

UNIVERSIDAD DE HUANUCO
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
PROGRAMA ACADÉMICO DE TURISMO, HOTELERÍA Y
GASTRONOMÍA



TESIS

**“Identidad cultural Huanuqueña y el desarrollo Turístico en el
departamento de Huánuco, 2021”**

**PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADO EN
TURISMO, HOTELERÍA Y GASTRONOMÍA**

AUTOR: Salinas Núñez, Gherson Alejandro

ASESOR: Samaniego Pimentel, Eddie Misael

HUÁNUCO – PERÚ

2021

U

TIPO DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN:

- Tesis (X)
- Trabajo de Suficiencia Profesional()
- Trabajo de Investigación ()
- Trabajo Académico ()

LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN: Gestión turística
AÑO DE LA LÍNEA DE INVESTIGACIÓN (2018-2019)

CAMPO DE CONOCIMIENTO OCDE:

Área: Ciencias sociales
Sub área: Economía, Negocios
Disciplina: Negocios, Administración

DATOS DEL PROGRAMA:

Nombre del Grado/Título a recibir: Título Profesional de Licenciado en turismo, hotelería y gastronomía
 Código del Programa: P15
 Tipo de Financiamiento:

- Propio (X)
- UDH ()
- Fondos Concursables ()

DATOS DEL AUTOR:

Documento Nacional de Identidad (DNI): 72752509

DATOS DEL ASESOR:

Documento Nacional de Identidad (DNI): 46554205
 Grado/Título: Magister en gestión pública
 Código ORCID: 0000-0001-7232-4248

DATOS DE LOS JURADOS:

N°	APELLIDOS Y NOMBRES	GRADO	DNI	Código ORCID
1	Leonardo Beltrán, Carlos Dante	Maestro en ciencias administrativas con mención en gestión publica	43962129	0000-0003-3910-7916
2	Núñez Asado, José Eduardo	Grado de magíster en arte mención patrimonio	44305194	0000-0002-0479-2856
3	Villena Andrade, Tomas Dali	Grado de magister en gestión y negocios gestión y proyectos	04085862	0000-0002-1290-1434

D

H

UNIVERSIDAD DE HUÁNUCO
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE TURISMO HOTELERÍA Y
GASTRONOMÍA

ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS

En la ciudad de Huánuco, siendo las **18:00 horas del día 25 de octubre del año 2021.**, en el cumplimiento de lo señalado en el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad de Huánuco, se reunieron el sustentante y el Jurado Calificador mediante la plataforma virtual Google Meet, integrado por los docentes:

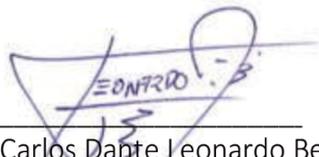
Mtro. Carlos Dante Leonardo Beltrán	(Presidente)
Mtro. José Eduardo Nuñez Asado	(Secretario)
Mtro. Tomás Dalí Villena Andrade	(Vocal)

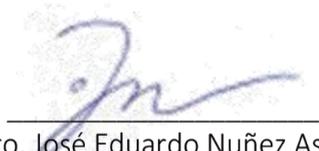
Nombrados mediante la Resolución N°1422-2021-D-FCEMP-PATHG-UDH, para evaluar la Tesis intitulada: **“IDENTIDAD CULTURAL HUANUQUEÑA Y EL DESARROLLO TURISTICO EN EL DEPARTAMENTO DE HUÁNUCO, 2021”**, presentado por el Bachiller, **SALINAS NUÑEZ, Gherson Alejandro** para optar el **Título Profesional de Turismo, Hotelería y Gastronomía**.

Dicho acto de sustentación se desarrolló en dos etapas: exposición y absolución de preguntas; procediéndose luego a la evaluación por parte de los miembros del Jurado.

Habiendo absuelto las objeciones que le fueron formuladas por los miembros del Jurado y de conformidad con las respectivas disposiciones reglamentarias, procedieron a deliberar y calificar, declarándolo **Aprobado** con el calificativo cuantitativo de **14 (Catorce)** y cualitativo de **Suficiente** (Art.47 - Reglamento General de Grados y Títulos).

Siendo las **19:00 horas del día 25 de abril del año 2022**, los miembros del Jurado Calificador firman la presente Acta en señal de conformidad.


Mtro. Carlos Dante Leonardo Beltrán
PRESIDENTE


Mtro. José Eduardo Nuñez Asado
SECRETARIO


Mtro. Tomás Dalí Villena Andrade
VOCAL



UNIVERSIDAD DE HUÁNUCO

DIRECTIVA N° 006- 2020- VRI-UDH PARA EL USO DEL SOFTWARE TURNITIN DE LA UNIVERSIDAD DE HUÁNUCO Resolución N° 018-2020-VRI-UDH 03JUL20 y modificatoria R. N° 046-2020-VRI-UDH, 19OCT20

CONSTANCIA DE ORIGINALIDAD

Yo, **Eddie Misael Samaniego Pimentel**, asesor(a) del Programa Académico de **Marketing y Negocios Internacionales** y designado(a) mediante documento: Resolución N° 1422-2010-D-FCEMP-PATHG-UDH del estudiante(s) **Salinas Nuñez, Gherson Alejandro**, de la investigación titulada: **“IDENTIDAD CULTURAL HUANUQUEÑA Y EL DESARROLLO TURÍSTICO EN EL DEPARTAMENTO DE HUÁNUCO, 2021”**.

Puedo constar que la misma tiene un índice de similitud del **21 %** verificable en el reporte final del análisis de originalidad mediante el Software Turnitin.

Por lo que concluyo que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio y cumple con todas las normas de la Universidad de Huánuco.

Se expide la presente, a solicitud del interesado para los fines que estime conveniente.

Huánuco, 26 de noviembre de 2022

Samaniego Pimentel, Eddie Misael

DNI: 46554205

Código ORCID: 0000-0001-7232-4248

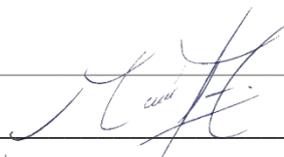
"IDENTIDAD CULTURAL HUANOQUEÑA Y EL DESARROLLO TURÍSTICO EN EL DEPARTAMENTO DE HUÁNUCO, 2021"

ORIGINALITY REPORT

21 %	20 %	1 %	8 %
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	repositorio.uta.edu.ec Internet Source	5 %
2	repositorio.unfv.edu.pe Internet Source	2 %
3	repositorio.uss.edu.pe Internet Source	1 %
4	Submitted to Universidad Cesar Vallejo Student Paper	1 %
5	repositorio.unheval.edu.pe Internet Source	1 %
6	Submitted to Universidad de Huanuco Student Paper	1 %
7	Submitted to upec Student Paper	1 %
8	distancia.udh.edu.pe Internet Source	1 %
9	diariocorreo.pe Internet Source	1 %



Samaniego Pimentel, Eddie Misael

DNI: 46554205

Código ORCID: 0000-0001-7232-4248

DEDICATORIA

A Dios por darme la vida, a mis padres por su gran amor y apoyo incondicional que me brindan cada día para seguir adelante y formarme profesionalmente.

AGRADECIMIENTO

Gracias a mi alma mater, Universidad de Huánuco, especialmente al programa académico de Turismo, Hotelería y Gastronomía, por ser parte de mi crecimiento profesional.

Para todos los docentes que comparten sus conocimientos. También para el asesor Magister Eddie Maisel, Samaniego Pimentel que hizo posible para llevar a cabo esta investigación con perseverancia y motivación.

Igualmente, a todos mis compañeros de todos los niveles académicos por contribuir significativamente a mi deseo de desarrollo profesional a través de su compañerismo, amistad y apoyo moral.

Asimismo, a la población del departamento de Huánuco, por brindarme todo el apoyo y facilidades en la obtención de información para el desarrollo del presente trabajo.

ÍNDICE

DEDICATORIA	II
AGRADECIMIENTO	III
ÍNDICE.....	IV
ÍNDICE DE TABLAS	VI
INDICE DE GRÁFICOS	VIII
RESUMEN.....	X
ABSTRACT.....	XI
INTRODUCCIÓN	XII
CAPÍTULO I.....	14
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	14
1.1. DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA.....	14
1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	16
1.2.1. PROBLEMA GENERAL.....	16
1.2.2. PROBLEMAS ESPECÍFICOS	16
1.3. OBJETIVOS	16
1.3.1. OBJETIVO GENERAL.....	16
1.3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	16
1.4. JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN.....	17
1.4.1. JUSTIFICACIÓN TEÓRICA.....	17
1.4.2. JUSTIFICACIÓN PRÁCTICA.....	17
1.4.3. JUSTIFICACIÓN METODOLÓGICA	17
1.5. LIMITACIONES DE LA INVESTIGACIÓN.....	17
1.6. VIABILIDAD DE LA INVESTIGACIÓN	18
CAPÍTULO II.....	19
MARCO TEÓRICO	19
2.1 ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN.....	19
2.1.1. ANTECEDENTES INTERNACIONALES.....	19
2.1.2. ANTECEDENTES NACIONALES.....	20
2.1.3. ANTECEDENTES LOCALES	22
2.2. BASES TEÓRICAS.....	24
2.2.1. IDENTIDAD	24

2.2.2. EL TURISMO.....	32
2.3. DEFINICIÓN DE TÉRMINOS.....	39
2.4. HIPÓTESIS	40
2.4.1. HIPÓTESIS GENERAL.....	40
2.4.2. HIPÓTESIS ESPECIFICAS	40
2.5. SISTEMA DE VARIABLES.....	40
2.5.1. VARIABLE X.....	40
2.5.2. VARIABLE Y.....	40
2.6. OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES	41
CAPÍTULO III.....	43
METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.....	43
3.1. TIPO DE INVESTIGACIÓN	43
3.1.1. ENFOQUE	43
3.1.2. ALCANCE O NIVEL.....	43
3.1.3. DISEÑO	43
3.2. POBLACIÓN Y MUESTRA	44
3.2.1. POBLACIÓN.....	44
3.2.2. MUESTRA	45
3.3. TÉCNICAS E INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS	46
3.3.1. TÉCNICAS PARA EL PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN	47
CAPÍTULO IV.....	48
RESULTADOS.....	48
4.1. PROCESAMIENTO DE DATOS	48
4.2. CONTRASTACIÓN DE HIPÓTESIS	72
4.2.1. CONTRATACIÓN DE HIPÓTESIS GENERAL.....	72
4.2.2. CONTRATACIÓN DE HIPÓTESIS ESPECÍFICAS	73
CAPÍTULO V.....	77
DISCUSIÓN DE RESULTADOS.....	77
CONCLUSIONES	79
RECOMENDACIONES.....	80
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	81
ANEXOS.....	86

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Población	45
Tabla 2 Muestreo aleatorio estratificado por provincias.....	46
Tabla 3 Técnicas e Instrumentos	46
Tabla 4 ¿Alguna vez usted ha leído la historia de la danza de los Negritos de Huánuco?	48
Tabla 5 ¿Alguna vez usted ha bailado o participado de la danza de los Negritos de Huánuco?.....	49
Tabla 6 ¿Usted participa cada año de las actividades tradicionales del Carnaval Huanuqueño?	50
Tabla 7 ¿Usted recomendaría a los turistas participar de las actividades tradicionales del Carnaval Huanuqueño?	51
Tabla 8 ¿Usted se siente orgulloso de haber nacido en Huánuco?	52
Tabla 9 ¿Usted asiste anualmente a las actividades que se realizan por el aniversario de Huánuco?	53
Tabla 10 ¿Usted ha visitado Huánuco Pampa para la Fiesta del Sol?	54
Tabla 11 ¿Considera usted que la Fiesta del Sol es la actividad cultural más grande e importante de Huánuco?.....	55
Tabla 12 ¿Usted conoce o ha estudiado la historia de la fundación española de Huánuco?.....	56
Tabla 13 ¿Se siente identificado con los personajes ilustres de Huánuco? .	57
Tabla 14 ¿Usted se siente orgulloso(a) que la zarzuela peruana El Cóndor Pasa sea reconocida universalmente?	58
Tabla 15 ¿Usted participa de las ferias gastronómicas que se organizan en el departamento Huánuco?	59
Tabla 16 ¿Usted conoce todos los platos típicos del departamento de Huánuco?	60
Tabla 17 ¿Considera usted que los platos típicos de Huánuco están a la altura de la mejor gastronomía peruana?	61
Tabla 18 ¿Consideras que el turismo es generador de ingresos para el gobierno local?.....	62
Tabla 19 ¿Considera que el turismo en el departamento de Huánuco es fuente generadora de empleos?	63

Tabla 20 ¿Consideras que la población joven del departamento de Huánuco, tiene un nivel de empleo alto?	64
Tabla 21 ¿Se ejecutan proyectos del desarrollo turístico por parte del gobierno local?	65
Tabla 22 ¿Se han generado la creación de nuevas empresas a raíz del turismo en el departamento de Huánuco?.....	66
Tabla 23 ¿El desarrollo de la actividad turística aumenta el nivel de educación en la población?	67
Tabla 24 ¿Consideras que el incremento de la calidad de vida de la población está sujeto al aspecto turístico?	68
Tabla 25 ¿La población se encuentra involucrada en las actividades turísticas del departamento de Huánuco?	69
Tabla 26 ¿Consideras que el desarrollo del turismo permite que la población pueda tener una mejor alimentación?	70
Tabla 27 ¿Consideras que existe un alto índice de desarrollo humano en la población huanuqueña producto al desarrollo del turismo?	71
Tabla 28 Niveles de correlación de Pearson.....	72
Tabla 29 Identidad cultural huanuqueña / desarrollo turístico.....	72
Tabla 30 Costumbres / desarrollo turístico	73
Tabla 31 Tradiciones huanuqueñas / desarrollo turístico.....	74
Tabla 32 Historia / desarrollo turístico **. La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).....	75
Tabla 33 Gastronomía / desarrollo turístico **. La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).....	76

INDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1 Subordinación conceptual	29
Gráfico 2 Subordinación conceptual	36
Gráfico 3 Diseño	44
Gráfico 4 ¿Alguna vez usted ha leído la historia de la danza de los Negritos de Huánuco?.....	48
Gráfico 5 ¿Alguna vez usted ha bailado o participado de la danza de los Negritos de Huánuco?	49
Gráfico 6 ¿Usted participa cada año de las actividades tradicionales del Carnaval Huanuqueño?	50
Gráfico 7 ¿Usted recomendaría a los turistas participar de las actividades tradicionales del Carnaval Huanuqueño?	51
Gráfico 8 ¿Usted se siente orgulloso de haber nacido en Huánuco?	52
Gráfico 9 ¿Usted asiste anualmente a las actividades que se realizan por el aniversario de Huánuco?	53
Gráfico 10 ¿Usted ha visitado Huánuco Pampa para la Fiesta del Sol?.....	54
Gráfico 11 ¿Considera usted que la Fiesta del Sol es la actividad cultural más grande e importante de Huánuco?.....	55
Gráfico 12 ¿Usted conoce o ha estudiado la historia de la fundación española de Huánuco?.....	56
Gráfico 13 ¿Se siente identificado con los personajes ilustres de Huánuco?	57
Gráfico 14 ¿Usted se siente orgulloso(a) que la zarzuela peruana El Cóndor Pasa sea reconocida universalmente?	58
Gráfico 15 ¿Usted participa de las ferias gastronómicas que se organizan en el departamento Huánuco?.....	59
Gráfico 16 ¿Usted conoce todos los platos típicos del departamento de Huánuco?	60
Gráfico 17 ¿Considera usted que los platos típicos de Huánuco están a la altura de la mejor gastronomía peruana?	61
Gráfico 18 ¿Consideras que el turismo es generador de ingresos para el gobierno local?.....	62

Gráfico 19 ¿Considera que el turismo en el departamento de Huánuco es fuente generadora de empleos?	63
Gráfico 20 ¿Consideras que la población joven del departamento de Huánuco, tiene un nivel de empleo alto?	64
Gráfico 21 ¿Se ejecutan proyectos del desarrollo turístico por parte del gobierno local?.....	65
Gráfico 22 ¿Se han generado la creación de nuevas empresas a raíz del turismo en el departamento de Huánuco?	66
Gráfico 23 ¿El desarrollo de la actividad turística aumenta el nivel de educación en la población?	67
Gráfico 24 ¿Consideras que el incremento de la calidad de vida de la población está sujeto al aspecto turístico?	68
Gráfico 25 ¿La población se encuentra involucrada en las actividades turísticas del departamento de Huánuco?	69
Gráfico 26 ¿Consideras que el desarrollo del turismo permite que la población pueda tener una mejor alimentación?	70
Gráfico 27 ¿Consideras que existe un alto índice de desarrollo humano en la población huanuqueña producto al desarrollo del turismo?.....	71

RESUMEN

Es presente estudio de investigación tuvo como objetivo general el poder determinar cómo la identidad cultural huanuqueña se relaciona con el desarrollo turístico en el departamento de Huánuco, 2021. Utilizo una metodología de carácter básico, enfoque cuantitativo, de nivel descriptivo-correlacional, diseño no experimental. La variable dependiente es el desarrollo turístico y como variable independiente tenemos la identidad cultural huanuqueña; la población estuvo conformada por 65 555 habitantes entre 20 y 24 años de edad, y, la muestra fue de 382 habitantes del departamento de Huánuco.

La técnica que se utilizó fue la encuesta y como instrumento el cuestionario que estuvieron dirigidas a los habitantes del departamento de Huánuco con el fin de recopilar datos e información referente a la identidad cultural y el desarrollo turístico.

Se concluyó que existe una relación entre la identidad cultural huanuqueña y el desarrollo turístico en el departamento de Huánuco, esta relación se da de manera muy alta, es decir, que a un aumento y conservación de la identidad cultural huanuqueña existirá un prolongado y correcto desarrollo turístico en el departamento de Huánuco.

Palabra clave: Identidad, cultura, desarrollo, costumbres, turístico.

ABSTRACT

The general objective of this research study was to be able to determine how the Huánuco cultural identity is related to tourism development in the department of Huánuco, 2021. I use a basic methodology, quantitative approach, descriptive-correlational level, non-experimental design . The dependent variable is tourism development and as an independent variable we have the Huánuco cultural identity; the population was made up of 65,555 inhabitants between 20 and 24 years of age, and the sample was 382 inhabitants of the department of Huánuco.

