entre sí para conformar una comunidad.

Según Larraín (2005) Esto permite entender la noción del contexto social, la cual abarca todos los factores culturales, económicos, históricos, etc. que forman parte de la identidad y de la realidad de una persona. El ser humano es un ente de características sociales, cuyo desarrollo depende de los vínculos que entabla con su entorno. Esto quiere decir que las personas son las que construyen el contexto social, pero, a la vez, este contexto incide en su realidad. Los principales factores que son parte del contexto sociocultural son los siguientes:

a). La familia: La familia es considerada en todas las sociedades como un entorno importante, si no el más importante para la socialización del niño. Su influencia es dominante y elevada, sobre estas etapas donde se es tan maleable, alcanzando un efecto duradero a lo largo de toda la vida. Teorías como la del aprendizaje social se fundamentan en los principios del aprendizaje, considerando que los padres modelan el desarrollo del niño a través del refuerzo y el castigo y actuando como modelos de conducta. Así mismo, los padres tienden a tratar a sus hijos de acuerdo a los estereotipos de género recibidos.

b). Los iguales: Esta relación es estructurante, todos los niños de todas las sociedades están expuestos al contacto con otros niños, lo que contribuye a su desarrollo. Estas relaciones cambian a lo largo del tiempo, creciendo en complejidad e importancia durante la infancia y la adolescencia.

Las relaciones entre iguales son cualitativamente distintas de las relaciones de los adultos, con funciones distintas. Los iguales pueden influirse entre sí de formas muy distintas, y las funciones de la cultura de los iguales difieren según la edad. En general, los iguales proporcionan oportunidades para el aprendizaje de habilidades sociales, contribuyen a

establecer valores sociales, sirven de norma con las cuales los niños se juzgarán a sí mismos, y dan o niegan apoyo emocional. Los iguales refuerzan la conducta, sirven como un modelo de comportamiento y se entablan amistades u otras relaciones sociales.

c). El Centro de Estudios: Una educación normalizada incluye no solo enseñar habilidades y conocimientos intelectuales, sino también tareas de socialización más amplias, como transmisión de valores sociales, morales y políticos que actúan poderosamente en el desarrollo de chicos y adolescentes. De hecho, el colegio funciona como sistema social en sí mismo y de sí mismo. La pedagogía, los métodos de disciplina, las normas y las expectativas, todo ello desempeña un papel importante en el modelo del niño y del adolescente. Es por eso que el colegio puede convertirse en el espacio de protección (y esta sería su esencial función), pero igualmente si reproduce modelos disfuncionales, convertirse en un espacio de riesgo con consecuencias no solo en el momento, sino para toda la vida.

d). clase social y la cultura: La clase social, o posición socioeconómica, está determinada por factores tales como los ingresos de la familia, el nivel de formación y el nivel profesional, entre los cuales hay una correlación. Las sociedades están estratificadas de acuerdo a un sistema de clases sociales, distinguiéndose cada clase social por una serie de diferencias en numerosas facetas de la vida (condiciones del entorno, interacciones sociales, valores y actitudes, expectativas y oportunidades).

La influencia negativa de una clase social y del resto de las demás influencias sociales funcionan dentro un contexto cultural más amplio. Las creencias y los valores de una sociedad se introducen dentro de las estructuras sociales, en los papeles sociales, afectando el modelado de la persona.

3.2.2.2. Construcción de la Identidad Cultural.

Según Geertz (1987) La identidad cultural, no es fija ni permanente, sino que se va construyendo a lo largo del tiempo. Existen una serie de

elementos históricos que están presentes en una comunidad y que van construyendo su identidad, estos elementos son los elementos históricos, geográficos, territoriales, sociales, económicos, políticos, étnicos, religiosos, lingüísticos, entre otros. se pueden distinguir tres formas de construcción de la identidad:

a). *Identidad Legitimadora:* Es introducida por las instituciones que tienen mayor dominio sobre la sociedad para extender y racionalizar su dominación frente a los actores sociales. El resultado de este tipo de identidad es que se conforma una sociedad civil, que está compuesta por diversas instituciones y actores sociales que garantizan la reproducción del modelo y el mantenimiento del orden social.

b). *Identidad de Resistencia:* Está generada por aquellos actores que se encuentran en posiciones o condiciones devaluadas o estigmatizadas por la lógica de la dominación, entonces tienden a construir trincheras de resistencia y supervivencia que están basados en principios muy distintos y contrarios a los que establecen las instituciones de la sociedad en la identidad legitimadora. El producto de la identidad de resistencia, son las comunidades, tornándose este tipo de construcción en el más importante de nuestra sociedad. En este tipo de identidad, están comprendidos todos los actores excluidos del plano social dominante, que entonces crean un ámbito de inclusión propio, se establecen límites claros en relación a los demás y marcan diferencias de forma muy tajante. Este tipo de identidad, nos habla de un movimiento absolutamente defensivo.

c). *Identidad Proyecto:* Este se produce cuando los actores sociales, en base a los materiales culturales de que disponen, construyen una nueva identidad que redefine su posición en la sociedad y, entonces buscan la transformación de toda la estructura social. La identidad proyecto hace que los sujetos, es decir, los actores sociales formen un colectivo mediante el cual los individuos alcanzan un sentido holístico en su experiencia. En este caso la construcción de la identidad es un proyecto de vida diferente que busca transformar la sociedad.

3.2.2.3. Manifestaciones Culturales.

Son las expresiones resultantes de la creatividad de las personas, grupos y sociedades, que poseen un contenido cultural. (Geertz,1987).

Estas expresiones representan las características culturales y sociales de una nación o sociedad, lo que las convierte en patrimonio cultural. Si bien en algunos casos el término se usa para definir tradiciones pertenecientes a culturas indígenas o civilizaciones antiguas, es más comúnmente acuñado para referirse al folclor de cada país.

Según Giménez (2000) Las características de las expresiones culturales son propias de cada cultura, pero cumplen con una serie de parámetros específicos que se repiten sin importar el país en el que se estudien.

a). Son transmitidas: Estas expresiones son transmitidas de generación en generación y usualmente tienen varias décadas de existencia. Los orígenes de algunas se remontan a varios siglos de antigüedad, aunque hayan cambiado su forma con el tiempo.

b). Reflejan la identidad de una sociedad: Como son antiguas, las expresiones culturales suelen reflejar la manera de pensar y actuar de una sociedad desde sus inicios. Son expresiones de folclor particulares de cada país.

c). No tienen autores definidos: Las tradiciones culturales se forjan con el tiempo y, dada su antigüedad, es difícil reconocer a una persona en particular como autora de una de estas manifestaciones.

En muchas sociedades latinoamericanas, las tradiciones actuales han sido heredadas desde la época prehispánica.

d). No tienen propósitos comerciales: La creación de estas expresiones no busca cumplir un fin comercial. Fueron creadas con fines culturales y este es el propósito que han mantenido durante el tiempo en el que prevalecen, incluso en la actualidad.

e). Siempre están en desarrollo: La mayoría de estas expresiones han cambiado con el transcurso de los años. Se adaptan al estado actual de las sociedades; esto ocurre en particular con las expresiones intangibles, como los bailes y los cantos.

f). Pueden ser tangibles o intangibles: La manera en que cada sociedad expresa su folclor usualmente incluye elementos tangibles, como dibujos, pinturas corporales, diseños gráficos, trabajos con madera, diseños hechos con mosaicos, metalurgia, alfombras, joyas y adornos corporales, adornos con piedras, entre muchos otros.

Sin embargo, también puede incluir otro tipo de expresiones intangibles, entre las cuales están los bailes, la música, rituales y juegos tradicionales, o incluso formas de pensamiento particulares de un país que se hayan heredado de generaciones anteriores.

3.3. Bases conceptuales.

Globalización: Es un fenómeno moderno que puede ser analizado desde diversos ángulos. El término proviene del inglés globalization, donde global equivale a mundial. Por eso, hay quienes creen que el concepto más adecuado en castellano sería mundialización, derivado del vocablo francés mondialisation.

Según Alcántara (2004), menciona que:

"El fenómeno de la globalización es el resultado de la convergencia de tres hechos concomitantes: 1) La emergencia del pensamiento neoliberal, 2) La crisis y caída del socialismo, 3) El desarrollo vertiginoso de las tecnologías de información y comunicación".

Tecnología: La idea de tecnología se asocia a los conocimientos, las técnicas y los dispositivos que posibilitan la aplicación del saber científico. Comunicación, por su parte, se vincula a la transmisión de información entre un emisor y un receptor que comparten un mismo código.

Cultura: Se conoce como cultura al entramado social que se crea con las costumbres, tradiciones y expresiones que desarrolla una determinada

comunidad. Así como las personas son las encargadas del desarrollo de la cultura, ésta influye sobre los hombres y mujeres de la sociedad en cuestión.

Sociedad: Es un término que describe a un grupo de individuos marcados por una cultura en común, un cierto folclore y criterios compartidos que condicionan sus costumbres y estilo de vida y que se relacionan entre sí en el marco de una comunidad.

Identidad: Conjunto de rasgos o características sociales, culturales, etc., propios de una colectividad que la definen y distinguen de otra.

Manifestaciones Culturales: Es un medio de expresarse de una región determinada, puede ser por medio de danzas, canciones, música, artes, etc. Cada comunidad o pueblo tiene su propia manifestación folklórica. Esa síntesis o mestizaje cultural está presente en todas las manifestaciones de nuestra cultura.

CAPITULO IV

MARCO METODOLÓGICO

4.1. **Ámbito de estudio.**

El estudio se realizó en la escuela profesional de Sociología de la Universidad Nacional Hermilio Valdizán, es decir que, para la ejecución de la investigación, cabe recalcar que la Universidad Nacional Hermilio Valdizán está ubicada en la ciudad de Huánuco-Pillco Marca, en el centro del Perú. Es importante señalar que la ciudad de Huánuco, se encuentra ubicada en la provincia y departamento de Huánuco, y se ubica dentro de la región semi fluvial. Siendo fundada en la época colonial el 15 de agosto de 1539.

4.2. **Tipo y nivel de estudio.**

4.2.1. **Nivel de investigación.**

Esta investigación es de nivel descriptivo-correlacional.

Descriptivo: según Sánchez y Reyes (1996), Consiste fundamentalmente en describir un fenómeno o una situación mediante el estudio del mismo en una circunstancia temporo – espacial determinada. Son las investigaciones que tratan de recoger información sobre el estado actual del fenómeno.

Correlacional: La investigación siguió fundamentalmente el obtener el grado de relación entre las variables de estudio, es decir, se determinó las variaciones en uno o varios factores son concomitantes con la variación en otro u otros factores.

4.2.2. **Tipo de investigación.**

El presente trabajo por sus características es de tipo aplicada según Sánchez y Reyes (1996), porque se caracteriza por su interés en la aplicación de los conocimientos teóricos a determinada situación concreta y las consecuencias prácticas que de aquellas se deriven, es decir, se ha limitado a conocer la relación que existe entre la

globalización y la identidad cultural de los Estudiantes de Sociología de la Universidad Nacional Hermilio Valdizán, Huánuco 2019.

El investigador en este caso se esfuerza por conocer y entender mejor algún asunto o problema, busca el progreso científico, acrecentar los conocimientos teóricos. (Sánchez y Reyes, 1996)

4.3. Población y muestra.

4.3.1. Descripción de la población.

La población de estudio está constituida por todos los estudiantes de la escuela profesional de Sociología de la Universidad Nacional Hermilio Valdizán, según lista de matrícula general actualizado al 2019, tendremos un total de 248 estudiantes, cuya fuente es la oficina de asuntos académicos de la escuela profesional de Sociología.

Tabla 1

Tamaño de población de los estudiantes de la E.P. de Sociología-UNHEVAL- 2019.

Sexo	Varones	Mujeres	Total
N° de estudiantes	98	150	248

Fuente: Unidad de registro central y archivo académico de la UNHEVAL

Elaboración: Propia

4.3.2. Muestra.

Selección de la muestra y muestreo

Para la presente investigación las unidades de análisis son todos los estudiantes de la escuela profesional de Sociología de la Universidad Nacional Hermilio Valdizán, según lista de matrícula general actualizado al 2019.

Unidad de muestreo: Es cada estudiante, que estudia en la escuela profesional de Sociología de la Universidad Nacional Hermilio Valdizán.

Marco muestral: Estudiantes de Sociología de la Universidad Nacional Hermilio Valdizán.

Selección de la muestra.

Para calcular la muestra del proyecto de investigación se utilizó la técnica probabilística, aplicando el siguiente cuadro:

Estudio según el siguiente formula:

Probabilística según la siguiente formula.

$$n = \frac{N}{(N-1)k^2 + 1}$$

Donde:

n = tamaño de la muestra

N = población

k = margen de error (0,05) = 5%

Fijación:

$$f = \frac{n}{N}$$

f = fijación

$$n = \frac{248}{(248 - 1)0,05^2 + 1}$$

$$n = \frac{248}{1,6175} = 153,32$$

$$f = \frac{153,32}{248} = 0,618$$

Entonces el tamaño de la muestra en la actual investigación es de 153 estudiantes para ser encuestados.

Tipo de muestreo.

La muestra se obtuvo mediante el muestreo probabilístico, aleatorio simple, por lo cual se usará la fórmula de población finita.

4.4. Diseño de investigación.

El Diseño de investigación es No Experimental de Corte Transversal y muestra un contraste de hipótesis correlacional de acuerdo a las siguientes consideraciones:

Diseño No Experimental, porque no se manipula el factor causal para la determinación posterior de sus efectos. Sólo se describen y se analizan su incidencia e interrelación en un momento dado de las variables (Hernández y otros, 2010).

El diseño correlacional tiene por propósito medir el grado de correlación entre dos variables: La relación que existe entre la globalización y la identidad cultural de los Estudiantes de Sociología de la Universidad Nacional Hermilio Valdizán, Huánuco 2019.

El esquema correlacional se muestra:

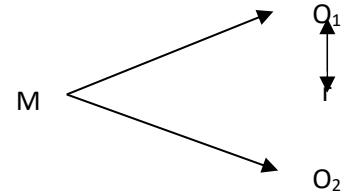
Donde:

M = Muestras tomadas para Observaciones

O1 = Globalización.

O2 = Identidad Cultural

r = Relación entre las variables



Transversal, porque los objetivos generales y específicos están dirigidos al análisis del nivel o estado de las variables mediante la recolección de datos en un punto en el tiempo.

4.5. Técnicas e instrumentos.

4.5.1. Técnicas.

En el desarrollo del estudio se utilizó como técnica la encuesta y de acuerdo a Tamayo (2003), la encuesta es aquella que permite dar respuestas a problemas en términos descriptivos como de relación de variables, tras la recogida sistemática de información según un diseño previamente establecido que asegure el rigor de la información obtenida.

4.5.2. Instrumentos.

Fichas, para la consulta bibliográfica y de resumen; Cuestionario acerca de la globalización, se elaboró en base al instrumento de identidad cultural realizado y validado en el estudio de campo, consta de 12 ítems para cada instrumento.

El criterio para escoger y elaborar el instrumento se tuvo en cuenta la naturaleza de la investigación y el tipo de datos que se recolectó. Además, se trabajó no con notas para un test o prueba, sino con datos sobre la

percepción de las variables de estudio. Por ello se optó por elaborar un cuestionario que emplee la escala de LÍkert como criterio de medición.

a) Nunca; b) Algunas veces; c) Siempre

4.5.2.1. validación de los instrumentos para la recolección de datos

Dicho procedimiento de validez se realizó por criterio de jueces, realizado por el docente del módulo de desarrollo del trabajo de investigación quien evaluó la pertinencia, relevancia y claridad del instrumento.

Tabla 2

Juicio de expertos

Expertos	Aplicabilidad del instrumento
Dr. WILFREDO ANTONIO SOTIL CORTAVARRÍA.	Aplicable
MG. ALEXANDRA RIVAS MEZA.	Aplicable
MG. FELIX PASTOR REMACHE.	Aplicable
MG. REBECA TEODORA LEÓN RODRIGUEZ.	Aplicable
MG. NANCY EVELYN HERRERA MILLA	Aplicable

Fuente: Elaboración Propia

4.5.2.2. Confiabilidad del Instrumento

La confiabilidad del instrumento se realizó mediante la técnica de prueba del Coeficiente de Alfa de Cronbach.

La confiabilidad es el grado en el cual un instrumento de medición psicológica mide algo en forma consistente. Un nivel confiable, está relativamente libre de errores de medición, de manera que las calificaciones que obtienen los sujetos en el instrumento son cercanas en valor numérico a las calificaciones reales.

Tabla 3

Confiabilidad de los instrumentos

Instrumento	Técnica	Resultados
Instrumento 1	Alfa de Cronbach	0.92
Instrumento 2	Alfa de Cronbach	0.98

Fuente: Elaboración Propia

4.6. Técnicas para el procesamiento y análisis de datos.

4.6.1. Procesamiento de datos.

Los datos que se recolectaron fueron procesados en el Software Estadístico SPSS versión 25, donde fueron ordenados, tabulados y clasificados. Este programa se utilizó para obtener porcentajes, frecuencias, desviación estándar, entre otros datos estadísticos necesarios para la investigación y finalmente se aplicó para contrastar las hipótesis.

Los datos fueron analizados y presentados mediante la utilización de gráficos y cuadros para datos cuantitativos.

Para poder obtener la recolección de datos se cursó una solicitud de aceptación, de las autoridades competentes, que servirán de muestra en la investigación, luego de recepcionado el consentimiento, se procedió a la administración de manera individual aplicando la encuesta, adjuntando el consentimiento informado a cada alumno elegido para la muestra, de modo que se seguirá las normas establecidas de acuerdo al protocolo de los manuales.

4.6.2. Análisis de datos.

Para la presentación se desarrolló cuadros en los que en forma numérica se podrá visualizar las características resaltantes del estudio. También se utilizaron gráficos de barras para presentar en forma visual las diferencias entre las variables relacionadas. Se utilizó tablas de frecuencias para variables cuantitativas y los datos obtenidos se presentan en los gráficos rectangulares donde se emplearon las frecuencias.

4.7. Aspectos éticos.

Se realizó una constancia de aplicación de instrumento de investigación, el cual suscribió la doctora Enma Sofia Reeves Huapaya, haciendo constar que la licenciada Travezaño Amaro Milka Esther ha aplicado sus instrumentos a los estudiantes de sociología de la universidad Nacional Hermilio Valdizan (ver anexo N°2).

CAPITULO V

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

5.1. Análisis descriptivo.

Tabla 4

Crees que los medios de comunicación transmiten las culturas de otros países e influyen en tu estilo de vida.

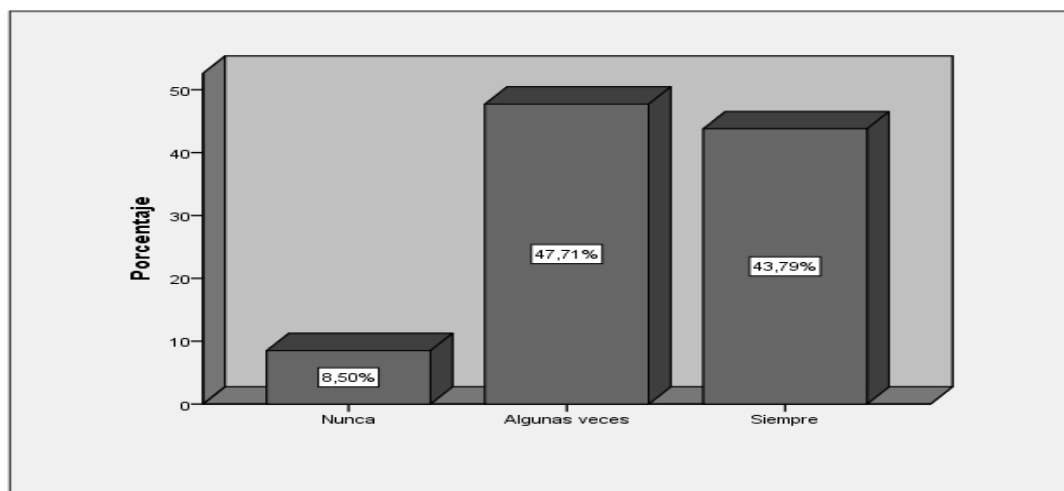
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	13	8,5	8,5	8,5
Algunas veces	73	47,7	47,7	56,2
Siempre	67	43,8	43,8	100,0
Total	153	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta

Elaboración: Tesista

Gráfico 1

Crees que los medios de comunicación transmiten las culturas de otros países e influyen en tu estilo de vida.



Fuente: En base a la tabla 4

Interpretación

Como se puede apreciar en la tabla 4 y el gráfico 1, del total de las personas encuestadas el 73,20% cree que algunas veces los medios de comunicación transmiten las culturas de otros países e influyen en tu estilo de vida, el 43,79% cree que siempre y por último el 8,50% cree que nunca.

Tabla 5

Las innovaciones tecnológicas que se producen en otros países influyen en tu identidad cultural.

