



**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES Y EDUCACION
ESCUELA PROFESIONAL DE TURISMO, HOTELERIA Y
GASTRONOMIA**

TESIS

**“TURISMO RELIGIOSO Y SU INFLUENCIA EN LA ECONOMIA
LOCAL DE LA CIUDAD DE CHUQUIBAMBILLA, GRAU, 2020”**

PRESENTADA POR:

MILY VIVIANA HUARCAYA MIRAYA

**PARA OPTAR EL TITULO PROFESIONAL DE LICENCIADO EN
TURISMO, HOTELERIA Y GASTRONOMIA**

ASESOR:

MAG. QUEZADA CASTRO GUILLERMO ALEXANDER

ABANCAY, MAYO 2021

DEDICATORIA

A Dios por darme salud y vida para lograr mi objetivo profesional.

A mi esposo Roberto Tapia Quispe, a mis hijas Maya, Lilibeth, a mis padres Mario y Edith, a mis hermanos, por apoyarme moralmente en todo el proceso de mi formación profesional.

Mily Viviana Huarcaya Miraya

AGRADECIMIENTO

A la Universidad por brindarme la oportunidad de desarrollarme como profesional.

A los docentes por su dedicación en la orientación formativa que me dieron y por su apoyo constante en la elaboración del presente estudio.

A los pobladores de la ciudad de Chuquibambilla - Grau, por brindarme las facilidades en la ejecución de la presente investigación.

Al Mg. Quezada Castro Guillermo Alexander, por ser mi asesor nominado por la UAP, gracias por su apoyo constante.

Al Dr. Raúl Ochoa Cruz, por su asesoramiento y orientación en todo el proceso de elaboración de la investigación.

Mily Viviana Huarcaya Miraya

ÍNDICE DE CONTENIDOS

Dedicatoria	ii
Agradecimiento	iii
Índice de contenidos	iv
Índice de tablas	vi
Índice de figuras	vii
Resumen	viii
Abstract	ix
Introducción.....	x
Capítulo I:Problema.....	11
1.1. Planteamiento del Problema	11
1.2. Formulación del Problema	13
1.3. Objetivo: General y Específicos	13
1.4. Justificación.....	14
Capitulo II:Marco Teórico	16
2.1. Antecedentes	16
2.2. Bases Teóricas	20
2.2.1. Turismo religioso.....	20
2.2.2. Festividades religiosas	25
2.2.3. Atractivos religiosos	31
2.2.4. Economía local.....	33
2.2.5. Oferta de servicios	34
2.2.6. Demanda de servicios.....	35
2.3. Hipótesis	35

2.4. Definición de Términos	36
2.5. Variables de estudio.....	37
2.6. Definición Operativa de Variables e indicadores.....	38
Capitulo III:Metodología de la Investigación	39
3.1. Ámbito de estudio	39
3.2. Tipo de Investigación	39
3.3. Nivel de Investigación	39
3.4. Método de Investigación	39
3.5. Diseño de Investigación	40
3.6. Población, Muestra, Muestreo.....	40
3.7. Técnicas e instrumentos de Recolección de Datos.....	41
3.8. Procedimiento de Recolección de Datos	42
3.9. Técnicas de Procesamiento y Análisis de Datos.....	42
Capitulo IV:Resultados.....	43
4.1. Presentación de Resultados	43
4.1.1. Resultados descriptivos	43
4.1.2. Resultados correlacionales	50
4.1.3. Prueba de hipótesis.....	55
4.2. Discusión.....	57
Conclusiones.....	59
Recomendaciones.....	60
Referencia Bibliográfica.....	61

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1	<i>Frecuencia y porcentaje de las festividades religiosas</i>	43
Tabla 2	<i>Frecuencia y porcentaje sobre los atractivos turísticos</i>	44
Tabla 3	<i>Frecuencia y porcentaje sobre el Turismo Religioso</i>	45
Tabla 4	<i>Frecuencia y porcentaje sobre la oferta de servicios</i>	46
Tabla 5	<i>Frecuencia y porcentaje sobre la demanda de servicios</i>	47
Tabla 6	<i>Frecuencia y porcentaje sobre la economía local</i>	48
Tabla 7	<i>Turismo Religioso y Economía Local, tabla cruzada</i>	49
Tabla 8	<i>Correlación entre las Festividades religiosas y la economía local</i>	50
Tabla 9	<i>Correlación entre los Atractivos religiosos y la economía local</i>	51
Tabla 10	<i>Correlación entre el Turismo Religioso y la oferta de servicios</i>	52
Tabla 11	<i>Correlación entre el Turismo Religioso y la demanda de servicios</i> ..	53
Tabla 12	<i>Correlación entre el Turismo Religioso y la economía local</i>	54

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1	<i>Frecuencia y porcentaje de las festividades religiosas.....</i>	43
Figura 2	<i>Frecuencia y porcentaje sobre los atractivos turísticos.....</i>	44
Figura 3	<i>Frecuencia y porcentaje sobre el Turismo Religioso.....</i>	45
Figura 4	<i>Frecuencia y porcentaje sobre la oferta de servicios.....</i>	46
Figura 5	<i>Frecuencia y porcentaje sobre la demanda de servicios.....</i>	47
Figura 6	<i>Frecuencia y porcentaje sobre la economía local de servicios.....</i>	48
Figura 7	<i>Turismo Religioso y Economía Local, tabla cruzada.....</i>	49
Figura 8	<i>Correlación entre las Festividades religiosas y la economía local.....</i>	50
Figura 9	<i>Correlación entre los Atractivos religiosos y la economía local.....</i>	51
Figura 10	<i>Correlación entre el Turismo Religioso y la oferta de servicios.....</i>	52
Figura 11	<i>Correlación entre el Turismo Religioso y la demanda de servicios.....</i>	53
Figura 12	<i>Correlación entre el Turismo Religioso y la economía local.....</i>	54

RESUMEN

La investigación se ha realizado con el objetivo de determinar el nivel de influencia del turismo religioso en la economía local de la ciudad de Chuquibambilla, Grau.

El tipo de estudio corresponde al tipo básico, el nivel de investigación considerado fue el correlacional, además el método fue el hipotético deductivo y su diseño corresponde al no experimental, con alcance descriptivo correlacional causal, además de ser transversal. Para la investigación se consideró a 1500 pobladores como población objetiva, pero la población accesible al estudio fue de 300 pobladores quienes se mostraron comprometidos con brindar información pertinente, además, por ser un muestreo probabilístico se calculó una muestra de 169 pobladores a quienes se aplicó el cuestionario correspondiente.

De los resultados obtenidos se precisa que el turismo religioso en chuquibambilla es bueno, además, en ese tiempo la economía local también es buena. Por otro lado, los resultados permiten concluir que el turismo religioso influye moderadamente en la economía local de la provincia de Grau, esta influencia se da gracias a las variadas festividades religiosas que se tiene y a los atractivos religiosos con los que se cuenta.

Palabras clave: Turismo religiosos, economía local.

ABSTRACT

The research has been carried out with the objective of determining the level of influence of religious tourism in the local economy of the city of Chuquibambilla, Grau.

The type of study corresponds to the basic type, the level of research considered was the correlational one, in addition the method was the hypothetical deductive one and its design corresponds to the non-experimental one, with a causal correlational descriptive scope, in addition to being cross-sectional. For the research, 1500 inhabitants were considered as the objective population, but the population accessible to the study was 300 inhabitants who were committed to providing pertinent information, in addition, since it was a probabilistic sampling, a sample of 169 inhabitants was calculated to whom the corresponding questionnaire.

From the results obtained, it is specified that religious tourism in chuquibambilla is good, in addition, at that time the local economy is also good. On the other hand, the results allow us to conclude that religious tourism has a moderate influence on the local economy of the province of Grau, this influence is due to the various religious festivities that it has and the religious attractions that it has.

Keywords: Religious tourism, local economy.

INTRODUCCIÓN

La investigación surge por la inquietud que se presentó al observar las actividades religiosas que se realizan en la provincia de Grau y como consecuencia la congregación de muchos turistas internos y externos, fundamentalmente en actividades principales como la semana del Sr. De Exaltación. En estas actividades la participación de la gente es masiva lo que genera demanda en servicios y bienes. El problema surge cuando estos aspectos no son suficientes para atender a los asistentes, generando incomodidad en los visitantes, además se observa escasa planificación estratégica al respecto, der lo contrario se captarían más visitantes por más días y la economía de la localidad mejoraría de manera sustancial, principalmente cuando se ofrecen el consumo de diferentes bienes y servicios a nivel de la ciudad de Grau y sus alrededores. La investigación permitió investigar el nivel de influencia que tiene el turismo religioso en la economía de la localidad de Grau.

La redacción de la investigación se realizó en IV capítulos:

En el I capítulo se considera todo lo referente al planteamiento del problema, su descripción, delimitación, formulación del problema, los objetivos y su respectiva justificación.

En el capítulo II se redactan aspectos puntuales del marco teórico, como los antecedentes de estudios, las bases teóricas, las hipótesis, las respectivas variables y su operacionalización.

En el III capítulo se presentan la metodología de investigación, como el tipo, diseño, nivel, población, muestra y el instrumento de recojo de información.

En el capítulo IV se consideran los resultados estadísticos, con su respectivo análisis e interpretación, además de la prueba de hipótesis correspondiente.

Todos los resultados correspondientes condujeron a las conclusiones y recomendaciones correspondientes.

CAPÍTULO I: PROBLEMA

1.1. Planteamiento del Problema

En la última década, el turismo que se realiza en el mundo, está asociado a la devoción a la fe, significa que los visitantes toman la decisión de determinar un destino, donde exista un santuario, según la fe que ellos tienen. Sin embargo, cabe precisar que, en muchos lugares, esta actividad turística, no está acompañado por un plan estratégico que pueda fortalecer la economía, para poder invertir en el mejoramiento de la infraestructura religiosa, de los medios de transporte, alojamiento, desplazamiento o los medios de comunicación.

Al respecto, Ramírez, (2014), manifiesta que:

El turismo religioso es una actividad religiosa que congrega bastante gente para poder convivir con los anfitriones de la festividad, en ese proceso se percibe una fuerte captación de ingresos económicos que en muchos casos se lleva de manera desorganizada sin tener en cuenta que los anfitriones pueden captar muchos dividendos. (p.2)

El mismo autor indica que los países más visitados por las festividades religiosas es México, Roma, Francia e Israel, por indicar unos cuantos, estos son los lugares donde la religiosidad es una forma de vivir y en muchos casos se convierte en lugar de mucha atracción para los visitantes del mundo y consecuentemente generan bastante movimiento y captación de economía.

Por otro lado, Penedo (2011), manifiesta que las “actividades turísticas vinculadas a las prácticas religiosas en lugares determinados con un significado religioso, constituye un sector en crecimiento a nivel mundial”. (p. 14)

En el Perú, las festividades religiosas son bastante diversas en las diferentes regiones del país. Estas actividades atraen visitantes del Perú como también del mundo. Entre los más destacados, se tienen a la Festividad de la Virgen de la Candelaria en la región Puno, se lleva a cabo del 02 al 11 de febrero; se programan actividades de carácter religioso, festivo y cultural que tienen sus orígenes en las tradiciones católicas y algunos elementos de la cosmovisión andina. Esta actividad congrega muchos visitantes, los servicios de hospedaje,

alimentación, movilidad, entre otros colapsan, generando descontento en los turistas porque se muestran insatisfechos frente a los servicios que en muchos casos no garantizan su presencia. A pesar de que se captan fuertes divisas, no se destinan para poder mejorar infraestructura religiosa, medios de comunicación vial, entre otros, por lo tanto, el descontento de la población y de algunos turistas es muy notorio en estos tiempos de festividad. Por otro lado, Pereyra, (2016), sobre las festividades religiosas más concurridas en el Perú, indica a la: “celebración de la Semana Santa en la región de Ayacucho, que se realiza entre los meses de marzo y abril según el calendario religioso y que tiene una duración de más de 10 días”. (p.13)

En la región Apurímac, las festividades religiosas, también se presentan en diferentes contextos y tiempos, en muchos casos forman parte de la costumbre o tradición de una población. Entre los que más visitantes tienen, viene a ser la festividad religiosa del Sr de Ánimas. Esta festividad, también es conocida como la Fiesta Mayor de Apurímac, constituye una representación festiva a nivel de la religión católica y se ubica en el distrito de Chalhuanca, provincia de Aymaraes, de la región Apurímac. Y su manifestación se lleva a cabo cada 31 de julio en paseo por las calles de la ciudad. En la semana de la actividad se percibe bastante movimiento económico traído por los visitantes del país o del extranjero, sin embargo, no se organizan de manera pertinente la prestación de servicios en los distintos rubros, lo que genera preocupación en los visitantes, muchos de ellos permanecen por la fe que les motiva realizar la visita, sin embargo, otro sector, visita por las actividades recreativas que se organizan en el transcurso de la semana.

En la provincia de Grau de la región Apurímac, también se cuenta con actividades religiosas que congrega bastantes turistas internos y externos, principalmente en la semana del Sr. De Exaltación. Mucha gente, participa de esta actividad, por lo tanto, la demanda y oferta de los servicios colapsa, generando incomodidad en los visitantes, todo esto ocurre porque no se prevé una planificación estratégica al respecto, si fuera así, se captarían más visitantes por más días y se incrementaría el consumo de bienes y servicios a nivel de la ciudad de Grau y sus alrededores. Esta preocupación ha motivado para poder

llevar a cabo una investigación sobre la influencia del turismo religioso en la economía de la localidad de Grau. Permitirá abordar, temas que se vinculen a los atractivos religiosos, festividades religiosas y la oferta y demanda de los servicios que tienen que ver con la economía de la localidad de Grau.

1.2. Formulación del Problema

Problema general

¿Cómo influye el turismo religioso en la economía local de la ciudad de Chuquibambilla, Grau, 2020?

Problemas específicos

¿Cómo influyen las festividades religiosas en la economía local de la ciudad de Chuquibambilla, Grau, 2020?

¿Cómo influyen los atractivos turísticos en la economía local de la ciudad de Chuquibambilla, Grau, 2020?

¿Cómo influye el turismo religioso en la oferta de servicios de la ciudad de Chuquibambilla, Grau, 2020?

¿Cómo influye el turismo religioso en la demanda de servicios de la ciudad de Chuquibambilla, Grau, 2020?

1.3. Objetivo: General y Específicos

Objetivo general

Determinar el nivel de influencia del turismo religioso en la economía local de la ciudad de Chuquibambilla, Grau, 2020.

Objetivos específicos

Establecer el nivel de influencia de las festividades religiosas en la economía local de la ciudad de Chuquibambilla, Grau, 2020.

Establecer el nivel de influencia de los atractivos turísticos en la economía local de la ciudad de Chuquibambilla, Grau, 2020.

Establecer el nivel de influencia del turismo religioso en la oferta de servicios de la ciudad de Chuquibambilla, Grau, 2020.

Establecer el nivel de influencia del turismo religioso en la demanda de servicios de la ciudad de Chuquibambilla, Grau, 2020.

1.4. Justificación

El turismo religioso en la ciudad de Grau, es una fortaleza para poder atraer turismo y consecuentemente generar divisas para el poblador y para las familias. Existen muchas iglesias que representan un atractivo turístico para los visitantes, porque las infraestructuras datan de hace muchos años, todavía de la época colonial. Sin embargo, las autoridades no lo consideran como un patrimonio para la provincia, porque su mantenimiento y conservación está bastante descuidado. Las festividades religiosas son las que promueven una gran afluencia de visitantes, por lo tanto, la economía de la población mejora, debido a la oportunidad que se tiene para atender la fuerte demanda de turistas internos y externos que se conglomeran en la población de Grau. El problema surge cuando la organización de las unidades productivas no responde a las necesidades del turista, esto debido a una débil planificación estratégica, de organizarse bien, sería una gran oportunidad para poder captar más recursos económicos de los visitantes, por lo tanto, mejoraría la economía de la localidad. Esta preocupación nos ha inducido llevar a cabo la investigación sobre el turismo religioso y la economía local de Grau, teniendo en cuenta que la población grauina practica en su mayoría la religión católica.

Consideramos que la investigación será de mucha importancia porque, primero aportará teóricamente, información valiosa sobre las variables y dimensiones de estudio, la información será relevante y extraída de textos especializados, plataformas virtuales, investigaciones semejantes.

El aporte práctico también será de mucha importancia, debido a los resultados que se obtengan, porque permitirá tomar decisiones sobre la planificación que se realiza respecto a las festividades religiosas, atención a los turistas, valoración de los patrimonios, organización de la oferta y la demanda de los bienes y servicios.

Socialmente, será de mucha importancia, porque la población será la beneficiaria, cuando las autoridades puedan tomar en cuenta la importancia del turismo religioso frente a la economía de la localidad.

Metodológicamente, será de valiosa importancia, porque servirá para poder realizar otras investigaciones similares, en otros contextos y otros tiempos. Se brindará instrumentos debidamente validados, procesos establecidos para fortalecer el turismo religioso y la economía de la localidad.

CAPITULO II:MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes

Existen variadas investigaciones sobre turismo religioso y de economía local a nivel internacional, nacional y regional.

Antecedentes Internacionales

Aguilar, (2010), realizó la investigación: “ Turismo religioso en la Ciudad de Cuenca”. El objetivo de la investigación fue describir el turismo religioso de la ciudad de Cuenca. La metodología de la investigación fue descriptivo, se utilizó la técnica documental para poder procesar la información correspondiente. En los resultados de la investigación, se precisa que la ciudad es excelente sus actividades culturales y su tradición. En su conclusión hace una propuesta de mejorar el turismo religioso, considerando que, a nivel cultural, esta actividad está centrado en la fe de las personas, fundamentalmente por la devoción que las personas demuestran. Además, se dice que el turismo constituye una posibilidad que pueda levantar la motivación en el turista, generando satisfacción en el cliente, además para poder formalizar esta actividad el principal responsable viene a ser el guía de turismo, quien da a conocer sobre las bondades del lugar y la importancia que ellos representan.

Burbano, (2014), realizó la investigación: “El turismo religioso como alternativa para el desarrollo del Ecuador”. El objetivo de la investigación fue describir y explicar sobre el turismo religiosos como alternativa para el desarrollo del Ecuador. Corresponde a una investigación descriptiva cualitativa, el análisis fue documental, para recoger la información se ha considerado la ficha de observación. En la conclusión de la investigación se considera que el turismo religioso es determinante para que las familias puedan mejorar sus economías, brindando servicios que los visitantes demandan. Además es importante que las autoridades brinden apoyo a las familias para que se puedan organizar y brindar los mejores servicios a los visitantes.

Gil de Arriba, (2014), realizó el estudio sobre: “Turismo religioso y el valor sagrado de los lugares: simbología identitaria y patrimonialización del monasterio

de santo Toribio de Liébana (Cantabria)". A partir del ejemplo concreto del monasterio de Santo Toribio de Liébana, en la Comunidad Autónoma de Cantabria y de la celebración del Año Jubilar Lebaniego, se convirtió en un componente fundamental para el turismo que tiene fe en los santos, además se desarrolla la identidad de las personas en base a su cultura y la religión propia de la zona.