The technique that was used was the survey and as an instrument the questionnaire that was directed to the inhabitants of the department of Huánuco in order to collect data and information regarding cultural identity and tourism development.

It was concluded that there is a relationship between the cultural identity of Huánuco and tourism development in the department of Huánuco, this relationship is very high, that is, that an increase and conservation of the cultural identity of Huánuco will have a prolonged and correct development. tourism in the department of Huánuco.

Key word: Identity, culture, customs, development, tourism.

INTRODUCCIÓN

En la investigación titulada: “Identidad cultural huanuqueña y el desarrollo turístico en el departamento de Huánuco, 2021”, la falta de trasmisión y pérdida de conocimientos referentes a la cultura, costumbres y gastronomía, entre otros, puede traer consigo la pérdida de la identidad cultural de una ciudad, es correcto decir que una parte de los ciudadanos son migrantes, y por tal motivo, no se encuentran familiarizados con las costumbres y tradiciones locales. De continuar esta problemática, y no prestarle la debida atención, nuestras tradiciones, nuestra cultura, nuestras costumbres, nuestra gastronomía e identidad pasarán al olvido; y, por ende, el desarrollo turístico no tendrá relevancia. Dicho de otra forma, la población no les dará valor a los recursos naturales, históricos y/o arquitectónicos que debería conservar y preservar.

El propósito del presente estudio fue darle una respuesta de solución al problema general ¿De qué manera la identidad cultural huanuqueña se relaciona con el desarrollo turístico en el departamento de Huánuco, 2021?, es por ello se lograron aplicar los instrumentos referentes a las variables. Se utilizo una metodología de carácter básico donde nos permitió adquirir información para así ser contrastadas en la bibliografía.

La investigación se presenta en 4 capítulos principales:

En el capítulo I, se ahondó el problema se detalla en la descripción de la problemática, además se halla el problema general y específicos; como también el objetivo general y los específicos, así mismo la limitación y justificación.

En el capítulo II, encontramos el marco teórico a través de los antecedentes que estudian las variables, internacional, nacional y local, además las bases teóricas que sirvieron de soporte para nuestra investigación, las definiciones conceptuales y las variables de estudio y su operacionalización.

En el capítulo III, la metodología de la investigación, de carácter básico, con enfoque cuantitativo; de diseño no experimental. Como técnica se empleó la encuesta y como instrumento el cuestionario; la población de estudio estuvo conformada por 65 555 habitantes entre las edades de 20 y 24 años de edad y la muestra del presente estudio fue de 382 habitantes del departamento de Huánuco.

El capítulo IV, se encuentran las tablas y gráficos de los resultados de las encuestas y cuestionarios aplicados a la población, la discusión de resultados, conclusiones, recomendaciones, referencias bibliográficas y anexos; así como también la matriz de consistencia.

CAPÍTULO I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1. DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA

El turismo es visto en todo el mundo como una fuente de empleo que estimula el crecimiento económico de los países. Por lo tanto, muchos países consideran este sector un factor importante en su economía nacional.

En América Latina, este sector ha crecido en los últimos años, gracias a sus recursos culturales y naturales, la competitividad de la región ha aumentado y la calidad de los servicios ha mejorado con el tiempo. Si bien el desarrollo del turismo es el principal impulsor del desarrollo social y económico en cualquier país del mundo, es importante que todas las partes involucradas en el sector turístico trabajen juntas para beneficiar no solo a un grupo, sino a todos los residentes. Comunidades de acogida de acuerdo con los objetivos y direcciones del desarrollo sostenible. (Milla, 2019)

En el caso del Perú, podemos decir que somos ricos en diversidad geográfica, biológica y arqueológica. Es evidente en cada una de nuestras regiones, departamentos, provincias y ciudades que el turismo puede contribuir al desarrollo económico del país, generando nuevos empleos, conservando costumbres, reviviendo el patrimonio cultural y la identidad cultural, así como el cuidado del medio ambiente. Lamentablemente, algunos destinos turísticos son explotados o sobreexplotados por el turismo en el Perú, lo que afecta negativamente al ecosistema receptor. Aunque en otras provincias, distritos y ciudades con gran cantidad de recursos turísticos y población representativa, esta actividad es casi nula. (Malpartida y Peña, 2015)

Según Molano (2008), La cultura es un componente fundamental en el desarrollo de cualquier territorio que nos dice que muchas naciones de Europa y América Latina están implementando una revalorización de la cultura, la identidad y el patrimonio como centro de su desarrollo. Además de la población rural, esta práctica puede incentivar o motivar a personas

desinteresadas a realizar actividades económicas que pueden mejorar la calidad de vida.

Además, Molano (2008), afirma que es esencial el bien común, es decir, la participación en la vida política, social y empresarial y el reconocimiento de nuestros orígenes y modelos culturales para que la identidad cultural promueva el desarrollo regional. También entendemos que el carácter especial de las personas se refleja en su historia, costumbres, tradiciones, creencias y demás aspectos de su patrimonio construido a lo largo del tiempo. Este es el caso de Huánuco, donde el rico y diverso folklore se expresa en innumerables danzas, la más importante de las cuales es "La Danza de los Negritos", época colonial que todos los huanuqueños están identificados, año tras año aumenta la curiosidad de los turistas.

Otro evento que se celebra en Huánuco es el Día de la Identidad Cultural Huanuqueña, se conmemora la gesta libertaria de 1812, se lanzó el primer grito de liberación de Pillcomasicuna encabezado por Fray Marcos Durán Martel y Juan José Crespo. Donde aquel hecho histórico se busco, levantar la moral de las masas para lograr la primera realización de la independencia del Perú. (Luciano, 2019)

Hoy, 207 años después de la revolución de Huánuco, cientos de estudiantes de distintas instituciones educativas de la provincia, vestidos con atuendos de la época, escenifican un pasaje de este capítulo histórico cada 14 de septiembre en la Plaza de Armas de Huánuco. Lamentablemente, la falta de organización en el transporte público, la baja calidad en sus servicios, así como la venta de alimentos y bebidas informales, hace que cualquier evento cultural sea opacado.

Existen varias causas que podrían explicar la falta o poca identidad cultural en Huánuco; esto podría deberse principalmente a la falta de transmisión de conocimientos ancestrales de generación en generación, así como el desarraigo de los pobladores que por busca de mejores oportunidades abandonan el departamento y migran a otras ciudades. Incluso, se podría decir que una parte de los ciudadanos son migrantes y no se

encuentran familiarizados con nuestras costumbres y tradiciones. Si esta problemática continúa, no se dará atención adecuada al turista y por ende al desarrollo turístico. Dicho de otra forma, la población no le dará valor a los recursos naturales, históricos, arquitectónicos que debería conservar y preservar, contribuyendo de esta manera a dinamizar la economía regional.

A partir de los enunciados anteriores se formula las siguientes interrogantes para el desarrollo del trabajo de investigación.

1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

1.2.1. PROBLEMA GENERAL

¿De qué manera la identidad cultural huanuqueña se relaciona con el desarrollo turístico en el departamento de Huánuco, 2021?

1.2.2. PROBLEMAS ESPECÍFICOS

- ¿Cuál es la relación de las costumbres huanuqueñas y el desarrollo turístico en el departamento de Huánuco, 2021?
- ¿Cuál es la relación de las tradiciones huanuqueñas y el desarrollo turístico en el departamento de Huánuco, 2021?
- ¿Cuál es la relación de la historia huanuqueña y el desarrollo turístico en el departamento de Huánuco, 2021?
- ¿Cuál es la relación de la gastronomía huanuqueña y el desarrollo turístico en el departamento de Huánuco, 2021?

1.3. OBJETIVOS

1.3.1. OBJETIVO GENERAL

Determinar la relación de la identidad cultural huanuqueña y el desarrollo turístico en el departamento de Huánuco, 2021.

1.3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Determinar de qué manera las costumbres huanuqueñas se relaciona con el desarrollo turístico en el departamento de Huánuco, 2021.

- Determinar de qué manera las tradiciones huanuqueñas se relaciona con el desarrollo turístico en el departamento de Huánuco, 2021.
- Determinar de qué manera la historia huanuqueña se relaciona con el desarrollo turístico en el departamento de Huánuco, 2021.
- Determinar de qué manera la gastronomía huanuqueña se relaciona con el desarrollo turístico en el departamento de Huánuco, 2021.

1.4. JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

1.4.1. JUSTIFICACIÓN TEÓRICA

La investigación tuvo como propósito aportar al conocimiento existente sobre la identidad cultural y el desarrollo turístico del departamento de Huánuco, asimismo la investigación que se llevó a cabo fue de gran relevancia por las variables de estudio, ya que permitió al investigador contrastar los diversos conceptos con los instrumentos de investigación ejecutados.

1.4.2. JUSTIFICACIÓN PRÁCTICA

La investigación tuvo como objetivo general determinar la relación que existe entre las dos variables la identidad cultural huanuqueña y el desarrollo turístico en el departamento de Huánuco, por tanto, a través de los resultados se permitió desarrollar estrategias de intervención con la finalidad de orientar su gestión partir de las variables de estudio antes mencionadas.

1.4.3. JUSTIFICACIÓN METODOLÓGICA

El presente trabajo se basa en describir la relación de las variables, además servirá como referencia de futuros trabajos de investigación de carácter similar.

1.5. LIMITACIONES DE LA INVESTIGACIÓN

La mayor limitación la situación nacional e internacional del país con respecto al virus Covid-19, que complicó el proceso de recojo de información,

pero sin embargo, se cumplió con todas las medidas establecidas por el gobierno central a fin de evitar la propagación del virus, por otro lado, la segunda limitación fue la del tiempo, debido a que el investigador dividió su tiempo entre sus responsabilidades diarias para llevar a cabo con trabajo de investigación.

1.6. VIABILIDAD DE LA INVESTIGACIÓN

La investigación fue viable ya que pudo utilizar el juicio y la crítica para abordar y resolver el problema. Tienen el conocimiento para realizar investigaciones y procesar ideas. Además, se facilitaron los recursos humanos, materiales y económicos necesarios para la realización de la investigación

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1 ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN

2.1.1. ANTECEDENTES INTERNACIONALES

Huezo (2019), en su tesis titulada: *Tradiciones y Costumbres del Municipio de mexicanos, un enfoque etnográfico*, en la Universidad Tecnológica de El Salvador, El salvador. Concluye:

Las tradiciones y las costumbres del municipio de mexicanos impactan en su acervo cultural identitario local, tanto a nivel individual como colectivo. La memoria histórica reciente en mexicanos genera sentido de pertenencia e inclusión, así como de exclusión entre sus habitantes; se deben de realizar más esfuerzos para proponer las verdades históricas. En el contexto cultural de mexicanos se cuenta con una variedad de personajes históricos importantes a nivel local que enaltecen o llenan de orgullo al mexicalense.

El apropiamiento de la yuca de mexicanos tampoco escapa al desarrollo. Por tanto, el municipio de mexicanos tiene una tradición y práctica histórica con respecto al arte culinario expresado en plazas de puestos de mercados y parques donde sus habitantes y foráneos degustan de los distintos platillos elaborados a base de la yuca. El municipio de mexicanos es parte de la dinámica cambiante global expresado en las practicas artístico culturales en donde la niñez y adolescencia proponen día a día nuevas expresiones de bailes, las formas de vestir, la forma de hablar y hasta en las formas de cómo se organizan en función de sus necesidades. En cuanto a su historia a través de la oralidad, las leyendas que aún se mantienen vigentes siguen siendo las de conocimiento popular como: la siguanaba y la mujer de blanco.

Moreno et al (2018), en su tesis titulada: *Identidad patrimonial e implicación local en el desarrollo turístico sobre la ciudad de Lorca*, en la Universidad de Murcia, España. Concluye:

La primera parte de esta encuesta conjunta es una visión general de las fuentes secundarias de gobernanza y políticas turísticas; Posteriormente, se evalúa el estado actual del parque turístico mediante monitoreo; al final, se realizan 130 entrevistas a los habitantes de Lorca (técnicos, feligreses, comerciantes, etc). Los resultados concluyeron que la identidad es fundamento clave para el desarrollo del turismo, la población tiene una fuerte identidad patrimonial, además se sienten familiarizados y muestran un alto nivel de participación en el turismo.

Moral y Orgaz (2017), en su artículo científico titulado: *Turismo y desarrollo sostenible: conceptualización, evolución y principios*, en la Revista sobre Turismo y Desarrollo local sostenible, España. Concluye:

Se centra en los principios del desarrollo sostenible para reducir el impacto negativo del turismo, como el respeto de la autenticidad social y cultural de la comunidad de acogida, el uso óptimo de los recursos ambientales y la viabilidad económica a largo plazo en beneficio de los países participantes. Por último, subrayan la necesidad de lograr un desarrollo sostenible sin degradación ni agotamiento de los recursos, ya que estos son los elementos que hacen posible el turismo y que el desarrollo sostenible debe lograrse mediante la eficacia en función de los costos, la justicia social y la protección del medio ambiente a fin de gestionar adecuadamente los aspectos sociales, ambientales y económicos.

2.1.2. ANTECEDENTES NACIONALES

Coral (2019), en su tesis titulada: *Evaluación de la Cultura Turística para desarrollar el turismo en el Centro Poblado de Sipán del distrito de Zaña*, en la Universidad Señor de Sipán, Pimentel, Concluye:

El centro poblado de Sipán manifiesta que no ven al turismo como una forma de alternativa para la mejorar su calidad de vida, más bien consideran como una actividad complementaria, la agricultura y a los diversos trabajos son dadas como prioridad, asimismo la falta de una cultura turística, por lo cual se evidencia en los escasos del conocimiento

de sus costumbres y tradiciones, el bajo valor de su patrimonio cultural y una limitada voluntad para desarrollar el turismo en la provincia. Posteriormente se observa que carece de una planta e infraestructura turística apropiada para ser visitada por las personas.

Milla (2018), en su tesis titulada: Identidad Cultural y Conciencia Turística en la población de la ciudad de Canta, en la Universidad San Martín de Porres, Lima, Concluye:

Con respecto al objetivo general la identidad cultural se relaciona significativamente en la conciencia turística, es decir la mayor parte de los habitantes de la ciudad de Canta se identifican con su patrimonio natural y cultural; además comprenden la importancia del turismo en su desarrollo y manifestando sus conocimientos, hospitalidad y buen comportamiento a los visitantes. En base al primer objetivo entorno geográfico se relaciona de manera positiva en la conciencia turística, es decir los habitantes valorar su ambiente y recurso natural, por el cual están influenciado por la actividad económica, la agricultura y ganadería esto se refleja en la actualidad la población se dedica a la ganadería y aprovechan la llegada de los visitantes para brindar sus productos como el yogurt, nata, leche, queso, etc. En base al segundo objetivo el elemento histórico se relaciona de manera positiva en la conciencia turística; es decir los habitantes demuestran sus conocimientos acerca de su historia, también reconocen su patrimonio cultural. En base al elemento simbólico se relaciona de manera positiva en la conciencia turística; es decir la gran mayoría de los habitantes acuden a las fiestas religiosas donde demuestran su sentimiento profundo de veneración religiosa, También como los centros formativos con eventos culturales en los estudiantes participan. Además, como en Canta, hay festivales tradicionales o folclóricos donde lugareños y turistas muestran sus bailes, estos resultados coinciden mostrados en tabla 31, en el cual se manifiestan que las tradiciones huanuqueñas se relacionan directamente con el desarrollo turístico en el departamento de Huánuco, esta relación se da de manera alta, es decir que preservando las tradiciones huanuqueñas tales como las actividades referentes al aniversario de Huánuco y la festividad del sol.

Arana (2018), en su tesis titulada: Propuesta de plan de desarrollo turístico orientado a incentivar el turismo en el centro poblado de Otuzco-distrito de Baños del Inca-prov. Cajamarca 2018, en la Universidad César Vallejo, Chiclayo, Concluye:

El municipio no otorga ninguna importancia a la preservación y distribución de los centros turísticos como lo demuestran los resultados del estudio con el 69.8% donde manifiestan la falta información de los centros turísticos como son el módulo, folleto cartel entre otras. También se encuentra que el 83% consideran que no existe entidad, materiales publicitarios que se incentive y se promoció el turismo en Otuzco. Asimismo, no existe ningún producto turístico a la venta en el país. En el exterior, por el escaso interés de los turistas, problemas de acogida visitantes, información de seguridad engañosa, falta de acceso. Sorprendentemente, la mayoría de ellos están en malas condiciones.

2.1.3. ANTECEDENTES LOCALES

Leonardo (2017), en su tesis titulada: La gestión turística municipal y el desarrollo turístico del distrito de Huánuco - 2017, en la Universidad de Huánuco, Huánuco, Concluye:

Se identificó que existe una relación significativa entre ambas variables desde el punto de vista de los turistas el 36.7%, asimismo en los cuadros el 41,7% manifestaron como regular. Con respecto al objetivo específico 1, se identificó que el turismo Sostenible influye de manera significativa en el desarrollo Turístico, con un porcentaje de 30%, es decir que el turista aprecia el servicio brindado (regular), asimismo en cuanto a la infraestructura se sienten insatisfechos. Asimismo, con el objetivo específico 2, se identificó que la regulación se relaciona significativamente en el desarrollo turismo, es decir los turistas manifestaron que los servicios que ofrecen son inestables, pues lo califican como regular.

Huamán (2016), en su tesis titulada: El Conocimiento del Proceso Histórico Peruano y el Nivel de Identidad Cultural en los ingresantes de

la Facultad de Ciencias de la Educación – UNHEVAL, en la Universidad Nacional Hermilio Valdizán, Huánuco, Concluye:

Gracias al resultado de la prueba de conocimientos del proceso histórico en Perú, se encontró que 36% de los estudiantes de la Facultad de Educación recibieron calificaciones de 11 a 13 años, que están en el nivel de formación de acuerdo con la escala de calificación DCN. Además, cuando se trata del grado de identidad cultural, la prueba mostró que el 90% los estudiantes del Departamento de Educación recibieron calificaciones entre las edades de 00 y 10 años, que inicialmente estaban en el nivel de posgrado de acuerdo con la escala de calificación DNCN. Por otro lado, se afirma que existe una fuerte relación ($r = 0,70$) entre el conocimiento del proceso histórico peruano y la identidad cultural entre los estudiantes de la Facultad de Educación, esto significa que el 49% de los valores obtenidos en la variable independiente determinan los valores de rendimiento de la variable dependiente.