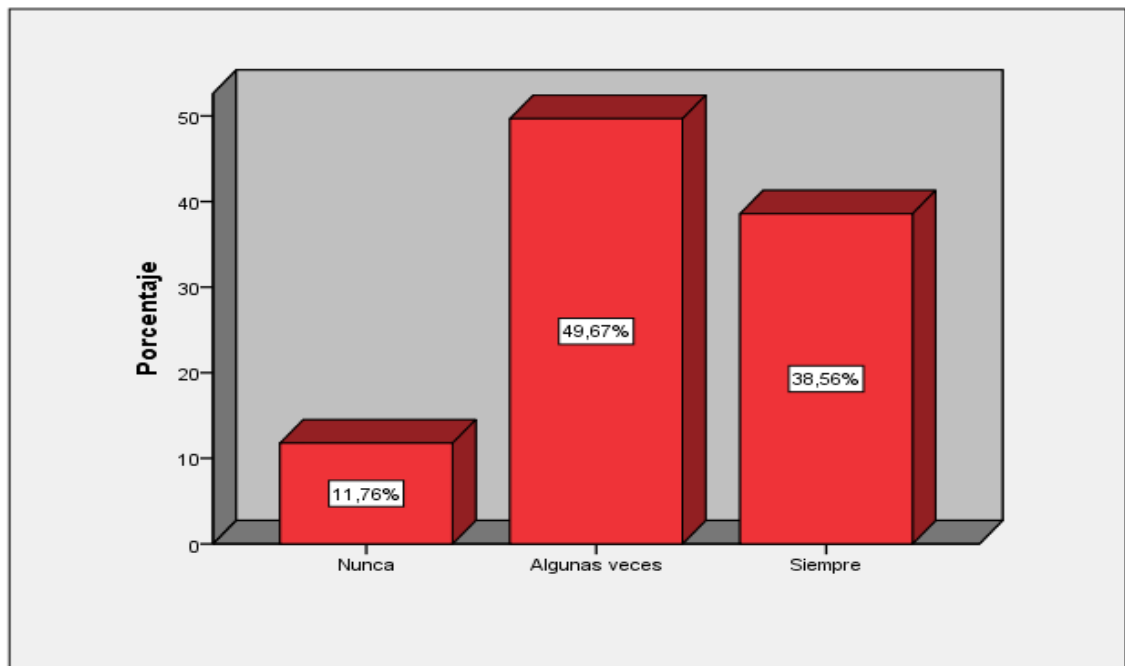
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	18	11,8	11,8	11,8
Algunas veces	76	49,7	49,7	61,4
Siempre	59	38,6	38,6	100,0
Total	153	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta

Elaboración: Tesista

Gráfico 2

Las innovaciones tecnológicas que se producen en otros países influyen en tu identidad cultural.



Fuente: En base a la tabla 5

Interpretación

Como se puede apreciar en la tabla 5 y el gráfico 2, del total de las personas encuestadas el 49,67% afirma que algunas veces las innovaciones tecnológicas que se producen en otros países influyen en su identidad cultural, el 38,56% declara que siempre y por último el 11,76% dice que nunca.

Tabla 6

Mediante el proceso de conexión global de la internet, consideras que está influyendo a que se pierda las costumbres y culturas heredadas por nuestros antepasados.

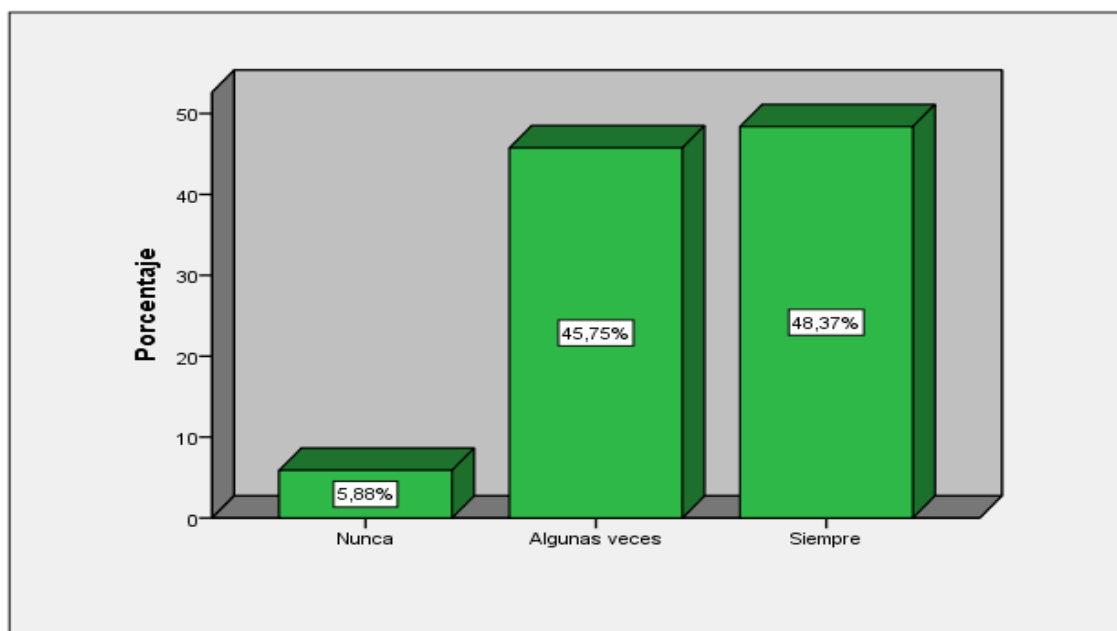
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	9	5,9	5,9	5,9
Algunas veces	70	45,8	45,8	51,6
Siempre	74	48,4	48,4	100,0
Total	153	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta

Elaboración: Tesista

Gráfico 3

Mediante el proceso de conexión global de la internet, consideras que está influyendo a que se pierda las costumbres y culturas heredadas por nuestros antepasados.



Fuente: En base a la tabla 6

Interpretación

Como se puede apreciar en la tabla 6 y el gráfico 3, del total de los docentes encuestados el 48,37% considera que siempre mediante el proceso de conexión global de la internet, está influyendo a que se pierda las costumbres y culturas heredadas por nuestros antepasados, el 45,75% considera que algunas veces y por último el 5,88% considera que nunca.

Tabla 7

Consideras haber practicado y/o adquirido culturas y costumbres de otros países por la influencia de la internet (expresiones artísticas, comida, vestimenta, religión).

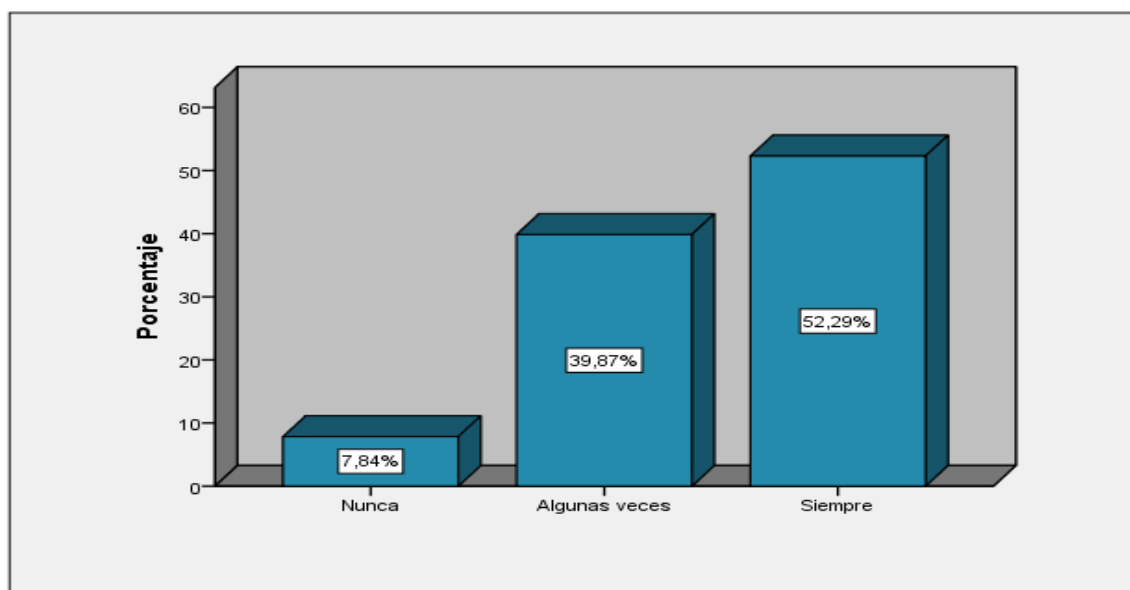
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	12	7,8	7,8	7,8
Algunas veces	61	39,9	39,9	47,7
Siempre	80	52,3	52,3	100,0
Total	153	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta

Elaboración: Tesista

Gráfico 4

Consideras haber practicado y/o adquirido culturas y costumbres de otros países por la influencia de la internet (expresiones artísticas, comida, vestimenta, religión).



Fuente: En base a la tabla 7

Interpretación

Como se puede apreciar en la tabla 7 y el gráfico 4, del total de los docentes encuestados el 52,29% considera siempre haber practicado y/o adquirido culturas y costumbres de otros países por la influencia de la internet (expresiones artísticas, comida, vestimenta, religión), el 39,87% considera que algunas veces y por último el 7,84% considera que nunca.

Tabla 8

Reconozco que la cultura de mi localidad es importante y lo practico permanentemente dejando de lado la influencia de otros lugares.

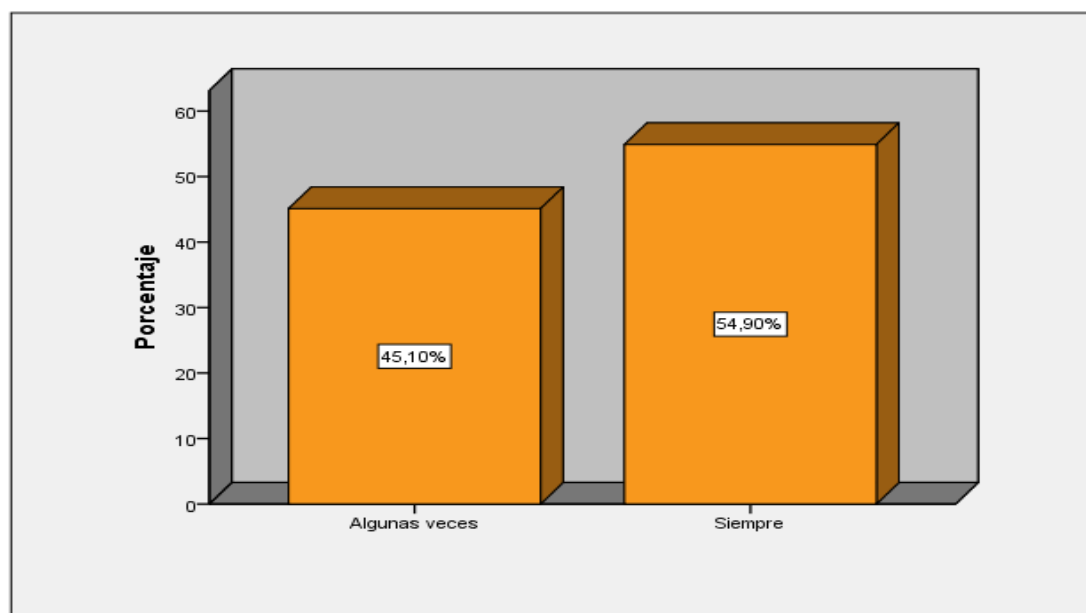
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Algunas veces	69	45,1	45,1	45,1
Siempre	84	54,9	54,9	100,0
Total	153	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta

Elaboración: Tesista

Gráfico 5

Reconozco que la cultura de mi localidad es importante y lo practico permanentemente dejando de lado la influencia de otros lugares.



Fuente: En base a la tabla 8

Interpretación

Como se puede apreciar en la tabla 8 y el gráfico 5, del total de las personas encuestadas el 56,86% siempre reconoce que la cultura de su localidad es importante y lo practica permanentemente dejando de lado la influencia de otros lugares y el 34,64% declara que algunas veces.

Tabla 9

Te sientes atraído por conocer nuevas culturas y estilos de vida que existen en el mundo y lo comparas con los que existen en tu localidad.

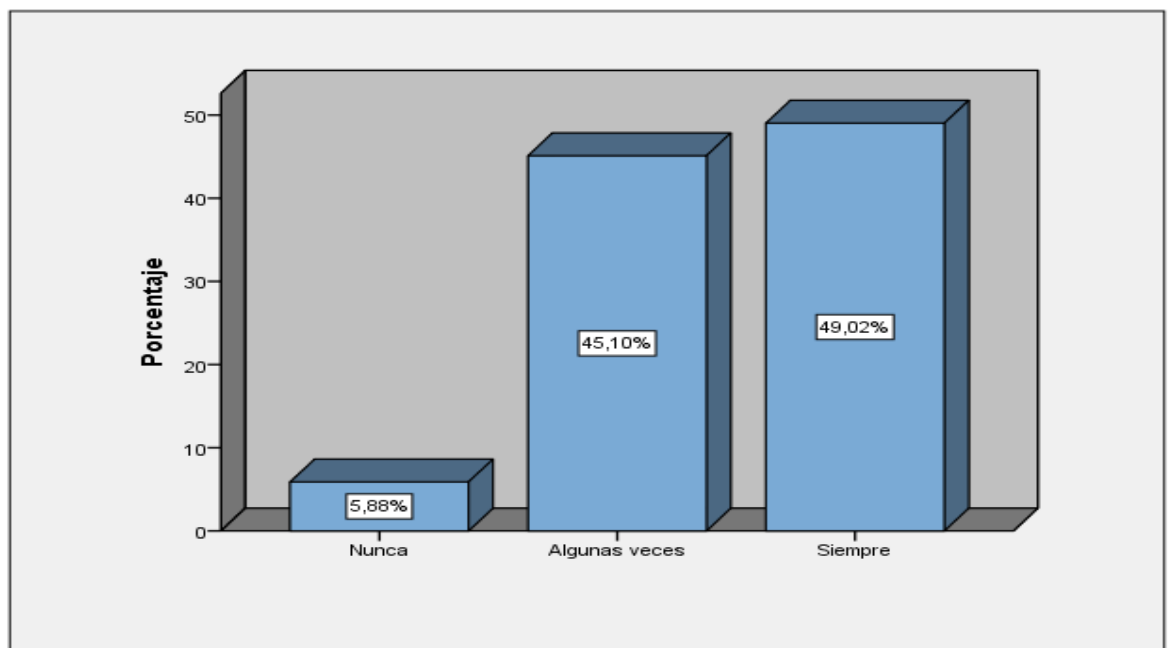
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	9	5,9	5,9	5,9
Algunas veces	69	45,1	45,1	51,0
Siempre	75	49,0	49,0	100,0
Total	153	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta

Elaboración: Tesista

Gráfico 6

Te sientes atraído por conocer nuevas culturas y estilos de vida que existen en el mundo y lo comparas con los que existen en tu localidad.



Fuente: En base a la tabla 9

Interpretación

Como se puede apreciar en la tabla 9 y el gráfico 6, del total de las personas encuestadas el 49,02% afirma que siempre se siente atraído por conocer nuevas culturas y estilos de vida que existen en el mundo y lo compara con los que existen en su localidad, el 45,10% declara que algunas veces y por último el 5,88% dice que nunca.

Tabla 10

Selecciona y adoptas la forma de vestir de la moda que se emiten en los diversos medios de comunicación, dejando de lado lo que producen en tu localidad.

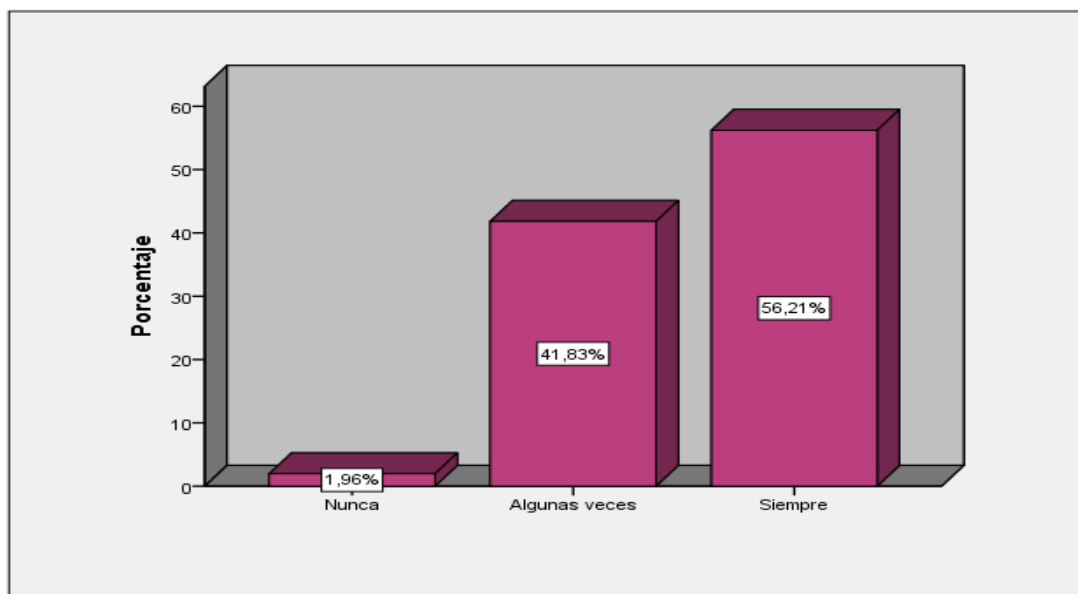
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	3	2,0	2,0	2,0
Algunas veces	64	41,8	41,8	43,8
Siempre	86	56,2	56,2	100,0
Total	153	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta

Elaboración: Tesista

Gráfico 7

Selecciona y adoptas la forma de vestir de la moda que se emiten en los diversos medios de comunicación, dejando de lado lo que producen en tu localidad.



Fuente: En base a la tabla 10

Interpretación

Como se puede apreciar en la tabla 10 y el gráfico 7, del total de las personas encuestadas el 56,21% afirma que siempre selecciona y adopta la forma de vestir de la moda que se emiten en los diversos medios de comunicación, dejando de lado lo que producen en su localidad, el 41,83% declara que algunas veces y por último el 1,96% dice que nunca.

Tabla 11

Al conocer distintas culturas y estilos de vida que existen en el mundo, sientes que tu cultura es inferior al resto y te avergüenzas de ello.

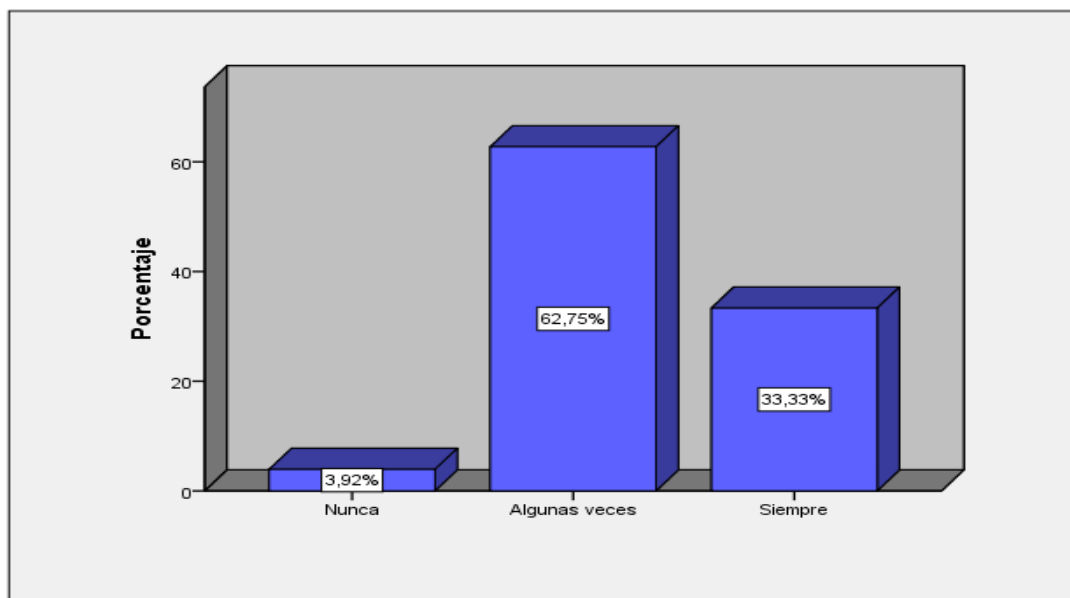
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	6	3,9	3,9	3,9
Algunas veces	96	62,7	62,7	66,7
Siempre	51	33,3	33,3	100,0
Total	153	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta

Elaboración: Tesista

Gráfico 8

Al conocer distintas culturas y estilos de vida que existen en el mundo, sientes que tu cultura es inferior al resto y te avergüenzas de ello.