Canovés, (2012), realizó la investigación sobre: "Turismo religioso en Montserrat: Montaña de fe, montaña de turismo, Murcia". El objetivo de la investigación fue describir el turismo religioso en Monserrat. Está considerado como una investigación de diseño descriptivo no experimental, se recogió información a través de la observación y el análisis documental. En la conclusión se precisa que Montserrat constituye un centro de turismo y de fortalecimiento de la identidad de los lugareños y de los que visitan. Principalmente en esta zona se promueve las tradiciones religiosas que cada vez más fortalece la fe del ciudadano y año a año se va incrementando en sus creyentes.

Rodríguez, (2013), realizó la investigación: "Crecimiento económico y desarrollo local en la región Centro-Bajío de México". La investigación consideró como objetivo el analizar el nivel de crecimiento de la economía local y el desarrollo local del Centro Bajío de México. La investigación fue correlacional y el instrumento fue el cuestionario, se tomó en cuenta a una muestra de 1320 pobladores para recoger su apreciación. En los resultados precisan que las relaciones entre las variables son significativas y que a mayor crecimiento económico el desarrollo en la localidad será mejor.

Antecedentes locales

Gómez, (2017), realizó la investigación: "Turismo religioso y el emprendimiento en la ciudad de Otuzco".

El objetivo fue determinar la relación que existe entre el turismo religioso y el emprendimiento en la ciudad de Otuzco. Esta investigación es descriptiva correlacional, no experimental y corte transversal, se aplicaron dos encuestas, una encuesta dirigida a los turistas que visitan la ciudad de Otuzco, con una muestra de 384 turistas y la segunda encuesta dirigida a los emprendedores de

la ciudad de Otuzco, con un muestreo por conveniencia de 85 emprendedores. Concluyendo en que existe una correlación directa y positiva fuerte entre el turismo religioso y el emprendimiento en Otuzco, ya que mediante un análisis de ambas variables de manera conjunta se logró notar que se encuentran relacionadas debido a diversos indicadores y características que los turistas y emprendedores cuentan. Además de ello en la ciudad de Otuzco existen 07 recursos turísticos religiosos que se encuentran adecuadamente operativos, por otro lado, el emprendimiento en la ciudad de Otuzco ha ido creciendo haciendo de esta manera que los negocios se fortalezcan y permanezcan en el mercado, quedando así demostrado que a mayor flujo turístico en Otuzco mayor emprendimiento.

Cconocc,(2015), realizó la investigación sobre: “El patrimonio religioso como recurso para el desarrollo del turismo religioso en el centro histórico de Ayacucho”.

El objetivo fue identificar y describir el patrimonio religioso del Centro Histórico de Ayacucho, y como estos pueden ser usados como recurso para el desarrollo del turismo religioso en el Centro Histórico de Ayacucho, en forma sostenida durante todo el año. Asimismo, valorar los monumentos religiosos en este caso las iglesias, que coadyuven en su impulso. Se desarrolló la investigación a través del método descriptivo, método que permitió puntualizar el patrimonio cultural religioso existente en el Centro Histórico de Ayacucho, mediante el cual se puede sustentar y proponer la importancia del turismo religioso para que se convierta en una oferta turística. Finalmente, se hace una propuesta de pautas generales para educar y concientizar a la población local sobre cómo la población puede aprender a valorar su patrimonio religioso. De igual manera, se hace una propuesta de que cosas le hace falta implementar las iglesias para formar parte de los circuitos turísticos y de esta forma promover la práctica del turismo religioso.

Chacón , (2014) realizó la tesis: “Manifestaciones folclóricas de la provincia de Trujillo, como factor que impulsa la diversificación de la actual oferta turística”.

El objetivo de la investigación fue impulsar las manifestaciones folclóricas de Trujillo como un atractivo dentro de la oferta turística, incluyendo la gastronomía, las fiestas tradicionales, danzas típicas, creencias y costumbres. Corresponde a este estudio el método científico etnográfico, analítico – sintético y estadístico. Los instrumentos que se utilizaron para recoger la información fue la ficha de observación y los registros de actividades. Después de procesar la información recogida, se concluye que la provincia de Trujillo posee fiestas tradicionales diversas en su mayoría de carácter religioso y que se expresan en un programa de actividades religiosas y sociales, generando un calendario festivo provincial atrayendo visitantes locales, nacionales y, aunque en menor número, extranjeros.

Escobar, (2018) realizó la investigación: “Valor simbólico, turístico y económico de las festividades más representativas del distrito de Sinsicap para promover el desarrollo del turismo”.

El objetivo principal de la investigación fue determinar el valor de las festividades más representativas del distrito en cuanto a creencias, fe, recurso turístico y categorización, gastronomía, música, danzas, costos y presupuestos, y planta turística. La investigación fue considerada como histórico, comparativo y analítico - sintético; el instrumento que se ha tomado en cuenta fue el cuestionario, la guía de entrevistas y fichas de observación. Los resultados precisan que estas festividades tienen un valor simbólico, turístico y económico adecuado para mejorar el turismo, además se considera que las fiestas que se llevan a cabo en el distrito constituyen símbolos de identidad religiosa y por su pomposidad en las celebraciones y en su fe alberga a muchos turistas de lugar y del extranjero

Arroyo, (2014) realizó la investigación: “Manifestaciones folclóricas del distrito de Moche, como complemento de la actual oferta turística cultural”.

El objetivo principal fue buscar e incluir las manifestaciones folclóricas del distrito de Moche en la ya posicionada oferta turística cultural, considerando su gastronomía, las fiestas tradicionales, sus artes plásticas y artesanías. Metodológicamente se ha considerado el analítico – sintético y estadístico;

después de procesar la información correspondiente se ha determinado que las expresiones que tienen valor histórico y cultural, con características únicas y de gran interés para los visitantes son fundamentales para promover el turismo religioso, artístico y cultural, además se precisa que el distrito de Moche cuenta con manifestaciones folclóricas como la gastronomía, fiestas tradicionales, arte y artesanía; estas actividades constituyen un complemento para la oferta turística cultural que existe en el contexto.

2.2. Bases Teóricas

2.2.1. Turismo religioso

Previo a la definición de turismo religioso, es importante tener en cuenta el significado de turismo. Este término está considerado como un hecho social, cultural y económico vinculado al movimiento de las personas a lugares determinados que normalmente se ubican fuera de sus residencias, en muchos casos por razones personales, de comercio u otros motivos. La movilización se realiza de manera individual o grupal

Al respecto, la Organización Mundial del Turismo, precisa que el turismo está considerado como un fenómeno que está involucrado a nivel cultural, económico que corresponden a una sociedad. En muchos casos a las personas que se movilizan con intereses de conocer diferentes contextos o disfrutar las características de un lugar determinado, implica que está haciendo turismo y se les denomina turistas o excursionistas.

De igual forma, Estela, (2020) sobre la definición de turismo, precisa lo siguiente:

El turismo está considerado como el movimiento de los individuos en forma temporal y voluntaria, además este tipo de actividades incluye las relaciones que existen entre las personas, con la finalidad de prestarles servicios a nivel de gastronomía, movilidad, alojamiento, entre otros aspectos que se presentan en el contexto. (p.14)

En este proceso se entiende que el turismo es una actividad fundamental para poder general desarrollo a nivel social, cultural y económico. Además, se

debe tener en cuenta que el turismo siempre incrementa de manera notable las inversiones, ya sea a nivel de construcciones de infraestructura, edificaciones, los medios de transporte, entre otros. Cabe precisar que los movimientos frecuentes de estas actividades están complementados con las festividades culturales y religiosas, sus cumplimientos generalmente incrementan las utilidades, las tasas de desempleo disminuyen notablemente, generando mayor bienestar en las comunidades correspondientes.

Dentro de la definición de turismo, existen grupos que pertenecen a las diferentes actividades que ponen en práctica el turismo, según Raffino, (2020), considera los siguientes:

Turismo para los sectores populares. Este grupo de turistas forma parte de los sectores populares. Están agrupados por trabajadores asalariados que pertenecen al mismo lugar o vienen de lugar casi cercanos y aledaño, esta actividad se fomenta, generalmente en temporadas donde los trabajadores asalariados cuentan con vacaciones de sus respectivas empresas o instituciones.

Turismo para los sectores de clase media. Este grupo está conformado por personas que pertenecen a la clase media, es decir trabajadores del estado, profesionales y empleados de una categoría alta. En su gran mayoría estas personas se movilizan con sus propios medios y utilizan sus ahorros y gastan en servicios de calidad de los lugares visitados. El tiempo de permanencia de estos turistas es bastante breve.

Turismo para los sectores de clase alta. Son grupos conformados por personas que integran clases muy altas. En este caso sus estadías son bastante prolongadas y a diario realizan fuertes gastos. Este grupo de personas con frecuencia utilizan guías, traductores, personal de apoyo. En todos los casos los que brindan el servicio, son las agencias de turismo y en su gran parte utilizan medios de transporte bastante veloces.

Turismo para sectores jóvenes. Este grupo, está conformado por jóvenes, en su gran mayoría estudiantes. Este tipo de turistas en su mayoría se hospedan en albergues, hoteles, instituciones públicas y en muchos casos

realizan campings. Los integrantes de estos grupos, en muchos casos no tienen un destino fijo, por ello sus viajes se caracterizan por ser económicos, además de ser espontáneos y económicos.

En relación a las actividades que conducen a realizar turismo en los distintos grupos, estos corresponden a actividades culturales, religiosas, artísticas, deportivas, entre otros. El estudio que venimos realizando, está vinculado al turismo religioso, por lo tanto, es importante tener en cuenta qué significa religión para estos tiempos.

Según, la RAE, (2019) la religión, está considerado como: “conjunto de creencias o dogmas acerca de la divinidad, trae consigo sentimientos de veneración y temor hacia ella y normas morales para la conducta individual y social; las prácticas rituales, principalmente la oración y el sacrificio para darle culto”. (p.243)

Lo que indica el autor en la cita correspondiente, nos hace comprender que la religión en todo contexto viene a ser un conjunto de actividades que orientan a la creencia y práctica sobre lo divino o sagrado, tanto de las personas como de los grupos sociales. Cabe manifestar que toda religión siempre tiene una forma específica de enfocar sus creencias, de realizar sus actividades de adoración, en muchos casos, algunos son bastante rígidos y otros son flexibles.

En esta lógica, se puede deducir que el turismo religioso está vinculado a las actividades religiosas más relevantes que se realizan en los contextos, vale decir, estas actividades son los que convocan a diferentes grupos de personas, ya sean populares, de clase media, de clase alta o los jóvenes para que puedan formar parte de los compromisos establecidos con la finalidad de fortalecer la fe en el divino.

Sobre el turismo religioso, El turismo religioso es considerado un segmento del turismo Espiritual en el que se realiza desplazamientos a otras zonas geográficas con fines religiosos; los que pueden incluir o no, otras actividades diferentes a la religión; como cultura, naturaleza, ocio, entre otras. Y que generan en el turista un sentimiento de identificación, fe y representatividad religiosa. Del mismo modo se puede considerar en el turismo religioso a aquel

visitante que busca conocer más acerca de las actividades que se realizan en el mismo sin necesariamente compartir estas creencias, pero con interés en ser parte de ellas.

Pastor, (2003), sobre el turismo religioso, manifiesta que es un grupo de personas que están enfocados en las visitas a lugares que celebran la espiritualidad, por lo tanto, realizan viajes a diferentes zonas geográficas con la única finalidad de fortalecer su espiritualidad. Sin embargo en la mayoría de los casos incluyen otras actividades, por ejemplo la gastronomía, las corridas de toros, competencias deportivas, música, danzas, o no, otras actividades diferentes a la religión; como cultura, naturaleza, ocio, entre otras. Y que generan en el turista un sentimiento de identificación, fe y representatividad religiosa. Del mismo modo se puede considerar en el turismo religioso a aquel visitante que busca conocer más acerca de las actividades que se realizan en el mismo sin necesariamente compartir estas creencias, pero con interés en ser parte de ellas.

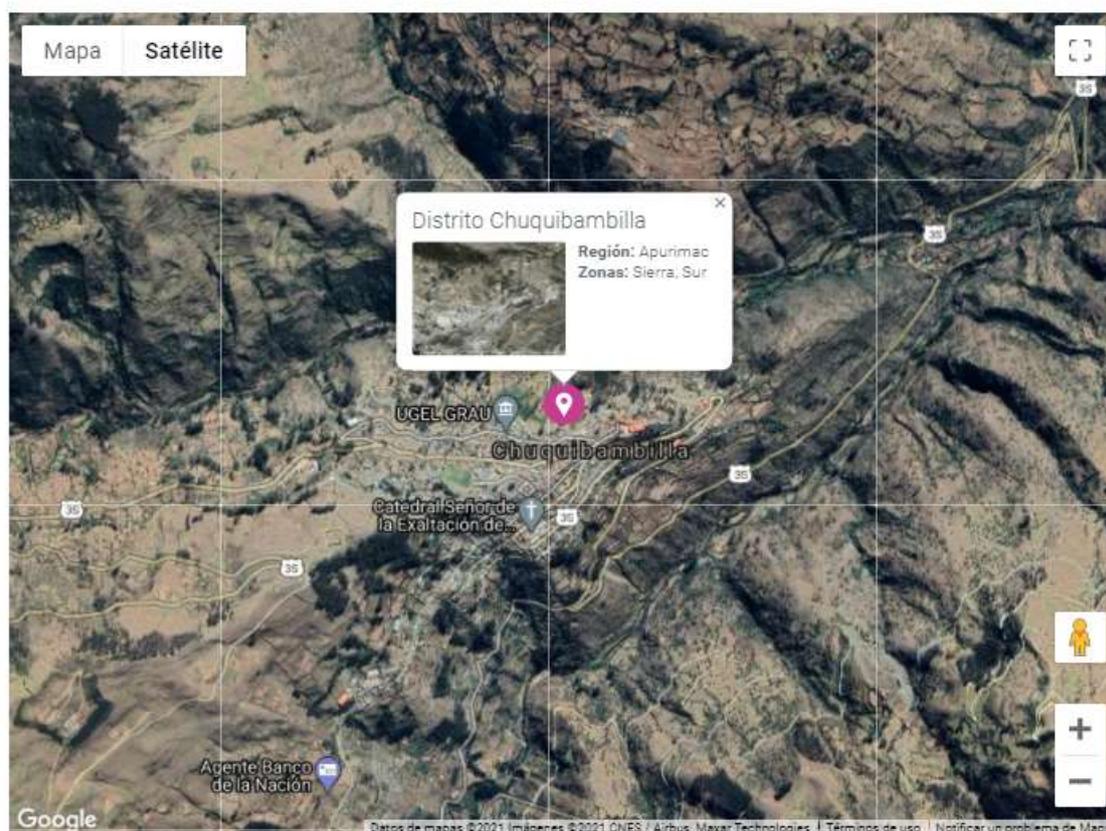
Existen muchos puntos de vista sobre el turismo religioso, algunos tienen una orientación más espiritual, otros son más culturales y existen otros grupos que consideran estas actividades como un espacio que permita desarrollar la parte artística de un pueblo. Estos pensamientos están centrados en los enfoques que se presentan sobre el turismo religioso.

Enfoques del Turismo Religioso

El turismo religioso es un concepto que hace referencia a la mezcla de dos fenómenos con procesos evolutivos diferentes, la religión y el turismo religioso, la cual tiene raíces ancestrales, y el turismo con un desarrollo más moderno; esto ocasiona diferentes posturas acerca del componente comercial que se genera en los centros religiosos por verse más propensos a su profanación, según sostiene el clero.

La provincia de Grau

Se encuentra localizada en el departamento y región de Apurímac. Grau presenta una extensión de 2,174.52 Km²; y se encuentra dividida en 14 distritos. Grau tiene como capital a la ciudad de Chuquibambilla.



Fuente: Google map

La historia poblacional de Grau nos remonta a la época de chancas e incas, dedicados a la agricultura en estas tierras. Ambos pueblos tuvieron enfrentamientos en la zona hasta que, durante el reinado del Inca Pachacútec, los incas logran el dominio del territorio.

En Grau, a causa de la ocupación de aquellas dos grandes culturas prehispánicas, se reconocen diferentes atractivos arqueológicos, como es el caso de:

Paya Paya. Es una fortaleza de origen incaico que se encuentra emplazada en la capital de Grau.

Pintasca. Son un grupo de pinturas rupestres que se encuentran en Chise, distrito de Chuquibamba.

Restos arqueológicos de Tastapata – Son unos muros incaicos que se encuentran dentro del distrito de Curpahuasi, en el poblado de Tastapata.

Maucallacta. En el cerro del mismo nombre. Son unas ruinas preincaicas que se encuentran en el distrito de Huayllati.

Restos arqueológicos de Parwayani. Se encuentran en el poblado de Huayllati, en el distrito homónimo. Son unas ruinas de origen incaico.

Ruinas de Killa Killa. Estos restos arqueológicos se encuentran en el distrito de Turpay. Son un conjunto residencial que estuvo elaborado a base de piedra y barro.

Restos arqueológicos de Olqawata - Estos se encuentran en el distrito de Turpay en el poblado de Olqawata. En este lugar se observan restos que habrían sido usados como espacios habitacionales.

Restos arqueológicos de Yoña Muro. Se ubican en el distrito de Haqira. Estas son las ruinas de lo que habría sido una población. Para llegar a estas se tienen que arribar a la Comunidad Meyara.

2.2.2. Festividades religiosas

Existen muchas fiestas religiosas en la provincia de Grau, sin embargo, la más relevante y la que más atrae turistas, viene a ser la fiesta religiosa del Señor de Exaltación.

En esta fiesta, con gran emoción y entrega de fe, cientos de fieles creyentes al poder del Señor de la Exaltación en Chuquibambilla Grau; reviven un año más su fiesta Patronal, y es que para quienes tienen la oportunidad de compartir esta fiesta Religiosa quedan maravillados al apreciar su delicado y fino rostro, los detalles de su cara, cabello y el color de su tez hacen que su gente quede maravillada. Esta Festividad Religiosa, es un escenario para poder difundir la Fe; además sirve para que las familias grauinas.

En los escritos que se tienen en las revistas de la Municipalidad Provincial de Grau, se precisas los procesos que se siguen para llevar a cabo la fiesta tradicional del Señor de Exaltación, por otro lado, se mencionan algunos términos que son propias de la festividad y todo poblador tiene conocimiento de este proceso y de los términos utilizados como parte de su identidad. Cabe

mencionar que los nombres de muchas actividades están redactados en quechua como parte de la tradición de Chuquibambilla y de la provincia de Grau.

Por mencionar tenemos la programación de las siguientes actividades, a nivel de la Festividad del Señor de la Exaltación:

Cargo Hap'iy: en el contexto de la ciudad de Chuquibambilla se denomina “carguyoq”. es la persona consagrada por el pueblo como deboto y único responsable de las actividades religiosas del patrón “señor de la exaltación”.

Ofrecimientos y donaciones: son aportaciones voluntarias de los ciudadanos de manera recíproca y solidaria conocido como “ayni”.

Llant'a Ch'itqay: es una actividad colectiva de elaboración de leña, con la participación de familiares y el pueblo en general. Trasladan la leña a lomo de bestia en piaras de mulos y caballos a la casa del carguyuc, para ser utilizados en diferentes actividades durante el proceso de cargo generalmente hacen en los meses de abril o mayo del año venidero.