Bravo et al (2016), en su tesis titulada: Los programas televisivos de carácter folklórico y el fortalecimiento de la Identidad Cultural en estudiantes de la Institución Educativa "Marcos Durán Martel, en la Universidad Nacional Hermilio Valdizán, Huánuco, Concluye:

Se observó que existe una relación muy importante entre los programas de televisión populares y la promoción de la identidad cultural como parte del modelo básico entre los estudiantes del 2do año "B" de la institución educativa Marcos Duran Martel. Del mismo modo, la identidad cultural de los estudiantes de la institución educativa "Marcos Duran" consiste en programas de televisión de carácter folclórico, ya que sus padres son inmigrantes que llegaron a estos países con sus costumbres y tradiciones, lo que también significa que los estudiantes heredan parte del folclore de sus padres. Por otro lado, la identidad cultural se desarrolla a partir de motivos externos, la comprensión como motivación externa para los medios televisivos, en nuestro caso la televisión, los programas de difusión del folclore nacional, incide en el desarrollo de la identidad cultural entre los estudiantes. Por último, se ha demostrado que existe

una gran relación entre los programas de televisión populares y la promoción de la identidad cultural, en el contexto de una perspectiva constructiva, con los estudiantes de segundo año de Marcos Duran Martel "B" - Amarilis, 2014.

2.2. BASES TEÓRICAS

2.2.1. IDENTIDAD

El término identidad proviene de la palabra latín *identitas*, que hace referencia a un conjunto de características que distinguen a una persona o grupo de personas de los demás. Esto dependerá de su cosmovisión, historia y contexto en el que viven. (Raffino. 2019)

Para Tajfel (1981): "La identidad es también un sistema de símbolos y valores que nos permite encontrar diferentes situaciones en la vida cotidiana. Actúa como un filtro que te ayuda a descifrarlos y entenderlos para que funcionen después. Esto explica por qué es más probable que una persona responda definitivamente con sus valores, la forma de pensar, sentir y trabajar en tal situación".

Por otro lado, De la Torre (2007), plantea la siguiente definición de identidad personal y colectiva: "Cuando hablamos de la identidad de un individuo o de un colectivo, nos referimos a los procesos que nos hacen aceptar que en algún momento y en un contexto determinado este sujeto es consciente de sí mismo y que esta conciencia de sí mismo se expresa (con un desarrollo más o menos complicado) descubriendo algunas categorías, desarrollando un sentido de pertenencia, mira de cerca y demuestra la continuidad de tu narrativa a través de transformaciones y cambios. [...] ... La identidad es la conciencia de igualdad, ya sea individual o grupal. Cuando hablamos de identidad personal, aunque hablemos filosóficamente de igualdad en la vida, nos centramos en los demás. En el caso de la identidad colectiva, la discriminación contra los "otros" significativos también es necesaria, pero enfatiza la similitud entre quienes comparten el mismo espacio social y psicológico.

La identidad es la comprensión que una persona tiene de sí misma y de lo que la diferencia de los demás. Muchos de los rasgos que componen la identidad son hereditarios o innatos, pero el entorno influye mucho en los rasgos de cada sujeto. Entonces, el concepto de identidad en este sentido se refiere a algo dentro de uno mismo, una realidad interna que puede estar oculta detrás de situaciones y acciones que no tienen nada que ver con personas reales. "Siento que he perdido mi identidad". (Reyes, 2017)

2.2.1.1. TIPOS DE IDENTIDAD

a. Identidad Personal

Básicamente indica el nombre y apellido recibido de cada persona. Te hace destacar entre la multitud. A medida que la tecnología ha avanzado y la población mundial ha aumentado drásticamente, se han introducido nuevas funciones para distinguir a una persona de otra, como las huellas dactilares y el ADN.

La identidad personal también puede referirse a cuestiones culturales como la ocupación, la capacidad, la raza, la religión, la actividad profesional o personal, los gustos o los comportamientos. (Raffino, 2019)

b. Identidad Cultural

Este término incluye todo aquello que está relacionado con las creencias, tradiciones, símbolos, comportamientos, valores y orgullo de los miembros de un grupo particular de personas que crean un sentido de pertenencia.

Este sentimiento ayuda a que las personas tengan algo en común a pesar de sus diferencias. Asimismo, se define como un grupo diferente a los demás, es decir que un grupo se puede identificar específicamente porque existen diferencias claras y distintas que confirman la existencia de grupos diferentes. (Raffino, 2019)

c. Identidad Nacional

Por otro lado, es la identidad nacional la que une a los individuos a la nación a la que pertenecen. Esto puede deberse a compartir ciertas costumbres, tradiciones, religiones, creencias o comportamientos; la misma área o tienes un sentido de pertenencia.

Por supuesto, este concepto se opone a la globalización, que promueve la plena integración de los estados o la dominación de una región sobre otra, lo que llevaría a la imposición de las características de un grupo a toda la población del mundo. (Raffino, 2019)

d. Identidad de Género

En los últimos años, la identidad de género ha llegado a ser entendida como el tipo con el que una persona puede identificarse. También se puede usar para referirse al género asignado a una persona en función de los rasgos relacionados con el género que pueden incorporarse en la vestimenta, el comportamiento, la apariencia, etc.

Por lo tanto, el sentido de femineidad o masculinidad de una persona no se corresponde necesariamente con sus genitales. El término identidad de género generalmente se asocia con identidad de sexual, aunque algunas personas también notan diferencias entre los dos. (Raffino, 2019)

2.2.1.2. CULTURA

“Proviene del término latino *cultus* y aunque inicialmente hacía referencia a la actividad agrícola, ahora entendemos como el *cultivo* del *espíritu* humano, de las facultades intelectuales del hombre, y su definición ha cambiado a lo largo de la historia”. (García, 2011)

La cultura es el conjunto de significados compartidos, expectativas y obligaciones de un grupo social que facilita, organiza, restringe y mejora los intercambios sociales y las producciones materiales y simbólicas. y logros individuales y colectivos en términos de espacio y tiempo. (Perez, 1998)

Finkelkraut (1990): “Es el conjunto de conocimientos y valores que no es objeto de ninguna enseñanza específica y que, sin embargo, todos los miembros de una comunidad conocen”. asimismo, la cultura es el conjunto de conocimientos, creencias, artes, leyes, principios, costumbres y todas las habilidades y hábitos que adquiere una persona como miembro de una sociedad.

2.2.1.3. IDENTIDAD CULTURAL

La identidad es el conjunto de elementos que nos permiten identificar, describir y presentar las similitudes que nos distinguen de otras naciones, mientras que cuando hablamos de cultura nos referimos a los elementos físicos y espirituales que ponen en peligro la lógica, el conocimiento, las creencias y el arte, leyes, costumbres, etc. La cultura es una experiencia socialmente organizada, reconocida o percibida de un grupo de personas, consciente o inconscientemente. (Huisa et al., 2009)

Desde un punto de vista objetivo, están conectados a través de costumbres, tradiciones y valores. Creencias, estilo de vida, formas de razonar y actuar, así como también la forma de vivir y estar en su ciudad. En otras palabras, su dimensión es la antropología.

- a. Bajo la perspectiva personal, es un sentido de pertenencia a una sociedad en la que todos se sienten representados en su propia historia. En otras palabras, las consecuencias.
- b. Desde fuera, es la esencia de la cultura, el principio dinámico de una persona o grupo, según su pasado, que promueve sus acciones según sus capacidades y recibe ayuda externa cuando es necesario, que es un proceso continuo.
- c. En la comunidad, esto corresponde al sentido general de los miembros de la comunidad de reconocerse en la cultura y su deseo de pertenecer a sus raíces. (Tremblay, 2003)

Las identidades culturales e históricas son lo mismo, es decir, nacen en un contexto socioeconómico e histórico, se fusionan, desarrollan e incluso desaparecen directamente con las características y transformaciones de la sociedad en la que se emiten y en la que se ubican. . . El término identidad cultural se refiere no solo a grupos, sino también a la identidad latinoamericana y aspectos importantes de la creatividad cultural y social, como la literatura moderna o rural. (Biagini, 2008)

Características de la Identidad Cultural:

Costumbre: “Es un uso que se basa en la rutina. Toda costumbre, en efecto, tiende a prevalecer ciertos comportamientos (legitimados por un pasado normalmente inmemorial) que sin embargo no adquiere nunca un carácter obligatorio (por ejemplo: costumbres indumentarias, culinarias funerarias, etc.)”. (Bonte & Izard, 2003)

Creencia: “aplicado en particular a la experiencia religiosa, evoca como mínimo un estado de tensión permanente entre la duda y la fe, la manera de creer durante mucho tiempo atribuida sin más a las sociedades llamadas primitivas. Las creencias tendrían aspecto de dogma o de la idea recibida”. (bonte & izard, 2003)

Tradición: “proceso-situación de naturaleza social en la que los elementos del patrimonio cultural se transmiten de una generación a otra por medio de contactos de continuidad”. (medrano, 2001)

Expresiones culturales:

“Son las expresiones resultantes de la creatividad de las personas, grupos y sociedades que poseen un contenido cultural”. (Pérez & Yábar, 2010)

“La cultura tradicional y popular en cuanto expresión cultural debe ser salvaguardada por y para el grupo (familiar, profesional, nacional, regional, religioso, étnico, etc.) cuya identidad expresa”. (García, 2011)

Conocimiento:

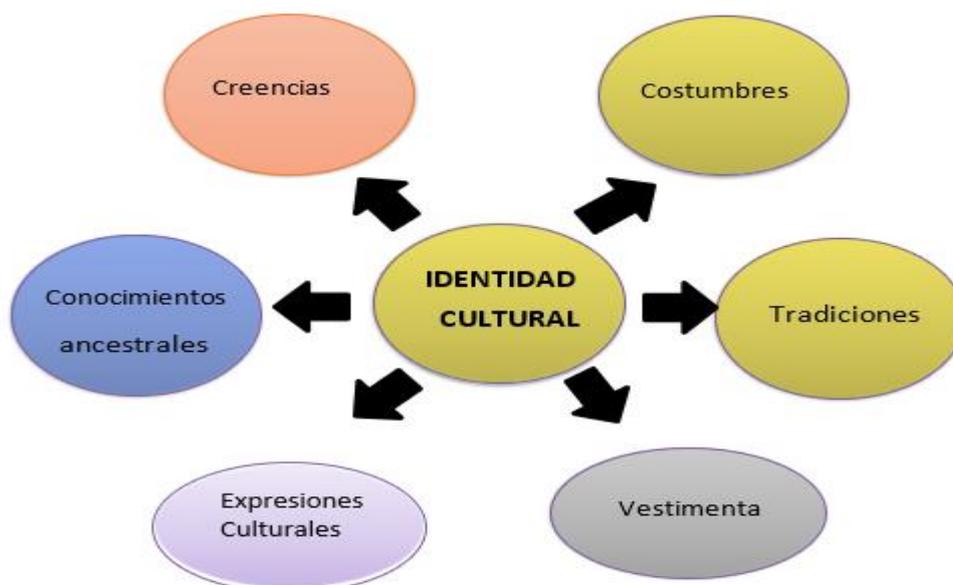
“Se refiere a un hecho o situación expresados por una proposición. En castellano esa forma de conocimiento se traduciría por saber”. (Volloro, 2008)

“Para que haya conocimiento verdadero tiene que haber una estructuración lógica de la realidad sobre la que se pretende influir. Sólo puede hablarse de que pueden alcanzar el conocimiento aquellos individuos que estén necesitados de influir”. (Belohlavek, 2005).

Vestimenta:

“Según los estudios realizados por antropólogos, sociólogos y semiólogos, parecería que además de las funciones de abrigo y de cubrirse por pudor, la vestimenta era un adorno, la cual se relaciona directamente como algo simbólico”. (Veneziani, 2007)

Gráfico 1
Subordinación conceptual



2.2.1.4. TEORÍA DE IDENTIDAD CULTURAL

García y Baeza (1996). En este modelo, la identidad cultural de un grupo social se considera de acuerdo con las directrices contenidas de la siguiente manera: Es un principio sociopsicológico de diferenciación e identificación con un grupo culturalmente definido, para producir respuestas y valores en un contexto histórico específico como heredero, portador, activista y creador de cultura.

Bourdieu (1971), considera la cultura examinando la producción y posesión de bienes tangibles e intangibles por parte de las clases sociales y el aspecto simbólico de su consumo, que las clases dominantes recrean, pero legitiman en su vida económica. Desde un punto de vista cultural, las sugerencias del autor sobre los aspectos intelectuales como fortalezas de nuestra sociedad serán muy relevantes para este trabajo.

Bengoa (2004), muestra que hay tres niveles de comprensión de la identidad y que el primer nivel es un texto profundo que se expresa en la vida cotidiana, en el idioma original y en su forma original. Seguido, el discurso comunal mítico, es decir un texto ritual. Tercero, metadiscurso, es un texto complejo de la conciencia que conecta diferentes recuerdos, se comunica con otros y relaciona las diferentes acciones a realizar.

Teoría de la identidad y política cultural en el Perú

Se entiende la identidad cultural como dinámica y en evolución en el tiempo y los valores culturales que surgen de las necesidades de los diferentes grupos sociales. Interactuar con compañeros, intereses, preferencias y otros es un proceso de autodeterminación y autoconfianza que toma en cuenta el pasado, el presente y el futuro. (Grimaldo, 2006).

La identidad cultural, por lo tanto, es el proceso por el cual los individuos que comparten la misma cultura comienzan a definirse, a

evaluarse como miembros plenos, a desarrollarse de acuerdo con criterios culturales específicos y a incorporar también el concepto que poseen otras culturas. Cabe señalar que la identidad cultural puede ser considerada no solo como la historia de cada nación, sino también como una narrativa en la que cada sociedad construye su historia desde la memoria. (Grimaldo, 2006).

En el campo de la ciencia política, se considera la identidad cultural, apoyando la política pública, lo que implica la acumulación de medios en los que el Estado es el principal responsable de intervenir en la sociedad civil para solucionar las facultades y movilidad que requieren su atención. Cabe señalar que política cultural está integrada en las políticas públicas, subrayando los lineamientos desarrollados por el Ministerio de Cultura, a partir de motivar, identificar a la población con su tierra, con el pensar, la emoción y la ejercicio como ejes principales, en respuesta a la autoestima y una visión de futuro. (Grimaldo, 2006).

2.2.1.5. IDENTIDAD CULTURAL HUANUQUEÑA

¿Realmente existe Identidad Cultural Huanuqueña?

De acuerdo a la Ordenanza Regional N° 053-2016, que declara el primer viernes, después del aniversario de Huánuco, como el Día de la Identidad Cultural Huanuqueña, se celebra cada año la riqueza cultural del departamento en gastronomía, música, tradiciones, vestimenta y personajes ilustres. Siendo el principal objetivo fortalecer la historia, cultura y tradición en las once provincias de Huánuco.

Menciona Quijano (2015) en una entrevista para el Diario Correo: “No quiero herir susceptibilidades, pero lo cierto es que tenemos una gran cantidad de héroes que lucharon por Huánuco y en la actualidad permanecen olvidados. ¿Identidad Cultural Huanuqueña? Ni siquiera los mencionamos en los libros. Trabajé en este tema más de 20 años, nuestra sociedad debe reconocer la rica

historia que tenemos para valorar con lo que contamos, un pasado valioso con innumerables hechos históricos”.

La Identidad Cultural Huanuqueña nace como iniciativa para conmemorar el Pillcomasicuna o la Revolución de Huánuco de 1812. El docente y promotor del Pillcomasicuna, Ruiz (2019) menciona: “He presentado documentos al Gobierno y al Ministerio de Educación para que la escenificación del Pillcomasicuna se incluya en la agenda nacional. Esta gesta independentista fue encabezada por los panatahuas, chupachos y huamalíes contra la opresión española. Siendo considerada por algunos historiadores como la revolución más importante del país después de la revolución de Túpac Amaru II”.

2.2.2. EL TURISMO

Un fenómeno complejo, entendido como un conjunto de actividades diferentes, un estado de cambio y parte estructural de nuestra sociedad. Su complejidad y diversidad se expresan en diferentes hechos (sociales, geográficos, económicos y políticos) y se han realizado investigaciones en diversos campos científicos que abordan sus problemas. (Gómez & Armesto, 2002)

Conjunto de relaciones y fenómenos producidos:

Evacuar y perseverar con personas fuera de sus hogares, siempre que las causas de desalojo no estén directamente relacionadas con actividades lucrativas.

➤ Análisis del turismo

- a.** Una práctica social y cultural que justifica el turismo que busca satisfacer las necesidades psicológicas y sociales de placer, comodidad, escape, viaje, descubrimiento, comunicación con los demás y conocimiento de nuevas culturas y filosofías de vida.
- b.** Un sistema económico industrial en el que el turismo se forma a través del transporte, hoteles, instalaciones diversas, etc., El objetivo

es generar beneficios a través de los flujos económicos del lugar de residencia de quienes van al lugar donde pasan sus vacaciones. (Ugarte, 2003)

➤ **Planificación Turística**

“Proceso que busca intervenir deliberadamente en la realidad con el fin de moderarla u orientarla hacia una situación o estado de cosas consideradas más deseables”. (Ordoñez & Marco, 2005)

Según Núñez y Moncada (2002): “Analizar el papel de la planificación en el concepto de turismo es visto como una tarea basada en lineamientos y estándares apropiados, que requiere un esfuerzo coordinado del gobierno, el sector privado y las comunidades locales para generar oportunidades de trabajo que contribuyan a mejorar la competitividad, los recursos, el comercio y los ingresos gubernamentales y la superación de la pobreza”.