Fuente: En base a la tabla 11

Interpretación

Como se puede apreciar en la tabla 11 y el gráfico 8, del total de las personas encuestadas el 62,75% afirma que algunas veces al conocer distintas culturas y estilos de vida que existen en el mundo, siente que su cultura es inferior al resto y se avergüenzas de ello, el 33,33% declara que siempre y por último el 3,92% dice que nunca.

Tabla 12

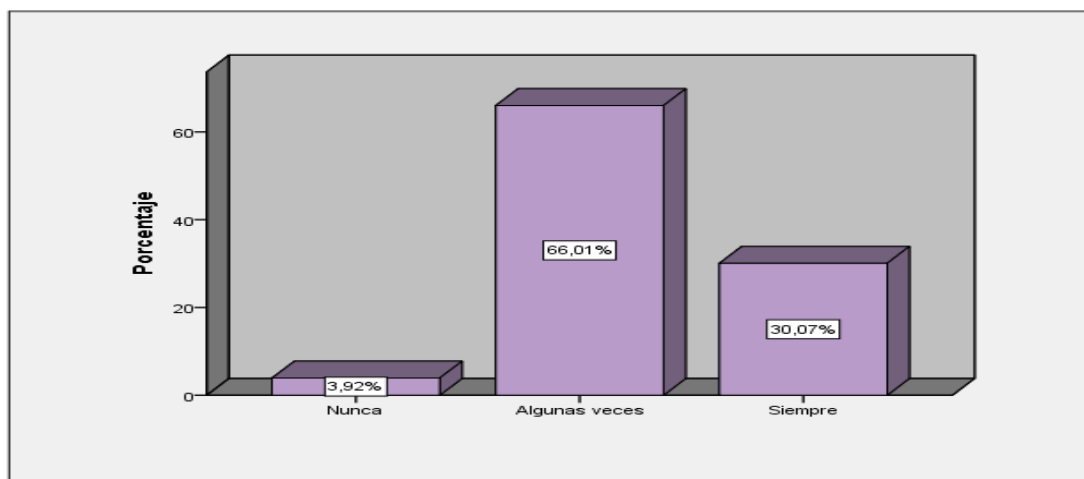
Las autoridades, instituciones públicas y privadas de tu localidad, se preocupan por seleccionar programas informativos que invaden privacidad y que afectan tu comportamiento para perjudicar la aceptación de tus costumbres y otras actividades culturales.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	6	3,9	3,9	3,9
Algunas veces	101	66,0	66,0	69,9
Siempre	46	30,1	30,1	100,0
Total	153	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta / Elaboración: Tesista

Gráfico 9

Las autoridades, instituciones públicas y privadas de tu localidad, se preocupan por seleccionar programas informativos que invaden privacidad y que afectan tu comportamiento para perjudicar la aceptación de tus costumbres y otras actividades culturales.



Fuente: En base a la tabla 12

Interpretación

Como se puede apreciar en la tabla 12 y el gráfico 9, del total de las personas encuestadas el 66,01% afirma que algunas veces las autoridades, instituciones públicas y privadas de tu localidad, se preocupan por seleccionar programas informativos que invaden la privacidad y que afectan su comportamiento para perjudicar la aceptación de sus costumbres y otras actividades culturales, el 30,07% declara que siempre y por último el 3,92% dice que nunca.

Tabla 13

Las instituciones multisectoriales de tu localidad, reciben apoyo del exterior, para fomentar la participación del pueblo en programas y fortalecer la identidad cultural.

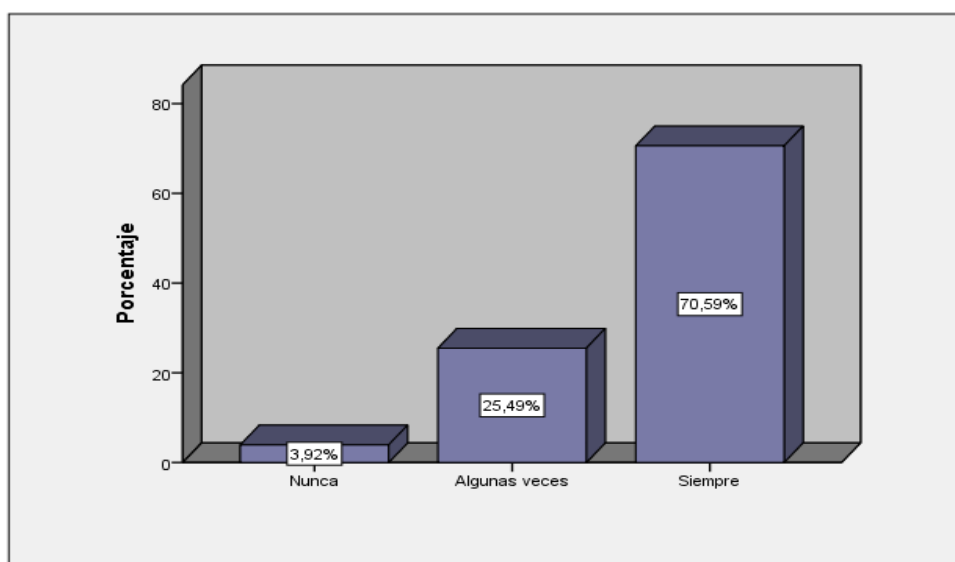
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	6	3,9	3,9	3,9
Algunas veces	39	25,5	25,5	29,4
Siempre	108	70,6	70,6	100,0
Total	153	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta

Elaboración: Tesista

Gráfico 10

Las instituciones multisectoriales de tu localidad, reciben apoyo del exterior, para fomentar la participación del pueblo en programas y fortalecer la identidad cultural.



Fuente: En base a la tabla 13

Interpretación

Como se puede apreciar en la tabla 13 y el gráfico 10, del total de las personas encuestadas el 70,59% afirma que siempre las instituciones multisectoriales de su localidad, reciben apoyo del exterior, para fomentar la participación del pueblo en programas y fortalecer la identidad cultural, el 25,49% declara que algunas veces y por último el 3,92% dice que nunca.

Tabla 14

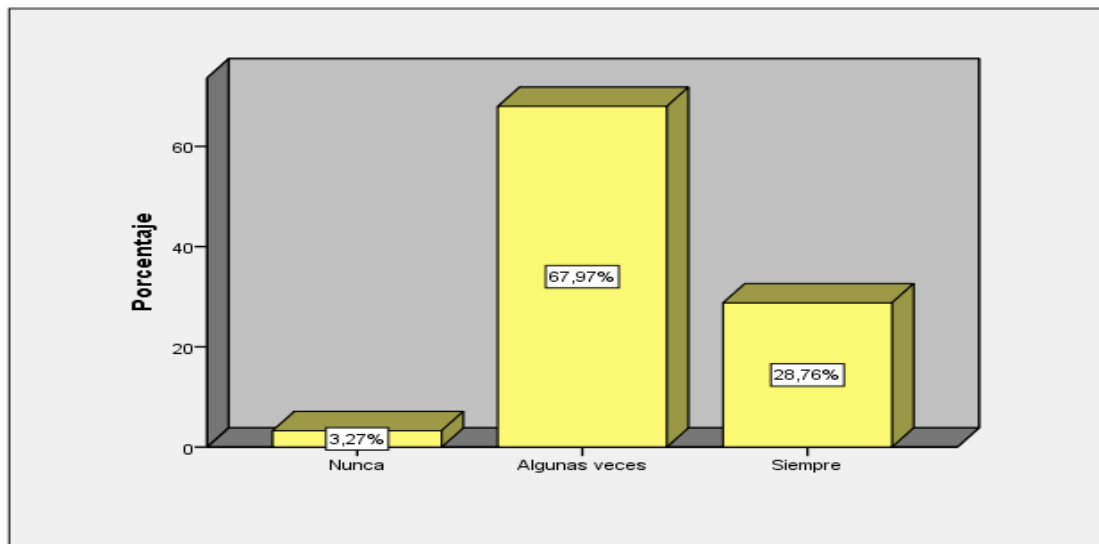
Prefiero los programas multisectoriales de tu localidad, reciben apoyo del exterior, para fomentar la participación del pueblo en programas y fortalecer la identidad cultural.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	5	3,3	3,3	3,3
Algunas veces	104	68,0	68,0	71,2
Siempre	44	28,8	28,8	100,0
Total	153	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta / Elaboración: Tesista

Gráfico 11

Prefiero los programas multisectoriales de tu localidad, reciben apoyo del exterior, para fomentar la participación del pueblo en programas y fortalecer la identidad cultural.



Fuente: En base a la tabla 14

Interpretación

Como se puede apreciar en la tabla 14 y el gráfico 11, del total de las personas encuestadas el 67,97% afirma que algunas veces prefieren los programas multisectoriales de su localidad, reciben apoyo del exterior, para fomentar la participación del pueblo en programas y fortalecer la identidad cultural., el 28,76% declara que siempre y por último el 3,27% dice que nunca.

Tabla 15

Tu familia prefiere programas televisivos de otros lugares, antes que los nuestros.

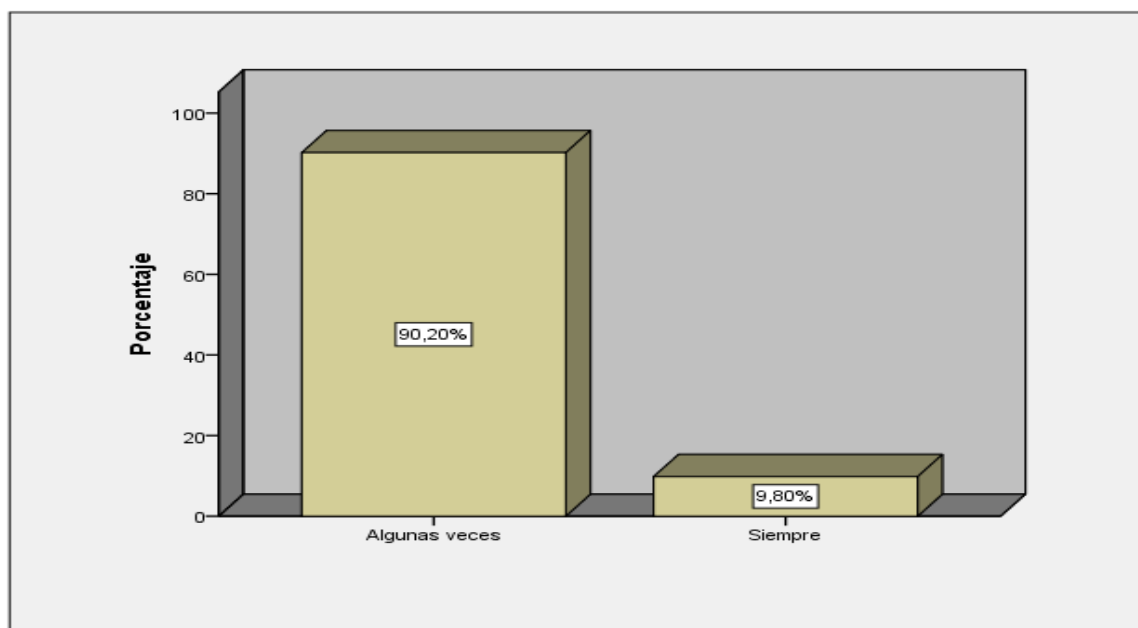
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Algunas veces	138	90,2	90,2	90,2
Siempre	15	9,8	9,8	100,0
Total	153	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta

Elaboración: Tesista

Gráfico 12

Tu familia prefiere programas televisivos de otros lugares, antes que los nuestro



Fuente: En base a la tabla 15

Interpretación

Como se puede apreciar en la tabla 15 y el gráfico 12, del total de las personas encuestadas el 90,20% afirma que algunas veces su familia prefiere programas televisivos de otros lugares, antes que los nuestros y el 9,80% dice que siempre.

Tabla 16

Mi centro de estudio me permite expresar libremente las manifestaciones culturales de mi localidad.

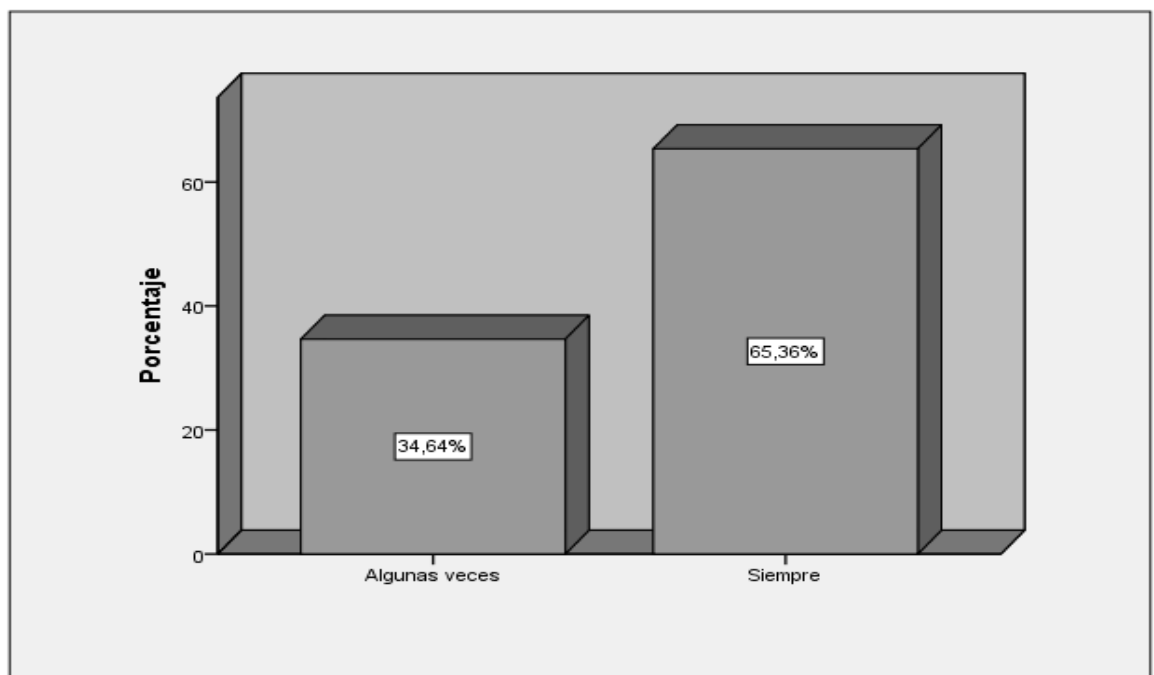
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Algunas veces	53	34,6	34,6	34,6
Siempre	100	65,4	65,4	100,0
Total	153	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta

Elaboración: Tesista

Gráfico 13

Mi centro de estudio me permite expresar libremente las manifestaciones culturales de mi localidad.



Fuente: En base a la tabla 16

Interpretación

Como se puede apreciar en la tabla 16 y el gráfico 13, del total de las personas encuestadas el 65,36% afirma que siempre su centro de estudio le permite expresar libremente las manifestaciones culturales de su localidad y el 34,64% declara que algunas veces.

Tabla 17

Al estar lejos de mi familia dejo de practicar mis costumbres.

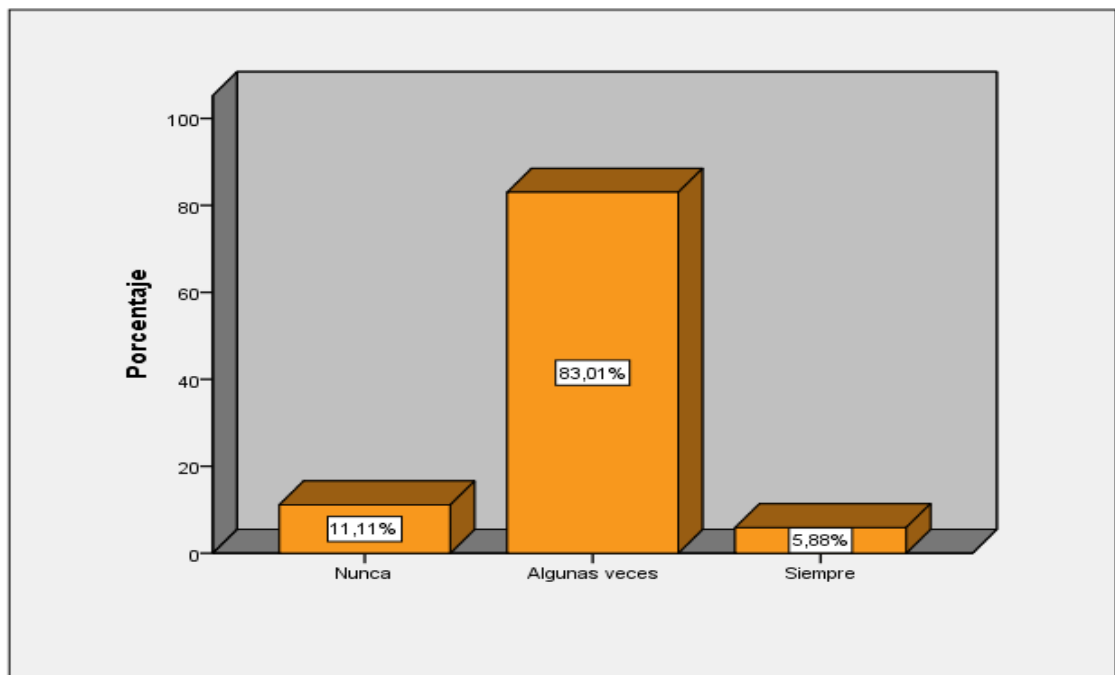
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	17	11,1	11,1	11,1
Algunas veces	127	83,0	83,0	94,1
Siempre	9	5,9	5,9	100,0
Total	153	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta

Elaboración: Tesista

Gráfico 14

Al estar lejos de mi familia dejo de practicar mis costumbres.



Fuente: En base a la tabla 14

Interpretación

Como se puede apreciar en la tabla 17 y el gráfico 14, del total de las personas encuestadas el 83,01% afirma que algunas veces al estar lejos de su familia deja de practicar sus costumbres, el 11,11% declara que nunca y por último el 5,88% dice que siempre.

Tabla 18

Me siento identificado con mis orígenes en el grupo social que me encuentro.

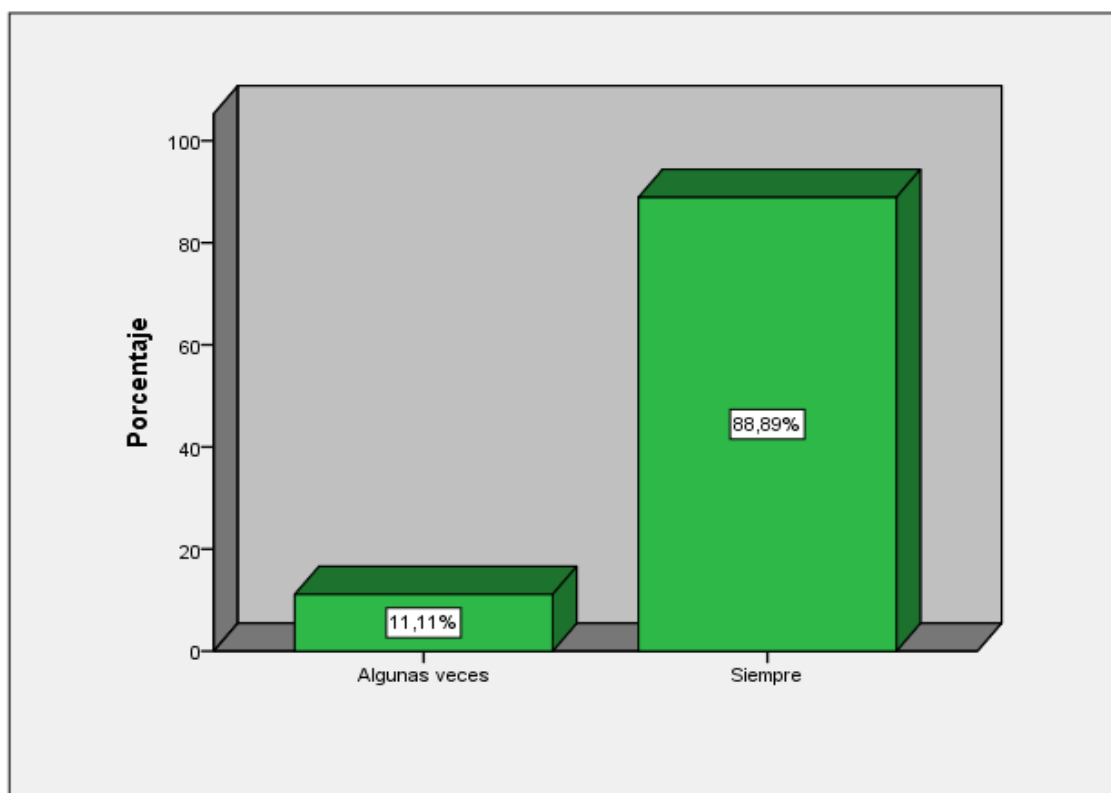
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Algunas veces	17	11,1	11,1	11,1
Siempre	136	88,9	88,9	100,0
Total	153	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta

Elaboración: Tesista

Gráfico 15

Me siento identificado con mis orígenes en el grupo social que me encuentro.