Waka tapukuy: actividad costumbrista realizada por el carguyuc. El evento se realiza en distintos momentos: primer momento, eligen a los dueños de una ganadería, y un familiar cercano o el mismo carguyuc busca un momento propicio y solicitarle sus ganados para la corrida. Esta costumbre es llamada “kiskachisqa”. Segundo momento, una vez convenida y aceptada la solicitud del carguyucse fija la fecha para el “waka tapuy”. Tercer momento, el wakayuq se organiza para invitar a los familiares, vecinos de las cabañas y jinetes expertos para el arreo de toros y fija el lugar del encuentro. Cuarto momento: el carguyuc se organiza con sus allegados para ofrecer un banquete por su aceptación, como agradecimiento y recompensa por los ganados bravos para la corrida. El convido consiste en asado de cordero llamado kankachu, gallina, cuye, papa al horno, tamales huevo frito chuño sancochado y mote, exclusivamente para los dueños del ganado bravo, además para la concurrencia hay un plato de fondo consistente en asado a la olla o estofado con tallarín acompañado de su uchukuta, chuño y mote. También de disfruta de la abundante chicha, cerveza y licores en sus diversas presentaciones, dura toda la noche. la ceremonia dura con un ritual de t'inka, al compás del sonido del wiq'uchu, cantos de huacataquis y toriles.

Masigo: es la elaboración de panes, tortas suspiros y maicillos para compartir con los asistentes el día del alba.

Ranada watay: actividad colectiva de construcción de ramada o caramancheles a base de palos y ramas de arbustos, retama y lambras, etc. Para protegerse del sol.

Waka nak'ay: es una actividad donde se organizan expertos por cuadrillas para degollar los ganados ofrecidos y donados. Culminan con un ritual de t'inka de prosperidad y buenos augurios para el carguyuyq.

Riñade gallos: es tradición de casi todo el territorio nacional. En chuquibambilla se organiza esta actividad con la participación de criadores y aficionados de gallos de pelea, esta competencia, es la que se premian al campeón, es parte de la festividad religiosa.

Alba: lo realizan como una actividad de ayni. Se ofrece a los carguyuyq, al pueblo en general que visitan. En la plaza principal de la ciudad colocan mesas con bebidas y la extraordinaria chicha en sus dos presentaciones "ch'uya y pipuaqha, cerveza y licores en sus diferentes presentaciones, las mesas son ocupadas por los familias, visitas y amistades para disfrutar del rico ponche acompañado de los maicillos, panes y suspiros.

Serenata: inicia a las 8 de la noche con la participación de conjuntos locales y nacionales, durante la noche se puede visualizar la quema de castillos y fuegos ratificales. Al compás de los wakatakis y toriles.

Diana: la banda típica recorre de madrugada las calles visitando a las autoridades, excarguyuyq vecinos notables como anuncio e invitación para participar en todas las actividades organizada por el carguyuyq al ritmo de la música de la banda típica.

Misa: liturgia celebrada por la salud de los carguyuyq la población entera.

Procesión: la imagen parte de la catedral por las calles principales de la ciudad acompañados de los fieles y devotos, con canticos y oraciones religiosas. El anda de la imagen del señor de la Exaltación en los hombros de las cuadrillas organizadas por la hermandad.

Banquete: ofrecido a los carguyuq y población en general para degustar de los potajes como chairo el palto bandera el “mechado” acompañado de la chicha típica de la provincia.

Kacharpariy: participan las damas y los varones con trajes característicos de nuestra provincia, cantan wakatakis y toriles al compás de la banda típica, realizan la t'inka dirigido por el aukiy las parejas participan de la t'inka el “shuchullo” en el proceso hay un juego denominado el “mukhuy” donde los varones de manera sorpresiva cargan a las mujeres donde mencionan “hampullachun” como signo que al año venidero habrán crías de ganado. Al cerrar la noche visitan al ruedo de toros bailando y cantando al ritmo de la banda típica y finalmente terminan en la plaza de armas en un contrapunto entre los grupos y las cuadrillas.

Toro suyakuy: es una actividad de recibimiento a los jinetes y arreadores de toros al coso. Donde se les recibes con comida y bebida típica de la zona.

Toro velay: en el ruedo de toros realizan fogata y realizan bailes, cantando los toriles y wakatakis al compás de la banda típica y el característico wiq'uchu a la media noche preparan el sabroso “waqta kanka” para disfrutar con su “ch'uño phaci” y su bebida típica “sank'ayllo.

Toro pukllay: la corrida de toros.

Doma de potros: es una competencia de habilidades de los jinetes donde al montar a los potros salvajes a mano libre, y se desarrolla al intermedio de la corrida.

Waka t'akay: consiste en la separación de ganados que fueron arreados de los distintos parajes ofreciendo rituales a la pachamama.

Chupa t'inka: esta actividad se realiza el penúltimo día de la fiesta en donde se reúne a los wakauyuq, aynis, aportantes y familiares para un almuerzo de confraternidad.

Banda kacharpariy: es una actividad de despedida en agradecimiento a la labor de los músicos y el wiq'uchu con su “walq'achi”.

Por otro lado, en el distrito de san Antonio, también se llevan a cabo diferentes festividades culturales, por ejemplo, lo rico del folklor de Grau a nivel de la costumbre, los ritos y sobre todo el arte andino que en muchos casos representan a las guerras.

Rodríguez M. , (2019) hace una remenbranza sobre la fiesta de viernes Santo, esta festividad se realiza en el distrito de San Antonio, se inicia con el Vela Hich'ay, en esta actividad se realizan trabajos artísticos, principalmente en tallados en madera, entre livianos y de mucho peso. Para poder procesar los trabajos de arte utilizan sebo y parafina, existen actividades de ayuno, las mujeres se dedican a la cocina, se practica el ayni y realizan representaciones de los doce apóstoles con la presencia de los niños. La gente dedica muchas horas para rezar, además se practica el castigo cuando algún poblador se porta mal. A la hora de comer sirven como costumbre 12 platos, en la noche se presenta una actuación casi real sobre el sudor del Señor. En este proceso los fieles se ponen a llorar en muchos casos, porque les causa nostalgia la actuación. Después de que se haya dado la resurrección, la gente realiza celebraciones con cánticos de arpa y violín, y después se presentan diversos grupos musicales, además de los famosos danzantes de tijera que alegran el día y la noche, se invita a la gente a permanecer para disfrutar de todas las presentaciones y los ofrecimientos que se realizan. (p.136)

El mismo autor, Rodríguez M. , (2019) hace referencia a la fiesta, Santa Cruz o también denominado velada de la cruz, se realiza el tres de mayo de cada año. Esta actividad por costumbre se lleva a cabo de noche, en muchos casos lo realizan en sus domicilios y en otros en el templo de la comunidad. Los lugares donde se ponen en práctica con mayor devoción, vienen a ser en Antapa, Kuntursenqa, Rayuna, Kokarunko, y se encuentran en el distrito de San Antonio. En esta fiesta también se ponen en práctica diversas danzas tradicionales. La gente baila haciendo rondas, siempre brindando todo tipo de bebidas, hasta el punto de ponerse a cantar. En un espacio determinado, los Cargontes invitan diversos potajes a los asistentes. Las comidas que se preparan son típicas de la zona, con productos naturales como la papa, el huevo, la ruda, el ají, la gallina entre otros que se requieren para preparar la costumbre de la comunidad.

Después de haber escuchado la misa, se hace entrega del cargo a otros responsables para que organice para el año siguiente, la gente hace sus ofrecimientos a manera de colaboración. (pp.136, 137)

Patrón San Antonio. Esta fiesta se lleva a cabo cada 13 de junio. La fiesta se realiza en mérito a un santo que se trajo desde España, antiguamente lo realizaban familias a manera de competir quien lo hace mejor, en este grupo de responsables se tienen en cuenta a los mayordomos, la fiesta se realizaba durante muchos días, complementariamente se realizaban competencias de caballos. En la fiesta principal, se revientan muchos cohetes, además de bailarines con vestimenta típica, sin embargo, se tenía la presencia de algunas bandas de guerra que se traían de otros lugares para variar la festividad en el pueblo. Sus actividades comunes son el aviso, entrada, alba, día central, elecciones y cacharpari. (p.138)

San Juan. Representa otra de las fiestas costumbrista de Grau, su celebración es muy parecida a las otras fiestas, organizan muchas carreras de caballos y la competencia de gallos en reconocimiento a San Juan. En esta festividad también se recuerda muchos casos de la historia de la colonia, los lugares donde se realizan las competencias son la cancha de Correnapampa, Hatun Rayuna y Qochapata, como también en Antapa. (p.138)

Fiesta del Patrón Santiago. Se realiza el 25 de julio en San Antonio. Se practican muchas danzas de lugar por ejemplo la danza común viene a ser el mayordomo, la caballería, El alfarero, el capitán, el gallo p'itiy, etc. Muchas de estas danzas se presentaron en diferentes eventos de la región y del país y satisfactoriamente fueron ganadores en varias oportunidades, por ejemplo, se tienen las danzas Liwischa y Caballería, para esta danza se ejecutan cornetas, redobles, pitos, bombo, triangulo. Se les denomina la banda típica de Grau. (p.146)

Virgen de la Asunción. Se celebra el 15 de agosto, sin embargo, a la fecha se va perdiendo el interés por que ya no existen muchos devotos. En esta fiesta se observan varios altares que son adornados con recursos de la zona, se colocan varios muñecos en su perímetro del altar, las banderitas. Los asistentes

bailan alrededor de la virgen. Generalmente esta fiesta está dedicado a los nietos pequeños o al hijo menor, se realizan ofrecimientos y donaciones en dinero y la fiesta se alegra con danzantes de la zona. (p.147)

La Navidad. Es una gran festividad que se realiza durante siete días. Se presentan muchas personas especialistas en el baile tradicional de la zona, generalmente están los pastores, los llaneros y finalmente se observan a los incas en acción. La gente se disfraza de todo tipo de personajes, con distintos atuendos, confeccionados en la propia comunidad. Se realiza la adoración al niño. En las casas se llena de algarabía, durante los siete días se escuchan cánticos de las familias, los regalos están presentes para los niños más necesitados, se preparan muchas comidas típicas de la zona, principalmente los panes dulces y diversos tipos de desayuno para compartir con las familias. (pp.147, 148)

2.2.3. Atractivos religiosos

Turismo en Templo de Ayrihuanca

También conocido como la Iglesia Colonial de Ayrihuanca, se encuentra localizado en el distrito de Vilcabamba, en la provincia de Grau, en Apurímac. Representa uno de los atractivos religiosos porque es una construcción que data de hace muchos años con características barrocas. Su construcción está en base a piedras y de cal. En relación al diseño, tiene una fachada todavía neoclásica, porque posee arcos y columnas salomónicas. En los torreones que tiene la iglesia se cuenta con campanas. La atención a los devotos es diaria, también se observa la presencia de varios turistas que visitan principalmente a las fiestas religiosas y de paso apreciar las edificaciones religiosas. En la celebración se toma en cuenta al Apóstol Santiago, patrono de Ayrihuanca.

Turismo en Iglesia Virgen de La Asunción

La Iglesia Virgen de La Asunción es un templo colonial que se ubica en Turpay de la provincia de Grau de la región Apurímac. Se le identifica al templo con la denominación de templo de la Virgen de la Asunción debido a que en el interior se encuentra la Mamacha Asunta, representando a la más antigua

escultura de la religión católica que arribó desde tierras lejanas en la época de la colonia, la construcción se realizó en el siglo XVII, y su construcción probablemente se piensa que posiblemente fuera construida después de 1674, como una de las obras que los hermanos agustinos legaran al lugar.

Turismo en Templo de Mamara

El Templo de Mamara representa una construcción de la época de la colonia, su construcción se inspira en la presencia de San Miguel Arcángel, que también constituye el patrón de la zona. Se precisa que su construcción todavía se realizó en 1590. El origen de la construcción se debe a la aparición de un lienzo con la imagen de Miguel Arcángel en una zona donde se encontraban los pastores, en mérito a este encuentro se construyó el templo correspondiente. Su característica peculiar de la arquitectura, viene a ser la piedra labrada, su tendencia en los adornos es el barroco, pero con influencia de los jesuitas, porque fueron ellos quienes ejecutaron el proyecto de construcción del templo. Este edificio, se ve acompañado de dos torres a los lados de la nave principal; aquellas presentan en su cúspide, los campanarios de esta iglesia, en los que todavía hoy en día podemos apreciar el conjunto de campanas coloniales que este templo presentara y que son parte del testimonio de los primeros tiempos de la iglesia.

Turismo en el Templo de San Antonio

Rodríguez J. (1999) según la historia San Antonio se ha construido hace más de cien años, esto se confirma porque en la nave del templo se puede visualizar una inscripción del final de la construcción, 1897. Sin embargo, se dice que no existe una información que sea certera a su fecha de construcción. El estilo de la construcción, también es barroco, se presenta una hermosa hornamentación además de una formidable decoración en distintas partes de las piedras y adobes que forman parte de la construcción. En su interior se cuenta con variados santos que representan al legado histórico de la religión, por ejemplo entre los más visitados se tiene a la Virgen del Carmen, Niño Jesús, Patrón Santiago y San Antonio, entre otros. Lo más interesante en este templo es la existencia de un pampapiano que en la actualidad está en desuso y además

lo curioso viene a ser que al costado se encuentra un espacio donde se llevaba a cabo las competencias de gallos típiy en cada fiesta del Patrón Santiago, antes de realizar las famosas corridas de toros.

Turismo en el Templo de Progreso

En este pueblo se encuentra principalmente el Santuario de Ccoñamuro, la imagen principal viene a ser la imagen de la Virgen de la Paz de Ccoñamuro, este monumento se encuentra incrustado al centro de una roca muy grande. Los fieles de la zona siempre acuden para clamar sus oraciones, principalmente cuando se tienen sequías u otro tipo de problemas en la comunidad.

Turismo en el Templo de Vilcabamba

En 1707 Lucas Román Guño, Cacique principal y proveedor del pueblo, fue uno de los artífices que buscó lograr el nombre de Pueblo de San Nicolás de Vilcabamba. En el año 1772 los españoles realizaron la construcción del templo colonial que actualmente se encuentra y está reconocido como un monumento histórico que lleva el nombre de San Nicolás en honor a su Santo Patrono. Según información histórica el pueblo de Vilcabamba fue sorprendido con la aparición de una imagen sobre una gigantesca piedra, donde en la actualidad se construyó el puente que data de la colonia, pero los pobladores de Chirrirqui fueron los más interesados para llevárselo al templo que tenían en su pueblo, pero después de algunos años la imagen volvió a aparecer en el mismo lugar donde se visualizó por vez primera, dando a entender que quería quedarse en el lugar de aparición. Posteriormente por cuestiones climatológicas el templo de Chirrirqui se destruyó, por lo tanto, toda su población se fue hacia Vilcabamba para poder habitar en ese lugar.

2.2.4. Economía local

El Plan Estratégico de Desarrollo Regional o concertado Apurímac al 2021, se precisa que el potencial económico de una región está centrado en sus recursos que deben ser explotados en un corto, mediano o largo plazo. Estos recursos captados a su vez permitirán originar recursos económicos para poder cumplir con la ejecución de diferentes programas y proyectos de tipo social o de

inversión. Entre las actividades que permiten generar recursos en la zona, se tienen varios, por ejemplo:

Desarrollar la actividad turística, aprovechando nuestro patrimonio cultural y material, principalmente las actividades religiosas y culturales que son propias de la zona y congregan una multitud de personas, generando movimiento económico en los pobladores.

A nivel de la provincia de Grau, en el distrito de Chuquibambilla se desarrollan actividades agrícolas, ganaderas y comerciales. Estas vienen a ser actividades principales para las personas, generándoles ingresos económicos que les permite vivir de manera aceptable.

Por otro lado, en el distrito de Curpahuasi, se tiene un potencial de recursos naturales que pueden ser explotados. Entre los que destacan son las especies vegetales (forestales, frutales y pastos naturales en extensas áreas) recurso suelo y el recurso hídrico. De igual forma se tiene un árbol de paty representativo para el distrito, porque tiene la forma de una mujer, este árbol constituye un atractivo para las personas que visitan el lugar y se dirigen a zonas aledañas que producen una diversidad de frutas. Del mismo modo en este distrito se practican una diversidad de danzas folclóricas típicas de la zona que reflejan a las costumbres de la zona por ejemplo la elaboración del chuño, el recojo de la tuna, recojo de las flores, la pesca, entre otras danzas que congregan buena cantidad de personas provenientes de distintos lugares.

Sin embargo, en los otros distritos también existen potenciales mineros, agrícolas, culturales y religiosos, que permiten movilizar la economía, mejorando la calidad de vida de los pobladores. Por ejemplo, en Huacansayhua existen artesanos que se dedican a elaborar sombreros de distintas formas y constituyen elementos propios de la zona que mantiene la identidad cultural.

2.2.5. Oferta de servicios

La provincia de Grau con su capital de Chuquibambilla, brinda diferentes servicios a los turistas internos y externos que visitan a las diferentes festividades. Entre los más relevantes se tiene, la gastronomía, con una variedad

de comidas, frutas, carnes, leche y otros propios de la zona, existen muchos restaurantes que prestan servicio de comida a los pasajeros o a los turistas, por otro lado, se tiene los servicios de hospedaje y hotelería para los visitantes. Cabe manifestar que en temporadas de festividad religiosa (Señor de Exaltación), los hoteles y restaurantes colapsan, vale decir, rápidamente las habitaciones son tomadas por los visitantes, quedando un alto déficit de atención a los visitantes. Por otro lado, se tiene el servicio de movilidad, existen, buses, stares, combis, autos que trasladan a los visitantes a los distintos lugares que los turistas quieran movilizarse.

2.2.6. Demanda de servicios

La afluencia de turistas, en festividades relevantes, crece enormemente, por ello escasean los hoteles, restaurantes, servicios de movilidad, entre otros servicios.

Los visitantes, generalmente son ciudadanos grauinicos que radican en otros lugares y vuelven a encontrarse en su tierra para disfrutar de las costumbres, religiosidad, tradiciones y de la rica gastronomía. En muchos casos, porque no se da abasto, sobre todo los hoteles, suelen alquilar habitaciones en casas hogares.

2.3. Hipótesis

Hipótesis general

El turismo religioso influye significativamente en la economía local de la ciudad de Chuquibambilla, Grau, 2020.

Hipótesis específicas

Las festividades religiosas influyen significativamente en la economía local de la ciudad de Chuquibambilla, Grau, 2020.

Los atractivos turísticos influyen significativamente en la economía local de la ciudad de Chuquibambilla, Grau, 2020.

El turismo religioso influye significativamente en la oferta de servicios de la ciudad de Chuquibambilla, Grau, 2020.

El turismo religioso influye significativamente en la demanda de servicios de la ciudad de Chuquibambilla, Grau, 2020.

2.4. Definición de Términos

- **Turismo religioso**

Está referido a las actividades que se realizan con fines religiosos y constituyen un atractivo para las personas del lugar y otros que los visitan, a esta actividad se agregan otras que se vinculan a la cultura, la riqueza natural, la música, entre otras.

- **Festividades religiosas**

Se refieren a todas las actividades que se vinculan con la Fe y la religiosidad. Son actividades que permiten interactuar a la comunidad con el poblador, ejecutando cánticos, bailes, entre otras actividades.