El componente de planificación estratégica consiste, en particular, en identificar los aspectos clave del trabajo técnico en la planificación, tales como:

- a) La forma y el tamaño del turismo.
- b) Mecanismos de comercialización para los fines de nuestros productos.
- c) Tratar el medio ambiente como una atracción turística y receptora de factores externos negativos.
- d) El papel que debe atribuirse a los elementos socioculturales para atraer la atención de los turistas y explotar cualquier factor externo negativo de actividad.
- e) El grado de participación política, institucional y económica en las acciones y compromisos establecidos. (Magadán & Rivas, 2014)

➤ **La planificación turística según Venancio Bote (1990)**

- a. Este sistema comienza de un estudio de mercado y a través de un contexto económico y turístico para predecir determinadas actividades que se van a producir.
- b. Este sistema depende de varios factores locales que interfieren en el desarrollo turístico de la región para lograr objetivos comunes.
- c. Un plan tiene cierta validez en el tiempo, pues se prioriza los proyectos más relevantes y lo programas. (Bigné & López, 2000)

➤ **La planificación funcional turística:**

“Se deben fijar objetivos generales y específicos, que pretendan alcanzar unas estrategias que permitan por medio de la aplicación de programas un desarrollo turístico integral comarcal que aglutine procesos de relanzamientos socioeconómicos en las diferentes áreas delimitadas”. (López, 1998)

“La importancia que se concede a la planificación turística es reconocida por la misma OMT (1994), cuando afirma que in planificación integral de la actividad turística difícilmente se puede llegar al éxito en la gestión y desarrollo del turismo”. (Izard et al, 2010)

➤ **Estrategia Turística**

Es una serie de procedimientos y componentes desarrollados por entidades involucradas directa e indirectamente en actividades turísticas con el fin de fundar, conservar o transformar un producto, turístico o un destino específico o competitivo y tomar decisiones por todas las partes involucradas en la actividad turística. (Magadán y Rivas, 2014)

➤ **Reglas de éxito: La estrategia**

El turismo no solo es un sector de amplía la gama de sus servicios y productos en todo el mundo, sino que también cambia su estructura empresarial a través de la diversificación de los procesos de gestión, la

especialización del mercado, los cambios en la tecnología del mercado y los cambios en las estructuras empresariales. Introduciendo tecnología moderna y gratuita. Todo esto requiere el uso de estrategias de intervención que apoyen el desarrollo de la estructura en la que compete la empresa o unidad de negocio. (Crosby, 2009)

“Una estrategia de turismo debería orientarse a potenciar un producto turístico diferenciado, dirigido a segmentos de demanda”. (Esparcia, 2011)

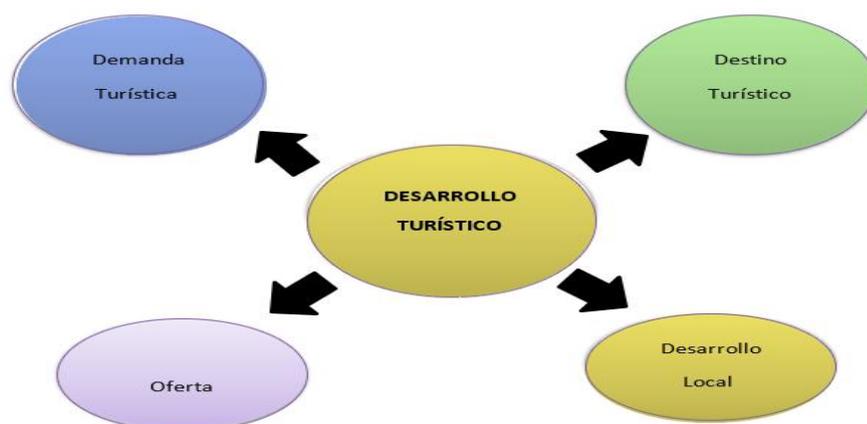
“La presión de los consumidores por una mejora continua de calidad, obliga a los actores del turismo a adoptar una estrategia integrada, esta misma podrá garantizar la continuidad perenne de las actividades la satisfacción de los clientes turistas, el patrimonio natural y cultural”. (Iglesias, 2000)

2.2.2.1. DESARROLLO TURÍSTICO

El desarrollo es un tema social nuevo, y se han seguido construyendo ideas en torno a este fenómeno desde el final de la Segunda Guerra Mundial. Los contextos históricos y carga ideológica constituyen un referente para la integración de construcciones que, sin embargo, siempre buscan explicar fórmulas capaces de encontrar soluciones que mejoren efectivamente las condiciones y oportunidades de un grupo social. (Camelo, 2002)

“El concepto de desarrollo surge con la fuerza en la década del cuarenta, finalizada la segunda guerra mundial, y se vincula con la noción del progreso a través del crecimiento económico. A partir de entonces diversas teorías y modelos”. (Varisco, 2008)

Gráfico 2
Subordinación conceptual



➤ **Al turismo se lo considera como:**

Un sector que crea oportunidades, puede crear negocios y empleos, promueve el crecimiento y el desarrollo, es un importante impulsor de la protección del medio ambiente y la cultura indígena, desarrolla estrategias que conducen a la paz y el entendimiento internacional. Además de estos aspectos positivos del desarrollo turístico, también hay muchos problemas asociados con este desarrollo.

Por tanto, para que el balance entre los aspectos positivos y negativos de esta actividad sea realmente visible, es necesario desarrollar y planificar las áreas en las que se desarrollará la actividad turística. (Sancho, 2014)

Según Peck y Lepie (1992) consideraron 3 modelos de desarrollo turístico son:

- 1. Crecimiento rápido:** “cuando las corporaciones adquieren grandes terrenos, y a continuación operan la subdivisión de los mismos para iniciar la construcción”.
- 2. Crecimiento lento:** “la promoción de los terrenos es controlada por los terratenientes locales y el desarrollo, ajeno a toda

planificación, incluye a los integrantes de la población local, y los recién llegados se integran en las estructuras de poder tradicionales”.

3. **El desarrollo transitorio:** conducido un fin de semana hacia el turismo. (Peck & Lepie, 1992)

➤ **Destino turístico**

“Se puede asociar a cualquier unidad territorio que tenga vocación de planificación y pueda disponer de cierta capacidad administrativa para desarrollarla, territorio en la que los viajeros tomen como objetivo de vista, debe presentar una oferta estructurada al servicio y debe existir una marca que se presente en forma de imagen atractiva”. (Valls, 2004)

Según la OMT (1999): “En un destino turístico, la oferta puesta a disposición de la demanda, constituye algo más que la simple suma de los productos turísticos que contiene, representa un todo integrado por estos productos, los servicios netamente turísticos y los no turísticos, la imagen general del destino, etc.”. (Gómez & Armesto, 2002)

➤ **Desarrollo Local**

“Hace referencia al proceso de desarrollo integral y participativo de un territorio o localidad que posee una unidad e identidad propia, en que las condiciones de vida de todos los miembros de la sociedad local mejoran de manera sostenida tanto en lo económico, social, cultural, institucional y político de manera que se logre el bienestar generalizado de la población”. (Mendoza, 2014)

➤ **Oferta turística**

“Según la OMT, es el conjunto de productos turísticos y servicios puestos a disposición del usuario turístico en un destino determinado, para su disfrute y consumo”. (Gómez & Armesto, 2002)

“Es el conjunto de bienes y servicios turísticos que los productores del sector están dispuestos a ofrecer a determinados precios”. (Cabarcos, 2006)

➤ **Demanda Turística**

“Según Mathieson y Wall (1982), la demanda es el número total de personas que desean que viajan o desean viajar, para disfrutar las facilidades turísticas en lugares distintos al del lugar de trabajo y de residencia habitual”.

2.2.2.2. DIMENSIONES DEL DESARROLLO TURÍSTICO

➤ **Desarrollo económico**

El desarrollo económico consiste en mejorar el nivel de vida de la población y la imagen del territorio, promover la creación de nuevos puestos de trabajo y consolidar los existentes, dinamizando la economía local y el empleo.

Organización Internacional del Trabajo (como se citó en Rojas, 2015, p.18) Afirmó:

El desarrollo económico es un proceso de desarrollo participativo que fomenta los acuerdos de colaboración entre los principales actores públicos y privados de un territorio, posibilitando el diseño y la puesta en práctica de una estrategia de desarrollo común a base de aprovechar los recursos y ventajas competitivas locales en el contexto global, con el objetivo final de crear empleo decente y estimular la actividad económica.

➤ **Desarrollo social**

González (2010), es un proceso que está relacionado con el bienestar, basado principalmente en las condiciones económicas, políticas y sociales, que conduce al logro de la igualdad y de una

sociedad democrática para satisfacer las necesidades individuales, resolver problemas y garantizar una mejor calidad. Vida.

El desarrollo social está estrechamente relacionado con el desarrollo económico. A través de las políticas y medidas de desarrollo social de la ONU garantizan la mejora de vida de las personas.

El desarrollo social es un proceso que mejora la calidad de vida de todos los miembros de la población, que se expresa en varios ámbitos en salud, educación, vivienda y alimentación. El objetivo del desarrollo social es reducir la pobreza en beneficio de las personas.

2.3. DEFINICIÓN DE TÉRMINOS

- 1) Cultura.** Como término amplio se refiere a hábitos, creencias, valores, conocimientos y forma de vida. La cultura incluye un conjunto de características y expresiones heredadas de todo el ámbito de la actividad humana.
- 2) Cultura material.** Cualquier objeto físico o artefacto que las personas hacen y le dan significado.
- 3) Cultura no material.** Son valores, creencias, leyes, costumbres, diferentes tipos de conocimiento, lenguaje y otras cosas que no se encuentran en las cosas materiales.
- 4) Endoculturación.** Pproceso en el que un individuo adquiere las formas de pensar, actuar y sentir que conforman su cultura está relacionado con los procesos involucrados en el aprendizaje de las tradiciones culturales.
- 5) Globalización.** Un fenómeno que intenta describir la realidad inmediata como una comunidad planetaria al otro lado de la frontera. Es el resultado de una creciente asimilación de los fenómenos económicos, sociales, políticos y culturales.

- 6) Identidad.** El proceso de interiorización de los valores de la cultura a través del reconocimiento, revalorización, seguimiento, protección, fidelidad a los mismos, cultivo, promoción y difusión.
- 7) Influencia.** Trabajar de forma remota o controlar a una persona o cosa.
- 8) Integración.** Ocurre cuando una cultura adquiere algunos elementos extraños sin perder sus características originales y organiza estos elementos de acuerdo con las normas y valores locales.

2.4. HIPÓTESIS

2.4.1. HIPÓTESIS GENERAL

Hi. La identidad cultural huanuqueña se relaciona directamente con el desarrollo turístico en el departamento de Huánuco.

2.4.2. HIPÓTESIS ESPECIFICAS

Ha. Las costumbres huanuqueñas se relacionan directamente con el desarrollo turístico en el departamento de Huánuco.

Ha. Las tradiciones huanuqueñas se relacionan directamente con el desarrollo turístico en el departamento de Huánuco.

Ha. La historia huanuqueña se relaciona directamente con el desarrollo turístico en el departamento de Huánuco.

Ha. La gastronomía huanuqueña se relaciona directamente con el desarrollo turístico en el departamento de Huánuco.

2.5. SISTEMA DE VARIABLES

2.5.1. VARIABLE X

Identidad Cultural Huanuqueña

2.5.2. VARIABLE Y

Desarrollo turístico

2.6. OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

VARIABLE X	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMS
Identidad Cultural Huanuqueña	Costumbres	Danza de los Negritos de Huánuco	¿Alguna vez usted ha leído la historia de la danza de los Negritos de Huánuco?
			¿Alguna vez usted ha bailado o participado de la danza de los Negritos de Huánuco?
		Carnaval huanuqueño	¿Usted participa cada año de las actividades tradicionales del Carnaval Huanuqueño? ¿Usted recomendaría a los turistas participar de las actividades tradicionales del Carnaval Huanuqueño?
	Tradiciones	Aniversario de Huánuco	¿Usted se siente orgulloso de haber nacido en Huánuco? ¿Usted asiste anualmente a las actividades que se realizan por el aniversario de Huánuco?
		Fiesta del Sol	¿Usted ha visitado Huánuco Pampa para la Fiesta del Sol? ¿Considera usted que la Fiesta del Sol es la actividad cultural más grande e importante de Huánuco?
	Historia	Aniversario de Huánuco	¿Usted conoce o ha estudiado la historia de la fundación española de Huánuco? ¿Se siente identificado con los personajes ilustres de Huánuco?
		El Cóndor Pasa	¿Usted se siente orgulloso(a) que la zarzuela peruana El Cóndor Pasa sea reconocida universalmente?
	Gastronomía	Ferias gastronómicas	¿Usted participa de las ferias gastronómicas que se organizan en el departamento de Huánuco? ¿Usted conoce todos los platos típicos del departamento de Huánuco?
		Platos típicos	¿Considera usted que los platos típicos de Huánuco están a la altura de la mejor gastronomía peruana?
	VARIABLE Y	DIMENSIONES	INDICADORES
Desarrollo turístico	Desarrollo económico	Ingresos	¿Consideras que el turismo es generador de ingresos para el gobierno local?
		Generación de empleo	¿Considera que el turismo en el departamento de Huánuco es fuente generadora de empleos? ¿Consideras que la población joven del departamento de Huánuco, tiene un nivel de empleo alto?
		Ejecución de proyectos	¿Se ejecutan proyectos del desarrollo turístico por parte del gobierno local?

	Creación de empresas	¿Se han generado la creación de nuevas empresas a raíz del turismo en el departamento de Huánuco?
	Nivel de educación	¿El desarrollo de la actividad turística aumenta el nivel de educación en la población?
Desarrollo social	Calidad de vida	¿Consideras que el incremento de la calidad de vida de la población está sujeto al aspecto turístico?
	Población involucrada	¿La población se encuentra involucrada en las actividades turísticas del departamento de Huánuco?
	Alimentación	¿Consideras que el desarrollo del turismo permite que la población pueda tener una mejor alimentación?
	Desarrollo humano	¿Consideras que existe un alto índice de desarrollo humano en la población huanuqueña producto al desarrollo del turismo?

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1. TIPO DE INVESTIGACIÓN

El presente estudio es de tipo básica porque comienza con un tema preciso y no lo abandona. La investigación y los experimentos inician con un tema, luego lo amplían y se crean nuevas reglas o se descartan las existentes. (Sanca, 2011)

3.1.1. ENFOQUE

La presente investigación adopto un enfoque cuantitativo, ya que contiene variables, propiedades y fenómenos cuantitativos. A esto se verán incluidos métodos de análisis como los, descriptivos, exploratorios, de razonamiento variado, modelización y comparación. (Hernández et al., 2014)

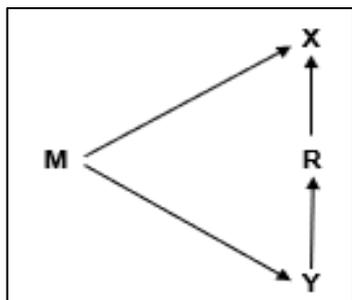
3.1.2. ALCANCE O NIVEL

Esta investigación pertenece a un alcance descriptivo y radica en reconocer las costumbres, características y actitudes dominantes mediante las descripciones detalladas de actividades, cosas, procesos y personas. La intención de este de tipo de alcance es no analizar, sino detallar un fenómeno. (Gross, 2010).

3.1.3. DISEÑO

Esta investigación es de diseño no experimental y transversal, es decir que la se realiza sin manipulación intencional de variables y donde los fenómenos solo se observan en su medio natural y luego se analizan. Análisis estadístico para identificar patrones de comportamiento y probar teorías. (Hernández et al., 2014)

Gráfico 3
Diseño



Donde:

M : Muestra.

X : Variable independiente (Identidad huanuqueña).

Y : Variable dependiente (Desarrollo turístico).

R : Relación entre dichas variables.

3.2. POBLACIÓN Y MUESTRA

3.2.1. POBLACIÓN

Se entiende como el grupo de estudio de toda investigación, los cuales llegan a ser las unidades de análisis que corresponden a un determinado lugar donde se desarrollará la investigación en cuestión. (Hernández et al., 2014)

La población estuvo constituida por 65555 habitantes del departamento de Huánuco, el cual estuvo compuesta por habitantes entre las edades de 20 y 24 años según los datos del Censo Peruano de 2017.

Tabla 1
Población

Provincia	Nro. de Pobladores
Huánuco	26,244
Ambo	3683
Dos de mayo	3665
Huacaybamba	1251
Huamalies	5194
Leoncio prado	11104
Marañon	2106
Pachitea	5432
Puerto Inca	2414
Lauricocha	2481
Yarowilca	1981
Total	65555

3.2.2. MUESTRA

Es el subconjunto y colección de elementos con características que la hacen parte de la población. (Hernández et al., 2014),

En este estudio la muestra fue probabilística por lo cual se aplicó la siguiente formula:

$$n = \frac{N * Z_{1-\alpha}^2 * p * q}{d^2 * (N - 1) + Z_{1-\alpha}^2 * p * q}$$

Tamaño de la población (N): 65555

Error alfa (A): 0.05

Nivel de confianza (1-α): 0.95

Z de (1-α): 1.96

Probabilidad de éxito (P): 0.5

Complemento de P (Q):0.5

Error de muestreo (d): 0.05

Tamaño de la muestra: 382

Tipo de muestreo Para la seleccionar la muestra, fue adquirida a través del muestreo probabilístico por estratos, lo cual se demuestra en el siguiente cuadro:

Muestra: 382 habitantes del departamento de Huánuco.

Tabla 2
Muestreo aleatorio estratificado por provincias

Provincia	Nro. de Pobladores	N./N=%	%*n ₁	N ₁
Huánuco	26244	26244/65555	40% * 382	153
Ambo	3683	3683/65555	5.6% * 382	21
Dos de mayo	3665	3665/65555	5.5% * 382	21
Huacaybamba	1251	1251/65555	2.0% * 382	8
Huamalíes	5194	5194/65555	8.0% * 382	31
Leoncio prado	11104	11104/65555	17.0% * 382	65
Marañón	2106	2106/65555	3.2% * 382	12
Pachitea	5432	5432/65555	8.2% * 382	31
Puerto Inca	2414	2414/65555	4.0% * 382	15
Lauricocha	2481	2481/65555	3.7% * 382	14
Yarowilca	1981	1981/65555	3.0% * 382	11
Total	65555			382

3.3. TÉCNICAS E INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS

La técnica e instrumento que se empleó en el trabajo de investigación son los siguientes:

Tabla 3
Técnicas e Instrumentos

TECNICA	INSTRUMENTO	PROPOSITO
ENCUESTA	Cuestionario dirigido a los 382 habitantes del departamento de Huánuco.	Recopilar datos de habitantes del departamento de Huánuco para establecer la relación identidad huanuqueña y desarrollo turístico

3.3.1. TÉCNICAS PARA EL PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN

- Análisis de documentos: esta técnica permite conocer, comprender, analizar e interpretar todas las gramáticas, textos, libros, artículos y demás fuentes documentales.
- Programa SPSS: procesamiento de información obtenida de encuestas poblacionales en la provincia de Huánuco.
- Excel: facilita el diseño, presentación de tablas y gráficos en el informe final.
- Word: facilita la elaboración y redacción del informe final de investigación.
- Tabulación de cuadros: los datos cuantitativos se organizan en tablas de términos, valores, porcentajes y otras unidades de búsqueda.
- Comprensión de gráficos: los gráficos se utilizan para representar información y comprender la evolución entre elementos y otros aspectos.