Fuente: En base a la tabla 18

Interpretación

Como se puede apreciar en la tabla 18 y el gráfico 15, del total de las personas encuestadas el 88,89% afirma que siempre se siente motivado a realizar investigaciones de temas a fines a su especialidad y el 11,11% declara que algunas veces.

Tabla 19

Siento temor de expresar mis costumbres culturales libremente en mi contexto actual ante los demás.

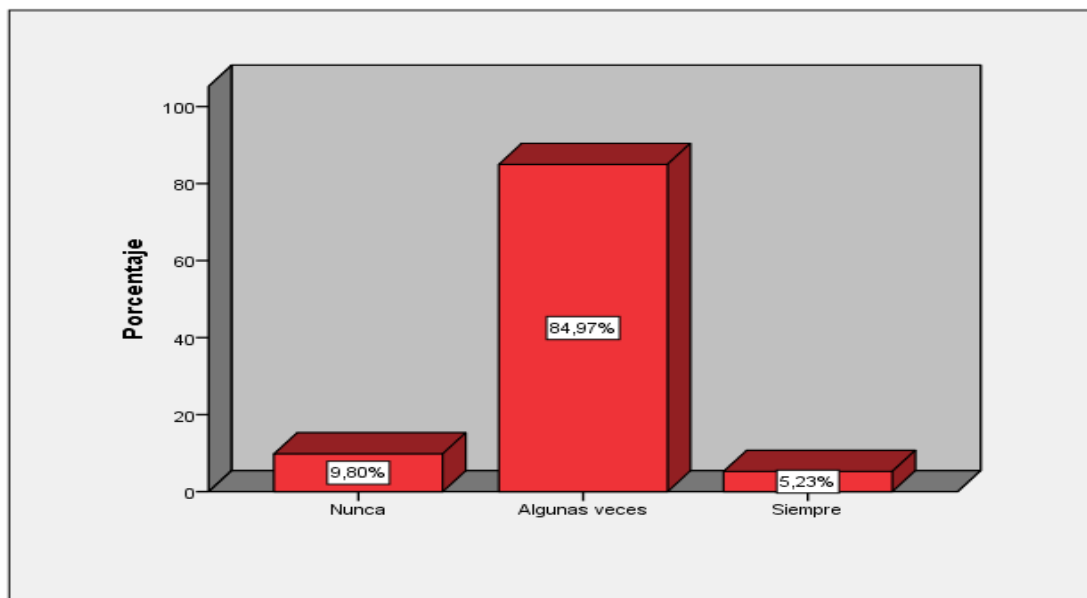
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	15	9,8	9,8	9,8
Algunas veces	130	85,0	85,0	94,8
Siempre	8	5,2	5,2	100,0
Total	153	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta

Elaboración: Tesista

Gráfico 16

Siento temor de expresar mis costumbres culturales libremente en mi contexto actual ante los demás.



Fuente: En base a la tabla 19

Interpretación

Como se puede apreciar en la tabla 19 y el gráfico 16, del total de las personas encuestadas el 84,97% afirma que algunas veces siente temor de expresar sus costumbres culturales libremente en su contexto actual ante los demás, el 9,80% declara que nunca y por último el 5,23% dice que siempre.

Tabla 20

Consideras que los talleres de sensibilización son importantes para la construcción de la identidad en las personas.

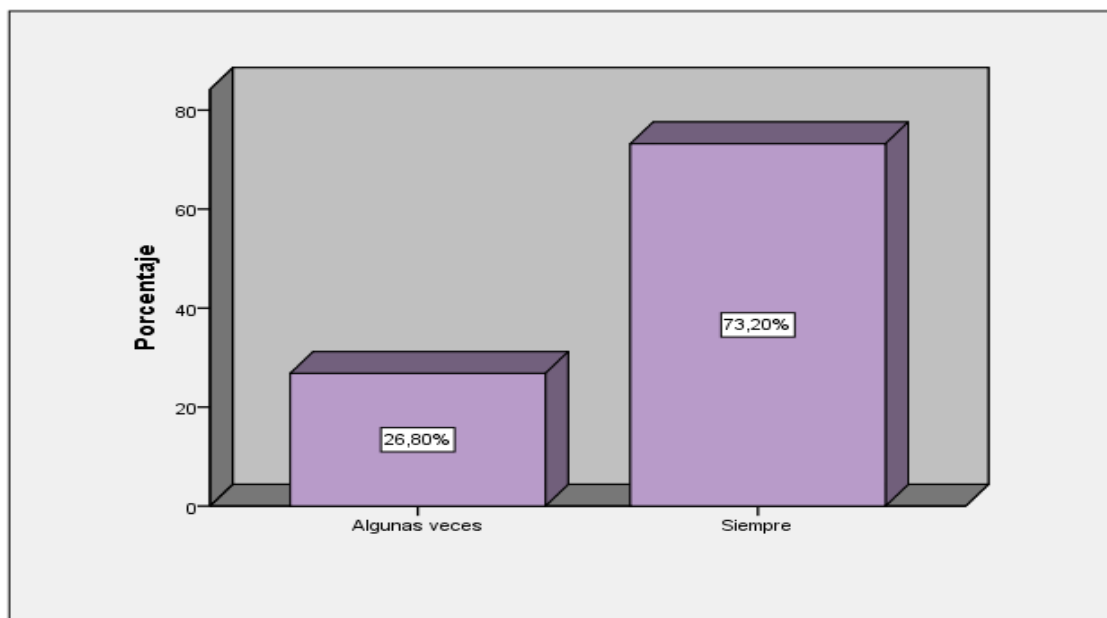
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Algunas veces	41	26,8	26,8	26,8
Siempre	112	73,2	73,2	100,0
Total	153	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta

Elaboración: Tesista

Gráfico 17

Consideras que los talleres de sensibilización son importantes para la construcción de la identidad en las personas.



Fuente: En base a la tabla 20

Interpretación

Como se puede apreciar en la tabla 20 y el gráfico 17, del total de las personas encuestadas el 73,20% considera siempre que los talleres de sensibilización son importantes para la construcción de la identidad en las personas y el 26,80% dice que algunas veces.

Tabla 21

Disfruto hablar de mi lugar de origen.

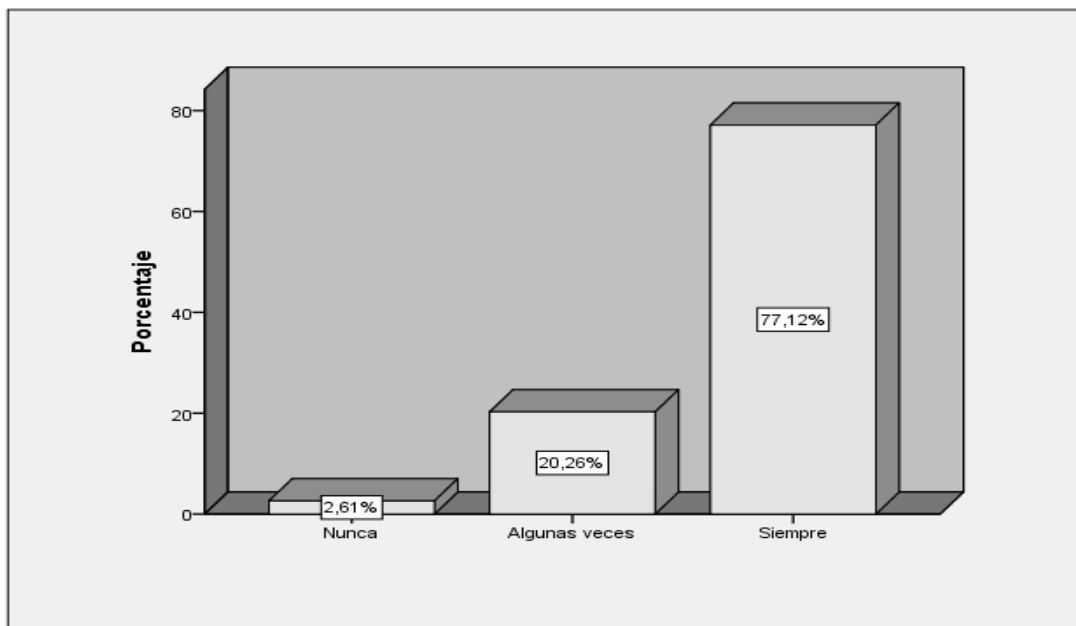
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	4	2,6	2,6	2,6
Algunas veces	31	20,3	20,3	22,9
Siempre	118	77,1	77,1	100,0
Total	153	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta

Elaboración: Tesista

Gráfico 18

Disfruto hablar de mi lugar de origen



Fuente: En base a la tabla 21

Interpretación

Como se puede apreciar en la tabla 21 y el gráfico 18, del total de las personas encuestadas el 77,12% afirma que siempre disfruta hablar de su lugar de origen, el 20,26% declara que algunas veces y por último el 2,61% dice que nunca.

Tabla 22

Ayudas a valorar y difundir los lugares turísticos, costumbres, tradiciones y otros del lugar donde naciste.

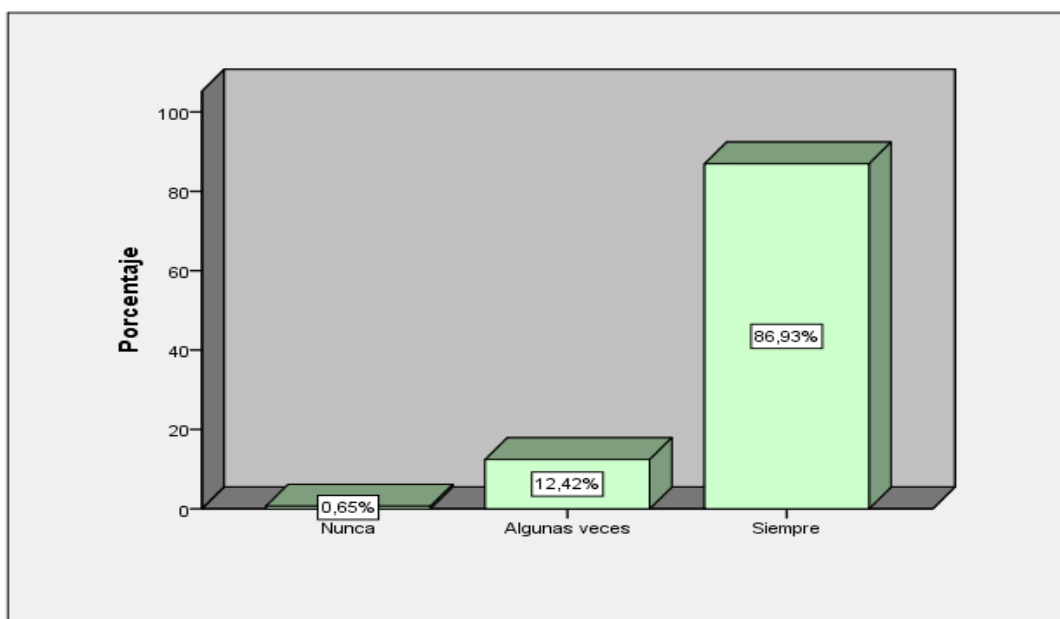
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	1	,7	,7	,7
Algunas veces	19	12,4	12,4	13,1
Siempre	133	86,9	86,9	100,0
Total	153	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta

Elaboración: Tesista

Gráfico 19

Ayudas a valorar y difundir los lugares turísticos, costumbres, tradiciones y otros del lugar donde naciste.



Fuente: En base a la tabla 22

Interpretación

Como se puede apreciar en la tabla 22 y el gráfico 19, del total de las personas encuestadas el 86,93% afirma que siempre ayuda a valorar y difundir los lugares turísticos, costumbres, tradiciones y otros del lugar donde nació, el 12,42% declara que algunas veces y por último el 0,65% dice que nunca.

Tabla 23

Visitas los lugares turísticos que se encuentran en tu localidad, revalorando la importancia que estos tienen.

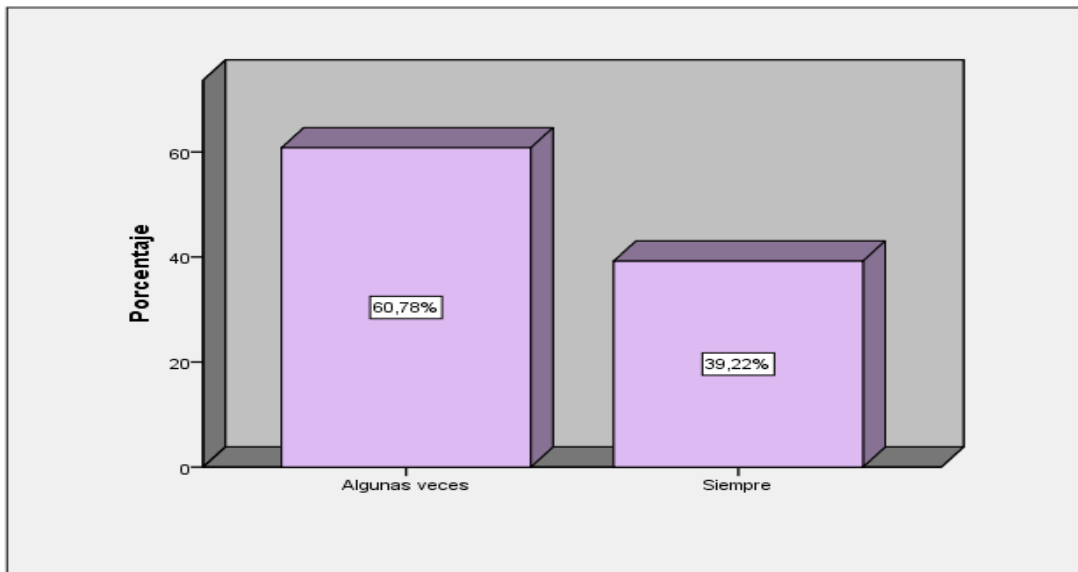
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Algunas veces	93	60,8	60,8	60,8
Siempre	60	39,2	39,2	100,0
Total	153	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta

Elaboración: Tesista

Gráfico 20

Visitas los lugares turísticos que se encuentran en tu localidad, revalorando la importancia que estos tienen



Fuente: En base a la tabla 23

Interpretación

Como se puede apreciar en la tabla 23 y el gráfico 20, del total de las personas encuestadas el 60,78% afirma que algunas veces visita los lugares turísticos que se encuentran en su localidad, revalorando la importancia que estos tienen y el 39,22% dice que siempre.

Tabla 24

Participa en el festejo de las tradiciones que realizan en su localidad.

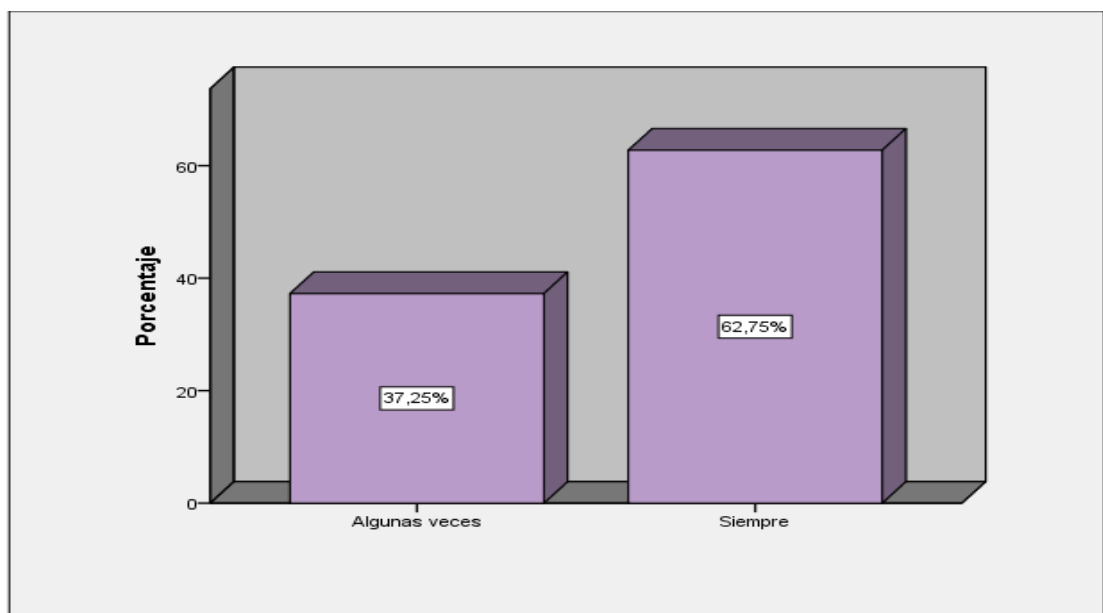
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Algunas veces	57	37,3	37,3	37,3
Siempre	96	62,7	62,7	100,0
Total	153	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta

Elaboración: Tesista

Gráfico 21

Participa en el festejo de las tradiciones que realizan en su localidad



Fuente: En base a la tabla 24

Interpretación

Como se puede apreciar en la tabla 24 y el gráfico 21, del total de las personas encuestadas el 62,75% afirma que siempre participa en el festejo de las tradiciones que realizan en su localidad y el 37,25% dice que algunas veces.

Tabla 25

Es participe de algún elenco de danza, música, etc. Que difunde la cultura artística en tu localidad.

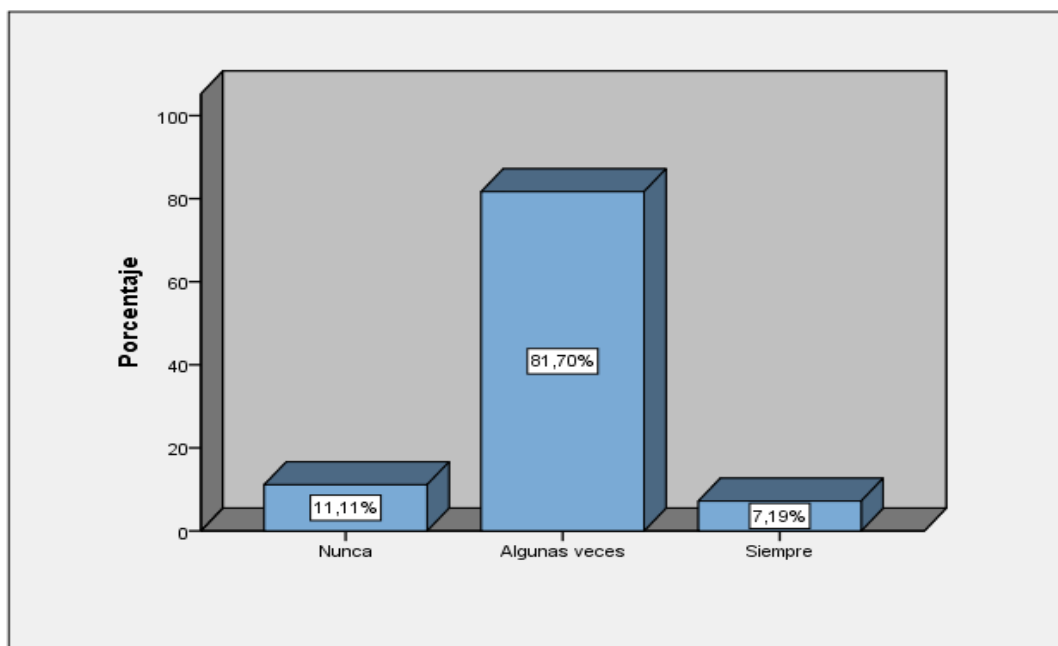
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	6	3,9	3,9	3,9
A veces	53	34,6	34,6	38,6
Siempre	94	61,4	61,4	100,0
Total	153	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta

Elaboración: Tesista

Gráfico 22

Es participe de algún elenco de danza, música, etc. Que difunde la cultura artística en tu localidad.



Fuente: En base a la tabla 25

Interpretación

Como se puede apreciar en la tabla 25 y el gráfico 22, del total de las personas encuestadas el 81,70% afirma que algunas son participe de algún elenco de danza, música, etc. Que difunde la cultura artística en su localidad, el 11,11% declara que nunca y por último el 3,92% dice que siempre.

Tabla 26

Valoras y degustas los platos típicos de tu localidad.