- **Atractivos religiosos**

Se refieren a todas las construcciones que se ejecutaron con fines religiosos. Cada construcción tiene características arquitectónicas que son atractivos para las personas, en muchos casos tienen adornos y objetos elaborados con metales preciosos.

- **Economía local**

La economía local hace referencia al esfuerzo colaborativo para construir economías basadas en productos de la localidad, servicios de la localidad y captación de recursos de elementos externos como visitantes, turistas, movi­lidades, entre otros que movilizan la economía de las personas.

- **Oferta de servicios**

Ofertar servicios significa generar una base de clientes y demanda más rentable. Por otro lado, consiste en brindar servicios de atención en diferentes

líneas del comercio. En economía, se define la oferta como aquella propiedad dispuesta para ser enajenada a cambio de un precio.

- **Demanda de servicios**

Está referido a la ejecución de distintas formas de hacer mercado para poder ofrecer a los clientes bienes o servicios que signifiquen calidad y económicamente signifiquen aporte al

2.5. Variables de estudio

- Variable independiente: Turismo religioso
Las dimensiones de estudio son: Festividades religiosas, atractivos religiosos
- Variable dependiente: Economía local
Las dimensiones de estudio son: Oferta de servicios, demanda de servicios

2.6. Definición Operativa de Variables e indicadores

Variables	Dimensiones	Indicadores	Valoración
Turismo Religioso	Festividades religiosas	<ul style="list-style-type: none"> • Patrimonio • Manifestaciones culturales • Costumbres • Historia • Programación • Identidad • Peregrinación • Fe • Religiosidad 	<p>Muy bueno</p> <p>Bueno</p> <p>Regular</p> <p>Malo</p> <p>Muy malo</p>
	Atractivos religiosos	<ul style="list-style-type: none"> • Centro religioso • Arquitectura religiosa • Estructura de los templos • Presencia de muchos santos • Espacios sagrados 	<p>Muy bueno</p> <p>Bueno</p> <p>Regular</p> <p>Malo</p> <p>Muy malo</p>
Economía local	Oferta de servicios	<ul style="list-style-type: none"> • Calidad de servicio • Conocimiento • Experiencias • Gastronomía • Planta turística – hoteles, restaurantes, vianderas • Transporte • Accesibilidad • Promoción 	<p>Muy bueno</p> <p>Bueno</p> <p>Regular</p> <p>Malo</p> <p>Muy malo</p>
	Demanda de servicios	<ul style="list-style-type: none"> • Porcentaje de demanda • Expectativas del cliente • Valoración del servicio • Índice de ventas • Entrega puntual • Atención oportuna • Calidad de atención 	<p>Muy bueno</p> <p>Bueno</p> <p>Regular</p> <p>Malo</p> <p>Muy malo</p>

CAPITULO III: METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1. Ámbito de estudio

La investigación se realizará en el ámbito de la ciudad de Grau Chuquibambilla. Se tomará en cuenta las zonas donde se encuentran los atractivos turísticos y donde se llevan a cabo diversas festividades religiosas.

3.2. Tipo de Investigación

La investigación corresponde a un básico sustantivo.

Al respecto, Salinas, (2012), sobre los tipos de investigación, por su finalidad precisa que:

En la Investigación básica, también llamada investigación pura, no resuelve ningún problema ni ayudan a resolverlo, más bien, sirven de base teórica para otros tipos de investigación, dentro de este tipo de investigación se pueden plantear tesis con alcances exploratorios, descriptivos o hasta correlaciones. (p.43)

3.3. Nivel de Investigación

El nivel que se ha considerado para la investigación, es el correlacional.

Según Ríos, (2017), el nivel correlacional está referido al proceso estadístico que se realiza para poder medir la correlación entre dos variables de estudio sin considerar que el uno es causa y el otro es efecto.

El propósito principal de este estudio es saber cómo se puede comportar una variable según la otra variable correlacionada. (p.45)

3.4. Método de Investigación

Existen diversos métodos que se pueden aplicar en una investigación científica. Para el estudio que se pretende desarrollar, consideramos que el más pertinente será el método hipotético deductivo.

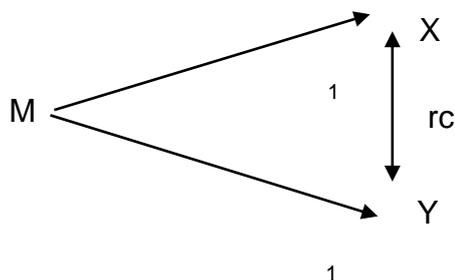
Al respecto, Sanchez, (2019) sobre el método hipotético deductivo, precisa “La hipótesis se genera a partir de dos premisas, una universal (leyes y

teorías) y otra que es empírica (la observación del problema), que esto ayuda a llegar a una conclusión en partículas”. (p.108)

3.5. Diseño de Investigación

El diseño de investigación que se ha considerado para el presente estudio, es el no experimental y descriptivo correlacional causal de corte transversal.

El gráfico es el siguiente:



Donde:

M= Muestra

X: Variable 1: Turismo religioso

Y: Variable 2: Economía local

rc= correlación causal

Baptista , Hernández, & Fernández, (2014), sobre el diseño descriptivo, precisa: “Consiste en describir, analizar e interpretar sistemáticamente un conjunto de hechos o fenómenos y sus variables de que las caracterizan de manera tal como se orienta la presente investigación” (p.250).

3.6. Población, Muestra, Muestreo

La población objetiva, está compuesta por 1500 pobladores, sin embargo, la población accesible está formado por 300 pobladores que radican de manera frecuente en la ciudad de Chuquibambilla. Y se dedican a ofertar servicios diversos. Y son parte de las festividades religiosas.

Bernal, (2010), sobre la población manifiesta que: “La población es el conjunto de todos los elementos con características comunes a los cuales se

refiere el estudio. Se puede definir también como el conjunto de todos los elementos de muestreo” (p. 160).

Respecto a la muestra de estudio, está considerado como una muestra probabilística, esto debido al uso de una fórmula que permitirá realizar el cálculo correspondiente. El nivel de confianza considerado para este efecto es de 95%, el margen de error igual al 5% y los hechos favorables y desfavorables, respectivamente, serán de 50%.

El algoritmo utilizado, es el siguiente:

$$n = \frac{Z^2 \times p \times q \times N}{(N-1) \times e^2 + Z^2 \times p \times q}$$
$$n = \frac{(1,96)^2 \times (0,5) \times (0,5) \times 300}{(300-1) \times (0,05)^2 + (1,96)^2 \times (0,5) \times (0,5)}$$
$$n = \frac{288.12}{0.75 + 0.96}$$
$$n = \frac{288.12}{1.71}$$
$$n = 169$$

Para el estudio se considerará a 169 pobladores de la ciudad de Chuquibambilla que se dedican a ofertar servicios diversos. La selección de las unidades de estudio se realizará a través de la técnica del azar.

Sobre la muestra, Garcia, (2018). manifiesta que: “la elección de los elementos de la muestra no depende de la probabilidad, sino de causas relacionadas con la característica de la investigación o de quien hace la investigación”. (p.18)

3.7. Técnicas e instrumentos de Recolección de Datos

La técnica que se va a considerar para el recojo de la información a nivel de variables de estudio y las respectivas dimensiones, será la encuesta.

Sobre la encuesta Anguita & Campos, (2013) manifiesta que : “Es ampliamente utilizada como procedimiento de investigación, ya que permite obtener y elaborar datos de modo rápido y eficaz.” (p.66).

Por otro lado, el instrumento que viabilizará el recojo de la información, será el cuestionario. Sobre el cuestionario, Bernal, (2010). manifiesta que: “El cuestionario es un conjunto estructurado de preguntas plantea para mejorar los datos necesarios, con la finalidad de lograr los objetivos del estudio.” (p.250).

3.8. Procedimiento de Recolección de Datos

Para recoger los datos necesarios para la investigación, previamente se realizarán las coordinaciones correspondientes con las personas consideradas para la muestra de estudio. Su consentimiento permitirá aplicar el cuestionario correspondiente. Después de haber logrado con la aplicación del cuestionario a todas las unidades de análisis, se procederá a organizar la información por variables y dimensiones, enseguida se realizará el procesamiento estadístico a través de la hoja de cálculo Excel y el SPSS 26.

Los datos procesados, se presentarán en tablas y figuras estadísticas, con datos de frecuencia y porcentajes para poder ser analizados e interpretados respectivamente.

Los resultados permitirán responder a los objetivos correspondientes y la contrastación de las hipótesis, los cuales nos conducirán a redactar las conclusiones y sugerencias correspondientes.

3.9. Técnicas de Procesamiento y Análisis de Datos

Después de haber recogido la información de las unidades de análisis, se procederá a sistematizar la información por dimensiones y variables de estudio. Estos datos se trabajarán con la hoja de cálculo Excel y el programa estadístico SPSS 26. Los resultados se visualizarán en tablas y figuras estadísticas, presentando frecuencias y porcentajes de las opiniones de los pobladores. Para el análisis estadístico se tendrá en cuenta el coeficiente de correlación de Rho de Spearman que permitirá demostrar el nivel de correlación entre las variables de estudio.

Capítulo IV: Resultados

4.1. Presentación de Resultados

4.1.1. Resultados descriptivos

Tabla 1

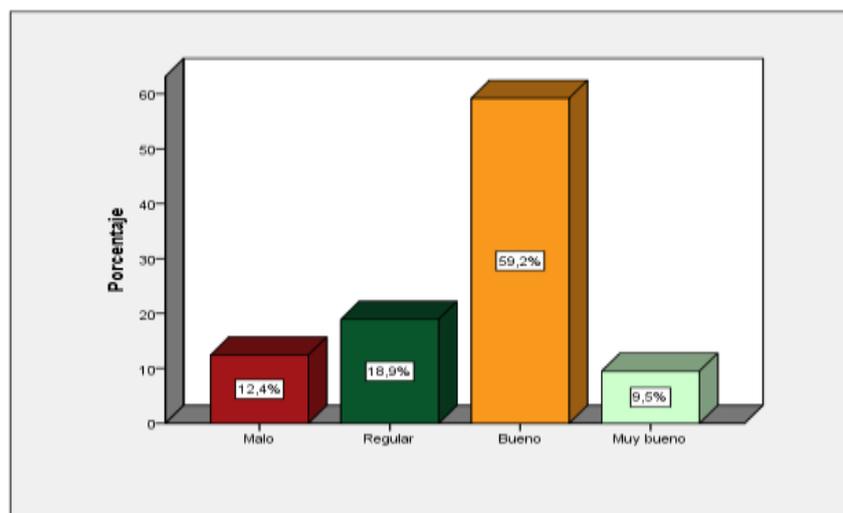
Frecuencia y porcentaje de las festividades religiosas

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Malo	21	12,4	12,4	12,4
	Regular	32	18,9	18,9	31,4
	Bueno	100	59,2	59,2	90,5
	Muy bueno	16	9,5	9,5	100,0
	Total	169	100,0	100,0	

Nota: Los datos provienen de la aplicación del cuestionario a los pobladores

Figura 1

Frecuencia y porcentaje de las festividades religiosas

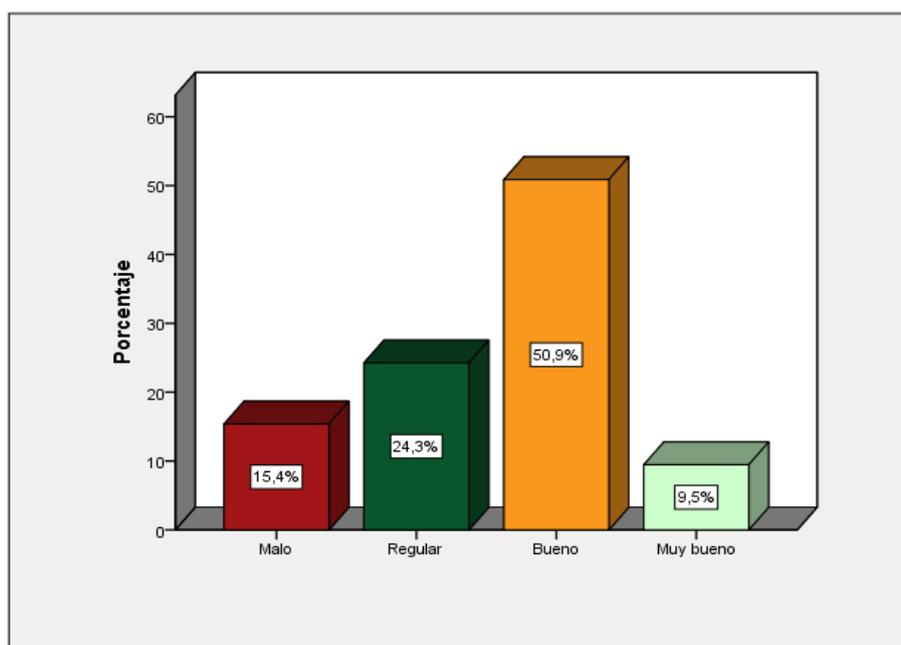


En la tabla 1 se presentan las frecuencias y porcentajes de la opinión de los 169 pobladores seleccionados como muestra en la provincia de Grau, respecto a las festividades religiosas que se realizan en dicha provincia. Del total de encuestados, el 59,2% indican que las festividades religiosas son buenas, el 18,9% manifiesta que son regulares, el 12,4% manifiesta que son malas y solamente el 9,5% indica que son muy buenas.

Tabla 2*Frecuencia y porcentaje sobre los atractivos turísticos*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Malo	26	15,4	15,4	15,4
	Regular	41	24,3	24,3	39,6
	Bueno	86	50,9	50,9	90,5
	Muy bueno	16	9,5	9,5	100,0
	Total	169	100,0	100,0	

Nota: Los datos provienen de la aplicación del cuestionario a los pobladores

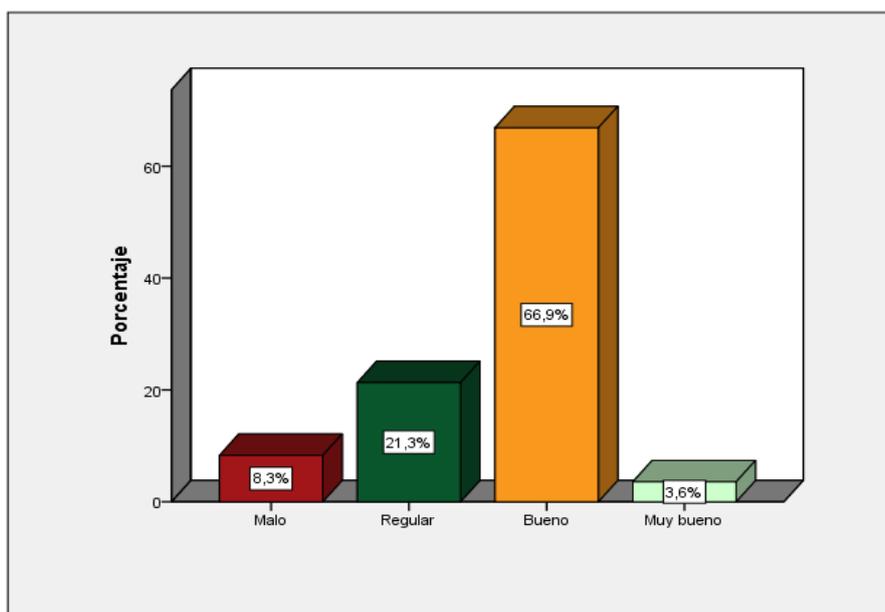
Figura 2*Frecuencia y porcentaje sobre los atractivos turísticos*

En la tabla 2 se presentan las frecuencias y porcentajes de la opinión de los 169 pobladores seleccionados como muestra en la provincia de Grau, respecto a los atractivos religiosos que se tienen en la provincia de Grau. Del total de encuestados, el 50,9% indican que en Grau existen buenos atractivos religiosos, el 24,3% manifiestan que los atractivos religiosos son regulares, el 15,4% manifiestan que son malas y solamente el 9,5% indica que son muy buenas los atractivos religiosos de la provincia de Grau.

Tabla 3*Frecuencia y porcentaje sobre el Turismo Religioso*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Malo	14	8,3	8,3	8,3
	Regular	36	21,3	21,3	29,6
	Bueno	113	66,9	66,9	96,4
	Muy bueno	6	3,6	3,6	100,0
	Total	169	100,0	100,0	

Nota: Los datos provienen de la aplicación del cuestionario a los pobladores

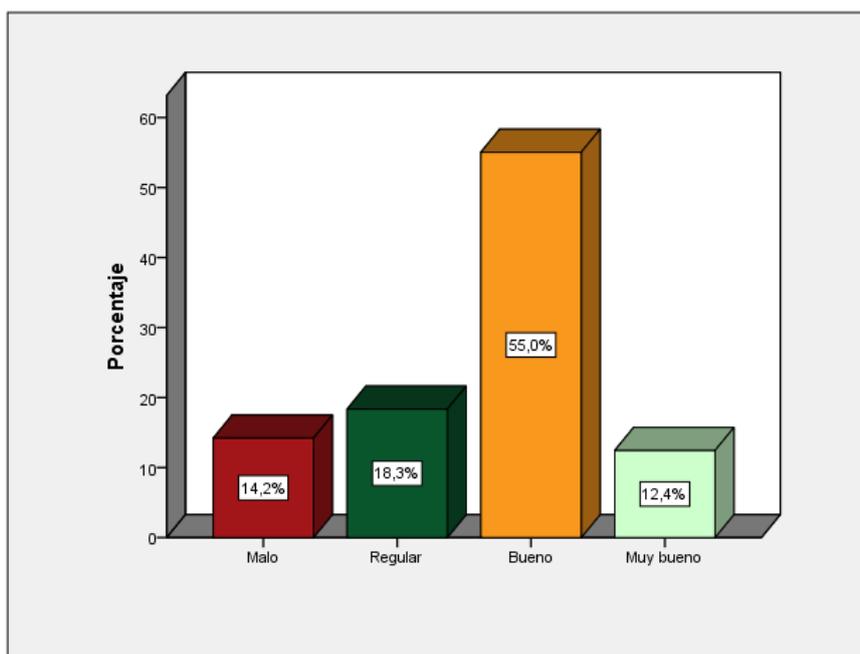
Figura 3*Frecuencia y porcentaje sobre el Turismo Religioso*

En la tabla 3 se presentan las frecuencias y porcentajes de la opinión de los 169 pobladores seleccionados como muestra en la provincia de Grau, respecto al turismo religiosos que se practica en la provincia de Grau. Del total de encuestados, el 66,9% indican que en Grau el turismo religioso es bueno, el 21,3% manifiestan que el turismo religioso es regular en Grau, el 8,3% precisa que el turismo religioso es malo y solamente el 3,6% indica que el turismo religioso es muy bueno en la provincia de Grau.