CAPÍTULO IV

RESULTADOS

4.1. PROCESAMIENTO DE DATOS

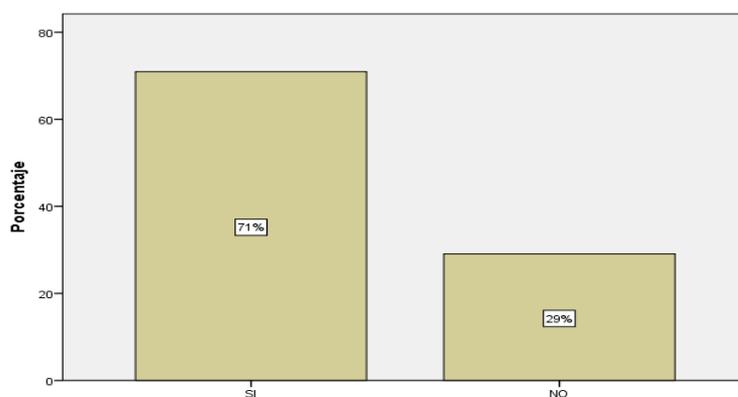
Tabla 4

¿Alguna vez usted ha leído la historia de la danza de los Negritos de Huánuco?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
SI	271	70,9	70,9	70,9
NO	111	29,1	29,1	100,0
Total	382	100,0	100,0	

Gráfico 4

¿Alguna vez usted ha leído la historia de la danza de los Negritos de Huánuco?



Interpretación

Según las encuestas realizadas a los habitantes de la ciudad de Huánuco, se observó en la tabla 4, ante la pregunta: ¿Alguna vez usted ha leído la historia de la danza de los Negritos de Huánuco?, los habitantes respondieron de la siguiente manera: 271 habitantes que corresponden al 71% de encuestados respondieron que, si han leído la historia de los negritos, por otro lado, 111 habitantes que corresponden al 29% de encuestados negó dicho cuestionamiento.

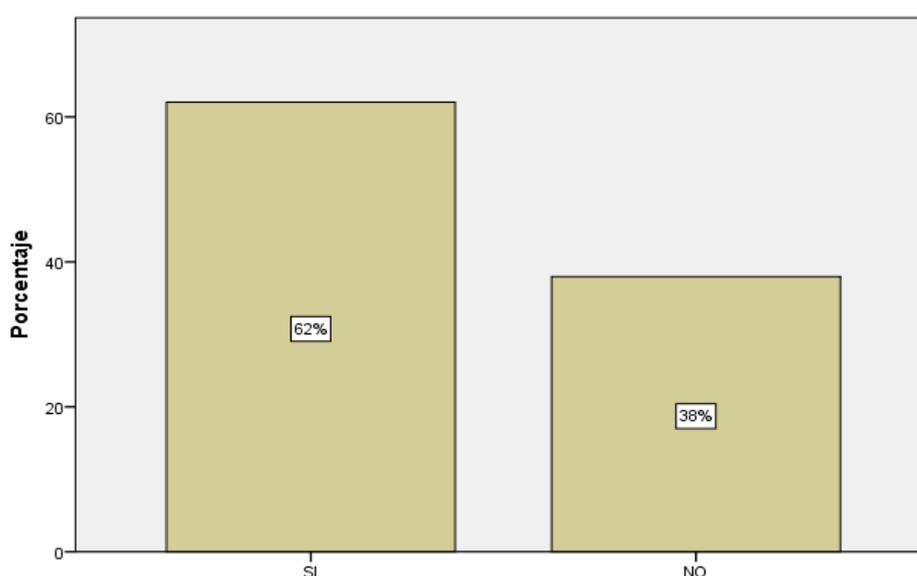
Tabla 5

¿Alguna vez usted ha bailado o participado de la danza de los Negritos de Huánuco?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
SI	237	62,0	62,0	62,0
NO	145	38,0	38,0	100,0
Total	382	100,0	100,0	

Gráfico 5

¿Alguna vez usted ha bailado o participado de la danza de los Negritos de Huánuco?



Interpretación

Según las encuestas realizadas a los habitantes de la ciudad de Huánuco, se observó en la tabla 5, ante la pregunta: ¿Alguna vez usted ha bailado o participado de la danza de los Negritos de Huánuco?, los habitantes respondieron de la siguiente manera: 237 habitantes que corresponden al 62% de encuestados respondieron que, si bailaron la danza de los negritos, por otro lado, 145 habitantes que corresponden al 38% de

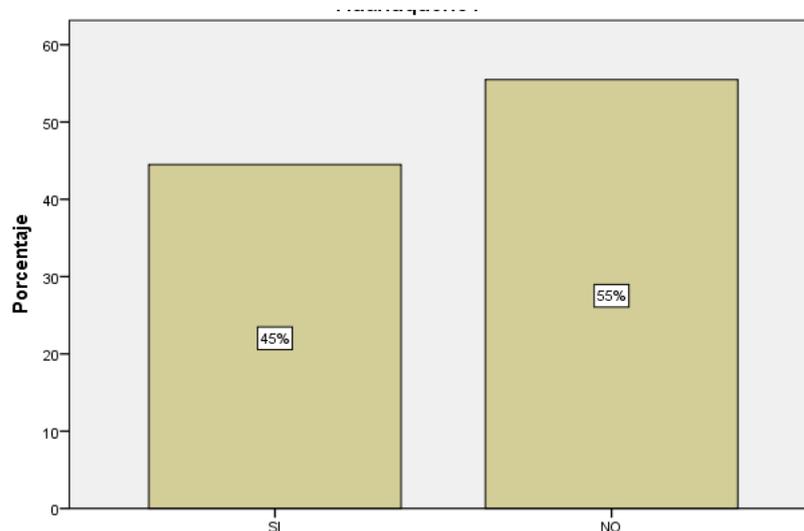
Tabla 6

¿Usted participa cada año de las actividades tradicionales del Carnaval Huanuqueño?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
SI	170	44,5	44,5	44,5
NO	212	55,5	55,5	100,0
Total	382	100,0	100,0	

Gráfico 6

¿Usted participa cada año de las actividades tradicionales del Carnaval Huanuqueño?



Interpretación

Según las encuestas realizadas a los habitantes de la ciudad de Huánuco, se observó en la tabla 6, ante la pregunta: *¿Usted participa cada año de las actividades tradicionales del Carnaval Huanuqueño?*, los habitantes respondieron de la siguiente manera: 170 habitantes que corresponden al 45% de encuestados respondieron que, si participan cada año en las actividades de los negritos, por otro lado, 212 habitantes que corresponden al 55% de encuestados expreso que no participan.

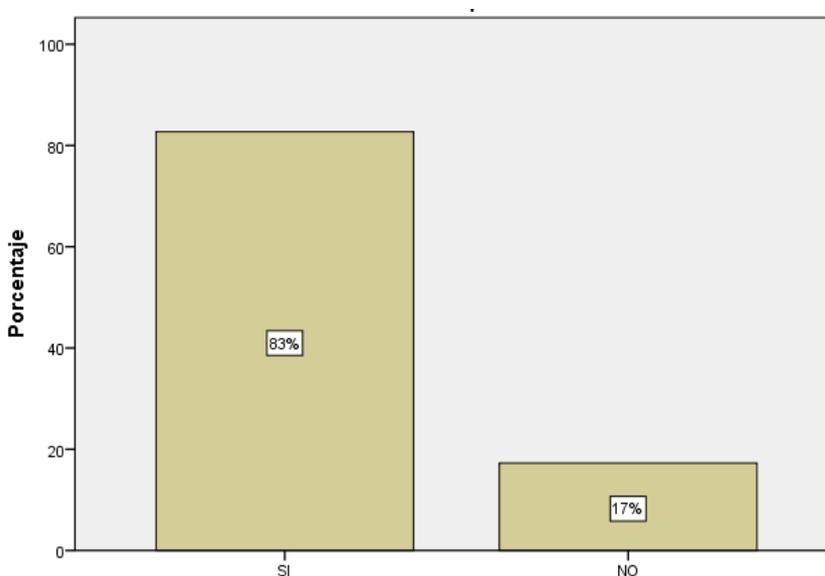
Tabla 7

¿Usted recomendaría a los turistas participar de las actividades tradicionales del Carnaval Huanuqueño?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
SI	316	82,7	82,7	82,7
NO	66	17,3	17,3	100,0
Total	382	100,0	100,0	

Gráfico 7

¿Usted recomendaría a los turistas participar de las actividades tradicionales del Carnaval Huanuqueño?



Interpretación

Según las encuestas realizadas a los habitantes de la ciudad de Huánuco, se observó en la tabla 7, ante la pregunta: ¿Usted recomendaría a los turistas participar de las actividades tradicionales del Carnaval Huanuqueño?, los habitantes respondieron de la siguiente manera: 316 habitantes que corresponden al 83% de encuestados respondieron que, si recomendarían a los turistas participar en dichas actividades, mientras que 66 habitantes que corresponden al 17% negó dicho cuestionamiento.

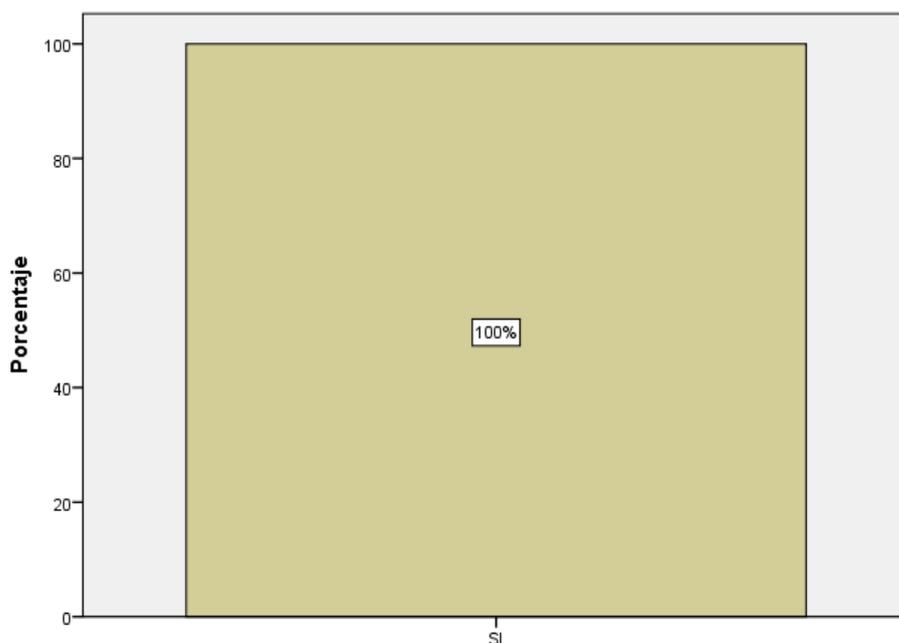
Tabla 8

¿Usted se siente orgulloso de haber nacido en Huánuco?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
SI	382	100,0	100,0	100,0

Gráfico 8

¿Usted se siente orgulloso de haber nacido en Huánuco?



Interpretación

Según las encuestas realizadas a los habitantes de la ciudad de Huánuco, se observó en la tabla 8, ante la pregunta: ¿Usted se siente orgulloso de haber nacido en Huánuco?, los habitantes respondieron de la siguiente manera: 382 habitantes que corresponden al 100% de encuestados respondieron que si se sienten orgullosos de haber nacido en Huánuco.

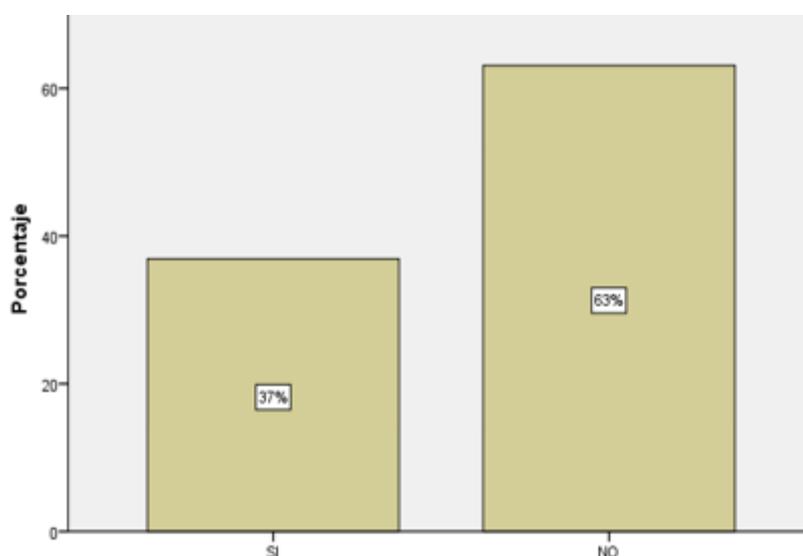
Tabla 9

¿Usted asiste anualmente a las actividades que se realizan por el aniversario de Huánuco?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
SI	141	36,9	36,9	36,9
NO	241	63,1	63,1	100,0
Total	382	100,0	100,0	

Gráfico 9

¿Usted asiste anualmente a las actividades que se realizan por el aniversario de Huánuco?

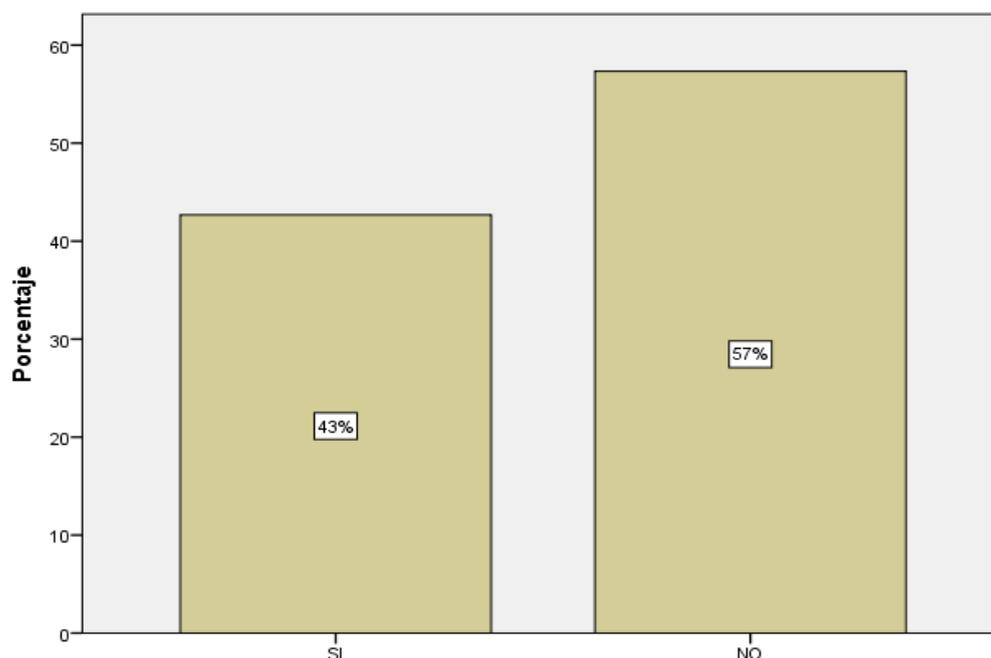


Interpretación

Según las encuestas realizadas a los habitantes de la ciudad de Huánuco, se observó en la tabla 9, ante la pregunta: ¿Usted asiste anualmente a las actividades que se realizan por el aniversario de Huánuco?, los habitantes respondieron de la siguiente manera: 141 habitantes que corresponden al 37% respondieron que, si asisten a las actividades por el aniversario de Huánuco, 241 habitantes que corresponden al 63% negó dicho cuestionamiento.

Tabla 10*¿Usted ha visitado Huánuco Pampa para la Fiesta del Sol?*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
SI	163	42,7	42,7	42,7
NO	219	57,3	57,3	100,0
Total	382	100,0	100,0	

Gráfico 10*¿Usted ha visitado Huánuco Pampa para la Fiesta del Sol?*

Interpretación

Según las encuestas realizadas a los habitantes de la ciudad de Huánuco, se observó en la tabla 10, ante la pregunta: ¿Usted ha visitado Huánuco Pampa para la Fiesta del Sol?, los habitantes respondieron de la siguiente manera: 163 habitantes que corresponden al 43% de encuestados respondieron que, si visitaron Huánuco pampa, 219 habitantes que corresponden al 57% negó dicho cuestionamiento.

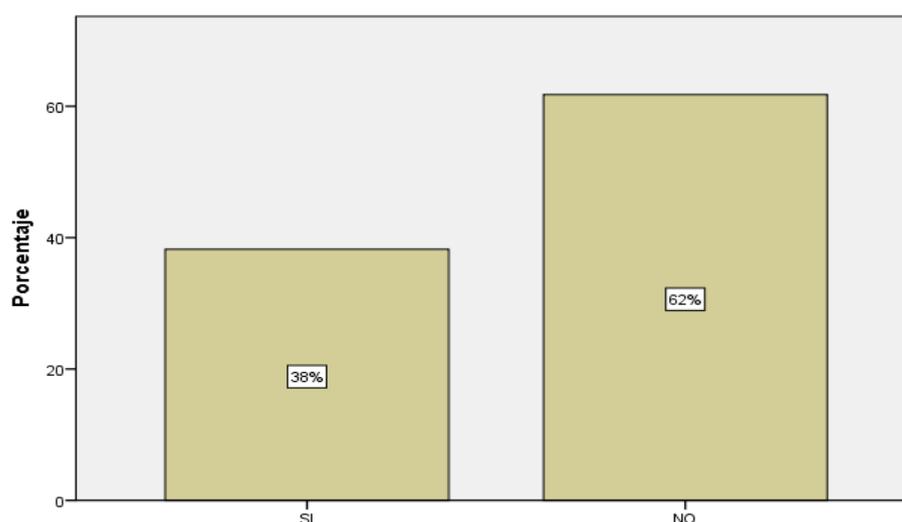
Tabla 11

¿Considera usted que la Fiesta del Sol es la actividad cultural más grande e importante de Huánuco?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
SI	146	38,2	38,2	38,2
NO	236	61,8	61,8	100,0
Total	382	100,0	100,0	

Gráfico 11

¿Considera usted que la Fiesta del Sol es la actividad cultural más grande e importante de Huánuco?