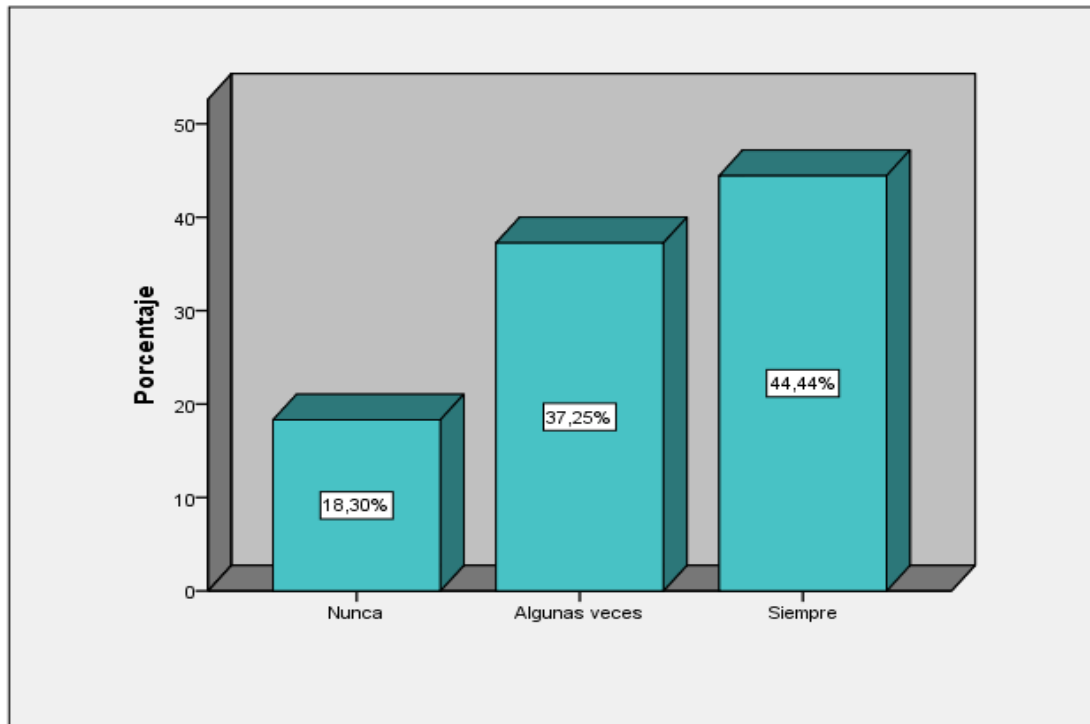
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	28	18,3	18,3	18,3
Algunas veces	57	37,3	37,3	55,6
Siempre	68	44,4	44,4	100,0
Total	153	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta

Elaboración: Tesista

Gráfico 23

Valoras y degustas los platos típicos de tu localidad



Fuente: En base a la tabla 26

Interpretación

Como se puede apreciar en la tabla 2 y el gráfico 23, del total de las personas encuestados el 44,44% afirma que siempre valoras y degustas los platos típicos de su localidad, el 37,25% declara que algunas veces y por último el 18,30% dice que nunca.

Tabla 27

Reconoces y utilizas los productos artesanales que producen los habitantes de tu localidad.

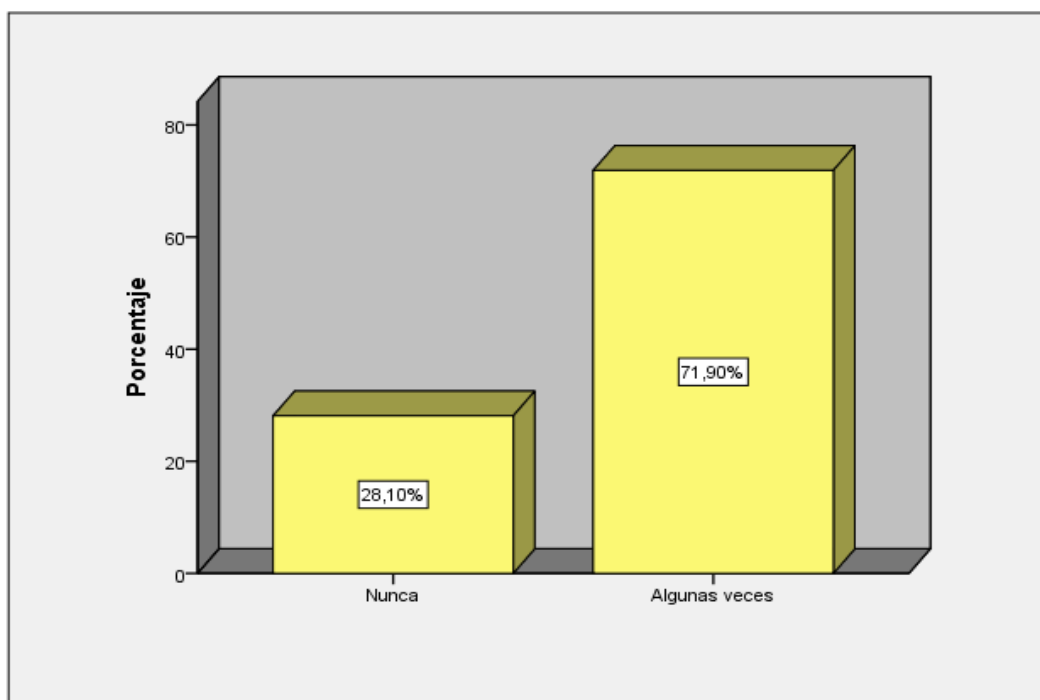
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	43	28,1	28,1	28,1
Algunas veces	110	71,9	71,9	100,0
Total	153	100,0	100,0	

Fuente: Encuesta

Elaboración: Tesista

Gráfico 24

Reconoces y utilizas los productos artesanales que producen los habitantes de tu localidad.



Fuente: En base a la tabla 27

Interpretación

Como se puede apreciar en la tabla 27 y el gráfico 24, del total de las personas encuestadas el 71,90% afirma que algunas veces reconoce y utiliza los productos artesanales que producen los habitantes de su localidad y el 28,10% dice que nunca.

5.2. Análisis inferencial y contrastación de hipótesis.

5.2.1. Prueba de hipótesis.

5.2.1.1. Hipótesis general:

- **Hi:** Existe relación significativa entre la Globalización y la Identidad Cultural en los estudiantes de Sociología de la Universidad Nacional Hermilio Valdizán, Huánuco 2019.
- **Ho:** No existe relación significativa entre la Globalización y la Identidad Cultural en los estudiantes de Sociología de la Universidad Nacional Hermilio Valdizán, Huánuco 2019.
- ❖ Procesando datos en el software estadístico IBM SPSS Statistics 25.

Tabla 28

Resumen de procesamiento de casos de la Hipótesis general

	Casos					
	Válido		Perdido		Total	
	N	Porcentaje	N	Porcentaje	N	Porcentaje
GLOBALIZACIÓN *	153	100,0%	0	0,0%	153	100,0%
IDENTIDAD CULTURAL						

Fuente: encuesta

Elaboración: Propia

Interpretación

La tabla 28 se muestra el resumen de procesamiento de casos ingresados en el programa SPSS Statistics 25, de la globalización entre la identidad cultural de los estudiantes de Sociología de la Universidad Nacional Hermilio Valdizán, Huánuco 2019, teniendo un número de casos, es decir, 153 encuestados (N = 153), teniendo todos los casos válidos y ningún caso perdido.

Tabla 29

Tabla cruzada identidad cultural / globalización

		IDENTIDAD CULTURAL			Total
		BAJO	MEDIO	ALTO	
GLOBALIZACIÓN	BAJO	10	24	6	40
	MEDIO	11	48	8	67
	ALTO	12	26	8	46
Total		33	98	22	153

Fuente: encuesta

Elaboración: Propia

Interpretación

La tabla 29 muestra la interacción de las dos variables, es decir, el cruce entre la variable identidad cultural y la globalización, Se observa el recuento obtenido para cada casillero de la interacción de las respuestas de cada encuestado, de las cuales 153 personas encuestadas, 46 encuestados mencionan que la globalización tiene una alta influencia en ellos de las cuales 12 mencionan que su identidad cultural es bajo, 26 medio y solo 8 poseen una identidad cultural alto, se nota que si la globalización está que influye en ellos de manera drástica, en cambio para aquellos que mencionan que la globalización está influyendo de manera medio, determinan poseer 11 una identidad cultural bajo, 48 medio y 6 alto, claramente evidenciando que la mayoría posee una identidad cultural media, para aquellos que mencionan que la globalización influye bajo, 10 mencionan poseer una identidad cultural bajo, 24 medio y 6 alto.

Tabla 30

Prueba de normalidad

	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
GLOBALIZACIÓN	,220	153	,000	,808	153	,000
IDENTIDAD CULTURAL	,332	153	,000	,761	153	,000

Fuente: encuesta

Elaboración: Propia

Interpretación

Como la muestra es de 153 estudiantes (siendo mayor a 50) se selecciona para esta investigación es la prueba de Kolmogorov-Smirnov, y ya que el grado de significancia asintótica bilateral para esta investigación es de 0,00 y siendo menor a 0,05 nos

Interpretación

En el gráfico 25 se puede observar la distribución normal de las variables globalización e identidad cultural, los cuales se encuentran establecidos en un modelo $Y=27,68+0,33*X$ demostrándonos que las variables tienen una tendencia positiva, se observa R^2 es igual a 0,9221 de mostrando que la relación es significativa, pues se relacionan en un 92%.

5.2.2. Hipótesis específica N° 01.

- ❖ **Hi.1.1:** Existe una relación entre la globalización y el contexto sociocultural en los estudiantes de Sociología de la Universidad Nacional Hermilio Valdizán, Huánuco 2019.
- ❖ **H0.1.0:** No existe una relación entre la globalización y el contexto sociocultural en los estudiantes de Sociología de la Universidad Nacional Hermilio Valdizán, Huánuco 2019.

- Procesando datos en el software estadístico IBM SPSS Statistics 25.

Tabla 32

Resumen de procesamiento de casos de la Hipótesis específica 1

	Casos					
	Válido		Perdido		Total	
	N	Porcentaje	N	Porcentaje	N	Porcentaje
GLOBALIZACIÓN *	153	100,0%	0	0,0%	153	100,0%
CONTEXTO						
SOCIOCULTURAL						

Fuente: encuesta

Elaboración: Propia

Interpretación

La tabla 32 se muestra el resumen de procesamiento de casos ingresados en el programa SPSS Statistics 25, de la globalización entre el contexto sociocultural de los estudiantes de Sociología de la universidad nacional Hermilio Valdizán, Huánuco 2019, teniendo un número de casos, es decir, 153 encuestados ($N = 153$), teniendo todos los casos válidos y ningún caso perdido.

Tabla 33

Tabla cruzada globalización / contexto sociocultural

		CONTEXTO SOCIOCULTURAL			Total
		BAJO	MEDIO	ALTO	
GLOBALIZACIÓN	BAJO	3	35	2	40
	MEDIO	5	58	4	67
	ALTO	7	35	4	46
Total		15	128	10	153

Fuente: encuesta

Elaboración: Propia

Interpretación

La tabla 33 muestra la interacción de las dos variables, es decir, el cruce entre la variable la globalización y el contexto sociocultural, se observa el recuento obtenido para cada casillero de la interacción de las respuestas de cada encuestado, de las cuales 153 personas encuestadas, 46 encuestados mencionan que la globalización tiene una alta influencia en ellos de las cuales 7 mencionan que el contexto sociocultural en donde están si les permiten practicar sus culturas y costumbres por lo que es bajo la influencia de la globalización, 35 mencionan que es medio y solo 4 afirman que si ha influenciado la globalización en ellos en su contexto sociocultural por lo que respondieron que es alto, se nota que si la globalización esta que influye en ellos de manera drástica, en cambio para aquellos que mencionan que la globalización está influyendo de manera medio, 5 mencionan que su contexto sociocultural se ve afectado de manera bajo en ellos , 58 medio y 4 alto, claramente evidenciando que la mayoría está de acuerdo que la globalización si afecta su contexto sociocultural, para aquellos que mencionan que la globalización influye alto, 3 mencionan bajo, 35 medio y 2 alto.

Tabla 34

Prueba de normalidad

	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
GLOBALIZACIÓN	,220	153	,000	,808	153	,000
CONTEXTO SOCIOCULTURAL	,434	153	,000	,556	153	,000

Fuente: encuesta

Elaboración: Propia

Interpretación

Como la muestra es de 153 estudiantes (siendo mayor a 50) se selecciona para esta investigación es la prueba de Kolmogorov-Smirnov, y ya que el grado de significancia asintótica bilateral para esta investigación es de 0,00 y siendo menor a 0,05 nos muestra que los datos obtenidos no son normales por lo que se utiliza la Rho de Spearman para pruebas no paramétricas.

Tabla 35

Prueba de Rho de Spearman

		GLOBALIZACIÓN	CONTEXTO SOCIOCULTURAL	
Rho de Spearman	GLOBALIZACIÓN	Coefficiente de correlación	1,000	
		Sig. (bilateral)	.	
		N	153	
	CONTEXTO SOCIOCULTURAL	Coefficiente de correlación	,683	1,000
		Sig. (bilateral)	,033	.
		N	153	153

Fuente: encuesta

Elaboración: Propia

Interpretación

En la tabla 35, se observa que la Rho de Spearman entre la globalización y el contexto sociocultural, es decir el coeficiente es 0,683 y de acuerdo al baremo de estimación de la correlación de Spearman existe una correlación positiva moderada. Además, el nivel de significancia (0,033) es menor que 0,05, indicando que la correlación es significativa, se puede concluir que la globalización y el contexto sociocultural poseen una relación positiva moderado, y significativamente aceptando la hipótesis alterna.

5.2.3. Hipótesis específica N° 02.

- **H.E.2.1:** La globalización se relaciona con la construcción de la identidad en los estudiantes de Sociología de la Universidad Nacional Hermilio Valdizán, Huánuco 2019.
- **H.E.2.0:** La globalización no se relaciona con la construcción de la identidad en los estudiantes de Sociología de la Universidad Nacional Hermilio Valdizán, Huánuco 2019.

Tabla 36

Resumen de procesamiento de casos de la Hipótesis específica 2

	Casos					
	Válido		Perdido		Total	
	N	Porcentaje	N	Porcentaje	N	Porcentaje
GLOBALIZACIÓN * CONSTRUCCIÓN DE LA IDENTIDAD	153	100,0%	0	0,0%	153	100,0%

Fuente: encuesta

Elaboración: Propia

Interpretación

La tabla 36 se muestra el resumen de procesamiento de casos ingresados en el programa SPSS Statistics 25, de la globalización entre la construcción de la identidad de los estudiantes de Sociología de la universidad nacional Hermilio Valdizán, Huánuco 2019, teniendo un número de casos, es decir, 153 encuestados (N = 153), teniendo todos los casos válidos y ningún caso perdido.

Tabla 37

Tabla cruzada globalización / construcción de la identidad

		CONSTRUCCIÓN DE LA IDENTIDAD			Total
		BAJO	MEDIO	ALTO	
GLOBALIZACIÓN	BAJO	6	17	17	40
	MEDIO	13	35	19	67
	ALTO	9	22	15	46
Total		51	74	28	153

Fuente: encuesta

Elaboración: Propia

Interpretación

La tabla 37 muestra la interacción de las dos variables, es decir, el cruce entre la variable la globalización y la construcción de la identidad, se observa el recuento obtenido para cada casillero de la interacción de las respuestas de cada encuestado, de las cuales 153 personas encuestadas, 46 encuestados mencionan que la globalización tiene una alta influencia en ellos de las cuales 9 mencionan que tiene una influencia bajo en la construcción de su identidad, 22 mencionan que es medio y 15 afirman que si ha influenciado la globalización en la construcción de su identidad, se nota que si la

globalización esta que influye en ellos de manera drástica, en cambio para aquellos que mencionan que la globalización está influyendo de manera medio, 13 mencionan la globalización si ha influenciado en la construcción de su identidad pero bajo, 35 medio y 19 alto, claramente evidenciando que la mayoría está de acuerdo que la globalización si ha influenciado en la construcción de su identidad, para aquellos que mencionan que la globalización influye bajo, 6 mencionan que influyo bajo en su construcción de su identidad, 17 medio y 17 alto.

Tabla 38

Prueba de normalidad

	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
❖ GLOBALIZACIÓN	,220	153	,000	,808	153	,000
❖ CONSTRUCCIÓN DE LA IDENTIDAD	,251	153	,000	,800	153	,000

Fuente: encuesta

Elaboración: Propia

Interpretación

Como la muestra es de 153 estudiantes (siendo mayor a 50) se selecciona para esta investigación es la prueba de Kolmogorov-Smirnov, y ya que el grado de significancia asintótica bilateral para esta investigación es de 0,00 y siendo menor a 0,05 nos muestra que los datos obtenidos no son normales por lo que se utiliza la Rho de Spearman para pruebas no paramétricas.

Tabla 39

Prueba de Rho de Spearman

		GLOBALIZACIÓN	CONSTRUCCIÓN DE LA IDENTIDAD
		N	N
Rho de Spearman	GLOBALIZACIÓN	Coeficiente de correlación	,645
		Sig. (bilateral)	,038
		N	153
	CONSTRUCCIÓN DE LA IDENTIDAD	Coeficiente de correlación	,645
		Sig. (bilateral)	,038
		N	153

Fuente: encuesta

Elaboración: Propia

Interpretación

En la tabla 39 se observa que la Rho de Spearman entre globalización y la construcción de la identidad, es decir el coeficiente es 0,645 y de acuerdo al baremo de estimación de la correlación de Spearman existe una correlación positiva alta. Además, el nivel de significancia (0,038) es menor que 0,05, indicando que la correlación es significativa, se puede concluir que la globalización y la construcción de la identidad tienen una relación positiva alta, y a la vez significativa aceptando la hipótesis alterna.

5.2.4. Hipótesis específica N° 03.

- ❖ **H.E.3.1:** La globalización se relaciona con las manifestaciones culturales en los estudiantes de Sociología de la Universidad Nacional Hermilio Valdizán, Huánuco 2019.
- **H.E.3.0:** La globalización no se relaciona con las manifestaciones culturales en los estudiantes de Sociología de la Universidad Nacional Hermilio Valdizán, Huánuco 2019.

Tabla 40

Resumen de procesamiento de casos de la Hipótesis específica 2

	Casos					
	Válido		Perdido		Total	
	N	Porcentaje	N	Porcentaje	N	Porcentaje
GLOBALIZACIÓN	153	100,0%	0	0,0%	153	100,0%
MANIFESTACIONES CULTURALES						

Fuente: encuesta

Elaboración: Propia

Interpretación

La tabla 40 se muestra el resumen de procesamiento de casos ingresados en el programa SPSS Statistics 25, de la globalización entre las manifestaciones culturales de los estudiantes de Sociología de la universidad nacional Hermilio Valdizán, Huánuco 2019, teniendo un número de casos, es decir, 153 encuestados (N = 153), teniendo todos los casos válidos y ningún caso perdido.

Tabla 41

Tabla cruzada globalización / manifestaciones culturales

		MANIFESTACIONES CULTURALES			Total
		BAJO	MEDIO	ALTO	
GLOBALIZACIÓN	BAJO	5	29	6	40
	MEDIO	11	43	13	67
	ALTO	6	29	11	46
Total		24	101	28	153

Fuente: encuesta

Elaboración: Propia

Interpretación

La tabla 41 muestra la interacción de las dos variables, es decir, el cruce entre la variable la globalización y las manifestaciones culturales, se observa el recuento obtenido para cada casillero de la interacción de las respuestas de cada encuestado, de las cuales 153 personas encuestadas, 46 encuestados mencionan que la globalización tiene una alta influencia en ellos de las cuales 6 mencionan que tiene una influencia bajo en las manifestaciones culturales, 29 mencionan que es medio y 11 afirman que si influencia la manifestaciones culturales, en cambio para aquellos que mencionan que la globalización está influyendo de manera medio, 11 mencionan la globalización si ha influenciado en las manifestaciones culturales pero bajo, 43 medio y 13 alto, claramente evidenciando que la mayoría está de acuerdo que la globalización si ha influenciado en la manifestaciones culturales, para aquellos que mencionan que la globalización influye bajo, 5 mencionan que influencio bajo en las manifestaciones culturales, 29 medio y 6 alto.

Tabla 42

Prueba de normalidad

	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
GLOBALIZACIÓN	,220	153	,000	,808	153	,000
MANIFESTACIONES CULTURALES	,335	153	,000	,752	153	,000

Fuente: encuesta

Elaboración: Propia

Interpretación

Como la muestra es de 153 estudiantes (siendo mayor a 50) se selecciona para esta investigación es la prueba de Kolmogorov-Smirnov, y ya que el grado de significancia asintótica bilateral para esta investigación es de 0,00 y siendo menor a 0,05 nos muestra que los datos obtenidos no son normales por lo que se utiliza la Rho de Spearman para pruebas no paramétricas.

Tabla 43

Prueba de Rho de Spearman

		GLOBALIZACIÓN	MANIFESTACIONES CULTURALES
Rho de Spearman	GLOBALIZACIÓN	Coeficiente de correlación	1,000
		Sig. (bilateral)	,595
		N	,043
	MANIFESTACIONES CULTURALES	Coeficiente de correlación	153
		Sig. (bilateral)	,595
		N	,043
			153

Fuente: encuesta

Elaboración: Propia

Interpretación

En la tabla 43 se observa que la Rho de Spearman entre globalización y las manifestaciones culturales, es decir el coeficiente es 0,595 y de acuerdo al baremo de estimación de la correlación de Spearman existe una correlación positiva moderada. Además, el nivel de significancia (0,043) es menor que 0,05, indicando que la correlación es significativa, aceptando la hipótesis alterna.