Tabla 4*Frecuencia y porcentaje sobre la oferta de servicios*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Malo	24	14,2	14,2	14,2
	Regular	31	18,3	18,3	32,5
	Bueno	93	55,0	55,0	87,6
	Muy bueno	21	12,4	12,4	100,0
	Total	169	100,0	100,0	

Nota: Los datos provienen de la aplicación del cuestionario a los pobladores

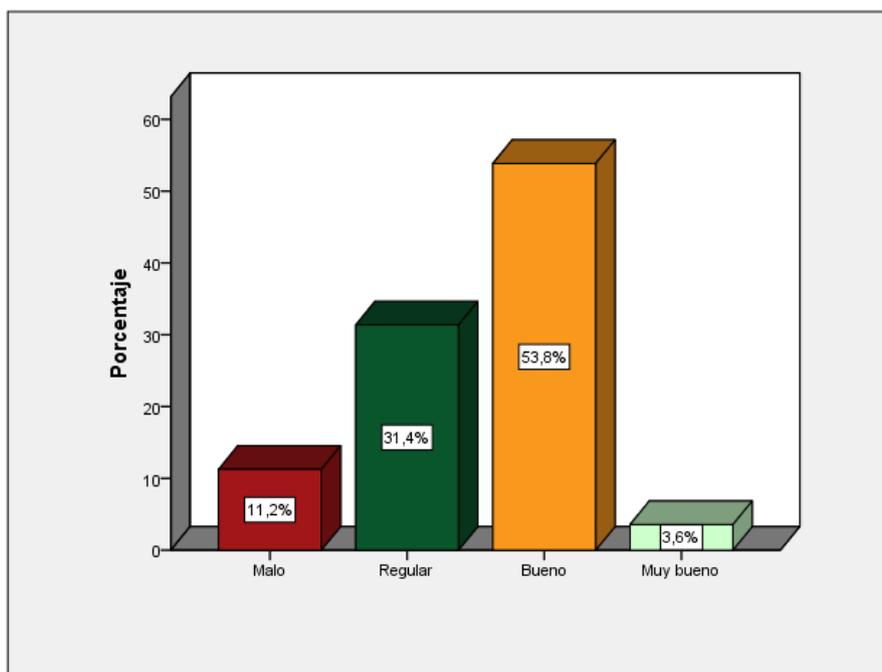
Figura 4*Frecuencia y porcentaje sobre la oferta de servicios*

En la tabla 4 se presentan las frecuencias y porcentajes de la opinión de los 169 pobladores seleccionados como muestra en la provincia de Grau, respecto a la oferta de servicios que se brinda en la provincia de Grau. Del total de encuestados, el 55% indican que los servicios que se ofrecen son buenos, el 18,3% manifiestan que los servicios ofrecidos son regulares, el 14,2% precisa que son malos los servicios que se ofrecen en Grau y un 12,4% manifiesta que los servicios que se ofrecen son muy buenos.

Tabla 5*Frecuencia y porcentaje sobre la demanda de servicios*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Malo	19	11,2	11,2	11,2
	Regular	53	31,4	31,4	42,6
	Bueno	91	53,8	53,8	96,4
	Muy bueno	6	3,6	3,6	100,0
	Total	169	100,0	100,0	

Nota: Los datos provienen de la aplicación del cuestionario a los pobladores

Figura 5*Frecuencia y porcentaje sobre la demanda de servicios*

En la tabla 5 se presentan las frecuencias y porcentajes de la opinión de los 169 pobladores seleccionados como muestra en la provincia de Grau, respecto a la demanda de servicios que se requiere en la provincia de Grau. Del total de encuestados, el 53,8% indican que la demanda de servicios es buena, el 31,4% manifiestan que la demanda de servicios es regular, el 11,2% indica que la demanda de servicios es mala, finalmente un 3,6% precisa que la demanda es muy buena.

Tabla 6

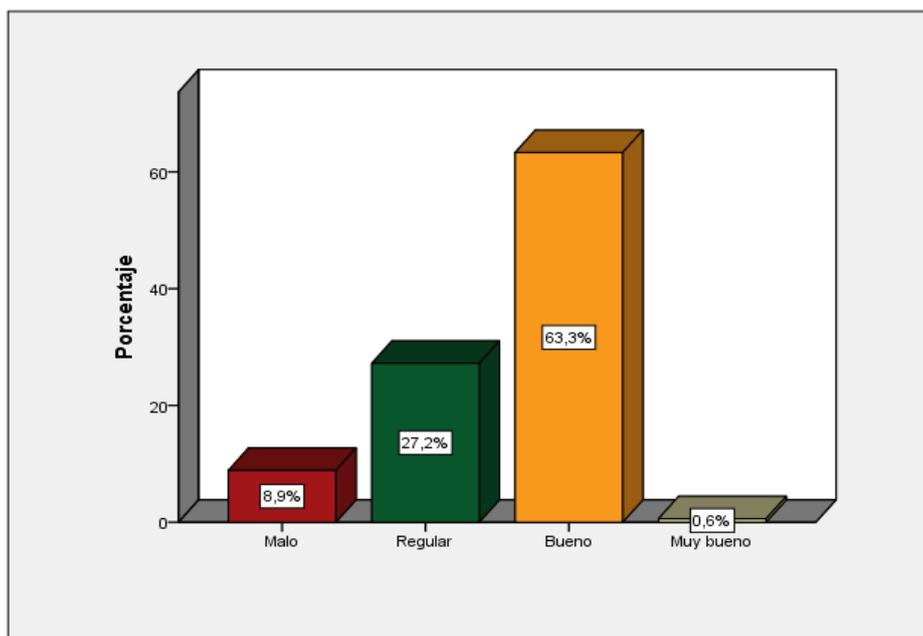
Frecuencia y porcentaje sobre la economía local

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Malo	15	8,9	8,9	8,9
	Regular	46	27,2	27,2	36,1
	Bueno	107	63,3	63,3	99,4
	Muy bueno	1	,6	,6	100,0
	Total	169	100,0	100,0	

Nota: Los datos provienen de la aplicación del cuestionario a los pobladores

Figura 6

Frecuencia y porcentaje sobre la economía local de servicios

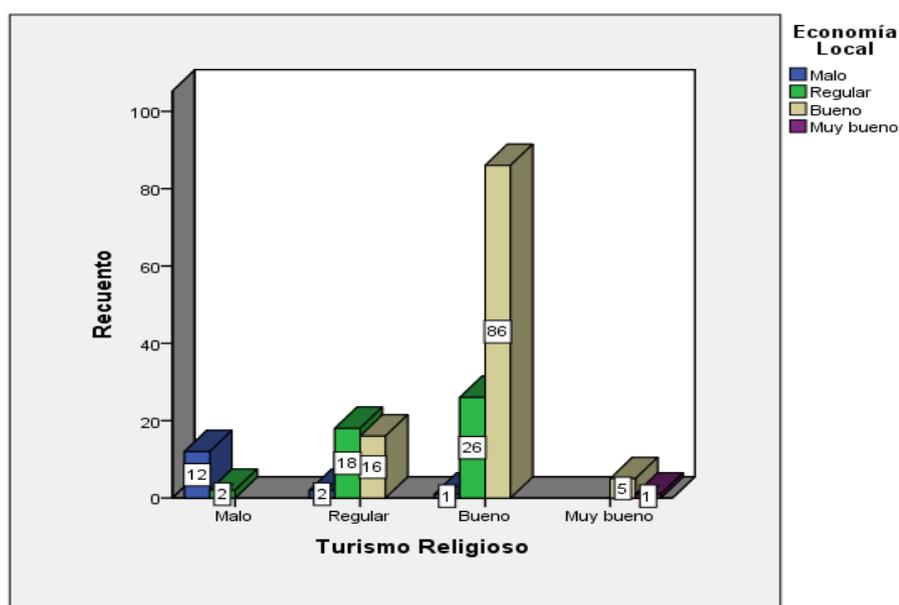


En la tabla 6 se presentan las frecuencias y porcentajes de la opinión de los 169 pobladores seleccionados como muestra en la provincia de Grau, respecto a la economía local en Grau. Del total de encuestados, el 63,3% indican que la economía local en la provincia de Grau es buena, el 27,2% indica que es regular, el 8,9% manifiesta que es mala la economía local y solo un 0,6% precisa que la economía local de la provincia de Grau es muy buena.

Tabla 7*Turismo Religioso y Economía Local, tabla cruzada*

		Economía Local				Total
		Malo	Regular	Bueno	Muy bueno	
Turismo Religioso	Malo	12	2	0	0	14
		85,7%	14,3%	0,0%	0,0%	100,0%
	Regular	2	18	16	0	36
		5,6%	50,0%	44,4%	0,0%	100,0%
Bueno		1	26	86	0	113
		0,9%	23,0%	76,1%	0,0%	100,0%
Muy bueno		0	0	5	1	6
		0,0%	0,0%	83,3%	16,7%	100,0%
Total		15	46	107	1	169
		8,9%	27,2%	63,3%	0,6%	100,0%

Nota: Los datos provienen de la aplicación del cuestionario a los pobladores

Figura 7*Turismo Religioso y Economía Local, tabla cruzada*

En la tabla 7 se presentan las frecuencias y porcentajes cruzadas de la opinión de los 169 pobladores seleccionados como muestra en la provincia de Grau, respecto al turismo religioso y la economía local. Del total de encuestados, 113 representa a la mayoría, de los cuales el 76,1% precisa que el turismo religioso en la provincia de Grau es bueno y al mismo tiempo indica que su economía local también es buena.

4.1.2. Resultados correlacionales

Tabla 8

Correlación entre las Festividades religiosas y la economía local

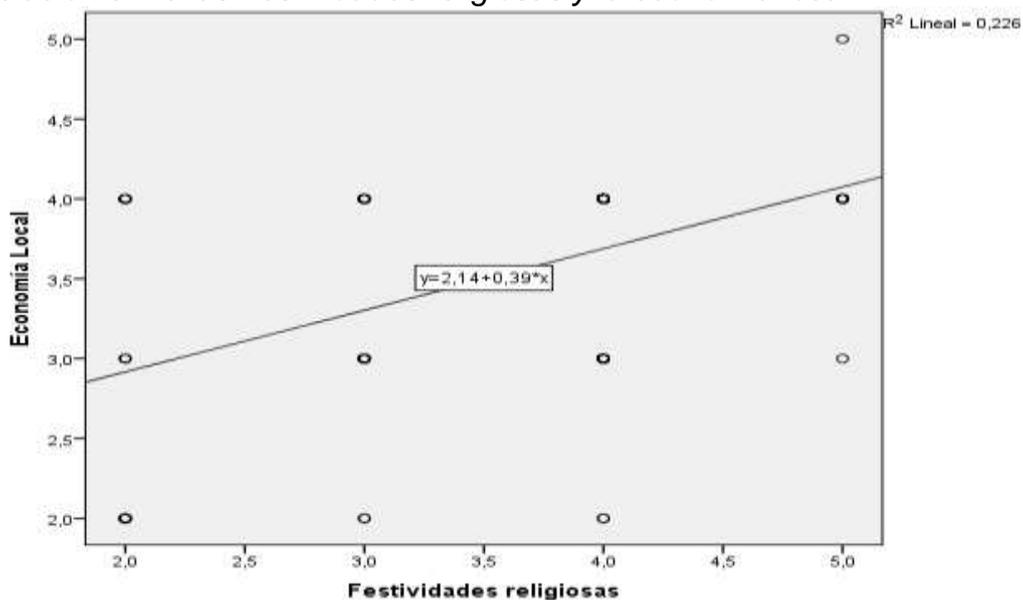
			Festividades religiosas	Economía Local
Rho de Spearman	Festividades religiosas	Coeficiente de correlación	1,000	,412**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	169	169
	Economía Local	Coeficiente de correlación	,412**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	169	169

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (2 colas).

Nota: Los datos provienen de la aplicación del cuestionario a los pobladores

Figura 8

Correlación entre las Festividades religiosas y la economía local



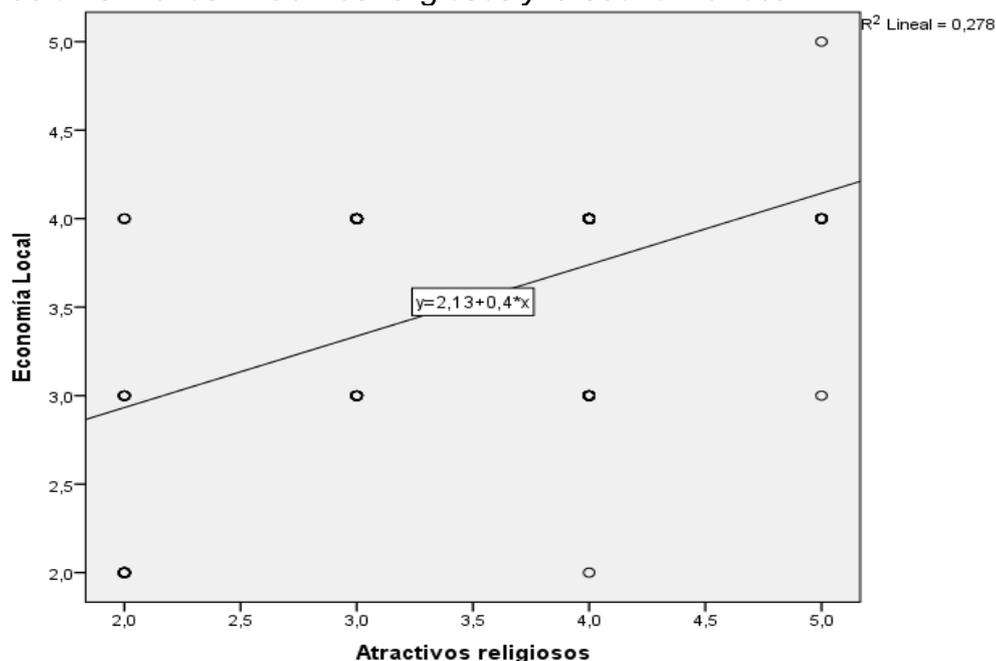
En la tabla 8 se muestra resultados del nivel de influencia de las festividades religiosas en la economía local de la provincia de Grau. El coeficiente obtenido del nivel de influencia es de 0,412 lo que implica que en un 41,2% las festividades religiosas influyen significativamente en la economía local de la provincia de Grau y corresponde a una moderada influencia.

Tabla 9*Correlación entre los Atractivos religiosos y la economía local*

		Atractivos religiosos	Economía Local
Rho de Spearman	Atractivos religiosos	1,000	,435**
			,000
		169	169
Economía Local	Economía Local	,435**	1,000
		,000	.
		169	169

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (2 colas).

Nota: Los datos provienen de la aplicación del cuestionario a los pobladores

Figura 9*Correlación entre los Atractivos religiosos y la economía local*

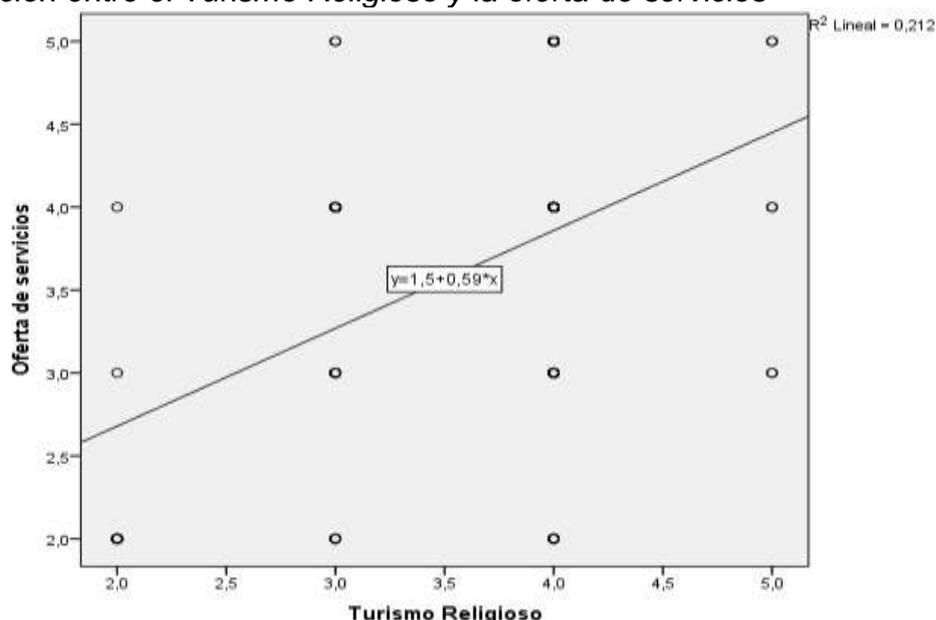
En la tabla 9 se muestra resultados del nivel de influencia de los atractivos religiosos en la economía local de la provincia de Grau. El coeficiente obtenido del nivel de influencia es de 0,435 lo que implica que en un 43,5% los atractivos religiosos influyen significativamente en la economía local de la provincia de Grau y corresponde a una moderada influencia.

Tabla 10*Correlación entre el Turismo Religioso y la oferta de servicios*

			Turismo Religioso	Oferta de servicios
Rho de Spearman	Turismo Religioso	Coeficiente de correlación	1,000	,366**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	169	169
	Oferta de servicios	Coeficiente de correlación	,366**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	169	169

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (2 colas).

Nota: Los datos provienen de la aplicación del cuestionario a los pobladores

Figura 10*Correlación entre el Turismo Religioso y la oferta de servicios*

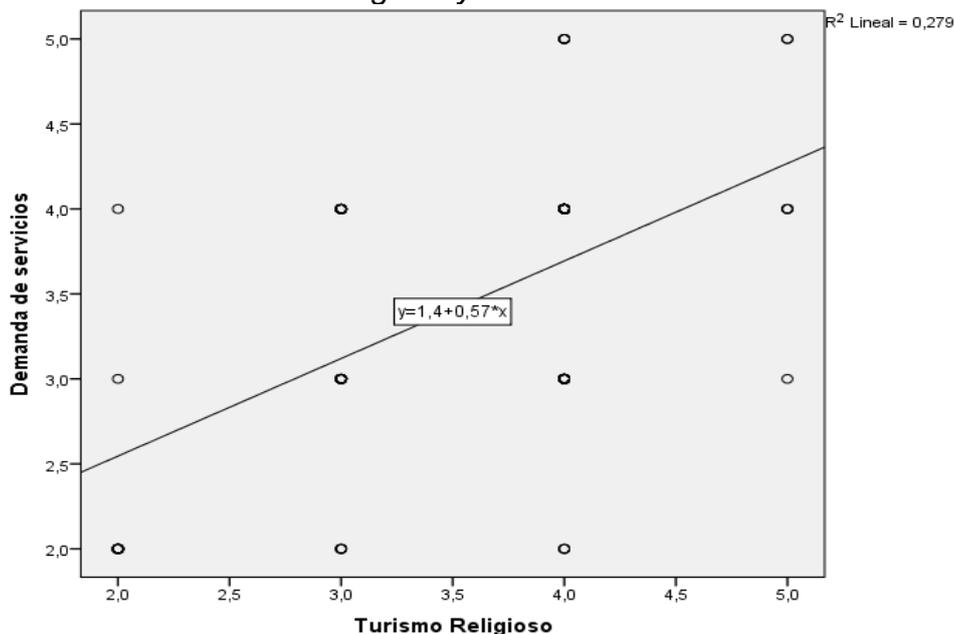
En la tabla 10 se muestra resultados del nivel de influencia del turismo religioso en la oferta de servicios en la provincia de Grau. El coeficiente obtenido del nivel de influencia es de 0,366 lo que implica que en un 36,6% el turismo religioso influye significativamente en la oferta de servicios de la provincia de Grau y corresponde a una baja influencia.