Interpretación

Según las encuestas realizadas a los habitantes de la ciudad de Huánuco, se observó en la tabla 11, ante la pregunta: ¿Considera usted que la Fiesta del Sol es la actividad cultural más grande e importante de Huánuco?, los habitantes respondieron de la siguiente manera: 146 habitantes que corresponden al 38% respondieron que, si consideran la fiesta de del sol como actividad cultural más importante de Huánuco, mientras que 236 habitantes que corresponden al 62% negó dicho cuestionamiento.

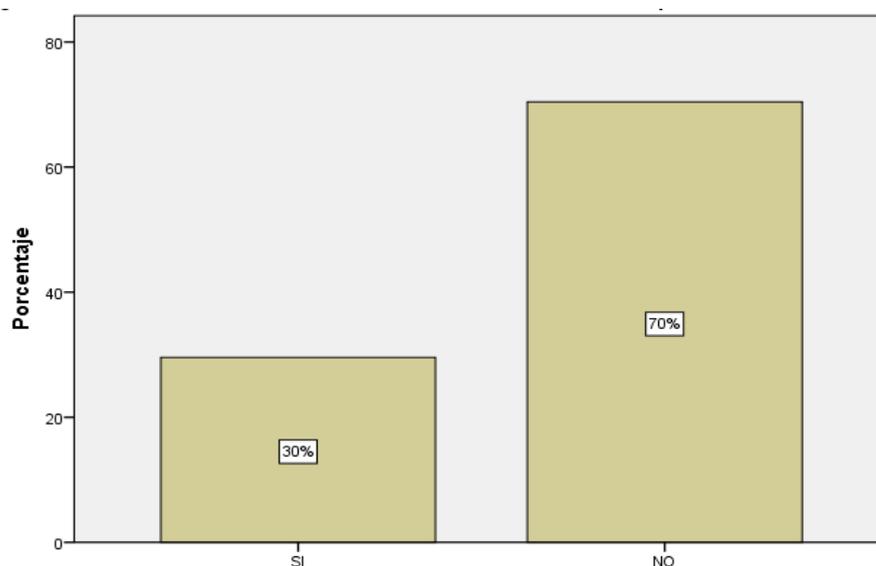
Tabla 12

¿Usted conoce o ha estudiado la historia de la fundación española de Huánuco?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
SI	113	29,6	29,6	29,6
NO	269	70,4	70,4	100,0
Total	382	100,0	100,0	

Gráfico 12

¿Usted conoce o ha estudiado la historia de la fundación española de Huánuco?

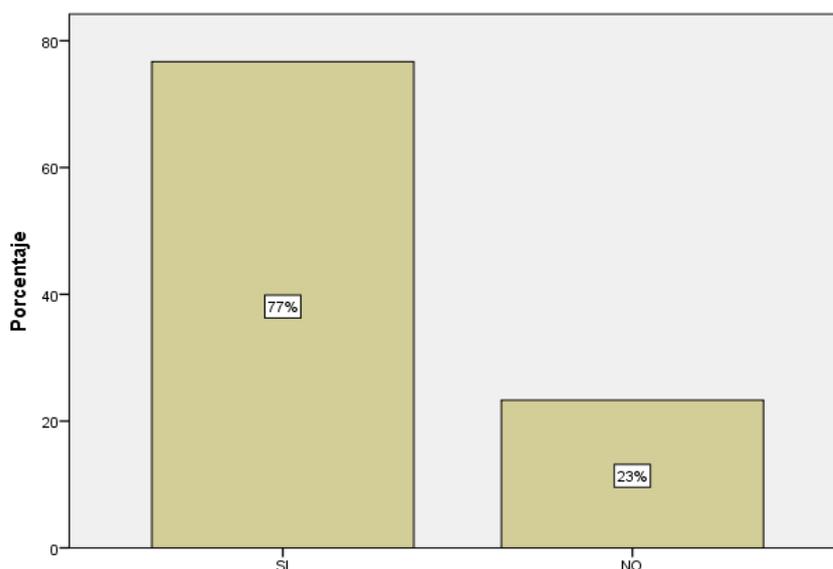


Interpretación

Según las encuestas realizadas a los habitantes de la ciudad de Huánuco, se observó en la tabla 12, ante la pregunta: ¿Usted conoce o ha estudiado la historia de la fundación española de Huánuco?, los habitantes respondieron de la siguiente manera: 113 habitantes que corresponden al 30% respondieron que, si han estudiado la historia de la fundación española de Huánuco, 269 habitantes que corresponden al 70% negó dicha interrogante.

Tabla 13*¿Se siente identificado con los personajes ilustres de Huánuco?*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
SI	293	76,7	76,7	76,7
NO	89	23,3	23,3	100,0
Total	382	100,0	100,0	

Gráfico 13*¿Se siente identificado con los personajes ilustres de Huánuco?*

Interpretación

Según las encuestas realizadas a los habitantes de la ciudad de Huánuco, se observó en la tabla 13, ante la pregunta: ¿Se siente identificado con los personajes ilustres de Huánuco?, los habitantes respondieron de la siguiente manera: 293 habitantes que corresponden al 77% respondieron que, si se sienten identificados con los personajes ilustres de Huánuco, 89 habitantes que corresponden al 23% manifiesta que no presentan el sentido de identificarse con los personajes huanuqueños.

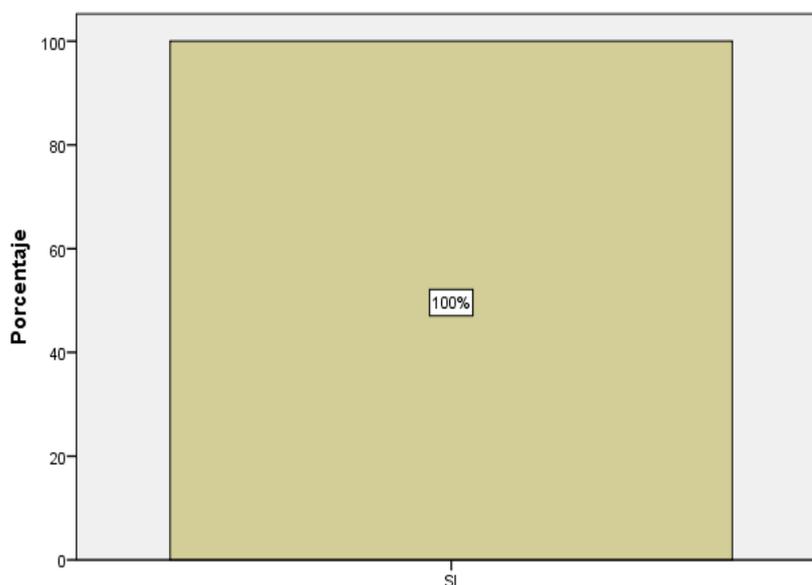
Tabla 14

¿Usted se siente orgulloso(a) que la zarzuela peruana El Cóndor Pasa sea reconocida universalmente?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
SI	382	100,0	100,0	100,0

Gráfico 14

¿Usted se siente orgulloso(a) que la zarzuela peruana El Cóndor Pasa sea reconocida universalmente?



Interpretación

Según las encuestas realizadas a los habitantes de la ciudad de Huánuco, se observó en la tabla 14, ante la pregunta: *¿Usted se siente orgulloso(a) que la zarzuela peruana El Cóndor Pasa sea reconocida universalmente?*, los habitantes respondieron de la siguiente manera: 382 habitantes que corresponden al 100% de encuestados respondieron que si están orgullosos que el cóndor pasa sea reconocida universalmente.

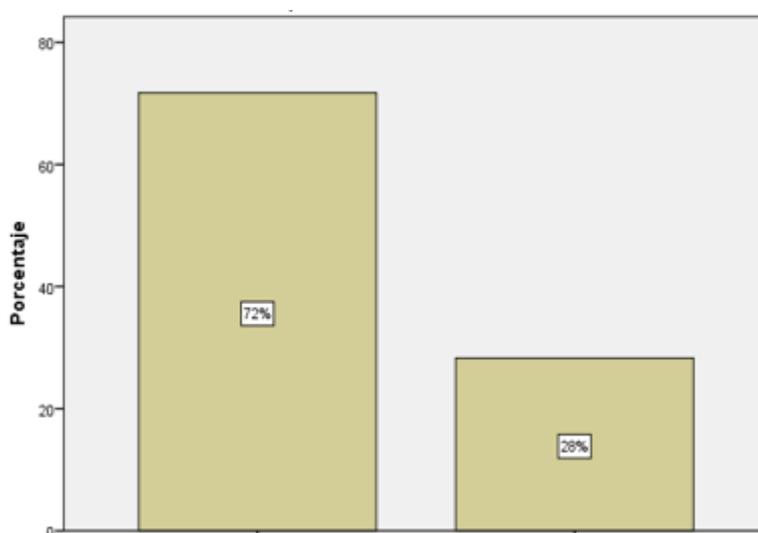
Tabla 15

¿Usted participa de las ferias gastronómicas que se organizan en el departamento Huánuco?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
SI	274	71,7	71,7	71,7
NO	108	28,3	28,3	100,0
Total	382	100,0	100,0	

Gráfico 15

¿Usted participa de las ferias gastronómicas que se organizan en el departamento Huánuco?

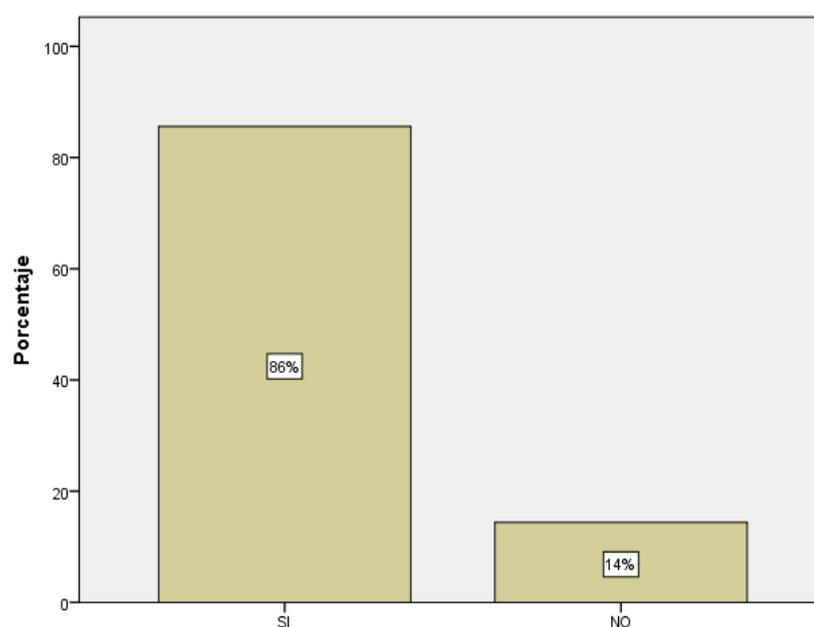


Interpretación

Según las encuestas realizadas a los habitantes de la ciudad de Huánuco, se observó en la tabla 15, ante la pregunta: *¿Usted participa de las ferias gastronómicas que se organizan en el departamento Huánuco?*, los habitantes respondieron de la siguiente manera: 274 habitantes que corresponden al 72% respondieron que, si participan en las ferias gastronómicas que se organizan en Huánuco, 108 habitantes que corresponden al 28% negó dicha interrogante.

Tabla 16*¿Usted conoce todos los platos típicos del departamento de Huánuco?*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
SI	327	85,6	85,6	85,6
NO	55	14,4	14,4	100,0
Total	382	100,0	100,0	

Gráfico 16*¿Usted conoce todos los platos típicos del departamento de Huánuco?***Interpretación**

Según las encuestas realizadas a los habitantes de la ciudad de Huánuco, se observó en la tabla 16, ante la pregunta: ¿Usted conoce todos los platos típicos del departamento de Huánuco?, los habitantes respondieron de la siguiente manera: 327 habitantes que corresponden al 86% respondieron que los habitantes si conocen los platos típicos de Huánuco, 55 habitantes que corresponden al 14% negó dicha interrogante.

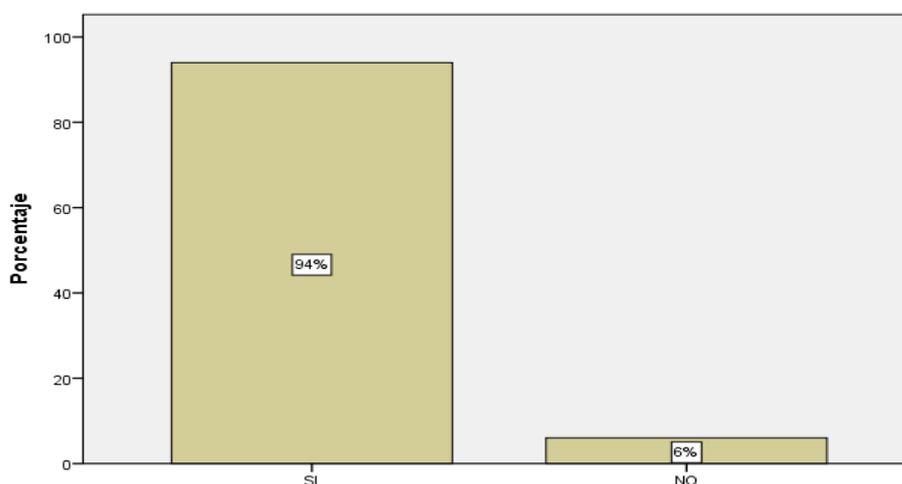
Tabla 17

¿Considera usted que los platos típicos de Huánuco están a la altura de la mejor gastronomía peruana?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
SI	359	94,0	94,0	94,0
NO	23	6,0	6,0	100,0
Total	382	100,0	100,0	

Gráfico 17

¿Considera usted que los platos típicos de Huánuco están a la altura de la mejor gastronomía peruana?



Interpretación

Según las encuestas realizadas a los habitantes de la ciudad de Huánuco, se observó en la tabla 17, ante la pregunta: *¿Considera usted que los platos típicos de Huánuco están a la altura de la mejor gastronomía peruana?*, los habitantes respondieron de la siguiente manera: 359 habitantes que corresponden al 94% respondieron que, si consideran que los platos típicos están a la altura de la gastronomía peruana, 23 habitantes que corresponden al 6% negó dicha interrogante.

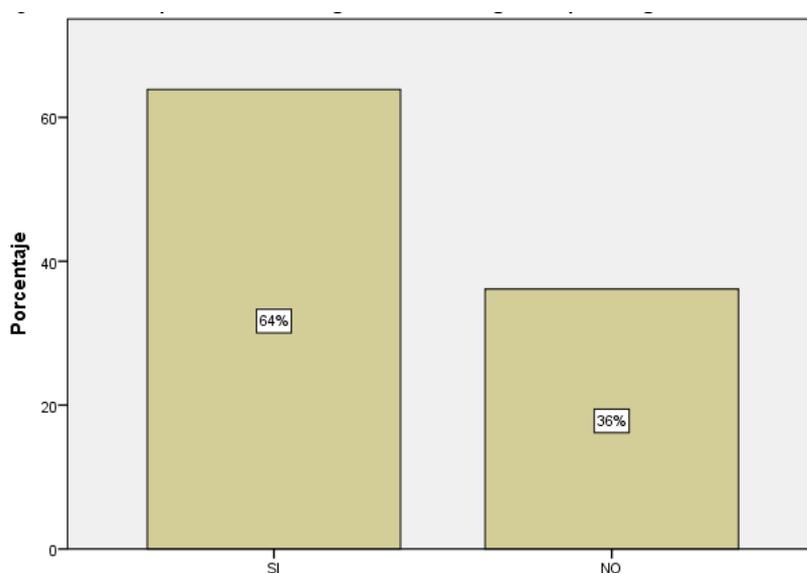
Tabla 18

¿Consideras que el turismo es generador de ingresos para el gobierno local?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
SI	244	63,9	63,9	63,9
NO	138	36,1	36,1	100,0
Total	382	100,0	100,0	

Gráfico 18

¿Consideras que el turismo es generador de ingresos para el gobierno local?



Interpretación

Según las encuestas realizadas a los habitantes de la ciudad de Huánuco, se observó en la tabla 18, ante la pregunta: ¿Consideras que el turismo es generador de ingresos para el gobierno local?, los habitantes respondieron de la siguiente manera: 244 habitantes que corresponden al 64% respondieron que, si consideran que el turismo genera ingresos para el gobierno local, 138 habitantes que corresponden al 36% negó dicha interrogante.

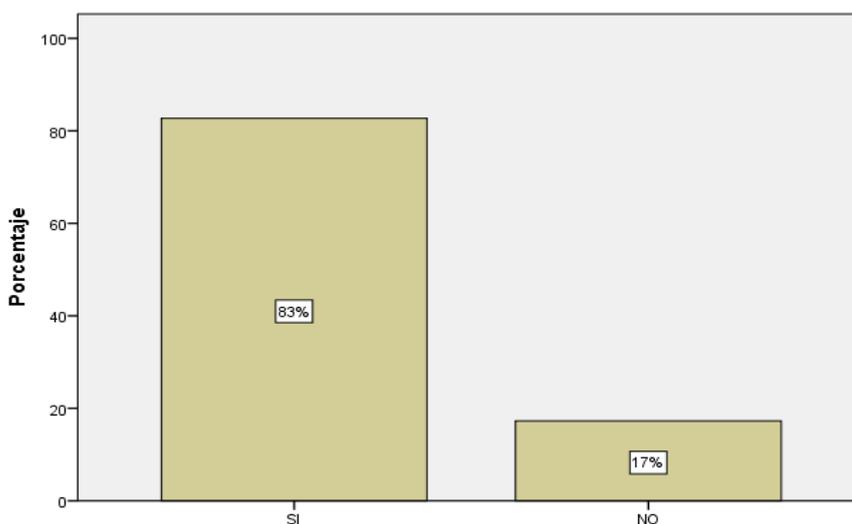
Tabla 19

¿Considera que el turismo en el departamento de Huánuco es fuente generadora de empleos?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
SI	316	82,7	82,7	82,7
NO	66	17,3	17,3	100,0
Total	382	100,0	100,0	

Gráfico 19

¿Considera que el turismo en el departamento de Huánuco es fuente generadora de empleos?