5.3. Discusión de resultados.

La presente investigación como objetivo general tiene el determinar la relación que existe entre la globalización y la identidad cultural en los estudiantes de Sociología de la Universidad Nacional Hermilio Valdizán, Huánuco 2019. En ello se obtuvo como resultado que de acuerdo al baremo de estimación de la correlación de Spearman existe una correlación significativa alta positiva, todo esto va de la mano con relación con la investigación de Robles (2014) en su tesis titulada: Larga lucha de las tradiciones culturales y la globalización, demostrando que la neo modernidad de hoy llamada también globalización, es probablemente lo más influyente para el mundo entero, no solo por la presencia de los bienes que debemos consumir y usar sino por la fuerza ecuménica de los medios masivos de comunicación de tecnología satelital que

bombardean las conciencias humanas por los mensajes de la palabra articulada escrita y audiovisual. En la investigación de Villafuerte (2018) se obtiene el mismo caso mencionando que la globalización y la otredad, siempre han sido parte de la historia de la humanidad, produciendo cambios, conflictos, integración, homogenización, resistencia, etc. entre las culturas, así como la construcción, desaparición y revaloración de identidades.

Choque y Calero (2016) en su investigación titulada nivel de práctica de la modernidad y su influencia en el nivel de identidad regional en los estudiantes de la Institución Educativa "Cesar Vallejo" - Paucarbamba - Huánuco – 2016, determinó que su hallazgo principal de su investigación ha sido conocer cómo un grupo significativo de estudiantes encuestados muestran una tendencia de inclinación y preferencia hacia la práctica de elementos culturales de la modernidad y, una escasa motivación intrínseca y extrínseca hacia la práctica de la identidad regional. tal y como menciona Villena, T. (2013) en su investigación la Gestión Municipal y su incidencia en el desarrollo turístico del distrito de Pillco Marca-Periodo 2013, determinó que la gestión municipal incide significativamente en el desarrollo turístico del distrito, cuando actúan de la mano con la población.

Como todo lo visto antes podemos redefinir que en tal sentido la globalización está fuertemente relacionada con la identidad cultural de la población haciéndola cada vez más disperso a lo que es nuestro.

5.4. Aporte de la investigación.

Por lo mencionado y explicado anteriormente la presente investigación buscó establecer el nivel de relación entre la globalización y la identidad cultural en los estudiantes de Sociología de la Universidad Nacional Hermilio Valdizán, Huánuco 2019, lo que formará un aporte teórico – práctico en el área de la Sociología, y estos resultados permitirán en gran manera a desarrollar la conciencia, conocimiento, comprensión y lo importante de rescatar la identidad cultural.

La globalización y la identidad cultural, que están desarrollando los estudiantes de Sociología puede ayudar a generar planes de recobrar nuestra identidad cultural, provocando que todos participen en talleres, ferias entre otros para un desarrollo cultural adecuado. Siendo de esta manera que el aporte de la investigación compone pues el acto de que las municipalidades, el gobierno regional y la UNHEVAL deben involucrarse con la cultura favoreciendo el crecimiento, trabajo y calidad de vida de la población.

CONCLUSIONES

Primera

La investigación ha determinado que existe una relación positiva alta entre la globalización y la identidad cultural en los estudiantes de Sociología de la Universidad Nacional Hermilio Valdizán, Huánuco 2019 ya que el coeficiente de Rho de Spearman es 0,720 y de acuerdo al baremo de estimación la relación es positiva alta, y a su vez el nivel de significancia es de 0,037 siendo menor al 0,005 (P-Value), determinando también que correlación es significativa.

Segunda

La investigación ha establecido que la relación entre la globalización y el contexto sociocultural en los estudiantes de Sociología de la Universidad Nacional Hermilio Valdizán, Huánuco 2019, es positiva moderada, puesto que la Rho de Spearman es de 0,683, a su vez se obtuvo un nivel de significancia de 0,033 siendo menor que 0,05 (P-Value), indicando que la correlación es significativa.

Tercera

La investigación ha descrito que la relación entre la globalización y la construcción de la identidad en los estudiantes de Sociología de la Universidad Nacional Hermilio Valdizán, Huánuco 2019, es positiva alta, dado a que se obtuvo una Rho de Spearman de 0,645, y a su vez se consiguió una significancia de 0,038 siendo menor que 0,05 (P-Value), indicando que la correlación es significativa.

Cuarto

La investigación ha identificado que la relación entre la globalización y las manifestaciones culturales en los estudiantes de Sociología de la Universidad Nacional Hermilio Valdizán, Huánuco 2019, es positiva moderada, puesto que la Rho de Spearman es de 0,595 obteniendo también en un nivel de significancia del 0,043 menor que 0,05 (P-Value), indicando que la correlación es significativa.

SUGERENCIAS

Primera

La Universidad Nacional Hermilio Valdizán en conjunto con la Facultad de Sociología y la Facultad de Ciencias Administrativas y Turismo deberían de realizar talleres, cursos y temas en especial relacionado con la identidad cultural, así mismo facultar a los estudiantes universitarios para que sean los principales promotores en estos temas, puesto que en la actualidad muchos no tienen conocimiento de estos temas por causa misma de la globalización.

Segunda

Realizar convenios entre el Gobierno Regional, la Municipalidad Provincial de Huánuco, la UNHEVAL y la DIRCETUR, para realizar capacitaciones y/o talleres respecto a temas relacionados al contexto cultural a aquellas personas responsables de brindar el servicio turístico, es menester mencionar que estas capacitaciones deberían de ser constantemente por lo menos cada 3 meses y así se logre satisfacer las necesidades del turista mediante un servicio de calidad.

Tercera

Los universitarios de la carrera de Sociología de la Universidad Nacional Hermilio Valdizán deberían de realizar talleres y charlas en las inmediaciones del campus universitario correspondiente a la identidad cultural que poseemos, dirigidos a los universitarios, docentes y trabajadores, para que todos tengamos y conozcamos nuestras costumbres, tradiciones y cultura.

Cuarto

El Gobierno Regional de Huánuco, la Municipalidad Provincial de Huánuco, y la Universidad Nacional Hermilio Valdizán deberían de poner en práctica las manifestaciones culturales de nuestras tierras, dirigidos a los pobladores, empresarios y trabajadores de las mencionadas instituciones, para que todos tengamos el deber ciudadano de entender y practicar nuestras culturas, para el beneficio tanto de la actual generación como de las generaciones futuras.

REFERENCIAS

- Adda, J. (1998). *La globalización de la economía*. Madrid: Ediciones Sequitur S.L.
- Alcántara, S. (2004). *Perú frente a la globalización: Necesidad de una revolución mental*. Lima: Editorial San Marcos.
- Beck, U. (1998). *La sociedad del riesgo global. Hacia una nueva modernidad*. Barcelona: Paidós.
- Caal, R. (2013). *La pérdida de la identidad cultural incide en la condición de vida*. Guatemala: Universidad de San Carlos de Guatemala.
- Castells, M. (1997). *El Poder de la identidad*. Madrid: Alianza.
- Choque, I., & Calero, N. (2018). *Nivel de práctica de la modernidad y su influencia en el nivel de identidad regional en los estudiantes de la Institución Educativa "Cesar Vallejo" - Paucarbamba - Huánuco – 2016*. Huánuco: Universidad Nacional Hermilio Valdizan.
- Estefanía, J. (2002). *Hij@, ¿Qué es la globalización? La primera revolución del siglo XXI*. Madrid: Santillana Ediciones Generales.
- García, M., & Baeza, C. (1996). *Modelo teórico para la identidad cultural*. La Habana: Centro de Investigación y Desarrollo de la Cultura Cubana Juan Marinello.
- Gargate, J. (2018). *Centro de integración cultural para revalorar la identidad de la población de Huánuco -2018*. Huánuco: Universidad Nacional Hermilio Valdizan.
- Geertz, C. (1987). *La interpretación de las culturas*. Barcelona: Gedisa.
- Giménez, G. (2000). *Cultura, identidad y metropolitano global*. Argentina: Instituto de Investigaciones.
- Gutierrez, J. (2007). *Educación: formación cívica y ética*. Mexico: Cal y Arena.
- Held, D., & McGrew, A. (2003). *Globalización/antiglobalización*. Barcelona: Editorial Paidós.
- Hernández, S. R., Fernández, C. C., & Baptista, L. (2010). *Metodología de la investigación* (Quinta ed.). México: McGRAW-HILL.
- Ianni, O. (2002). *Teorías de la Globalización*. Mexico: Editores Argentina.

- Larraín, J. (2005). *Cultura e identidad. ¿América Latina moderna? Globalización e identidad*. Santiago: LOM.
- Ludwig, H. (2002). *Consumo, Cultura e Identidad en el Mundo Globalizado. Estudio de casos en los Andes*. Lima: Instituto de Estudios Peruanos.
- Moneta, C. (1996). *América Latina en tiempo de Globalización*. Buenos Aires: SELA.
- Ocampo, J. (2001). *Globalización y Desarrollo*. Santiago: CEPAL (Comisión Económica para América Latina y el Caribe).
- Oslo, M. (2006). Guía para la recogida e interpretación de datos sobre innovación. *Organización Cooperación y Desarrollo Económico. OCDE.*, 146.
- Pérez, C., & Célis, A. (2004). *Cultura y sociedad en la era global*. Maracaibo: Instituto de Investigación.
- Quijano, A. (1992). *Notas sobre la identidad y nación en el Perú*. Lima: Grupo de Trabajo TOCAFO.
- Robles, R. (2014). *Larga lucha de las tradiciones culturales y la globalización*. Lima: Universidad Nacional Mayor de San Marcos.
- Roel, V. (2005). *Crisis general de la globalización Crítica al fundamenta/ismo neoliberalismo*. Lima: Colegio de Economistas de Lima.
- Sánchez, C. H., & Reyes, M. C. (1996). *Metodología y diseños en la investigación científica* (Segunda ed.). Lima: Mantaro.
- Tamayo, M. (2003). *Proceso de investigación científica*. Mexico: Limusa.
- Tugendhat, E. (1996). *Identidad: Personal, Nacional y Universal. Identidad: Personal, Nacional y Universal*.
- UNESCO. (2005). *Convención sobre la protección y promoción de la diversidad de las Conferencia intergubernamental sobre Políticas culturales para el*. UNESCO.
- Ventura, M. (2015). *El enfoque intercultural en el logro del aprendizaje significativo del sujeto cognoscente*. Huánuco: Universidad Nacional Hermilio Valdizan.
- Villafuerte, D. (2018). *Globalización y otredad en la identidad cultural de la Pintura cusqueña Contemporánea*. Cusco: UNSA.
- Villegas, A. (2017). *Globalización versus identidad cultura: un conflicto presente*. Horizonte de la ciencia.

Web grafías

BCRP. (5 de Julio de 2019). *www.bcrp.gob.pe*. Obtenido de Atractivos de Huánuco:
<http://www.bcrp.gob.pe/docs/Sucursales/Huancayo/Huanuco-Atractivos.pdf>

Cruz (6 de Julio de 2019). *Investigación Económica*. Obtenido de La globalización como estrategia de desarrollo: la evidencia de los países desarrollados:
<https://www.redalyc.org/pdf/601/60125904.pdf>

Martínez, M. (5 de Julio de 2019). *www.hablemosdeculturas.com*. Obtenido de Cultura Peruana: <https://hablemosdeculturas.com/cultura-peruana/>

Jesús, E. & Mazzei, A. (julio de 2013). *gumilla.org*. Obtenido de gumilla.org:
http://www.gumilla.org/biblioteca/bases/biblo/texto/SIC2013756_284-285.pdf

Rey (03 de Noviembre de 2002). *Cultura y desarrollo humano: unas relaciones que se trasladan*. Obtenido de Cultura y desarrollo humano: unas relaciones que se trasladan:
<http://www.campusoei.org>

A N E X O S

ANEXO 1: MATRIZ DE CONSISTENCIA

GLOBALIZACIÓN Y LA IDENTIDAD CULTURAL EN LOS ESTUDIANTES DE SOCIOLOGÍA DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL HERMILIO VALDIZAN, HUÁNUCO 2019.

PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES			METODOLOGÍA
					VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	
<p>Problema general.</p> <p>¿Qué relación existe entre la globalización y la identidad cultural en los Estudiantes de Sociología de la Universidad Nacional Hermilio Valdizán, Huánuco 2019?</p> <p>Problemas Específicos:</p> <p>A. ¿Cuál es la relación entre la globalización y el contexto sociocultural en los Estudiantes de Sociología de la Universidad Nacional Hermilio Valdizán, Huánuco 2019?</p> <p>B. ¿Cómo relacionamos la globalización y la construcción de la identidad en los Estudiantes de Sociología de la Universidad Nacional</p>	<p>Objetivo General:</p> <p>Determinar la relación que existe entre la globalización y la identidad cultural en los Estudiantes de Sociología de la Universidad Nacional Hermilio Valdizán, Huánuco 2019.</p> <p>Objetivos Específicos:</p> <p>A. Establecer la relación que existe entre la globalización y el contexto sociocultural en los Estudiantes de Sociología de la Universidad Nacional Hermilio Valdizán, Huánuco 2019.</p> <p>B. Describir cómo relacionamos la globalización y la construcción de la identidad en los Estudiantes de</p>	<p>Hipótesis General:</p> <p>Hi: Existe relación significativa entre la globalización y la identidad cultural en los Estudiantes de Sociología de la Universidad Nacional Hermilio Valdizán, Huánuco 2019.</p> <p>Ho: No existe relación significativa entre la globalización y la identidad cultural en los Estudiantes de Sociología de la Universidad Nacional Hermilio Valdizán, Huánuco 2019.</p> <p>Hipótesis Específicas:</p> <p>Hi1: Existe una relación entre la globalización y el contexto sociocultural en los Estudiantes</p>	<p>La globalización es un proceso económico, tecnológico, político, social y cultural a escala planetaria que consiste en la creciente comunicación e interdependencia entre los distintos países del mundo uniendo sus mercados, sociedades y culturas, a través de una serie de transformaciones sociales, económicas y políticas que dan un carácter global.</p> <p>Identidad cultural es un conjunto de valores, tradiciones, símbolos, creencias y modos de comportamiento que funcionan como elemento cohesionador dentro de un grupo social y que actúan como sustrato para que los individuos que lo forman puedan fundamentar su</p>	<p>La globalización implica pues una situación en la que van desapareciendo las fronteras en el plano tecnológico, en el plano cultural y también en lo social, la información y la sociedad están en un proceso por el cual se hallan crecientemente integradas los países, sus personas y conocimientos.</p> <p>Identidad cultural es la pertenencia a un grupo social con el cual se comparten en un contexto sociocultural; rasgos culturales, como costumbres, valores y creencias, construyendo así su identidad, para luego manifestarlas individual y colectivamente.</p>	<p>Variable 1.</p> <p>3.2.1. Globalización</p> <p>A) Definición.</p> <p>B) Características.</p> <p>C) Consecuencias.</p>	<p>3.2.1.1. Plano tecnológico.</p> <p>a) Ventajas de la Globalización Tecnológica.</p> <p>b) Desventajas de la Globalización Tecnológica.</p>	<p>-Medios de comunicación.</p> <p>-Innovaciones tecnológicas.</p> <p>- Conexión global e internet.</p> <p>-Influencia del internet.</p>	<p>NIVEL DE INVESTIGACIÓN</p> <p>Nivel descriptivo correlacional</p> <p>TIPO DE INVESTIGACIÓN aplicada.</p> <p>DISEÑO METODOLÓGICO</p> <p>Diseño no experimental.</p> <p>Población:</p> <p>Estudiantes de Sociología de la Universidad Nacional Hermilio Valdizán.</p> <p>Muestra:</p> <p>153 estudiantes de Sociología de la Universidad Nacional Hermilio Valdizán.</p> <p>TÉCNICAS:</p> <p>Encuesta Cuestionario</p>
						<p>3.2.1.2. Plano Cultural.</p> <p>a). Factores que Impulsan la Globalización Cultural.</p> <p>b). Beneficios de la Globalización Cultural.</p> <p>c). Riesgos de la Globalización Cultural.</p>	<p>-Reconocimiento e importancia de la cultura.</p> <p>-Nuevas culturas y estilo de vida.</p> <p>-Moda y Medios de comunicación.</p> <p>-Variedad cultural.</p>	

<p>Hermilio Valdizán, Huánuco 2019?</p> <p>C. ¿De qué manera relacionamos la globalización y las manifestaciones culturales en los Estudiantes de Sociología de la Universidad Nacional Hermilio Valdizán, Huánuco 2019</p>	<p>Sociología de la Universidad Nacional Hermilio Valdizán, Huánuco 2019.</p> <p>C. Identificar de qué manera relacionamos la globalización y las manifestaciones culturales en los Estudiantes de Sociología de la Universidad Nacional Hermilio Valdizán, Huánuco 2019.</p>	<p>de Sociología de la Universidad Nacional Hermilio Valdizán, Huánuco 2019.</p> <p>Ho: No existe una relación entre la globalización y el contexto sociocultural de los Estudiantes de Sociología de la Universidad Nacional Hermilio Valdizán, Huánuco 2019.</p> <p>H2: La globalización se relaciona en la construcción de la identidad en los Estudiantes de Sociología de la Universidad Nacional Hermilio Valdizán, Huánuco 2019.</p> <p>Ho: La globalización no se relaciona en la construcción de la identidad de los Estudiantes de Sociología de la Universidad Nacional Hermilio</p>	<p>sentimiento de pertenencia.</p>					
					<p>Variables 2.</p> <p>3.2.2. Identidad Cultural.</p> <p>A) La Identidad.</p> <p>B) La Cultura.</p> <p>C) Identidad Cultural.</p>	<p>3.2.2.1. Contexto sociocultural.</p> <p>a). La familia</p> <p>b). Los iguales</p> <p>c). El Centro de Estudios.</p> <p>d). Clase social y la cultura.</p>	<p>-Manifestaciones culturales.</p> <p>- practica de costumbres.</p> <p>- Identificación con los orígenes.</p> <p>- Expresiones culturales.</p>	

		<p>Valdizán, Huánuco 2019.</p> <p>H3: La globalización se relaciona en las manifestaciones culturales en los Estudiantes de Sociología de la Universidad Nacional Hermilio Valdizán, Huánuco 2019.</p> <p>Ho: La globalización no se relaciona en las manifestaciones culturales de los Estudiantes de Sociología de la Universidad Nacional Hermilio Valdizán, Huánuco 2019.</p>				<p>3.2.2.2. Construcción de la identidad.</p> <p>a). Identidad Legitimadora.</p> <p>b). Identidad de Resistencia.</p> <p>c). Identidad Proyecto.</p>	<p>-Talleres de sensibilización.</p> <p>-Expresar sus orígenes.</p> <p>- valoración de costumbres y tradiciones.</p> <p>-Revalorar lugares turísticos.</p>	
						<p>3.2.2.3. Manifestaciones culturales.</p> <p>a). Son transmitidas.</p> <p>b). Reflejan la identidad de una sociedad.</p> <p>c). No tienen autores definidos.</p> <p>d). No tienen propósitos comerciales.</p> <p>e). Siempre están en desarrollo.</p> <p>f). Pueden ser tangibles o intangibles.</p>	<p>-Practica de expresiones culturales.</p> <p>-Consumo de platos típicos.</p> <p>-Reconocimiento de productos artesanales.</p> <p>-Valorar y difundir el patrimonio cultural.</p>	

ANEXO 2: CONSENTIMIENTO INFORMADO

"AÑO DE LA LUCHA CONTRA LA CORRUPCIÓN Y LA IMPUNIDAD"

CONSTANCIA DE APLICACIÓN DE INSTRUMENTOS DE INVESTIGACION

EL QUE SUSCRIBE: DRA. ENMA SOFIA REEVES HUAPAYA

HACE CONSTAR:

Que, la Lic. **TRAVEZAÑO AMARO MILKA ESTHER**, DNI N° 80569772, estudiante de la Maestría de la Universidad Hermilio Valdizán – Huánuco, de la facultad de Educación, ha aplicado sus instrumentos a los estudiantes de sociología de la Universidad Nacional Hermilio Valdizán, para el desarrollo de su tesis: **"GLOBALIZACIÓN Y LA IDENTIDAD CULTURAL EN LOS ESTUDIANTES DE SOCIOLOGÍA DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL HERMILIO VALDIZAN, HUÁNUCO 2019"**

Huánuco, 24 de Setiembre del 2019.


Dra. Enma Sofia Reeves Huapaya
CSP 034
DNI N° 22409395

ANEXO 3: GLOBALIZACIÓN-CUESTIONARIO

INSTRUCCIONES:

Señores estudiantes el presente cuestionario tiene por finalidad encontrar información sobre la globalización, recuerda que las respuestas son opiniones basadas en tu apreciación, por lo tanto, no hay respuestas correctas ni incorrectas. Es de carácter anónima por la cual sírvase responder con la mayor sinceridad. Lee cuidadosamente cada uno de los enunciados y marca la respuesta con un aspa (X) que mejor describa tu opinión.