Tabla 11*Correlación entre el Turismo Religioso y la demanda de servicios*

	Turismo Religioso		Turismo Religioso	Demanda de servicios
Rho de Spearman	Turismo Religioso	Coeficiente de correlación	1,000	,424**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	169	169
	Demanda de servicios	Coeficiente de correlación	,424**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	169	169

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (2 colas).

Nota: Los datos provienen de la aplicación del cuestionario a los pobladores

Figura 11*Correlación entre el Turismo Religioso y la demanda de servicios*

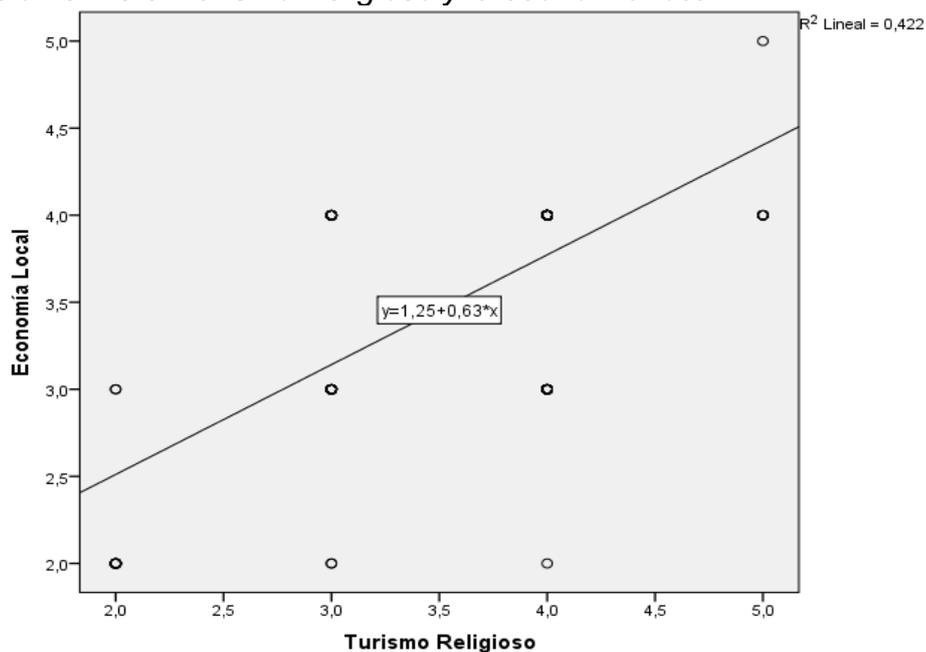
En la tabla 11 se muestra resultados del nivel de influencia del turismo religioso en la demanda de servicios en la provincia de Grau. El coeficiente obtenido del nivel de influencia es de 0,424 lo que implica que en un 42,4% el turismo religioso influye significativamente en la demanda de servicios de la provincia de Grau y corresponde a una moderada influencia.

Tabla 12*Correlación entre el Turismo Religioso y la economía local*

		Turismo Religioso	Economía Local
Rho de Spearman	Turismo Religioso	1,000	,538**
			,000
	N	169	169
	Economía Local	,538**	1,000
		,000	.
	N	169	169

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (2 colas).

Nota: Los datos provienen de la aplicación del cuestionario a los pobladores

Figura 12*Correlación entre el Turismo Religioso y la economía local*

En la tabla 12 se muestra resultados del nivel de influencia del turismo religioso en la economía local de la provincia de Grau. El coeficiente obtenido del nivel de influencia es de 0,538 lo que implica que en un 53,8% el turismo religioso influye significativamente en la economía local de la provincia de Grau y corresponde a una moderada influencia.

4.1.3. Prueba de hipótesis

La contrastación de hipótesis se ha realizado, teniendo en cuenta las condiciones que se exigen para investigaciones con datos ordinales, utilizando los resultados del estadístico Rho de Spearman.

En las condiciones se debe tener en cuenta el p-valor, además si el p-valor es menor al valor sig. entonces se rechaza la hipótesis nula de la investigación.

Hipótesis general

H: El turismo religioso influye significativamente en la economía local de la ciudad de Chuquibambilla, Grau, 2020.

Ho: El turismo religioso no influye significativamente en la economía local de la ciudad de Chuquibambilla, Grau, 2020.

En la tabla 12 se muestra el p-valor de 0,000 menor al 0,05 de margen de error, lo que permite rechazar la hipótesis nula y aceptar la hipótesis de la investigación.

Hipótesis específicas

H1: Las festividades religiosas influyen significativamente en la economía local de la ciudad de Chuquibambilla, Grau, 2020.

Ho: Las festividades religiosas no influyen significativamente en la economía local de la ciudad de Chuquibambilla, Grau, 2020.

En la tabla 8 se muestra el p-valor de 0,000 menor al 0,05 de margen de error, lo que permite rechazar la hipótesis nula y aceptar la hipótesis de la investigación.

H2: Los atractivos turísticos influyen significativamente en la economía local de la ciudad de Chuquibambilla, Grau, 2020.

Ho: Los atractivos turísticos no influyen significativamente en la economía local de la ciudad de Chuquibambilla, Grau, 2020.

En la tabla 9 se muestra el p-valor de 0,000 menor al 0,05 de margen de error, lo que permite rechazar la hipótesis nula y aceptar la hipótesis de la investigación.

H3: El turismo religioso influye significativamente en la oferta de servicios de la ciudad de Chuquibambilla, Grau, 2020.

Ho: El turismo religioso no influye significativamente en la oferta de servicios de la ciudad de Chuquibambilla, Grau, 2020.

En la tabla 10 se muestra el p-valor de 0,000 menor al 0,05 de margen de error, lo que permite rechazar la hipótesis nula y aceptar la hipótesis de la investigación.

H4: El turismo religioso influye significativamente en la demanda de servicios de la ciudad de Chuquibambilla, Grau, 2020.

Ho: El turismo religioso no influye significativamente en la demanda de servicios de la ciudad de Chuquibambilla, Grau, 2020.

En la tabla 11 se muestra el p-valor de 0,000 menor al 0,05 de margen de error, lo que permite rechazar la hipótesis nula y aceptar la hipótesis de la investigación.

4.2. Discusión

La investigación realizada ha buscado el nivel de influencia del turismo religioso en la economía local de la ciudad de Chuquibambilla, Grau. La contrastación de este objetivo se llevó a cabo a partir de la aplicación del cuestionario donde los 169 pobladores considerados como muestra de estudio emitieron su opinión correspondiente. Los resultados después de haber sido sistematizado en tablas y figuras estadísticas, demuestra que, a nivel descriptivo, la mayoría de pobladores indican que el turismo religioso es bueno en la provincia de Grau, asimismo, se precisa que la economía local de la provincia es buena, lo que conlleva a tomar decisiones frente a este potencial que se puede ir mejorando cada vez más, siempre considerando buenas decisiones políticas y técnicas que beneficien directamente a la población correspondiente. De igual forma cuando se realiza el cruce de información, de los 169 pobladores, 113 que representan a la mayoría, en un 76,1% precisan que efectivamente el turismo religioso en la provincia de Grau es bueno y por otro lado, la economía de la provincia, también es buena. A nivel de estadística inferencial, también se demuestra que efectivamente el turismo religioso de la provincia de Grau influye de manera significativa en la economía local de la misma provincia. Esto se da como consecuencia de las buenas festividades religiosas con que cuenta la provincia, además de los atractivos religiosos que se tienen. Pero se debe precisar que los porcentajes obtenidos nos pone en claro que aún falta fortalecer cada uno de estos aspectos, porque existen grupos de pobladores que tienen un punto de vista negativo sobre los atractivos religiosos y las fiestas religiosas.

En este caso la autoridad local en coordinación con la población y otras instituciones aliadas tienen que elaborar un plan estratégico para poder mejorar las condiciones de turismo religiosos y obtener mejores beneficios a nivel de oferta de servicios y demanda de servicios.

La investigación realizada a nivel de resultados se asemeja a otros estudios que se desarrollaron en distinto contexto y tiempo.

Por ejemplo, se puede citar a Burbano, (2014), realizó la investigación: “El turismo religioso como alternativa para el desarrollo del Ecuador”. En la investigación se concluye que el turismo religioso es determinante para que las familias puedan mejorar sus economías, brindando servicios que los visitantes demandan. Además es importante que las autoridades brinden apoyo a las familias para que se puedan organizar y brindar los mejores servicios a los visitantes.

De igual forma, Gómez, (2017), realizó la investigación: “Turismo religioso y el emprendimiento en la ciudad de Otuzco”. En el estudio se concluye que existe una correlación directa y positiva fuerte entre el turismo religioso y el emprendimiento en Otuzco, ya que mediante un análisis de ambas variables de manera conjunta se logró notar que se encuentran relacionadas debido a diversos indicadores y características que los turistas y emprendedores cuentan, además se determinó que el emprendimiento en la ciudad de Otuzco ha ido creciendo haciendo de esta manera que los negocios se fortalezcan y permanezcan en el mercado, quedando así demostrado que a mayor flujo turístico en Otuzco mayor emprendimiento.

Estos resultados, nos ponen en reflexión, porque en la provincia de Grau se afirma que su turismo religioso es bueno por lo tanto la economía local también es bueno, sin embargo, con una buena planificación estratégica se podrá mejorar cada variable de estudio y consecuentemente los beneficios repercutirán en los pobladores del lugar.

Al respecto, existe autores que le dan importancia al turismo religioso y al desarrollo de la economía local. Estela, (2020) sobre el turismo religiosos manifiesta que está considerado como el movimiento de los individuos en forma temporal y voluntaria, además este tipo de actividades incluye las relaciones que existen entre las personas, con la finalidad de prestarles servicios a nivel de gastronomía, movilidad, alojamiento, entre otros aspectos que se presentan en el contexto. (p.14).

Esta actividad fomenta mayores ingresos en la población porque la demanda crece y por lo tanto los servicios deben crecer aún más.

Conclusiones

Primero. Se ha determinado que el turismo religioso influye significativamente en la economía local de la ciudad de Chuquibambilla, Grau. De los resultados se deduce que existe un nivel de influencia en un 53,8% según el estadístico de Rho de Spearman.

Segundo. Se ha determinado que las festividades religiosas influyen significativamente en la economía local de la ciudad de Chuquibambilla, Grau. De los resultados se deduce que existe un nivel de influencia en un 41,2% según el estadístico de Rho de Spearman.

Tercero. Se ha determinado que los atractivos religiosos influyen significativamente en la economía local de la ciudad de Chuquibambilla, Grau. De los resultados se deduce que existe un nivel de influencia en un 43,5% según el estadístico de Rho de Spearman.

Cuarto. Se ha determinado que el turismo religioso influye significativamente en la oferta de servicios de la ciudad de Chuquibambilla, Grau. De los resultados se deduce que existe un nivel de influencia en un 43,5% según el estadístico de Rho de Spearman.

Quinto. Se ha determinado que el turismo religioso influye significativamente en la demanda de servicios de la ciudad de Chuquibambilla, Grau. De los resultados se deduce que existe un nivel de influencia en un 43,5% según el estadístico de Rho de Spearman.

Recomendaciones

- Primero. Las autoridades locales de la provincia de Grau, deben fomentar con mayor frecuencia el turismo religioso, con la finalidad de mejorar la economía de los pobladores. Para este efecto es importante la colaboración de otras instituciones aliadas y tener organizada a la población de Grau.
- Segundo. Las autoridades locales en coordinación con el clero, debe fortalecer las festividades religiosas, organizando a la población y orientando en la captación de recursos a través de un turismo religioso.
- Tercero. Las autoridades locales de la provincia de Grau, deben firmar convenio con otras instituciones vinculadas a la restauración, refacción y mantenimiento de infraestructura religiosa para poder brindar mejor servicio a los turistas internos y externos que frecuentan a la provincia de Grau.
- Cuarto. El gobierno local, debe organizar actividades de sensibilización hacia la población, con la finalidad de orientarles en el mejoramiento de los servicios que brindan a los visitantes en festividades religiosas y otras propias de la provincia.
- Quinto. La población organizada, con apoyo de las autoridades, debe difundir a nivel de la región y del país sobre los atractivos turísticos religiosos con que cuentan y sobre las festividades religiosas que se llevan a cabo, todo esto con el propósito de fortalecer el turismo interno y externo de la provincia de Grau.

Referencia Bibliográfica

- Aguilar, M. (2010). *Turismo religioso en la Ciudad de Cuenca*. Cuenca.
- Anguita, Y., & Campos, M. (2003). *a encuesta como tecnica de investigacion. Elaboracion de cuestionarios y tratamientos estadisticos de los datos*. Lima.
- Arroyo, M. K. (2014). *Manifestaciones folclóricas del distrito de moche, como complemento de la actual oferta turística cultural*. Trujillo.
- Baptista , P., Hernández, R., & Fernández, F. (2014). *Metodología de la investigación*. Mexico.
- Bernal, C. (2010). *Metodología de la Investigación*. . Bogota : https://danilotejeda.files.wordpress.com/2013/05/mi_v_bernal_ruta.pdf.
- Burbano, M. (2014). *El turismo religioso como alternativa para el desarrollo del Ecuador* . Ecuador.
- Canovés, G. (2012). *Turismo religioso en Montserrat: Montaña de fe, montaña de turismo*. Murcia.
- Cconocc, D. (2015). *El patrimonio religioso como recurso para el desarrollo del turismo religioso en el centro histórico de Ayacucho - 2015*. Ayacucho.
- Chacón , S. R. (2014). *Manifestaciones folclóricas de la provincia de Trujillo, como factor que impulsa la diversificación de la actual oferta turística*. Trujillo.
- Escobar, Y. S. (2018). *Valor simbólico, turístico y económico de las festividades más representativas del distrito de Sinsicap para promover el desarrollo del turismo*. Trujillo.
- Estela, M. (2020). *El turismo como medio de desarrollo*. Argentina.
- Garcia, L. (2018). *Muestreo probabilístico y no probabilístico*. Mexico.
- Gil de Arriba, C. (2014). *Turismo religioso y el valor sagrado de los lugares: simbología identitaria y patrimonialización del monasterio de santo Toribio de Liébana (Cantabria)*. España.

- Gómez, E. (2017). *Turismo religioso y el emprendimiento en la ciudad de Otuzco año 2017*. Otuzco.
- Pastor, A. (2003). *El Patrimonio Cultural como Opción Turística*. Horizontes Antropológicos. España.
- Pereyra. (2016). *Festividades religiosas en el Perú*. Lima.
- RAE. (2019). *Real Academia Española*. España.
- Raffino, M. (2020). *El turismo*. Argentina.
- Ramírez, J. (2014). *Impactos del turismo religioso: percepción de la comunidad local de Santa Catarina Juquila, Oaxaca*. Oaxaca.
- Ríos, R. (2017). *Metodología para la investigación y redacción*. Málaga: Servicios Académicos Intercontinentales S.L.
- Rodríguez, J. (2013). *Crecimiento económico y desarrollo local en la región Centro-Bajío de México*. México.
- Rodríguez, M. (2019). *Festividad patronal Virgen del Carmen madre protectora del distrito de San Antonio*. Cusco.
- Rojas, C. (2013). *Festividad Patronal de la Mamacha del Carmen*. Cusco.
- Salinas, P. (2012). *Metodología de la investigación científica*. Mérida: Universidad de los Andes.
- Sanchez, R. (2019). *Metodología de la Investigación*. Buenos Aires.

Anexos

Matriz de Consistencia

TITULO: TURISMO RELIGIOSO Y SU INFLUENCIA EN LA ECONOMIA LOCAL DE LA CIUDAD DE CHUQUIBAMBILLA, GRAU, 2020.

PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPOTESIS	VARIABLES/ DIMENSIONES	METODOLOGIA
<p style="text-align: center;">PROBLEMA GENERAL</p> <p>¿Cómo influye el turismo religioso en la economía local de la ciudad de Chuquibambilla, Grau, 2020?</p>	<p style="text-align: center;">OBJETIVO GENERAL</p> <p>Determinar el nivel de influencia del turismo religioso en la economía local de la ciudad de Chuquibambilla, Grau, 2020.</p>	<p style="text-align: center;">HIPOTESIS GENERAL</p> <p>El turismo religioso influye significativamente en la economía local de la ciudad de Chuquibambilla, Grau, 2020.</p>	<p style="text-align: center;">VARIABLE 1</p> <p style="text-align: center;">TURISMO RELIGIOSO</p> <p style="text-align: center;">Dimensiones</p> <ul style="list-style-type: none"> • Festividades religiosas • Atractivos religiosos 	<p>Tipo de investigación: Básico sustantivo Nivel: Correlacional causal Diseño: Descriptivo – Correlacional-causal Grafico</p> <p>Donde: M= Muestra X: Variable 1: turismo religioso Y: Variable 2: Economía local rc= correlación causal Población: 300 pobladores de Chuquibambilla que se dedican a ofertar servicios diversos. Muestra: Probabilístico. Se tomará en cuenta a 169 pobladores de</p>
<p style="text-align: center;">PROBLEMAS ESPECÍFICOS</p> <p>¿Cómo influyen las festividades religiosas en la economía local de la ciudad de Chuquibambilla, Grau, 2020?</p>	<p style="text-align: center;">OBJETIVOS ESPECÍFICOS</p> <p>Establecer el nivel de influencia de las festividades religiosas en la economía local de la ciudad de Chuquibambilla, Grau, 2020.</p>	<p style="text-align: center;">HIPÓTESIS ESPECIFICOS</p> <p>Las festividades religiosas influyen significativamente en la economía local de la ciudad de Chuquibambilla, Grau, 2020.</p>	<p style="text-align: center;">VARIABLE 2</p> <p style="text-align: center;">ECONOMÍA LOCAL</p> <p style="text-align: center;">Dimensiones</p> <ul style="list-style-type: none"> • Oferta de servicios • Demanda de servicios 	
<p>¿Cómo influyen los atractivos turísticos en la economía local de la ciudad de Chuquibambilla, Grau, 2020?</p>	<p>Establecer el nivel de influencia de los atractivos turísticos en la economía local de la ciudad de Chuquibambilla, Grau, 2020.</p>	<p>Los atractivos turísticos influyen significativamente en la economía local de la ciudad de Chuquibambilla, Grau, 2020.</p>		

<p>¿Cómo influye el turismo religioso en la oferta de servicios de la ciudad de Chuquibambilla, Grau, 2020?</p> <p>¿Cómo influye el turismo religioso en la demanda de servicios de la ciudad de Chuquibambilla, Grau, 2020?</p>	<p>Establecer el nivel de influencia del turismo religioso en la oferta de servicios de la ciudad de Chuquibambilla, Grau, 2020.</p> <p>Establecer el nivel de influencia del turismo religioso en la demanda de servicios de la ciudad de Chuquibambilla, Grau, 2020.</p>	<p>El turismo religioso influye significativamente en la oferta de servicios de la ciudad de Chuquibambilla, Grau, 2020.</p> <p>El turismo religioso influye significativamente en la demanda de servicios de la ciudad de Chuquibambilla, Grau, 2020.</p>		<p>Chuquibambilla que se dedican a ofertar servicios diversos.</p> <p>Técnicas e instrumentos de recolección de datos:</p> <p>Técnica: Encuesta</p> <p>Instrumento: Cuestionario</p> <p>Método de análisis de datos: Estadística descriptiva e inferencial, tablas de frecuencia y porcentajes, tablas de contingencia y correlacionales, figuras estadísticas, pruebas de hipótesis.</p>
--	--	--	--	---

CUESTIONARIO

Distinguido ciudadano de la ciudad de Chuquibambilla:

El presente cuestionario forma parte de un trabajo de investigación (tesis) que tiene como finalidad recoger información sobre “Turismo religioso y su influencia en la economía local de la ciudad de Chuquibambilla, Grau, 2020”. Su participación voluntaria es fundamental debiendo responder a cada pregunta con la mayor sinceridad, objetividad y veracidad posible.