Interpretación

Realizada la encuesta a los habitantes de la ciudad de Huánuco, se observa en la tabla 19, respondió a la interrogante: ¿Consideras que el turismo en el departamento de Huánuco es fuente generadora de empleos?, los habitantes respondieron de la siguiente manera: 316 habitantes que corresponden al 83% respondieron que, si consideran que el turismo es una fuente generadora de empleos, 66 habitantes que corresponden al 17% negó dicha interrogante.

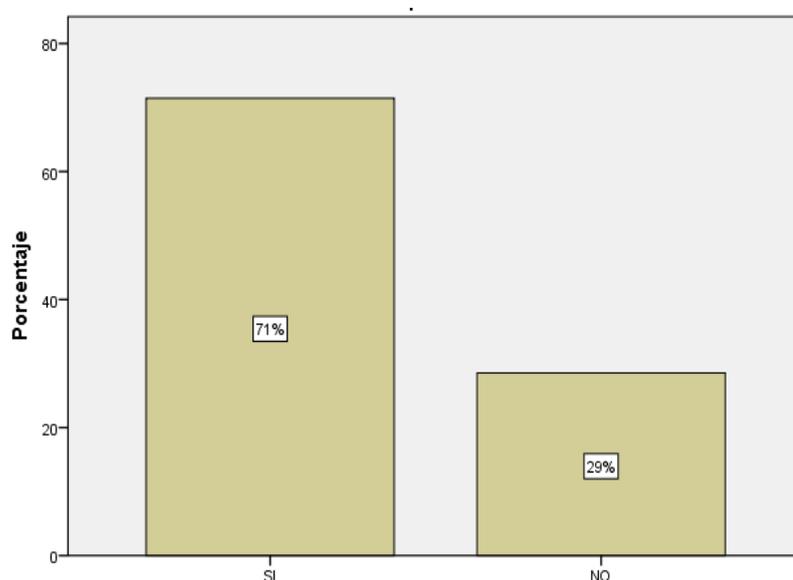
Tabla 20

¿Consideras que la población joven del departamento de Huánuco, tiene un nivel de empleo alto?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
SI	273	71,5	71,5	71,5
NO	109	28,5	28,5	100,0
Total	382	100,0	100,0	

Gráfico 20

¿Consideras que la población joven del departamento de Huánuco, tiene un nivel de empleo alto?



Interpretación

Según las encuestas realizadas a los habitantes de la ciudad de Huánuco, se observó en la tabla 20, ante la pregunta: *¿Consideras que la población joven del departamento de Huánuco, tiene un nivel de empleo alto?*, los habitantes respondieron de la siguiente manera: 273 habitantes que corresponden al 71% respondieron que, si consideran que la población joven de Huánuco tiene un nivel de empleo alto, 109 habitantes que corresponden al 29% negó dicha interrogante.

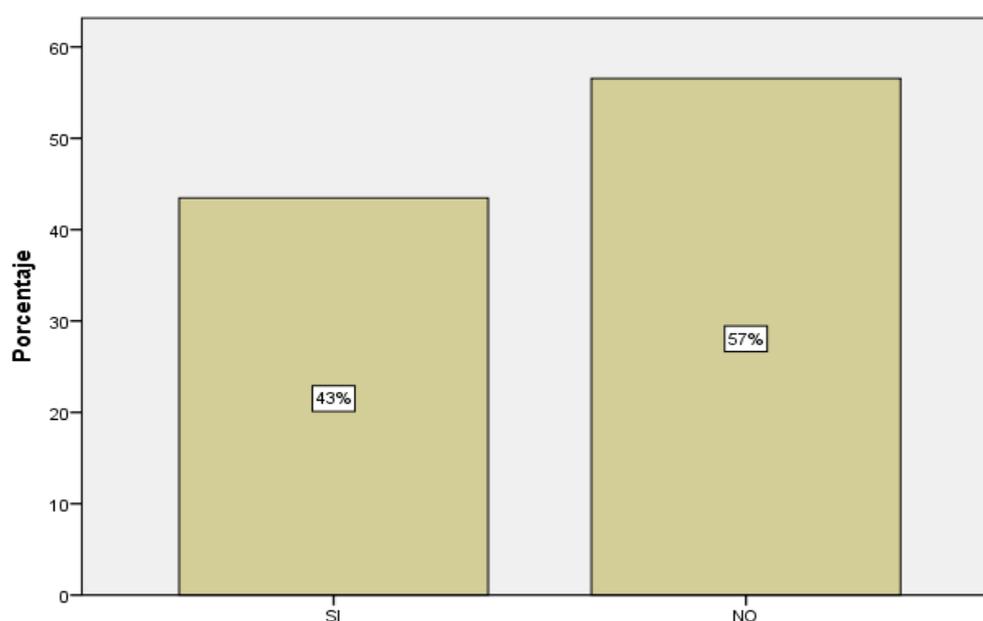
Tabla 21

¿Se ejecutan proyectos del desarrollo turístico por parte del gobierno local?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
SI	166	43,5	43,5	43,5
NO	216	56,5	56,5	100,0
Total	382	100,0	100,0	

Gráfico 21

¿Se ejecutan proyectos del desarrollo turístico por parte del gobierno local?



Interpretación

Según las encuestas realizadas a los habitantes de la ciudad de Huánuco, se observó en la tabla 21, ante la pregunta: ¿Se ejecutan proyectos del desarrollo turístico por parte del gobierno local?, los habitantes respondieron de la siguiente manera: 166 habitantes que corresponden al 43% respondieron que, si se ejecuta los proyectos del desarrollo turístico por parte del gobierno local, 216 habitantes que corresponden al 57% negó dicho cuestionario.

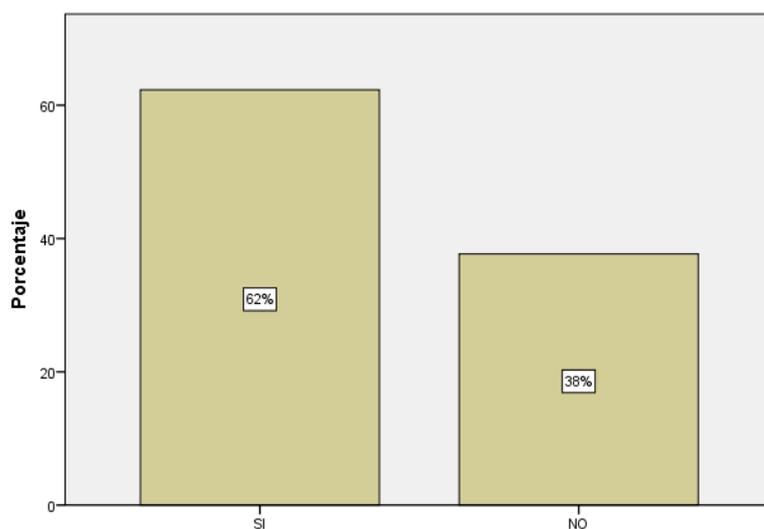
Tabla 22

¿Se han generado la creación de nuevas empresas a raíz del turismo en el departamento de Huánuco?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
SI	238	62,3	62,3	62,3
NO	144	37,7	37,7	100,0
Total	382	100,0	100,0	

Gráfico 22

¿Se han generado la creación de nuevas empresas a raíz del turismo en el departamento de Huánuco?

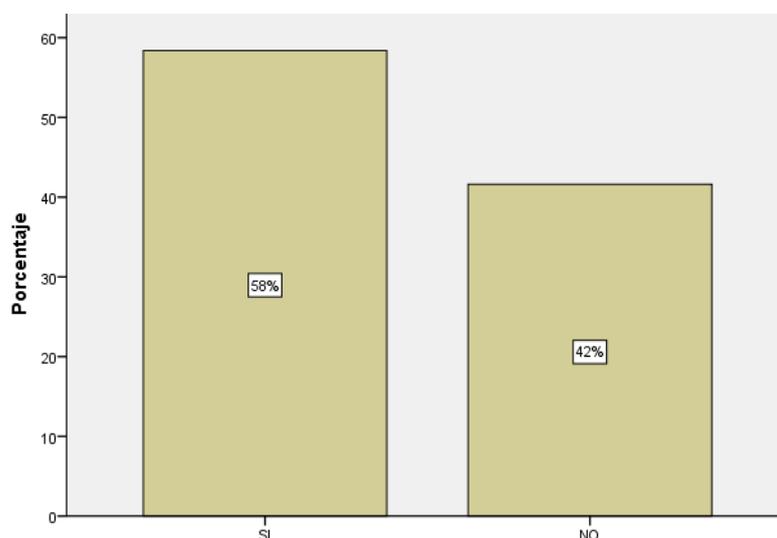


Interpretación

Según las encuestas realizadas a los habitantes de la ciudad de Huánuco, se observó en la tabla 22, ante la pregunta: *¿Se han generado la creación de nuevas empresas a raíz del turismo en el departamento de Huánuco?*, los habitantes respondieron de la siguiente manera: 238 habitantes que corresponden al 62% respondieron que, si se han generado nuevas empresas a raíz del turismo en el departamento de Huánuco, 144 habitantes que corresponden al 38% negó dicho cuestionario.

Tabla 23*¿El desarrollo de la actividad turística aumenta el nivel de educación en la población?*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
SI	223	58,4	58,4	58,4
NO	159	41,6	41,6	100,0
Total	382	100,0	100,0	

Gráfico 23*¿El desarrollo de la actividad turística aumenta el nivel de educación en la población?***Interpretación**

Según las encuestas realizadas a los habitantes de la ciudad de Huánuco, se observó en la tabla 23, ante la pregunta: ¿El desarrollo de la actividad turística aumenta el nivel de educación en la población?, los habitantes respondieron de la siguiente manera: 223 habitantes que corresponden al 58% respondieron que el desarrollo de la actividad turística si aumenta el nivel de educación en la población, 159 habitantes que corresponden al 42% negó dicho interrogante.

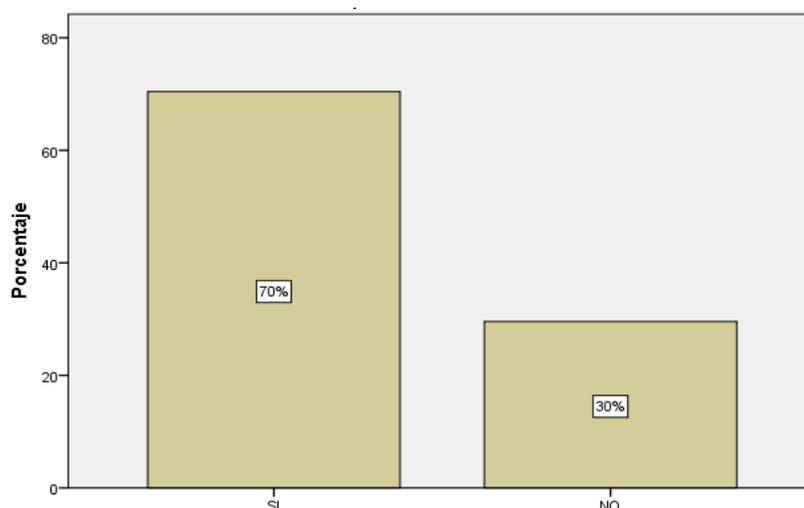
Tabla 24

¿Consideras que el incremento de la calidad de vida de la población está sujeto al aspecto turístico?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
SI	223	58,4	58,4	58,4
NO	159	41,6	41,6	100,0
Total	382	100,0	100,0	

Gráfico 24

¿Consideras que el incremento de la calidad de vida de la población está sujeto al aspecto turístico?



Interpretación

Según las encuestas realizadas a los habitantes de la ciudad de Huánuco, se observó en la tabla 24, ante la pregunta: *¿Consideras que el incremento de la calidad de vida de la población está sujeto al aspecto turístico?*, los habitantes respondieron de la siguiente manera: 269 habitantes que corresponden al 70% respondieron que si consideran que el incremento de localidada de vida está sujeto al aspecto turístico, 113 habitantes que corresponden al 30% negó dicho interrogante.

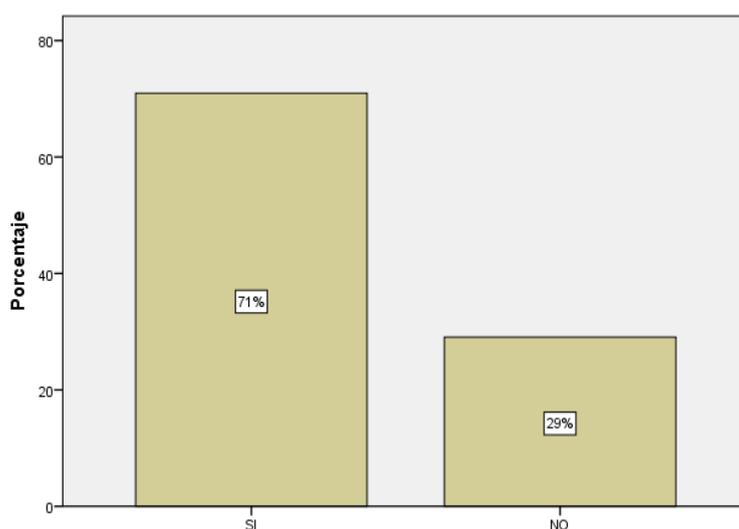
Tabla 25

¿La población se encuentra involucrada en las actividades turísticas del departamento de Huánuco?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
SI	269	70,4	70,4	70,4
NO	113	29,6	29,6	100,0
Total	382	100,0	100,0	

Gráfico 25

¿La población se encuentra involucrada en las actividades turísticas del departamento de Huánuco?



Interpretación

Según las encuestas realizadas a los habitantes de la ciudad de Huánuco, se observó en la tabla 25, ante la pregunta: ¿La población se encuentra involucrada en las actividades turísticas del departamento de Huánuco?, los habitantes respondieron de la siguiente manera: 271 habitantes que corresponden al 71% respondieron que la población si se encuentra involucrada en las actividades turísticas del departamento de Huánuco, 111 habitantes que corresponden al 29% negó dicho interrogante.

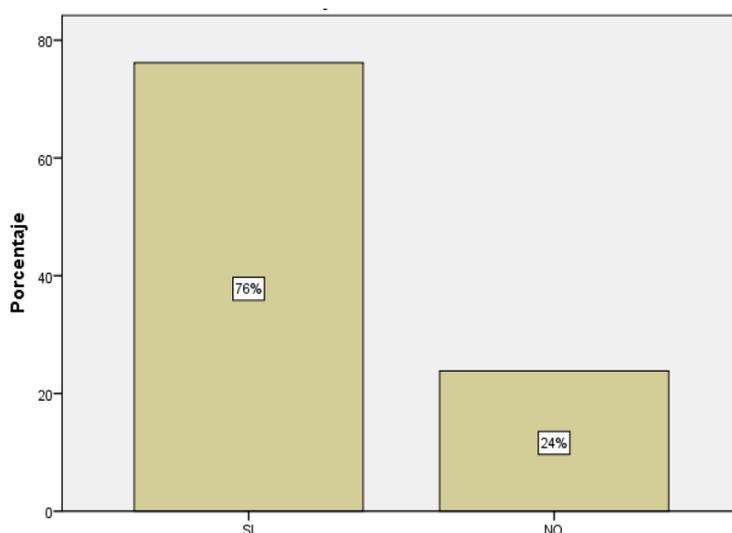
Tabla 26

¿Consideras que el desarrollo del turismo permite que la población pueda tener una mejor alimentación?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
SI	291	76,2	76,2	76,2
NO	91	23,8	23,8	100,0
Total	382	100,0	100,0	

Gráfico 26

¿Consideras que el desarrollo del turismo permite que la población pueda tener una mejor alimentación?



Interpretación

Según las encuestas realizadas a los habitantes de la ciudad de Huánuco, se observó en la tabla 26, ante la pregunta: *¿Consideras que el desarrollo del turismo permite que la población pueda tener una mejor alimentación?*, los habitantes respondieron de la siguiente manera: 291 habitantes que corresponden al 76% respondieron que la población si considera que el desarrollo del turismo permite tener una mejor alimentación para la población, 91 habitantes que corresponden al 24% negó dicho interrogante.

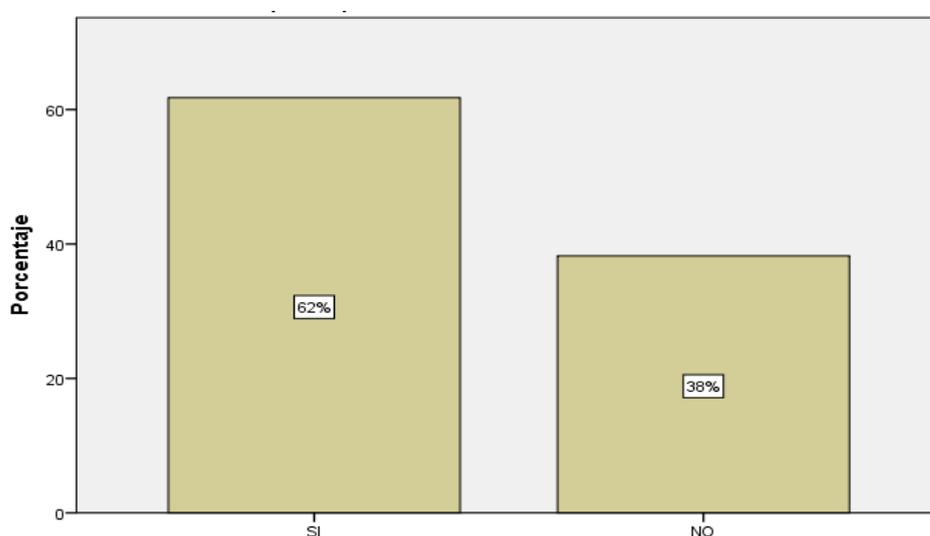
Tabla 27

¿Consideras que existe un alto índice de desarrollo humano en la población huanuqueña producto al desarrollo del turismo?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
SI	236	61,8	61,8	61,8
NO	146	38,2	38,2	100,0
Total	382	100,0	100,0	

Gráfico 27

¿Consideras que existe un alto índice de desarrollo humano en la población huanuqueña producto al desarrollo del turismo?