Valoración:

1) Nunca 2) Algunas veces 3) Siempre

N°	Ítems	Valoración		
		1	2	3
Plano tecnológico				
1	Creer que los medios de comunicación transmiten las culturas de otros países e influyen en tu estilo de vida.			
2	Las innovaciones tecnológicas que se producen en otros países influyen en tu identidad cultural.			
3	Mediante el proceso de conexión global de la internet, consideras que, está influyendo a que se pierda las costumbres y culturas heredadas por nuestros antepasados.			
4	Consideras haber practicado y/o adquirido culturas y costumbres de otros países (expresiones artísticas, comida, vestimenta, religión).			
Plano Cultural				
5	Reconozco que la cultura de mi localidad es importante y lo practico permanentemente dejando de lado la influencia de otros lugares.			
6	Te sientes atraído por conocer nuevas culturas y estilos de vida que existen en el mundo y lo comparas con los que existen en tu localidad.			
7	Selecciona y adoptas la forma de vestir de la moda que se emiten en los diversos medios de comunicación, dejando de lado lo que producen en tu localidad.			
8	Al conocer distintas culturas y estilos de vida que existen en el mundo, sientes que tu cultura es inferior al resto y te avergüenzas de ello.			
Plano social				
9	Las autoridades, instituciones públicas y privadas de tu localidad, se preocupan por seleccionar programas informativos que invaden nuestra privacidad y que afectan tu comportamiento para perjudicar la aceptación de tus costumbres y otras actividades culturales.			

10	Las instituciones multisectoriales de tu localidad, reciben apoyo del exterior, para fomentar la participación del pueblo en programas y fortalecer la identidad cultural.			
11	Prefiero los programas televisivos que nos invaden de otros países antes que los nuestros.			
12	Tu familia prefiere programas televisivos de otros lugares antes que los nuestros.			

IDENTIDAD CULTURAL- CUESTIONARIO

INSTRUCCIONES:

Señores estudiantes el presente cuestionario tiene por finalidad encontrar información sobre su Identidad Cultural, recuerda que las respuestas son opiniones basadas en tu formación, por lo tanto, no hay respuestas correctas ni incorrectas. Es de carácter anónima por la cual sírvase responder con la mayor sinceridad Lee cuidadosamente cada uno de los enunciados y marca la respuesta con un aspa (X) que mejor describa tu opinión.

Valoración:

1) Nunca 2) Algunas veces 3) Siempre

N°	Ítems	Valoración		
		1	2	3
Contexto sociocultural				
1	Mi Centro de Estudios me permite expresar libremente las manifestaciones culturales de mi localidad.			
2	Al estar lejos de mi familia dejo de practicar mis costumbres.			
3	Me siento identificado con mis orígenes en el grupo social que me encuentro.			
4	Siento temor de expresar mis costumbres culturales libremente en mi contexto actual ante los demás.			
Construcción de la identidad				
5	Consideras que los talleres de sensibilización son importantes para la construcción de la identidad en las personas.			
6	Disfruto hablar de mi lugar de origen.			
7	Ayudas a valorar y difundir los lugares turísticos, costumbres, tradiciones y otros del lugar donde naciste.			
8	Visitas los lugares turísticos que se encuentran en tu localidad revalorando la importancia que estos tienen.			

Manifestaciones culturales

9	Participa en el festejo de las tradiciones que realizan en su localidad.			
10	Es participe de algún elenco de danzas, música, etc. Que difunden la cultura artística en tu localidad.			
11	Valoras y degustas los platos típicos de tu localidad.			
12	Reconoces y utilizas los productos artesanales que producen los habitantes de tu localidad.			

ANEXO 4: VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DEL CUESTIONARIO DE GLOBALIZACIÓN

Nombre del experto: _____ Especialidad: _____

"Calificar con 1,2,3 o 4 cada ítem respecto a los criterios de relevancia, suficiencia y claridad"

DIMENSION	ITEM	RELEVANCIA	COHERENCIA	SUFICIENCIA	CLARIDAD	
Plano tecnológico	1	Crees que los medios de comunicación transmiten las culturas de otros países e influyen en tu estilo de vida.				
	2	Las innovaciones tecnológicas que se producen en otros países influyen en tu identidad cultural.				
	3	Mediante el proceso de conexión global de la internet, consideras que, está influyendo a que se pierda las costumbres y culturas heredadas por nuestros antepasados.				
	4	Consideras haber practicado y/o adquirido culturas y costumbres de otros países por la influencia de la internet (expresiones artísticas, comida, vestimenta, religión).				
Plano Cultural	5	Reconozco que la cultura de mi localidad es importante y lo practico permanentemente dejando de lado la influencia de otros lugares.				
	6	Te sientes atraído por conocer nuevas culturas y estilos de vida que existen en el mundo y lo comparas con los que existen en tu localidad.				
	7	Selecciona y adoptas la forma de vestir de la moda que se emiten en los diversos medios de comunicación, dejando de lado lo que producen en tu localidad.				
	8	Al conocer distintas culturas y estilos de vida que existen en el mundo, sientes que tu cultura es inferior al resto y te avergüenzas de ello.				
Plano social	9	Las autoridades, instituciones públicas y privadas de tu localidad, se preocupan por seleccionar programas informativos que invaden nuestra privacidad y que afectan tu comportamiento para perjudicar la aceptación de tus costumbres y otras actividades culturales.				
	10	Las instituciones multisectoriales de tu localidad, reciben apoyo del exterior, para fomentar la participación del pueblo en programas y fortalecer la identidad cultural.				
	11	Prefiero los programas televisivos que nos invaden de otros países antes que los nuestros.				
	12	Tu familia prefiere programas televisivos de otros lugares antes que los nuestros.				

¿Hay alguna dimensión o ítem que no fue evaluada? SI () NO () En caso de SI. ¿Qué dimensión o ítem falta? _____

El instrumento debe ser aplicado: SI () NO ()

Firma y Sello del juez

VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DEL CUESTIONARIO DE IDENTIDAD CULTURAL

Nombre del experto: _____ Especialidad: _____

"Calificar con 1,2,3 o 4 cada ítem respecto a los criterios de relevancia, suficiencia y claridad"

DIMENSION		ITEM	RELEVANCIA	COHERENCIA	SUFICIENCIA	CLARIDAD
Contexto sociocultural	1	Mi Centro de Estudios me permite expresar libremente las manifestaciones culturales de mi localidad.				
	2	Al estar lejos de mi familia dejo de practicar mis costumbres.				
	3	Me siento identificado con mis orígenes en el grupo social que me encuentro.				
	4	Siento temor de expresar mis costumbres culturales libremente en mi contexto actual ante los demás.				
Construcción de la identidad	5	Consideras que los talleres de sensibilización son importantes para la construcción de la identidad en las personas.				
	6	Disfruto hablar de mi lugar de origen.				
	7	Ayudas a valorar y difundir los lugares turísticos, costumbres, tradiciones y otros del lugar donde naciste.				
	8	Visitas los lugares turísticos que se encuentran en tu localidad revalorando la importancia que estos tienen.				
Manifestaciones culturales	9	Participa en el festejo de las tradiciones que realizan en su localidad.				
	10	Es participe de algún elenco de danzas, música, etc. Que difunden la cultura artística en tu localidad.				
	11	Valoras y degustas los platos típicos de tu localidad.				
	12	Reconoces y utilizas los productos artesanales que producen los habitantes de tu localidad.				

¿Hay alguna dimensión o ítem que no fue evaluada? SI () NO () En caso de SI. ¿Qué dimensión o ítem falta? _____

El instrumento debe ser aplicado: SI () NO ()

Firma y Sello del juez

ANEXOS: CUADRO DEL INSTRUMENTO SOBRE GLOBALIZACIÓN POR LOS EXPERTOS

**MODELO
1**

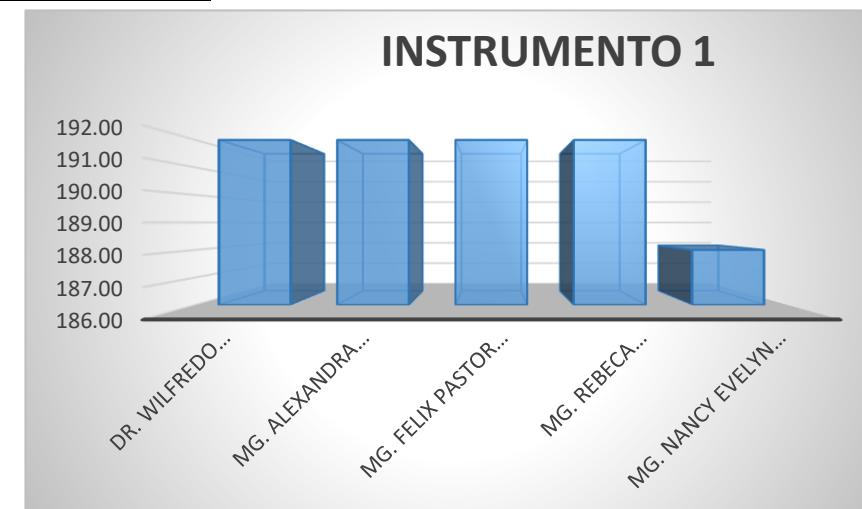
Nº	NOMBRES Y APELLIDOS DE EXPERTOS	I T E M S											TOTAL FILA	
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11		12
1	DR. WILFREDO ANTONIO SOTIL CORTAVARRÍA	16	16	16	16	16	16	16	16	16	16	16	16	192,00
2	MG. ALEXANDRA RIVAS MEZA	16	16	16	16	16	16	16	16	16	16	16	16	192,00
3	MG. FELIX PASTOR REMACHE	16	16	16	16	16	16	16	16	16	16	16	16	192,00
4	MG. REBECA TEODORA LEÓN RODRIGUEZ	16	16	16	16	16	16	16	16	16	16	16	16	192,00
5	MG. NANCY EVELYN HERRERA MILLA	16	16	16	16	16	14	16	16	16	16	14	16	188,00
TOTAL COLUMNAS		80	80	80	80	80	78	80	80	80	80	78	80	956,00
PROMEDIO		16	16	16	16	16	16	16	16	16	16	16	16	192
Varianza		0	0	0	0	0	0,8	0	0	0	0	0,8	0	3,2

Aplicando la siguiente fórmula para el cálculo del alfa de cronbach

$$\alpha = \frac{K}{K-1} \left[1 - \frac{\sum S_i^2}{S_T^2} \right]$$

k	12
ΣSi²	0
V²	0

$$\alpha = (12/0-1)(1-(0/0)) = 0,92$$



CUADRO DEL INSTRUMENTO SOBRE IDENTIDAD CULTURAL POR LOS EXPERTOS

Nº	NOMBRES Y APELLIDOS DE EXPERTOS	I T E M S												TOTAL FILA	
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12		
1	DR. WILFREDO ANTONIO SOTIL CORTAVARRÍA	16	16	16	16	16	16	16	16	16	16	16	16	16	192,00
2	MG. ALEXANDRA RIVAS MEZA	16	16	16	16	16	16	16	16	16	16	16	16	16	192,00
3	MG. FELIX PASTOR REMACHE	16	16	16	16	16	16	16	16	16	16	16	16	16	192,00
4	MG. REBECA TEODORA LEÓN RODRIGUEZ	16	16	16	16	16	16	16	16	16	16	16	16	16	192,00
5	MG. NANCY EVELYN HERRERA MILLA	16	14	14	16	14	16	14	16	16	16	16	14	14	182,00
TOTAL COLUMNAS		80	78	78	80	78	80	78	80	80	80	80	78	78	950,00
PROMEDIO		16	16	16	16	16	16	16	16	16	16	16	16	16	192
VARIANZA		0	0.8	0.8	0	0.8	0	0.8	0	0	0	0	0.8	0.8	9,80

Aplicando la siguiente fórmula para el cálculo del alfa de cronbach

$$\alpha = \frac{K}{K-1} \left[1 - \frac{\sum S_i^2}{S_T^2} \right]$$

k	12
ΣSi²	96
V²	96

$$\alpha = (12/0-1)(1-(96,04/96,04)) = 0,98$$



VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DEL CUESTIONARIO DE GLOBALIZACIÓN

Nombre del experto: Dr. WILFREDO ANTONIO SOTÍ CORTEZANA Especialidad: DOCTOR EN CI DE LA EDUCACIÓN

"Calificar con 1,2,3 o 4 cada ítem respecto a los criterios de relevancia, suficiencia y claridad"

DIMENSION	ITEM	RELEVANCIA	COHERENCIA	SUFICIENCIA	CLARIDAD
Plano tecnológico	1 Crees que los medios de comunicación transmiten las culturas de otros países e influyen en tu estilo de vida.	4	4	4	4
	2 Las innovaciones tecnológicas que se producen en otros países influyen en tu identidad cultural.	4	4	4	4
	3 Mediante el proceso de conexión global de la internet, consideras que, está influyendo a que se pierda las costumbres y culturas heredadas por nuestros antepasados.	4	4	4	4
	4 Consideras haber practicado y/o adquirido culturas y costumbres de otros países por la influencia de la internet. (expresiones artísticas, comida, vestimenta, religión).	4	4	4	4
Plano Cultural	5 Reconozco que la cultura de mi localidad es importante y lo práctico permanentemente dejando de lado la influencia de otros lugares.	4	4	4	4
	6 Te sientes atraído por conocer nuevas culturas y estilos de vida que existen en el mundo y lo comparas con los que existen en tu localidad.	4	4	4	4
	7 Selecciona y adoptas la forma de vestir de la moda que se emiten en los diversos medios de comunicación, dejando de lado lo que producen en tu localidad.	4	4	4	4
	8 Al conocer distintas culturas y estilos de vida que existen en el mundo, sientes que tu cultura es inferior al resto y te avergüenzas de ello.	4	4	4	4
Plano social	9 Las autoridades, instituciones públicas y privadas de tu localidad, se preocupan por seleccionar programas informativos que invaden nuestra privacidad y que afectan tu comportamiento para perjudicar la aceptación de tus costumbres y otras actividades culturales.	4	4	4	4

10	Las instituciones multisectoriales de tu localidad, reciben apoyo del exterior, para fomentar la participación del pueblo en programas y fortalecer la identidad cultural.	4	4	4	4
11	Prefiero los programas televisivos que nos invaden de otros países, antes que los nuestros.	4	4	4	4
12	Tu familia prefiere programas televisivos de otros lugares, antes que los nuestros.	4	4	4	4

¿Hay alguna dimensión o ítem que no fue evaluada? SI () NO () En caso de SI. ¿Qué dimensión o ítem falta?

El instrumento debe ser aplicado: SI NO ()



Wilfredo Antonio Sotil Cortavarría
DOCTOR EN CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN

Firma y Sello del juez

VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DEL CUESTIONARIO DE IDENTIDAD CULTURAL

Nombre del experto: DV. WILFREDO ANTONIO SOTIL CORDOVA Especialidad: DOCTOR CS. DE LA EDUCACIÓN

"Calificar con 1,2,3 o 4 cada ítem respecto a los criterios de relevancia, suficiencia y claridad"

DIMENSION	ITEM	RELEVANCIA	COHERENCIA	SUFICIENCIA	CLARIDAD
Contexto sociocultural	1 Mi Centro de Estudios me permite expresar libremente las manifestaciones culturales de mi localidad.	4	4	4	4
	2 Al estar lejos de mi familia dejo de practicar mis costumbres	4	4	4	4
	3 Me siento identificado con mis orígenes en el grupo social que me encuentro.	4	4	4	4
	4 Siento temor de expresar mis costumbres culturales libremente en mi contexto actual ante los demás.	4	4	4	4
Construcción de la identidad	5 Consideras que los talleres de sensibilización son importantes para la construcción de la identidad en las personas.	4	4	4	4
	6 Disfruto hablar de mi lugar de origen.	4	4	4	4
	7 Ayudas a valorar y difundir los lugares turísticos, costumbres, tradiciones y otros del lugar donde naciste.	4	4	4	4
	8 Visitas los lugares turísticos que se encuentran en tu localidad, revalorando la importancia que estos tienen.	4	4	4	4
Manifestaciones culturales	9 Consideras que los talleres de sensibilización son importantes para la construcción de la identidad en las personas.	4	4	4	4
	10 Disfruto hablar de mi lugar de origen.	4	4	4	4
	11 Ayudas a valorar y difundir los lugares turísticos, costumbres, tradiciones y otros del lugar donde naciste.	4	4	4	4

12	Visitas los lugares turísticos que se encuentran en tu localidad, revalorando la importancia que estos tienen.	4	4	24	4
----	--	---	---	----	---

¿Hay alguna dimensión o ítem que no fue evaluada? SI () NO () En caso de SI. ¿Qué dimensión o ítem falta?

El instrumento debe ser aplicado: SI (X) NO ()



UNIVERSIDAD NACIONAL HERIBERTO VALDERRAMA

W. A. Sotil Cortavarría

Wifredo Antonio Sotil Cortavarría

DOCTOR EN CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN

Firma y Sello del juez

VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DEL CUESTIONARIO DE GLOBALIZACIÓN

Nombre del experto: MA. RIVAS MEZA, Alexandre Especialidad:

MA. LICENCIADO Y GESTIÓN EDUCATIVO

"Calificar con 1,2,3 o 4 cada ítem respecto a los criterios de relevancia, suficiencia y claridad"

DIMENSION	ITEM	RELEVANCIA	COHERENCIA	SUFICIENCIA	CLARIDAD
Plano tecnológico	1 Crees que los medios de comunicación transmiten las culturas de otros países e influyen en tu estilo de vida.	4	4	4	4
	2 Las innovaciones tecnológicas que se producen en otros países influyen en tu identidad cultural.	4	4	4	4
	3 Mediante el proceso de conexión global de la internet, consideras que, está influyendo a que se pierda las costumbres y culturas heredadas por nuestros antepasados.	4	4	4	4
	4 Consideras haber practicado y/o adquirido culturas y costumbres de otros países por la influencia de la internet. (expresiones artísticas, comida, vestimenta, religión).	4	4	4	4
Plano Cultural	5 Reconozco que la cultura de mi localidad es importante y lo práctico permanentemente dejando de lado la influencia de otros lugares.	4	4	4	4
	6 Te sientes atraído por conocer nuevas culturas y estilos de vida que existen en el mundo y lo comparas con los que existen en tu localidad.	4	4	4	4
	7 Selecciona y adoptas la forma de vestir de la moda que se emiten en los diversos medios de comunicación, dejando de lado lo que producen en tu localidad.	4	4	4	4
	8 Al conocer distintas culturas y estilos de vida que existen en el mundo, sientes que tu cultura es inferior al resto y te avergüenzas de ello.	4	4	4	4
Plano social	9 Las autoridades, instituciones públicas y privadas de tu localidad, se preocupan por seleccionar programas informativos que invaden nuestra privacidad y que afectan tu comportamiento para perjudicar la aceptación de tus costumbres y otras actividades culturales.	4	4	4	4

10	Las instituciones multisectoriales de tu localidad, reciben apoyo del exterior, para fomentar la participación del pueblo en programas y fortalecer la identidad cultural.	4	4	4	4
11	Prefiero los programas televisivos que nos invaden de otros países, antes que los nuestros.	4	4	4	4
12	Tu familia prefiere programas televisivos de otros lugares, antes que los nuestros.	4	4	4	4

¿Hay alguna dimensión o ítem que no fue evaluada? SI (X) NO () En caso de SI. ¿Qué dimensión o ítem falta?

El instrumento debe ser aplicado: SI (X) NO ()



Firma y Sello del juez

01073188

VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DEL CUESTIONARIO DE IDENTIDAD CULTURAL

Nombre del experto: Mg. RIVAS MEZA, Alejandra

Especialidad: Mg. MORALES Y ESTUDIOS EDUCATIVOS

"Calificar con 1,2,3 o 4 cada ítem respecto a los criterios de relevancia, suficiencia y claridad"

DIMENSION	ITEM	RELEVANCIA	COHERENCIA	SUFICIENCIA	CLARIDAD
Contexto sociocultural	1 Mi Centro de Estudios me permite expresar libremente las manifestaciones culturales de mi localidad.	4	4	4	4
	2 Al estar lejos de mi familia dejo de practicar mis costumbres	4	4	4	4
	3 Me siento identificado con mis orígenes en el grupo social que me encuentro.	4	4	4	4
	4 Siento temor de expresar mis costumbres culturales libremente en mi contexto actual ante los demás.	4	4	4	4
Construcción de la identidad	5 Consideras que los talleres de sensibilización son importantes para la construcción de la identidad en las personas.	4	4	4	4
	6 Disfruto hablar de mi lugar de origen.	4	4	4	4
	7 Ayudas a valorar y difundir los lugares turísticos, costumbres, tradiciones y otros del lugar donde naciste.	4	4	4	4
	8 Visitas los lugares turísticos que se encuentran en tu localidad, revalorando la importancia que estos tienen.	4	4	4	4
Manifestaciones culturales	9 Consideras que los talleres de sensibilización son importantes para la construcción de la identidad en las personas.	4	4	4	4
	10 Disfruto hablar de mi lugar de origen.	4	4	4	4
	11 Ayudas a valorar y difundir los lugares turísticos, costumbres, tradiciones y otros del lugar donde naciste.	4	4	4	4

12	Visitas los lugares turísticos que se encuentran en tu localidad, revalorando la importancia que estos tienen.	4	4	4	4
----	--	---	---	---	---

¿Hay alguna dimensión o ítem que no fue evaluada? SI () NO () En caso de SI. ¿Qué dimensión o ítem falta?