Coloque una (X) en el recuadro correspondiente de acuerdo a los enunciados:

Nro.	ITEMS	ESCALA DE VALORACIÓN				
		Muy malo	Malo	Regular	Bueno	Muy
1	¿Cómo percibe la presentación del Patrimonio religioso en las festividades de la ciudad de Chuquibambilla?					
2	¿Cómo califica las manifestaciones culturales a nivel de las festividades religiosas que se realizan en la ciudad de Chuquibambilla?					
3	¿Cómo califica la presencia de las costumbres a nivel de las festividades religiosas que se realizan en la ciudad de Chuquibambilla?					
4	¿Cómo califica la difusión de la historia de las festividades religiosas que se realizan en la ciudad de Chuquibambilla?					
5	¿Cómo califica la programación de las actividades para las fiestas religiosas que se realizan en la ciudad de Chuquibambilla?					
6	¿Cómo califica la identidad de los pobladores de la ciudad de Chuquibambilla cuando se realizan festividades religiosas?					
7	¿Cómo califica la peregrinación que realizan los pobladores de Chuquibambilla cuando se realizan las festividades religiosas?					
8	¿Cómo califica la presencia de la Fe en los pobladores de la ciudad de Chuquibambilla cuando se realizan las festividades religiosas?					
9	¿Cómo califica la religiosidad en los pobladores de la ciudad de Chuquibambilla cuando se realizan las festividades religiosas?					

10	¿Cómo califica a los centros religiosos que se encuentran en la ciudad de Chuquibambilla?					
11	¿Cómo califica la arquitectura religiosa de las iglesias como atractivo turístico para los visitantes a la ciudad de Chuquibambilla?					
12	¿Cómo califica la estructura de las iglesias como atractivo turístico para los visitantes a la ciudad de Chuquibambilla?					
13	¿Cómo califica la presencia de variedad de santos en las iglesias como un atractivo turístico para los visitantes a la ciudad de Chuquibambilla?					
14	¿Cómo califica la presencia de espacios sagrados como un atractivo turístico para los visitantes a la ciudad de Chuquibambilla?					
15	¿Cómo califica los servicios que brindan los pobladores de la ciudad de Chuquibambilla a los visitantes que hacen turismo?					
16	¿Cómo califica el nivel de conocimiento sobre la oferta de servicios a los visitantes, de parte de los pobladores de la ciudad de Chuquibambilla?					
17	¿Cómo califica el nivel de experiencia sobre la oferta de servicios a los visitantes, de parte de los pobladores de la ciudad de Chuquibambilla?					
18	¿Cómo califica la calidad de gastronomía que ofrecen los pobladores de la ciudad de Chuquibambilla a los visitantes?					
19	¿Cómo califica los servicios turísticos de hotelería, restaurantes, entre otros servicios que brindan los pobladores de Chuquibambilla hacia los visitantes?					
20	¿Cómo califica la calidad del servicio de transporte hacia la ciudad de Chuquibambilla y sus atractivos turísticos?					
21	¿Cómo califica la accesibilidad hacia la ciudad de Chuquibambilla y sus atractivos turísticos?					
22	¿Cómo califica la promoción de los servicios que brindan los pobladores de la ciudad de chuquibambilla para los visitantes?					
23	¿Cómo califica el porcentaje de visitantes a las festividades religiosas de la ciudad de Chuquibambilla?					
24	¿Cómo califica las expectativas del cliente respecto a los servicios que se brindan en la ciudad de Chuquibambilla?					
25	¿Cómo califica la valoración del servicio que se le brinda al turista que visita a la ciudad de Chuquibambilla?					

26	¿Cómo califica el índice de ventas en los pobladores de la ciudad de Chuquibambilla que prestan servicios a los visitantes?					
27	¿Cómo califica la puntualidad de los pobladores de Chuquibambilla que prestan servicios a los visitantes en festividades religiosas?					
28	¿Cómo califica la atención oportuna de los pobladores de Chuquibambilla a las personas que realizan turismo?					
29	¿Cómo califica la calidad de atención de los pobladores de la ciudad de Chuquibambilla hacia los turistas que visitan a las festividades religiosas?					

Gracias por su aporte

Base de datos Excel

	Turismo Religioso														Economía Local																				
	Festividades religiosas									Atractivos religiosos					Oferta de servicios							Demanda de servicios													
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	D1X	10	11	12	13	14	D2X	VX	15	16	17	18	19	20	21	22	D1Y	23	24	25	26	27	28	29	D2Y	VY
1	2	2	2	2	2	2	2	2	4	2	1	1	2	4	4	2	2	1	3	3	1	1	3	3	1	2	2	2	3	2	2	4	2	2	2
2	1	4	3	5	3	3	5	3	3	3	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	3	1	3	3	1	3	3
3	3	3	2	3	3	4	4	3	3	3	4	3	3	2	2	3	3	4	2	4	3	4	2	4	3	3	3	4	3	3	4	4	4	4	4
4	4	4	1	3	3	1	4	5	5	3	4	5	5	4	4	4	4	2	3	2	4	2	3	2	3	5	4	4	4	2	4	3	4	4	3
5	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	5	5	4	4	5	5	3	4	3	3	4	3	4	4	4	3	4	2	3	2	3	3
6	5	5	4	2	4	3	4	4	4	4	4	3	4	5	5	4	4	1	3	5	3	1	4	3	3	1	3	3	1	4	4	4	3	3	
7	4	4	4	2	3	2	5	4	4	4	5	4	4	3	4	4	4	3	3	4	4	4	3	3	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	
8	2	4	5	5	3	4	5	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	5	4	2	4	3	4	4	4	4	2	4	3	4	5	5	4	4	
9	5	5	4	1	3	5	5	5	5	4	4	4	2	4	3	3	4	1	3	3	1	1	3	3	1	2	4	2	3	2	4	4	5	3	3
10	2	3	2	2	2	4	3	2	1	2	2	2	2	3	2	2	3	2	2	2	3	2	2	3	2	2	2	3	2	2	4	2	2	2	2
11	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	3	4	4	4	2	4	3	4	2	4	3	3	4	4	5	1	3	3	1	3	3	
12	5	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	4	1	3	5	3	4	2	3	2	4	2	3	2	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	
13	4	4	3	3	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	3	4	3	3	3	4	4	4	4	4	2	4	3	4	4	
14	4	3	4	4	4	3	5	4	4	4	3	1	3	3	1	2	3	5	5	5	5	4	3	4	5	5	5	4	5	4	3	2	4	4	
15	3	4	2	4	3	5	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	5	4	4	4	4	5	3	3	3	3	4	4	4	
16	3	4	2	3	2	4	5	4	3	3	3	4	2	4	3	3	4	3	4	4	3	5	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	
17	4	5	5	3	4	1	4	4	1	3	2	4	2	3	2	3	5	4	4	4	1	3	3	1	3	4	3	3	2	4	3	4	3	3	
18	5	4	1	3	5	4	4	5	4	4	4	5	5	3	4	4	5	4	4	5	3	4	4	4	4	1	3	3	1	3	3	1	2	3	
19	3	4	4	5	5	4	2	4	5	4	4	4	1	3	5	3	4	4	3	4	4	2	4	3	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	
20	3	5	3	3	1	3	3	1	4	3	3	4	4	4	3	4	4	5	4	5	4	2	3	2	4	4	2	4	4	2	4	3	3	3	
21	5	5	5	5	3	4	4	4	5	4	4	3	4	3	4	4	3	4	3	4	3	4	4	5	4	4	2	3	4	2	3	2	3	3	
22	2	2	2	3	4	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	1	3	2	1	4	2	2	2	2	2	2	3	2	2	4	2	2	2
23	4	4	4	4	4	2	3	2	4	3	5	5	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	
24	1	2	2	1	5	1	3	2	4	2	4	1	3	3	1	2	2	1	3	3	1	1	3	3	1	2	1	1	3	3	1	4	1	2	2
25	4	4	4	5	4	1	3	5	4	4	3	3	4	4	4	4	4	2	3	2	4	4	4	5	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	
26	4	4	3	3	5	4	3	4	5	4	4	4	2	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	2	4	3	4	4	4	4	
27	5	5	5	5	5	5	3	4	4	5	5	4	2	3	2	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	2	3	2	4	4	3	4	
28	5	1	3	3	1	2	2	2	2	2	4	1	1	3	2	2	2	2	4	2	4	1	2	2	2	2	1	4	1	1	4	2	2	2	
29	4	3	4	4	4	4	5	5	3	4	4	4	1	3	5	3	5	3	3	3	3	4	4	5	4	5	3	3	3	3	4	4	4	4	
30	5	4	2	4	3	4	3	4	5	4	4	4	4	4	4	4	1	3	3	1	4	4	4	3	3	1	3	3	1	3	4	4	3	3	
31	3	3	2	3	2	2	2	2	3	2	3	2	2	3	2	2	3	2	4	2	2	3	2	2	3	3	2	2	2	4	2	2	2	2	
32	4	5	5	3	4	4	5	5	4	4	4	3	4	5	4	4	4	2	4	3	5	4	4	4	4	4	2	4	3	3	4	4	3	4	
33	4	2	1	3	2	3	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	3	2	3	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	
34	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	3	4	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	
35	5	5	5	5	4	4	5	4	3	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	1	3	3	1	3	5	5	5	5	5	5	5	5	
36	4	5	5	4	4	1	3	3	1	3	3	4	4	4	5	4	4	5	5	5	3	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	5	4	4	
37	2	4	5	3	2	3	4	2	4	3	3	3	2	3	3	3	5	4	3	3	4	2	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	4	3	
38	2	3	2	2	1	2	2	4	3	2	2	3	2	3	2	2	4	4	5	5	4	2	3	2	4	3	4	3	1	3	3	1	3	3	
39	4	3	1	3	3	1	2	3	2	2	1	4	1	1	2	2	1	3	3	1	1	3	3	1	2	2	2	3	2	2	4	2	2	2	
40	5	5	5	5	5	5	5	3	4	5	3	4	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	3	5	4	4	4	4	2	4	3	4	4	
41	5	5	5	4	4	4	1	3	5	4	3	1	3	3	1	2	3	5	4	4	5	5	4	4	3	4	5	5	4	4	2	3	2	4	4
42	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	5	5	4	3	4	5	4	4	
43	4	5	1	3	3	1	4	5	4	3	4	4	2	4	3	3	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	3	5	4	4	4	4	
44	5	4	3	4	4	4	4	5	4	4	4	4	2	3	2	3	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	5	2	4	4	
45	2	2	2	2	2	3	2	2	4	2	4	1	3	3	1	2	2	2	3	2	2	3	3	2	2	2	3	2	2	2	3	3	2	2	2
46	4	4	4	2	3	2	3	3	4	3	3	4	1	3	5	3	5	5	5	5	5	3	4	4	5	4	1	3	3	1	4	4	3	4	
47	4	4	5	5	3	4	4	3	4	4	4	3	4	3	4	4	5	4	4	5	5	4	4	5	5	4	3	4	4	4	5	4	4	4	
48	4	5	4	1	3	5	4	4	4	4	4	5	3	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	5	4	2	4	3	4	5	4	4	
49	5	4	5	5	4	4	5	4	5	5	5	1	3	3	1	3	4	1	3	3	1	4	3	4	4	3	4	4	2	3	2	4	5	3	3
50	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	5	3	4	4	3	4	4	5	5	2	4	4

51	4	3	5	5	4	4	4	5	5	4	5	4	2	4	3	4	4	4	2	4	3	4	5	5	3	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4
52	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	2	3	2	3	4	4	2	3	2	3	5	5	3	3	5	4	5	4	4	4	5	5	5	4	
53	4	4	5	4	3	4	5	4	4	4	5	5	5	3	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	5	1	3	3	1	3	4		
54	4	5	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	1	3	5	3	4	5	5	5	4	4	2	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4		
55	4	4	4	1	4	3	3	1	4	3	1	4	1	4	1	2	3	5	5	4	4	1	3	3	1	3	4	4	3	4	2	4	3	3	3		
56	5	5	5	5	5	4	5	4	3	5	4	4	5	4	5	4	4	4	5	3	4	3	4	4	4	4	4	5	4	4	2	3	2	3	4		
57	3	5	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	4	4	5	4	2	4	3	4	3	3	3	3	4	4	5	4	4		
58	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	4	5	5	5	3	5	5	5	5	5	3	5	5	4	4	5	5	5	4	5	5	5		
59	4	5	5	4	5	5	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	1	3	3	1	3	4	4	3	4		
60	4	4	1	3	3	1	4	5	4	3	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	5	5	4	5	5	3	4	4	4	4	4	4	4	4		
61	5	4	3	4	4	4	5	4	4	4	5	4	5	5	4	5	4	1	3	3	1	1	3	3	1	2	4	2	4	3	5	4	5	4	3		
62	5	4	4	2	4	3	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	2	3	2	4	3	4	3	3		
63	3	5	4	2	3	2	5	5	5	4	4	5	4	4	5	4	4	4	2	4	3	4	2	4	3	3	4	4	4	4	5	4	3	4	4		
64	5	4	5	5	3	4	5	5	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	2	3	2	4	2	3	2	3	5	5	5	5	4	4	4	5	4		
65	4	5	4	1	3	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	5	4	3	3	4	4	4	5	5	4	4	5	4	4	4			
66	5	4	4	4	4	4	5	5	4	4	3	3	4	3	5	4	4	1	3	3	1	1	3	3	1	2	2	2	3	2	2	4	2	2	2		
67	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	3	4	5	5	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	5	3	3	5	3	4	4	4	4	4		
68	3	3	5	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	5	5	5	4	2	4	3	4	4		
69	4	5	4	3	3	1	3	3	1	3	4	4	5	4	4	4	4	1	3	3	1	1	3	3	1	2	4	4	5	4	2	3	2	3	3		
70	4	4	5	4	3	3	4	4	4	4	5	1	3	3	1	3	3	3	4	2	4	3	2	2	4	3	4	4	2	4	2	4	4	3	3		
71	5	5	4	4	4	4	2	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	2	4	3	4	2	4	3	3	4	5	4	4	4	5	4	4	4		
72	5	4	4	5	4	4	2	3	2	4	5	4	2	4	3	4	4	4	2	3	2	4	2	3	2	3	1	3	3	1	4	4	4	3	3		
73	5	4	5	5	5	5	5	3	4	5	4	4	2	3	2	3	4	4	3	3	5	4	5	5	3	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4		
74	5	4	4	4	5	4	1	3	5	4	5	5	3	4	4	4	4	4	4	5	4	3	5	5	3	4	4	2	4	3	4	4	4	4	4		
75	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	1	3	5	3	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	2	3	2	5	4	4	3	4		
76	4	1	3	3	1	4	4	5	4	3	5	4	4	5	4	4	4	1	3	3	1	1	3	3	1	2	5	5	4	5	4	3	4	4	3		
77	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	3	1	3	3	1	2	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	5	4	4		
78	4	4	2	4	3	4	5	5	4	4	5	3	4	4	4	4	4	4	2	4	3	4	2	4	3	3	5	5	5	1	3	3	1	3	3		
79	5	4	2	3	2	3	5	4	4	4	4	4	2	4	3	3	3	1	3	3	1	1	3	3	1	2	4	5	5	3	4	4	4	4	3		
80	5	5	5	3	4	4	5	5	5	5	5	4	2	3	2	3	4	3	5	3	3	5	5	5	5	4	4	5	4	4	2	4	3	4	4		
81	5	4	1	3	5	4	4	5	5	4	4	5	5	3	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	4	2	3	2	3	4		
82	4	5	5	4	4	5	4	5	5	5	4	4	1	3	5	3	4	5	5	4	4	5	5	4	5	5	5	1	3	3	1	4	5	3	4		
83	1	3	3	1	1	3	3	1	4	2	2	4	2	2	2	2	2	1	3	3	1	1	3	3	1	2	2	2	3	2	2	4	2	2	2		
84	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	3	4	4	4	4	4	4	3	4	2	4	3	5	4	4	4		
85	4	4	1	3	3	1	4	5	5	3	3	4	5	4	4	4	4	1	3	3	1	5	4	4	5	3	3	4	2	3	2	5	4	3	3		
86	5	4	3	4	4	4	4	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4	3	4	4	4	5	3	3	5	4	4	4	4	5	5	4	5	4	4		
87	4	4	4	2	4	3	4	4	4	4	4	3	3	1	4	3	3	4	2	4	3	5	5	5	3	4	4	5	4	1	3	3	1	3	3		
88	4	4	4	2	3	2	3	5	4	3	5	4	5	4	3	4	4	4	2	3	2	5	5	4	5	4	4	4	5	3	4	4	4	4	4		
89	5	5	5	5	3	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	2	4	3	3	4		
90	5	5	4	1	3	5	3	3	5	4	4	1	3	3	1	2	3	1	3	3	1	1	3	3	1	2	2	2	3	2	2	4	2	2	2		
91	5	5	5	5	5	4	4	5	4	5	5	5	4	4	5	5	5	4	4	4	5	3	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4		
92	5	4	1	3	3	1	4	4	5	3	4	4	5	4	5	4	4	4	4	3	3	4	2	4	3	3	5	1	3	3	1	5	4	3	3		
93	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	5	4	4	4	4	5	4	2	3	2	4	5	3	4	4	4	4	3	4	4		
94	4	5	4	2	4	3	3	5	4	4	4	1	3	3	1	2	3	4	4	4	4	5	4	3	4	4	4	4	2	4	3	4	4	4	4		
95	4	5	4	2	3	2	4	5	4	4	4	3	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	5	4	4	2	3	2	5	4	3	4		
96	4	4	5	5	3	4	3	3	5	4	4	4	2	4	3	3	4	4	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	5	5	4	4		
97	3	3	4	1	3	5	4	5	4	4	4	4	2	3	2	3	3	4	5	5	4	2	4	5	5	4	4	3	3	1	3	3	1	3	3		
98	1	3	3	1	1	3	3	1	4	2	3	5	5	3	4	4	3	3	3	5	3	5	5	4	4	4	4	4	5	3	4	4	4	4	4		
99	4	1	4	3	3	3	2	3	4	3	2	3	2	3	3	3	3	5	5	4	1	3	3	1	5	3	4	4	4	4	2	4	3	4	3		
100	4	4	5	4	4	5	4	5	5	4	4	4	5	3	3	4	4	4	4	5	5	4	4	4	5	4	5	5	5	4	2	3	2	4	4		