El instrumento debe ser aplicado: SI (X) NO ()



Firma y Sello del juez

07073190

VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DEL CUESTIONARIO DE GLOBALIZACIÓN

Nombre del experto: Mg. ROSTISO REMACHE, FÉLIX

Especialidad:

Mg. Gestión y Planeamiento Educativo

"Calificar con 1,2,3 o 4 cada ítem respecto a los criterios de relevancia, suficiencia y claridad"

DIMENSION	ITEM	RELEVANCIA	COHERENCIA	SUFICIENCIA	CLARIDAD
Plano tecnológico	1 Crees que los medios de comunicación transmiten las culturas de otros países e influyen en tu estilo de vida.	4	4	4	4
	2 Las innovaciones tecnológicas que se producen en otros países influyen en tu identidad cultural.	4	4	4	4
	3 Mediante el proceso de conexión global de la internet, consideras que, está influyendo a que se pierda las costumbres y culturas heredadas por nuestros antepasados.	4	4	4	4
	4 Consideras haber practicado y/o adquirido culturas y costumbres de otros países por la influencia de la internet. (expresiones artísticas, comida, vestimenta, religión).	4	4	4	4
Plano Cultural	5 Reconozco que la cultura de mi localidad es importante y lo práctico permanentemente dejando de lado la influencia de otros lugares.	4	4	4	4
	6 Te sientes atraído por conocer nuevas culturas y estilos de vida que existen en el mundo y lo comparas con los que existen en tu localidad.	4	4	4	4
	7 Selecciona y adoptas la forma de vestir de la moda que se emiten en los diversos medios de comunicación, dejando de lado lo que producen en tu localidad.	4	4	4	4
	8 Al conocer distintas culturas y estilos de vida que existen en el mundo, sientes que tu cultura es inferior al resto y te avergüenzas de ello.	4	4	4	4
Plano social	9 Las autoridades, instituciones públicas y privadas de tu localidad, se preocupan por seleccionar programas informativos que invaden nuestra privacidad y que afectan tu comportamiento para perjudicar la aceptación de tus costumbres y otras actividades culturales.	4	4	4	4

10	Las instituciones multisectoriales de tu localidad, reciben apoyo del exterior, para fomentar la participación del pueblo en programas y fortalecer la identidad cultural.	4	4	4	4
11	Prefiero los programas televisivos que nos invaden de otros países, antes que los nuestros.	4	4	4	4
12	Tu familia prefiere programas televisivos de otros lugares, antes que los nuestros.	4	4	4	4

¿Hay alguna dimensión o ítem que no fue evaluada? SI () NO () En caso de SI. ¿Qué dimensión o ítem falta?

El instrumento debe ser aplicado: SI (X) NO ()


 Firma y Sello del juez
 DNI: 07677715

VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DEL CUESTIONARIO DE IDENTIDAD CULTURAL

Nombre del experto: Ms. Felia Pastor Remache

Especialidad: Mg. Gestión y Planeación Educativa

"Calificar con 1,2,3 o 4 cada ítem respecto a los criterios de relevancia, suficiencia y claridad"

DIMENSION	ITEM	RELEVANCIA	COHERENCIA	SUFICIENCIA	CLARIDAD
Contexto sociocultural	1 Mi Centro de Estudios me permite expresar libremente las manifestaciones culturales de mi localidad.	4	4	4	4
	2 Al estar lejos de mi familia dejo de practicar mis costumbres	4	4	4	4
	3 Me siento identificado con mis orígenes en el grupo social que me encuentro.	4	4	4	4
	4 Siento temor de expresar mis costumbres culturales libremente en mi contexto actual ante los demás.	4	4	4	4
Construcción de la identidad	5 Consideras que los talleres de sensibilización son importantes para la construcción de la identidad en las personas.	4	4	4	4
	6 Disfruto hablar de mi lugar de origen.	4	4	4	4
	7 Ayudas a valorar y difundir los lugares turísticos, costumbres, tradiciones y otros del lugar donde naciste.	4	4	4	4
	8 Visitas los lugares turísticos que se encuentran en tu localidad, revalorando la importancia que estos tienen.	4	4	4	4
Manifestaciones culturales	9 Consideras que los talleres de sensibilización son importantes para la construcción de la identidad en las personas.	4	4	4	4
	10 Disfruto hablar de mi lugar de origen.	4	4	4	4
	11 Ayudas a valorar y difundir los lugares turísticos, costumbres, tradiciones y otros del lugar donde naciste.	4	4	4	4

	12 Visitas los lugares turísticos que se encuentran en tu localidad, revalorando la importancia que estos tienen.	4	4	4	4
--	--	---	---	---	---

¿Hay alguna dimensión o ítem que no fue evaluada? SI () NO () En caso de SI. ¿Qué dimensión o ítem falta?

El instrumento debe ser aplicado: SI NO ()


 Firma y Sello del juez
 DNI: 076777/5

VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DEL CUESTIONARIO DE GLOBALIZACIÓN

Nombre del experto: Me. Rebeca Teodora León Rodríguez Especialidad: _____

"Calificar con 1,2,3 o 4 cada ítem respecto a los criterios de relevancia, suficiencia y claridad"

DIMENSION	ITEM	RELEVANCIA	COHERENCIA	SUFICIENCIA	CLARIDAD
Plano tecnológico	1 Crees que los medios de comunicación transmiten las culturas de otros países e influyen en tu estilo de vida.	4	4	4	4
	2 Las innovaciones tecnológicas que se producen en otros países influyen en tu identidad cultural.	4	4	4	4
	3 Mediante el proceso de conexión global de la internet, consideras que, está influyendo a que se pierda las costumbres y culturas heredadas por nuestros antepasados.	4	4	4	4
	4 Consideras haber practicado y/o adquirido culturas y costumbres de otros países por la influencia de la internet. (expresiones artísticas, comida, vestimenta, religión).	4	4	4	4
Plano Cultural	5 Reconozco que la cultura de mi localidad es importante y lo práctico permanentemente dejando de lado la influencia de otros lugares.	4	4	4	4
	6 Te sientes atraído por conocer nuevas culturas y estilos de vida que existen en el mundo y lo comparas con los que existen en tu localidad.	4	4	4	4
	7 Selecciona y adoptas la forma de vestir de la moda que se emiten en los diversos medios de comunicación, dejando de lado lo que producen en tu localidad.	4	4	4	4
	8 Al conocer distintas culturas y estilos de vida que existen en el mundo, sientes que tu cultura es inferior al resto y te avergüenzas de ello.	4	4	4	4
Plano social	9 Las autoridades, instituciones públicas y privadas de tu localidad, se preocupan por seleccionar programas informativos que invaden nuestra privacidad y que afectan tu comportamiento para perjudicar la aceptación de tus costumbres y otras actividades culturales.	4	4	4	4

10	Las instituciones multisectoriales de tu localidad, reciben apoyo del exterior, para fomentar la participación del pueblo en programas y fortalecer la identidad cultural.	4	4	4	4
11	Prefiero los programas televisivos que nos invaden de otros países, antes que los nuestros.	4	4	4	4
12	Tu familia prefiere programas televisivos de otros lugares, antes que los nuestros.	4	4	4	4

¿Hay alguna dimensión o ítem que no fue evaluada? SI () NO () En caso de SI. ¿Qué dimensión o ítem falta?

El instrumento debe ser aplicado: SI (X) NO ()



Mg. Rebeca Pedrona León Rodríguez

Firma y Sello del juez

VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DEL CUESTIONARIO DE IDENTIDAD CULTURAL

Nombre del experto: Mg. Rebeca Teodora León Rodríguez Especialidad: _____

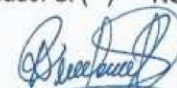
"Calificar con 1,2,3 o 4 cada ítem respecto a los criterios de relevancia, suficiencia y claridad"

DIMENSION	ITEM	RELEVANCIA	COHERENCIA	SUFICIENCIA	CLARIDAD
Contexto sociocultural	1 Mi Centro de Estudios me permite expresar libremente las manifestaciones culturales de mi localidad.	4	4	4	4
	2 Al estar lejos de mi familia dejo de practicar mis costumbres	4	4	4	4
	3 Me siento identificado con mis orígenes en el grupo social que me encuentro.	4	4	4	4
	4 Siento temor de expresar mis costumbres culturales libremente en mi contexto actual ante los demás.	4	4	4	4
Construcción de la identidad	5 Consideras que los talleres de sensibilización son importantes para la construcción de la identidad en las personas.	4	4	4	4
	6 Disfruto hablar de mi lugar de origen.	4	4	4	4
	7 Ayudas a valorar y difundir los lugares turísticos, costumbres, tradiciones y otros del lugar donde naciste.	4	4	4	4
	8 Visitas los lugares turísticos que se encuentran en tu localidad, revalorando la importancia que estos tienen.	4	4	4	4
Manifestaciones culturales	9 Consideras que los talleres de sensibilización son importantes para la construcción de la identidad en las personas.	4	4	4	4
	10 Disfruto hablar de mi lugar de origen.	4	4	4	4
	11 Ayudas a valorar y difundir los lugares turísticos, costumbres, tradiciones y otros del lugar donde naciste.	4	4	4	4

	12. Visitas los lugares turísticos que se encuentran en tu localidad, revalorando la importancia que estos tienen.	4	4	4	4
--	--	---	---	---	---

¿Hay alguna dimensión o ítem que no fue evaluada? SI () NO () En caso de SI. ¿Qué dimensión o ítem falta?

El instrumento debe ser aplicado: SI () NO ()



Ma. Rebeca Tench Rodríguez

Firma y Sello del juez

VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DEL CUESTIONARIO DE GLOBALIZACIÓN

Nombre del experto: Nancy Evelyn Herrera Milla

Especialidad: Biología y Química

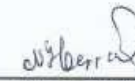
"Calificar con 1,2,3 o 4 cada ítem respecto a los criterios de relevancia, suficiencia y claridad"

DIMENSION	ITEM	RELEVANCIA	COHERENCIA	SUFICIENCIA	CLARIDAD
Plano tecnológico	1 Crees que los medios de comunicación transmiten las culturas de otros países e influyen en tu estilo de vida.	4	4	4	4
	2 Las innovaciones tecnológicas que se producen en otros países influyen en tu identidad cultural.	4	4	4	4
	3 Mediante el proceso de conexión global de la internet, consideras que, está influyendo a que se pierda las costumbres y culturas heredadas por nuestros antepasados.	4	4	4	4
	4 Consideras haber practicado y/o adquirido culturas y costumbres de otros países por la influencia de la internet. (expresiones artísticas, comida, vestimenta, religión).	4	4	4	4
Plano Cultural	5 Reconozco que la cultura de mi localidad es importante y lo práctico permanentemente dejando de lado la influencia de otros lugares.	4	4	4	4
	6 Te sientes atraído por conocer nuevas culturas y estilos de vida que existen en el mundo y lo comparas con los que existen en tu localidad.	4	3	4	3
	7 Selecciona y adoptas la forma de vestir de la moda que se emiten en los diversos medios de comunicación, dejando de lado lo que producen en tu localidad.	4	4	4	3
	8 Al conocer distintas culturas y estilos de vida que existen en el mundo, sientes que tu cultura es inferior al resto y te avergüenzas de ello.	4	4	4	4
Plano social	9 Las autoridades, instituciones públicas y privadas de tu localidad, se preocupan por seleccionar programas informativos que invaden nuestra privacidad y que afectan tu comportamiento para perjudicar la aceptación de tus costumbres y otras actividades culturales.	4	4	4	4

10	Las instituciones multisectoriales de tu localidad, reciben apoyo del exterior, para fomentar la participación del pueblo en programas y fortalecer la identidad cultural.	4	4	4	4
11	Prefiero los programas televisivos que nos invaden de otros países, antes que los nuestros.	4	3	4	3
12	Tu familia prefiere programas televisivos de otros lugares, antes que los nuestros.	4	4	4	4

¿Hay alguna dimensión o ítem que no fue evaluada? SI () NO (X) En caso de SI. ¿Qué dimensión o ítem falta?

El instrumento debe ser aplicado: SI (X) NO ()



Firma y Sello del juez

VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DEL CUESTIONARIO DE IDENTIDAD CULTURAL

Nombre del experto: _____

Especialidad: _____

"Calificar con 1,2,3 o 4 cada ítem respecto a los criterios de relevancia, suficiencia y claridad"

DIMENSION	ITEM	RELEVANCIA	COHERENCIA	SUFICIENCIA	CLARIDAD
Contexto sociocultural	1 Mi Centro de Estudios me permite expresar libremente las manifestaciones culturales de mi localidad.	4	4	4	4
	2 Al estar lejos de mi familia dejo de practicar mis costumbres	4	3	4	3
	3 Me siento identificado con mis orígenes en el grupo social que me encuentro.	4	3	4	3
	4 Siento temor de expresar mis costumbres culturales libremente en mi contexto actual ante los demás.	4	4	4	4
Construcción de la identidad	5 Consideras que los talleres de sensibilización son importantes para la construcción de la identidad en las personas.	4	3	4	3
	6 Disfruto hablar de mi lugar de origen.	4	4	4	4
	7 Ayudas a valorar y difundir los lugares turísticos, costumbres, tradiciones y otros del lugar donde naciste.	4	3	4	3
	8 Visitas los lugares turísticos que se encuentran en tu localidad, revalorando la importancia que estos tienen.	4	4	4	4
Manifestaciones culturales	9 Consideras que los talleres de sensibilización son importantes para la construcción de la identidad en las personas.	4	4	4	4
	10 Disfruto hablar de mi lugar de origen.	4	4	4	4
	11 Ayudas a valorar y difundir los lugares turísticos, costumbres, tradiciones y otros del lugar donde naciste.	4	4	4	4

	12 Visitas los lugares turísticos que se encuentran en tu localidad, revalorando la importancia que estos tienen.	4	3	4	3
--	---	---	---	---	---

¿Hay alguna dimensión o ítem que no fue evaluada? SI () NO (X) En caso de SI. ¿Qué dimensión o ítem falta?

El instrumento debe ser aplicado: SI (X) NO ()



 Firma y Sello del juez

NOTA BIBLIGRÁFICA

Milka Esther Travezaño Amaro, nació en el Distrito de Tinyahuarco, Región Pasco, en el año de 1976, con estudios primarios en la Escuela Primaria N° 34032 "Los Mártires de Rancas" y estudios secundarios en el Colegio Nacional "Simón Bolívar" del Distrito de Simón Bolívar-Rancas, Pasco. Los estudios universitarios de pregrado lo realizó en la Facultad de Ciencias de la Educación y Comunicación Social, Escuela Profesional de Educación Secundaria, Especialidad de Historia y Geografía de la Universidad Nacional "Daniel Alcides Carrión" Pasco.

En el campo laboral como docente del área de Historia y Geografía enseñó en las Instituciones Educativas Públicas y Privadas en la Provincia de Oxapampa, Región Pasco, en las Provincias de Lauricocha y Ambo, Región Huánuco, también se desarrolló como Coordinadora de Tutoría, obteniendo logros en el trabajo con los estudiantes y padres de familia.

Actualmente es docente en la I.E. de Jornada Escolar Completa "Manuel Gonzales Prada" Distrito de Cayna, Provincia de Ambo, Región Huánuco.



ACTA DE DEFENSA DE TESIS DE MAESTRO



"AÑO DE LA UNIVERSALIZACIÓN DE LA SALUD"
UNIVERSIDAD NACIONAL HERMILO VALDIZÁN - HUÁNUCO
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN
UNIDAD DE POSGRADO



Al Servicio de la Sociedad con una Educación de Calidad

ACTA DE DEFENSA DE TESIS DE MAESTRO

En la Plataforma Cisco Webex de la Unidad de Posgrado de la Facultad de Ciencias de la Educación, siendo las 13:00h, del día viernes 16 DE OCTUBRE DE 2020 ante los Jurados de Tesis constituido por los siguientes docentes:

Dra. Clorinda Natividad BARRIONUEVO TORRES	Presidente
Dr. José Wuencislao CONDEZO MARTEL	Secretario
Mg. David COTACALLAPA VILCA	Vocal

Asesor de tesis: Dr. Nicomedes VILLA MIRABAL (Resolución N° 0873-2019-UNHEVAL-FCE/D)

La aspirante al Grado de Maestro en Educación, mención en Investigación y Docencia Superior, Doña Milka Esther TRAVEZAÑO AMARO.

Procedió al acto de Defensa:

Con la exposición de la Tesis titulada: **GLOBALIZACIÓN Y LA IDENTIDAD CULTURAL EN LOS ESTUDIANTES DE SOCIOLOGÍA DE LA UNHEVAL, HUÁNUCO 2019.**

Respondiendo las preguntas formuladas por los miembros del Jurado y público asistente.

Concluido el acto de defensa, cada miembro del Jurado procedió a la evaluación de la aspirante al Grado de Maestro, teniendo presente los criterios siguientes:


- Presentación personal.
- Exposición: el problema a resolver, hipótesis, objetivos, resultados, conclusiones, los aportes, contribución a la ciencia y/o solución a un problema social y recomendaciones.
- Grado de convicción y sustento bibliográfico utilizados para las respuestas a las interrogantes del Jurado y público asistente.
- Dicción y dominio de escenario.

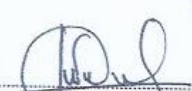
Así mismo, el Jurado plantea a la tesis las observaciones siguientes:


A. REPLANTEAR LA DENOMINACIÓN DE LAS VARIABLES. B. ADECUAR EL INFORME A LAS NORMAS ESTABLECIDAS POR LA ESCUELA DE POSGRADO. C. REPLANTEAR LAS CONCLUSIONES.

Obteniendo en consecuencia la Maestría la Nota de QUINCE (15),
Equivalente a BUENO, por lo que se declara APROBADO.
(Aprobado o desaprobado)

Los miembros del Jurado firman el presente ACTA en señal de conformidad, en Huánuco, siendo las 14:40 horas de 16 de octubre de 2020.


PRESIDENTE
DNI N° 22423313


SECRETARIO
DNI N° 22651202


VOCAL
DNI N° 01340680

Legenda:
19 a 20: Excelente
17 a 18: Muy Bueno
14 a 16: Bueno

(RESOLUCIÓN N° 0208-2020-UNHEVAL/FCE-D)

AUTORIZACIÓN PARA PUBLICACIÓN DE TESIS ELECTRÓNICA

AUTORIZACIÓN PARA PUBLICACIÓN DE TESIS ELECTRÓNICA DE POSGRADO

1. IDENTIFICACIÓN PERSONAL

Apellidos y Nombres: Travezaño Amaro Milka Esther

DNI: 805697722

Correo electrónico: escorpio0576@gmail.com

Teléfono de casa: 062639537

Celular: 976601723

Oficina:

2. IDENTIFICACIÓN DE LA TESIS

POSGRADO	
Maestría:	En Educación
Mención:	Investigación y Docencia Superior

Grado Académico obtenido:

MAESTRO

Título de la tesis: GLOBALIZACIÓN Y LA IDENTIDAD CULTURAL EN LOS ESTUDIANTES DE SOCIOLOGÍA DE LA UNHEVAL, HUÁNUCO 2019.

Tipo de acceso que autoriza el autor:

Marcar "X"	Categoría de acceso	Descripción de acceso
X	PÚBLICO	Es público y accesible el documento a texto completo por cualquier tipo de usuario que consulta el repositorio.
	RESTRINGIDO	Solo permite el acceso al registro del metadato con información básica, mas no al texto completo.

Al elegir la opción "Público" a través de la presente autorizo de manera gratuita al Repositorio Institucional – UNHEVAL, a publicar la versión electrónica de esta tesis en el Portal Web repositorio.unheval.edu.pe, por un plazo indefinido, consintiendo que dicha autorización cualquier tercero podrá acceder a dichas páginas de manera gratuita, pudiendo revisarla, imprimirla o grabarla, siempre y cuando se respete la autoría y sea citada correctamente.

En caso haya marcado la opción "Restringido", por favor detallar las razones por las que se eligió este tipo de acceso:

Asimismo, pedimos indicar el periodo de tiempo en que la tesis tendría el tipo de acceso restringido:

() 1 año () 2 años () 3 años () 4 años

Luego del periodo señalado por usted(es), automáticamente la tesis pasará a ser de acceso público.

Fecha de firma: 30 de noviembre de 2020.


Firma del autor