101	5	4	4	5	4	4	3	3	4	4	5	5	4	4	5	5	4	1	3	3	1	5	4	4	4	3	5	5	4	4	5	4	3	4	4		
102	4	3	3	4	4	5	4	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	2	4	5	5	4	4		
103	5	4	1	3	3	1	4	5	3	3	5	4	3	4	3	4	3	4	2	4	3	3	4	4	3	3	1	3	1	3	1	4	4	3	3		
104	4	4	3	4	4	4	5	5	4	4	4	5	4	3	5	4	4	1	3	3	1	1	3	3	1	2	5	3	4	4	4	5	5	4	3		
105	4	5	4	2	4	3	5	4	4	4	4	5	4	5	4	5	4	5	5	5	5	3	4	4	5	5	4	4	2	4	3	4	4	4	4		
106	5	5	4	2	3	2	4	4	5	4	5	5	5	3	3	4	4	4	4	5	5	1	3	3	1	3	4	4	2	3	2	4	4	3	3		
107	4	4	5	5	3	4	4	5	4	4	3	1	3	3	1	2	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	5	4	4	1	3	3	1	3	3	
108	4	4	4	1	3	5	4	4	5	4	5	3	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	2	4	3	4	5	4	4	3	4	4	4	4	4		
109	1	3	3	1	1	3	3	1	4	2	4	4	2	4	3	3	3	4	5	4	4	4	2	3	2	4	3	5	4	4	2	4	3	4	4		
110	4	1	3	3	1	1	3	3	1	2	4	4	2	3	2	3	3	3	3	5	4	5	5	4	5	4	5	5	5	4	2	3	2	4	4		
111	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	5	5	5	3	4	4	4	5	4	3	5	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	5	4	4		
112	4	4	2	4	3	4	2	4	3	3	4	4	1	3	5	3	3	4	4	5	4	4	4	4	4	4	1	3	3	1	5	3	4	3	3		
113	4	4	2	3	2	4	2	3	2	3	1	1	3	3	1	2	2	1	3	3	1	1	3	3	1	2	2	2	3	2	2	4	2	2	2		
114	5	5	5	3	4	5	5	3	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	2	4	3	5	4	5	4	4		
115	4	4	1	3	5	4	1	3	5	3	4	4	3	5	4	4	4	4	2	4	3	4	2	4	3	3	4	2	3	3	4	2	4	3	4		
116	4	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	2	3	2	4	2	3	2	3	5	4	3	5	5	4	5	4	4		
117	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	1	3	3	1	2	3	1	3	3	1	1	3	3	1	2	5	5	4	1	3	3	1	3	3		
118	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	3	3	4	4	4	4	4		
119	4	3	5	4	4	3	4	4	4	4	4	4	5	5	4	5	5	4	5	4	5	5	4	5	5	5	4	4	5	4	4	5	4	3	4	4	
120	5	1	3	3	1	1	3	3	1	2	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	5	4	4	4	2	3	2	3	4	
121	5	3	4	4	4	3	4	4	4	4	5	5	5	5	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	
122	4	4	2	4	3	4	2	4	3	3	5	1	3	3	1	3	3	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	1	3	3	1	5	5	4	3	4	
123	1	3	3	1	1	3	3	1	4	2	4	3	4	4	4	4	4	3	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	3	4	4	4	4	4	4	4	
124	5	5	5	4	1	3	3	1	4	3	4	1	3	3	1	2	3	1	3	3	1	1	3	3	1	2	2	2	3	2	2	4	2	2	2	2	
125	5	4	1	3	5	4	1	3	5	3	4	4	2	3	2	3	3	3	3	5	4	5	4	5	4	5	5	4	4	2	3	2	4	5	4	3	4
126	3	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	3	4	4	4	4	5	4	3	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	
127	5	4	4	3	5	4	3	4	4	4	4	4	1	3	5	3	4	4	4	5	4	5	4	5	4	4	5	4	4	1	3	3	1	5	3	4	
128	4	5	5	4	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	3	4	4	4	5	4	4	
129	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	5	5	4	5	5	5	4	4	4	5	4	4	5	5	5	5	4	5	4	2	4	3	4	4	4	4	
130	4	4	4	4	5	5	5	4	5	4	5	5	4	4	4	4	4	1	3	3	1	5	5	5	5	4	5	5	4	2	3	2	4	4	4	4	
131	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	5	5	4	4	4	5	5	4	4	4	5	5	5	4	4
132	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	1	4	3	4	5	3	4	4	2	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4
133	4	4	3	5	5	4	5	5	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	2	3	2	4	4	4	4	3	4	1	3	3	1	4	5	3	3	3	
134	5	5	4	5	4	4	5	4	4	4	4	1	3	3	1	2	3	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	2	2	3	2	2	4	2	2	3	
135	4	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	5	3	3	5	5	4	5	4	4	4	2	4	3	4	4	4	4	4	
136	1	3	3	1	1	3	3	1	4	2	4	1	3	3	1	2	2	1	3	3	1	1	3	3	1	2	5	4	2	3	2	4	5	4	3	3	
137	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	2	3	2	3	4	4	4	4	5	3	4	4	4	4	4	5	4	4	1	3	3	1	3	4	4	
138	1	3	3	1	1	3	3	1	5	2	4	5	5	3	4	4	3	5	4	4	4	4	2	4	3	4	2	2	3	2	2	4	2	2	2	3	
139	3	4	4	4	3	4	4	4	5	4	3	4	1	3	5	3	4	5	4	4	4	4	2	3	2	4	4	3	3	2	4	2	4	3	3	3	
140	4	2	4	3	4	2	4	3	5	3	4	5	4	4	5	4	4	3	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	3	2	3	4	4	
141	4	2	3	2	4	2	3	2	4	3	5	4	4	5	4	4	4	5	4	4	3	5	4	3	4	4	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4	
142	5	5	3	4	5	5	3	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	1	3	3	1	4	4	3	4	4
143	4	1	3	5	4	1	3	5	4	3	4	4	4	4	4	4	4	1	3	3	1	4	4	4	3	3	5	3	4	4	4	5	4	4	4	4	
144	4	5	5	5	5	4	3	4	5	4	4	3	3	3	4	3	4	3	4	4	4	5	5	5	4	4	5	4	2	4	3	4	4	4	4	4	
145	4	4	4	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4	3	4	4	4	4	2	4	3	5	5	4	4	4	5	4	2	3	2	4	5	4	4	4	
146	5	4	4	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	2	3	2	5	5	5	5	4	4	5	5	4	4	4	5	4	4	4	
147	5	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	1	3	3	1	3	4	4	4	3	5	5	4	5	5	4	4	4	4	1	3	3	1	3	4	4	
148	5	4	5	4	4	4	5	5	4	4	5	3	4	4	4	4	4	5	5	4	5	4	4	5	4	5	5	4	4	3	4	4	4	4	4	4	
149	5	3	3	5	4	4	4	4	4	4	5	4	2	4	3	4	4	1	3	3	1	1	3	3	1	2	5	4	4	4	2	4	3	4	3	4	
150	4	4	5	4	3	5	4	4	4	4	5	4	2	3	2	3	4	4	5	5	4	3	4	4	4	4	4	3	5	4	4	2	3	2	3	4	
151	5	5	5	5	4	5	4	4	4	5	4	5	5	3	4	4	4	4	4	5	4	4	4	2	4	3	4	1	3	3	1	5	5	5	3	4	
152	4	4	5	5	3	3	5	4	5	4	4	4	1	3	5	3	4	5	4	3	5	4	2	3	2	4	3	4	4	4	5	4	5	4	4	4	
153	4	4	4	4	4	5	4	3	5	4	5	4	5	4	4	4	4	5	3	5	4	3	5	4	4	4	4	2	4	3	4	4	5	4	4	4	
154	4	5	4	4	4	4	5	4	5	4	5	3	3	5	4	4	4	5	4	5	5	4	5	4	4	4	5	2	2	3	2	4	2	2	2	3	
155	1	3	3	1	5	1	3	3</																													

Base de datos SPSS

Base de datos Mijayev [Comparto_de_datos] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

Archivo Editar Ver Datos Transformar Analizar Marketing directo Gráficos Utilidades Ventanas Ayuda

Variable 6 de 6 variables

	DIX	IDX	VI	DIY	IDY	VY												
1	2	2		Turismo Religioso	2	2												
2	3	4			3	3												
3	3	3			3	4												
4	3	4			3	4												
5	4	4			4	3												
6	4	4			3	3												
7	4	4			4	4												
8	4	4			4	4												
9	4	3			2	3												
10	2	2			2	2												
11	4	4			3	3												
12	4	3			3	4												
13	4	4			4	4												
14	4	2			5	4												
15	3	4			4	4												
16	3	3			4	4												
17	3	3			3	3												
18	4	4			4	2												
19	4	3			4	4												
20	3	4			3	3												
21	4	4			4	3												
22	2	2			2	2												
23	3	4			4	4												

Visión de datos Visión de variables

IBM SPSS Statistics Processor está listo | Unicode CP1

Base de datos Mijayev [Comparto_de_datos] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

Archivo Editar Ver Datos Transformar Analizar Marketing directo Gráficos Utilidades Ventanas Ayuda

Variable 6 de 6 variables

	DIX	IDX	VI	DIY	IDY	VY												
22	2	2			2	2												
23	3	4			4	4												
24	2	2			2	2												
25	4	4			4	4												
26	4	3			4	4												
27	0	3			4	3												
28	2	2			2	2												
29	4	3			4	4												
30	4	4			3	3												
31	2	2			3	2												
32	4	4			4	3												
33	2	2			2	2												
34	4	4			4	4												
35	4	5			5	5												
36	3	4			4	4												
37	3	3			3	3												
38	2	2			4	3												
39	2	2			2	2												
40	5	4			5	4												
41	4	2			4	4												
42	4	4			4	4												
43	3	3			4	4												
44	4	3			4	4												

Visión de datos Visión de variables

IBM SPSS Statistics Processor está listo | Unicode CP1

Base de datos MiU.siv [Consulta de datos] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

Archivo Editar Ver Datos Transformar Analizar Marketing directo Gráficos Utilidades Ventanas Ayuda

Variable 8 de 8 variables

	DIX	DDX	VX	DIY	DDY	VY											
43	3	3	3	4	4	4											
44	4	3	Tuercas Reapuntas		4	4											
45	2	2	2	2	2	2											
46	3	3	3	5	3	6											
47	4	4	4	5	4	4											
48	4	4	4	4	4	4											
49	6	3	4	3	3	3											
50	5	4	4	4	4	4											
51	4	4	4	4	4	4											
52	4	3	4	3	5	4											
53	4	4	4	4	3	4											
54	4	3	4	4	4	4											
55	3	2	3	3	3	3											
56	5	4	4	4	3	4											
57	4	4	4	4	4	4											
58	5	5	5	5	5	5											
59	5	4	4	5	3	4											
60	3	5	4	5	4	4											
61	4	5	4	2	4	3											
62	4	4	4	4	3	3											
63	4	4	4	3	4	4											
64	5	4	4	3	5	4											
65	4	4	4	4	4	4											

IBM SPSS Statistics Processor está listo | Unidad CPU

Base de datos MiU.siv [Consulta de datos] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

Archivo Editar Ver Datos Transformar Analizar Marketing directo Gráficos Utilidades Ventanas Ayuda

Variable 8 de 8 variables

	DIX	DDX	VX	DIY	DDY	VY											
64	5	4	4	3	5	Economía Local											
65	4	4	4	4	4	4											
66	4	4	4	2	2	2											
67	4	4	4	5	4	4											
68	4	4	4	4	4	4											
69	3	4	4	2	3	3											
70	4	3	3	3	3	3											
71	4	4	4	3	4	4											
72	4	4	4	3	3	3											
73	5	3	4	4	4	4											
74	4	4	4	4	4	4											
75	4	3	4	4	3	4											
76	3	4	4	2	4	3											
77	4	2	3	4	4	4											
78	4	4	4	3	3	3											
79	4	3	3	2	4	3											
80	5	3	4	4	4	4											
81	4	4	4	5	3	4											
82	5	3	4	5	3	4											
83	2	2	2	2	2	2											
84	4	4	4	4	4	4											
85	3	4	4	3	3	3											
86	4	4	4	4	4	4											

IBM SPSS Statistics Processor está listo | Unidad CPU

Base de datos MiU sev [Consulta de datos] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

Archivo Editar Ver Datos Transformar Analizar Marketing directo Gráficos Utilidades Ventana Ayuda

Variable 8 de 8 variables

	DIX	DDX	VX	DIY	DDY	VY
85	3	4			3	3										
86	4	4			4	4										
87	4	5			4	5										
88	3	4			4	4										
89	4	4			4	4										
90	4	2			2	2										
91	5	5			4	4										
92	3	4			3	3										
93	4	5			4	4										
94	4	2			4	4										
95	4	4			5	5										
96	4	3			4	4										
97	4	3			4	3										
98	2	4			4	4										
99	3	3			3	4										
100	4	4			4	4										
101	4	5			4	4										
102	4	4			4	4										
103	3	4			3	3										
104	4	4			2	4										
105	4	4			5	4										
106	4	4			3	3										
107	4	2			4	3										

IBM SPSS Statistics Processor está listo | Unidad CPU

Base de datos MiU sev [Consulta de datos] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

Archivo Editar Ver Datos Transformar Analizar Marketing directo Gráficos Utilidades Ventana Ayuda

Variable 8 de 8 variables

	DIX	DDX	VX	DIY	DDY	VY
106	4	4			3	3										
107	4	2			4	3										
108	4	4			4	4										
109	2	3			4	4										
110	2	3			4	4										
111	4	4			4	4										
112	3	3			4	3										
113	3	2			2	2										
114	4	5			4	4										
115	3	4			3	4										
116	5	5			3	4										
117	4	2			2	3										
118	4	4			5	4										
119	4	5			5	4										
120	2	5			4	4										
121	4	5			4	4										
122	3	3			4	3										
123	2	4			4	4										
124	3	2			2	2										
125	3	3			4	3										
126	4	4			4	4										
127	4	3			4	3										
128	4	5			5	4										

IBM SPSS Statistics Processor está listo | Unidad CPU

Base de datos MiU.es [Consulta de datos] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

Archivo Editar Ver Datos Transformar Analizar Marketing directo Utilices Utilidades Ventana Ayuda

Variable 6 de 6 variables

	DIX	DIY	VE	DIY	DIY	VY												
127	4	3	4	4	3	4												
128	4	5	5	5	4	4												
129	4	5	4	5	4	4												
130	4	4	4	4	4	4												
131	4	4	4	4	5	4												
132	0	3	4	4	4	4												
133	4	4	4	3	3	3												
134	4	2	3	4	2	3												
135	4	4	4	4	4	4												
136	2	2	2	2	4	3												
137	4	5	4	4	3	4												
138	2	4	3	4	2	3												
139	4	3	4	4	3	3												
140	3	4	4	4	3	4												
141	2	4	4	4	4	4												
142	4	4	4	4	3	4												
143	3	4	4	3	4	4												
144	4	3	4	4	4	4												
145	4	4	4	4	4	4												
146	4	4	4	4	4	4												
147	5	3	4	4	3	4												
148	4	4	4	5	4	4												
149	4	4	4	2	4	3												

IBM SPSS Statistics Processor está listo | Unidad CPU

Base de datos MiU.es [Consulta de datos] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

Archivo Editar Ver Datos Transformar Analizar Marketing directo Utilices Utilidades Ventana Ayuda

Variable 6 de 6 variables

	DIX	DIY	VE	DIY	DIY	VY												
148			4	5	4	4												
149			4	2	4	3												
150	4	3	4	4	3	4												
151	5	4	4	4	3	4												
152	4	3	4	4	4	4												
153	4	4	4	4	4	4												
154	4	4	4	5	2	3												
155	2	4	3	4	4	4												
156	4	2	3	3	3	3												
157	2	4	3	4	4	4												
158	3	4	4	4	4	4												
159	4	5	5	4	3	4												
160	3	4	4	5	4	4												
161	4	2	3	2	4	3												
162	4	4	4	3	4	4												
163	4	5	4	4	4	4												
164	4	3	3	4	4	4												
165	4	4	4	4	5	4												
166	4	4	4	5	3	4												
167	4	3	4	4	4	4												
168	4	4	4	5	4	4												
169	2	2	2	2	2	2												
170																		

IBM SPSS Statistics Processor está listo | Unidad CPU

RESOLUCIÓN N° 8023 - 2021-FCEE-VRAC-UAP

Lima, 01 de Octubre del 2021

Visto el informe del asesor del Plan de Tesis: "TURISMO RELIGIOSO Y SU INFLUENCIA EN LA ECONOMÍA DE LA CIUDAD DE CHUQUIBAMBILLA, GRAU, 2020" presentada por la Bachiller en Turismo, Hotelería y Gastronomía HUARCAYA MIRAYA MILY VIVIANA, para optar el Título Profesional en Turismo, Hotelería y Gastronomía por la Modalidad de Sustentación de Tesis.

Visto la solicitud de la Bachiller en Turismo, Hotelería y Gastronomía, HUARCAYA MIRAYA MILY VIVIANA solicitando designación de Asesores de la Tesis, para optar el Título Profesional en Turismo, Hotelería y Gastronomía.

CONSIDERANDO:

Que, siendo necesario aprobar el Plan de Tesis y nombrar a los asesores de la tesis "TURISMO RELIGIOSO Y SU INFLUENCIA EN LA ECONOMÍA DE LA CIUDAD DE CHUQUIBAMBILLA, GRAU, 2020" presentada por la Bachiller en Turismo, Hotelería y Gastronomía HUARCAYA MIRAYA MILY VIVIANA, para optar el Título Profesional en Turismo, Hotelería y Gastronomía por la Modalidad de Sustentación de Tesis.

SE RESUELVE:

ARTÍCULO PRIMERO.- Declarar APROBADO el Plan de Tesis "TURISMO RELIGIOSO Y SU INFLUENCIA EN LA ECONOMÍA DE LA CIUDAD DE CHUQUIBAMBILLA, GRAU, 2020" presentada por la Bachiller en Turismo, Hotelería y Gastronomía HUARCAYA MIRAYA MILY VIVIANA, para optar al Título Profesional en Turismo, Hotelería y Gastronomía por la Modalidad de Sustentación de Tesis.

ARTÍCULO SEGUNDO.- Declarar expedita a la Bachiller en Turismo Hotelería y Gastronomía HUARCAYA MIRAYA MILY VIVIANA, para optar al Título Profesional en Turismo, Hotelería y Gastronomía por la Modalidad de Sustentación de Tesis.

ARTÍCULO TERCERO.- Designar al Docente Mg. Quezada Castro Guillermo Alexander como Asesor de la Tesis "TURISMO RELIGIOSO Y SU INFLUENCIA EN LA ECONOMÍA DE LA CIUDAD DE CHUQUIBAMBILLA, GRAU, 2020" presentada por la Bachiller en Turismo, Hotelería y Gastronomía, HUARCAYA MIRAYA MILY VIVIANA, para optar al Título Profesional en Turismo, Hotelería y Gastronomía por la Modalidad de Sustentación de Tesis.

Regístrese, comuníquese y archívese

La presente resolución carece de valor sin la firma digital de las autoridades académicas.

RSMS/ehch



MBA Rocío Milagros Santander Martínez

DECANA (e)

Facultad de Ciencias Empresariales y Educación

Firmado digitalmente por:



MBA ROCÍO MILAGROS SANTANDER MARTÍNEZ
UNIVERSIDAD ALAS PERUANAS
S.A.
Decana de Facultad de
Ciencias Empresariales y Educación
Fecha: 01/10/2021 10:11