Interpretación

Según las encuestas realizadas a los habitantes de la ciudad de Huánuco, se observó en la tabla 27, ante la pregunta: *¿Consideras que existe un alto índice de desarrollo humano en la población huanuqueña producto al desarrollo del turismo?*, los habitantes respondieron de la siguiente manera: 236 habitantes que corresponden al 62% respondieron que, si existe un alto índice de desarrollo humano en la población huanuqueña por el desarrollo del turismo, 146 habitantes que corresponden al 38% negó dicho interrogante.

4.2. CONTRASTACIÓN DE HIPÓTESIS

A continuación, se presentan las interpretaciones de los puntajes Coeficiente rxy de Correlación de Pearson obtenidos de la encuesta realizada a los habitantes de la ciudad de Huánuco.

Tabla 28
Niveles de correlación de Pearson

r=1	Correlación perfecta
0'8 < r < 1	Correlación muy alta
0'6 < r < 0'8	Correlación alta
0'4 < r < 0'6	Correlación moderada
0'2 < r < 0'4	Correlación baja
0 < r < 0'2	Correlación muy baja
r=0	Correlación nula

4.2.1. CONTRATACIÓN DE HIPÓTESIS GENERAL

La identidad cultural huanuqueña se relaciona directamente con el desarrollo turístico en el departamento de Huánuco.

Tabla 29
Identidad cultural huanuqueña / desarrollo turístico

		Identidad Cultural Huanuqueña	Desarrollo turístico
Identidad Cultural Huanuqueña	Correlación de Pearson	1	,947**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	382	382
Desarrollo turístico	Correlación de Pearson	,947**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	382	382

Interpretación

Según la hipótesis general desarrollada se llegó a la conclusión que la identidad cultural huanuqueña se relaciona directamente con el desarrollo turístico en el departamento de Huánuco, esta relación se da de manera muy alta, es decir que a un aumento y conservación de la identidad cultural huanuqueña existirá un prolongado y correcto desarrollo turístico en el departamento de Huánuco; tal y como se demuestra en los resultados estadísticos expuestos anteriormente con la correlación de Pearson ($r_{hx}=0,947$).

4.2.2. CONTRATACIÓN DE HIPÓTESIS ESPECÍFICAS

a) Hipótesis específica 1

Las costumbres huanuqueñas se relacionan directamente con el desarrollo turístico en el departamento de Huánuco.

Tabla 30
Costumbres / desarrollo turístico

		Costumbres	Desarrollo turístico
Costumbres	Correlación de Pearson	1	,986**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	382	382
Desarrollo turístico	Correlación de Pearson	,986**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	382	382

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

Interpretación

Según la hipótesis específica 1 desarrollada se llegó a la conclusión que las costumbres huanuqueñas se relaciona directamente con el desarrollo turístico en el departamento de Huánuco, esta relación se da de manera muy alta, es decir que a una conservación de las festividades

culturales tales como la danza de negritos de Huánuco y el carnaval huanuqueño existiría un correcto desarrollo turístico en el departamento de Huánuco; tal y como se demuestra en los resultados estadísticos expuestos anteriormente con la correlación de Pearson ($r_{hx}=0,986$).

b) Hipótesis específica 2

Las tradiciones huanuqueñas se relacionan directamente con el desarrollo turístico en el departamento de Huánuco.

Tabla 31
Tradiciones huanuqueñas / desarrollo turístico

		Tradiciones	Desarrollo turístico
Tradiciones	Correlación de Pearson	1	,714**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	382	382
Desarrollo turístico	Correlación de Pearson	,714**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	382	382

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

Interpretación

Según la hipótesis específica 2 desarrollada se llegó a la conclusión que las tradiciones huanuqueñas se relaciona directamente con el desarrollo turístico en el departamento de Huánuco, esta relación se da de manera alta, es decir que preservando las tradiciones huanuqueñas tales como las actividades referentes al aniversario de Huánuco y la festividad del sol, existirá un incremento del desarrollo turístico en el departamento de Huánuco; tal y como se demuestra en los resultados estadísticos expuestos anteriormente con la correlación de Pearson ($r_{hx}=0,714$).

c) Hipótesis específica 3

La historia huanuqueña se relaciona directamente con el desarrollo turístico en el departamento de Huánuco.

Tabla 32
Historia / desarrollo turístico

		Historia	Desarrollo turístico
Historia	Correlación de Pearson	1	,849**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	382	382
Desarrollo turístico	Correlación de Pearson	,849**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	382	382

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

Interpretación

Según la hipótesis específica 3 desarrollada se llegó a la conclusión que la historia huanuqueña se relaciona directamente con el desarrollo turístico en el departamento de Huánuco, esta relación se da de manera muy alta, es decir que mientras se siga transmitiendo la historia referente al departamento de Huánuco, asimismo la historia de los personajes ilustres, generara que el desarrollo turístico; tal y como se demuestra en los resultados estadísticos expuestos anteriormente con la correlación de Pearson ($r_{hx}=0,849$).

d) Hipótesis específica 4

La gastronomía huanuqueña se relaciona directamente con el desarrollo turístico en el departamento de Huánuco.

Tabla 33
Gastronomía / desarrollo turístico

		Gastronomía	Desarrollo turístico
Gastronomía	Correlación de Pearson	1	,854**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	382	382
Desarrollo turístico	Correlación de Pearson	,854**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	382	382

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

Interpretación

Según la hipótesis específica 4 desarrollada se llegó a la conclusión que la gastronomía huanuqueña se relaciona directamente con el desarrollo turístico en el departamento de Huánuco, esta relación se da de manera muy alta, es decir que promocionando y exponiendo las ferias gastronómicas y los platos típicos regionales, contribuirá a que se pueda exponer la gastronomía huanuqueña generando un aumento en el desarrollo turístico; tal y como se demuestra en los resultados estadísticos expuestos anteriormente con la correlación de Pearson ($r_{hx}=0,854$).

CAPÍTULO V

DISCUSIÓN DE RESULTADOS

Este capítulo se efectúa la discusión y presenta los resultados de la investigación con el objetivo de mostrar la relación entre la identidad cultural y el desarrollo turístico en el departamento de Huánuco en el 2021

Coral (2019), en su investigación llegó a la conclusión, el centro poblado de Sipán manifiestan que no ven al turismo como una forma de alternativa para la mejorar su calidad de vida, más bien consideran como una actividad complementaria, la agricultura y a los diversos trabajos son dadas como prioridad, asimismo la falta de una cultura turística, por lo cual se evidencia en la escases del conocimiento de sus costumbres y tradiciones, el bajo valor de su patrimonio cultural y una limitada voluntad para desarrollar el turismo en la provincia. Posteriormente se observa que carece de una planta e infraestructura turística apropiada para ser visitada por las personas, en conclusión, los resultados muestran el desarrollo de las actividades turísticas no son muy favorables, al ser contrastados discuten con los resultados adquiridos en la tabla 26, se observa que el 71% manifestaron que la población si se encuentra asociada en las actividades turísticas del departamento de Huánuco, el 29% negó dicho interrogante.

Milla (2018), en su investigación llegó a la conclusión con respecto al objetivo general la identidad cultural se relaciona significativamente en la conciencia turística, es decir la mayor parte de los habitantes de la ciudad de Canta se identifican con su patrimonio natural y cultural; además comprenden la importancia del turismo en su desarrollo y manifestando sus conocimientos, hospitalidad y buen comportamiento a los visitantes. En base al primer objetivo entorno geográfico se relaciona de manera positiva en la conciencia turística, es decir los habitantes valorar su ambiente y recurso natural, por el cual están influenciado por la actividad económica, la agricultura y ganadería esto se refleja en la actualidad la población se dedica a la ganadería y aprovechan la llegada de los visitantes para brindar sus productos como el yogurt, nata, leche, queso, etc. En base al segundo objetivo el elemento histórico se

relaciona de manera positiva en la conciencia turística; es decir los habitantes demuestran sus conocimientos acerca de su historia, también reconocen su patrimonio cultural. En base al elemento simbólico se relaciona de manera positiva en la conciencia turística; es decir la gran mayoría de los habitantes acuden a las fiestas religiosas donde demuestran su sentimiento profundo de veneración religiosa, También como los centros formativos con eventos culturales en los estudiantes participan. Además, como en Canta, hay festivales tradicionales o folclóricos donde lugareños y turistas muestran sus bailes, estos resultados coinciden mostrados en tabla 31, en el cual se manifiestan que las tradiciones huanuqueñas se relacionan directamente con el desarrollo turístico en el departamento de Huánuco, esta relación se da de manera alta, es decir que preservando las tradiciones huanuqueñas tales como las actividades referentes al aniversario de Huánuco y la festividad del sol.

Leonardo (2017), en su investigación llegó a la conclusión se identificó que existe una relación significativa entre ambas variables desde el punto de vista de los turistas el 36.7%, asimismo en los cuadros el 41,7% manifestaron como regular. En base al objetivo específico 1, se identificó que el turismo Sostenible influye de manera significativa en el desarrollo Turístico, con un porcentaje de 30%, es decir que el turista aprecia el servicio brindado (regular), asimismo en cuanto a la infraestructura se sienten insatisfechos. En base al objetivo específico 2, se identificó que la regulación influye de manera significativa en el desarrollo turismo, es decir los turistas manifestaron que los servicios que ofrecen son inestables, pues lo califican como regular.

CONCLUSIONES

1. Al determinar la relación de la identidad cultural huanuqueña y el desarrollo turístico en el departamento de Huánuco, se puede concluir que esta relación se da de manera muy alta ($r_{hx}=0,947$), es decir que a un aumento y conservación de la identidad cultural huanuqueña existirá un prolongado y correcto desarrollo turístico en el departamento de Huánuco.
2. Al determinar la relación de las costumbres huanuqueñas y el desarrollo turístico en el departamento de Huánuco, se puede concluir que esta relación se da de manera muy alta ($r_{hx}=0,986$), es decir que a una conservación de las festividades culturales tales como la danza de negritos de Huánuco y el carnaval huanuqueño existiría un correcto desarrollo turístico en el departamento de Huánuco.
3. Al determinar la relación de las tradiciones huanuqueñas y el desarrollo turístico en el departamento de Huánuco, se puede concluir que esta relación se da manera alta ($r_{hx}=0,714$), es decir que preservando las tradiciones huanuqueñas tales como las actividades referentes al aniversario de Huánuco y la festividad del sol, existirá un incremento del desarrollo turístico en el departamento de Huánuco.
4. Al determinar la relación de la historia huanuqueña y el desarrollo turístico en el departamento de Huánuco, se puede concluir que esta relación se da de manera muy alta ($r_{hx}=0,849$), es decir que mientras se siga transmitiendo la historia referente al departamento de Huánuco, asimismo la historia de los personajes ilustres, generara el desarrollo turístico en el departamento de Huánuco.
5. Al determinar la relación de la gastronomía huanuqueña y el desarrollo turístico en el departamento de Huánuco, se puede concluir esta relación se da de manera muy alta ($r_{hx}=0,854$), es decir que promocionando y exponiendo las ferias gastronómicas y los platos típicos regionales, contribuirá a que se pueda exponer la gastronomía huanuqueña generando un aumento en el desarrollo turístico en el departamento de Huánuco.

RECOMENDACIONES

1. Se recomienda a las autoridades competentes el poder planificar, ejecutar y desarrollar actividades culturales para mejorar el nivel de conocimiento con respecto a la conservación de la identidad cultural en la población huanuqueña.
2. Se recomienda a las instituciones relacionadas al Instituto nacional de cultura, preocuparse por la conservación y promoción de las costumbres huanuqueñas que forman parte de las tradiciones, patrimonio, folclor y gastronomía de Huánuco, de esta manera ayudara a incrementar el desarrollo turístico.
3. Se recomienda a las instituciones educativas el poder considerar en sus mallas curriculares un taller o curso donde se pueda promover la práctica de las buenas tradiciones y costumbres del departamento de Huánuco que pueda permitir el fortalecimiento de la actividad turística del lugar.
4. Se recomienda a las Municipalidades provinciales y distritales del departamento de Huánuco, asimismo a las instituciones relacionadas al turismo a poder crear políticas y proyectos de desarrollo turístico, incluyendo programas que permita la capacitación turística además implementar instituciones que preparen profesionales relacionados al turismo para así brindar una buena acogida al visitante.
5. Se recomienda a los empresarios huanuqueños a que puedan seguir invirtiendo en restaurantes donde se permita el consumo y servicio de platos típicos netamente locales y así la gastronomía de Huánuco ayude a incrementar el desarrollo turístico.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Arana, C. (2019). Propuesta de plan de desarrollo turístico orientado a incentivar el turismo en el centro poblado de Otuzco-distrito de Baños del Inca-prov. Cajamarca 2018.
- Bengoa, J. (2004). La memoria olvidada. Historia de los pueblos indígenas de Chile. Bicentenario.
- Bernárdez, J. (2003) La Profesión de la Gestión Cultural: Definiciones y Retos. Catalunya España.
- Berrospi, V. (2012). El Entretenimiento Televisivo y La Identidad Cultural, en Los Colegios Emblemáticos De La Ciudad de Huánuco 2012
- Biagini, H. E. (2008). Diccionario del pensamiento alternativo. Editorial Biblos.
- Bonte, P., & Izard, M. (2003). Diccionario Akal de etnología y antropología (Vol. 13). Ediciones Akal.
- Bourdieu, P. (1971). Génesis y estructura del campo religioso. *Revue française de sociologie*, 295-334.
- Bravo, C., Espinoza, E. & Rivera, R. (2016). Los programas televisivos de carácter folklórico y el fortalecimiento de la identidad cultural en estudiantes de la Institución Educativa “Marcos Durán Martel-Amarilis–Huánuco 2014.
- Coral, D. (2019). Evaluación de la cultura turística para desarrollar el turismo en el centro poblado de sipán del distrito de zaña–2018.
- De la Torre, C. (2007). Estudios sobre la identidad y la cultura en las organizaciones en América Latina. *Cuadernos de Administración*, 23(38), 21-51.
- del Turismo, O. M. (1999). Código Ético Mundial para el Turismo. Código Ético Mundial para el Turismo.

- Esparcia, A. (2011). Lobby y comunicación: el lobbying como estrategia comunicativa (Vol. 41). Comunicación Social.
- Fernández, C., Baptista, P., & Hernández, R. (2014). Metodología de la Investigación. Editorial McGraw Hill.
- Fernández, L. (2009). Identidad Cultural, Capital y Psiquismo. Estudio de la identidad y el mercado. Un diálogo con Freud, Lévi-Strauss y Polanyi. Madrid España.
- Finkelkraut, A. (1990). La memoria vana: del crimen contra la humanidad. Editorial Anagrama.
- Gómez, B., & Armesto, X. (2002). Turismo, gastronomía y territorio. Actas del XI Coloquio de Geografía Rural. Los espacios rurales entre el hoy y el mañana, 139-147.
- Grimaldo, M. (2006). Identidad y política cultural en el Perú. Liberabit, 12(12), 16-23.
- Guamanquispe, E. (2014). Identidad cultural y su incidencia en el desarrollo turístico de la parroquia Pilahuín cantón Ambato provincia de Tungurahua (Bachelor's thesis, Universidad Técnica de Ambato. Facultad de Ciencias Humanas y de la Educación. Carrera de Turismo y hotelería).
- Gross, M. (2010). Conozca 3 tipos de investigación: Descriptiva, Exploratoria y Explicativa. Obtenido de Pensamiento Imaginativo: <http://manuelgross.bligoo.com>.
- Hernández S. (2010) Metodología de la Investigación. Mac graw Hill.
- Huamán, K. (2016). El conocimiento del proceso histórico peruano y el nivel de identidad cultural en los ingresantes de la facultad de ciencias de la educación–Unheval–2016.
- Huezo, I. (2019). Tradiciones y Costumbres del Municipio de Mexicanos, un enfoque etnográfico.

- Huisa, M., Hualpa, L., & Godinez, A. (2009). Identidad Cultural. Recuperado de http://identidadculturalfacem.blogspot.com/2009/10/definicion-deidentidad-cultural_08.html.
- Izard, O., Simón, R., Hereu, J., Reverté, F. & de Pineda, J. (2010). Gestión pública del turismo (Vol. 159). Editorial UOC.
- Leonardo, C. (2017). La gestión turística municipal y el desarrollo turístico del distrito de Huánuco-2016.
- López, R. (2015). Identidad Cultural de los Pueblos Indígenas. Guatemala de la asunción.
- Magadán, M., & Rivas, J. (2014). Turismo de shopping. Septem Ediciones.
- Malpartida, N. & Peña, J. (2015). El marketing mix y su incidencia en el desarrollo turístico del Distrito de San Francisco de Cayrán, Departamento de Huánuco-2015.
- Mathieson, A. y Wall, G. (1982). Impactos turísticos, económicos, físicos y sociales . Longman.
- Medrano, G. (2001). Danza de indios de mesillasuna danza de conquista en Tepezalá, Aguascalientes (No. 306.67242 M4).
- Milla, E. (2019). Identidad cultural y conciencia turística en la población de la ciudad de Canta, 2018 (Tesis de pregrado). Universidad de San Martín de Porres, Lima.
- Molano, L. (2008). Identidad Cultural, un concepto que evoluciona. Revista Ópera 2008.
- Moral, S., & Orgaz, F. (2017). Turismo y desarrollo sostenible: conceptualización, evolución y principios. Turismo y Desarrollo, 22.
- Moreno, D., García, R. & Espejo, C. (2018). Identidad patrimonial e implicación local en el desarrollo turístico de Lorca (Región de Murcia, España). Rotur: revista de ocio y turismo, 12(2), 16-29.

- Nieves, M. (2001). Sinopsis Literarios, Históricos, geográficos, Folklorico y biográfico (1era Edición) Huánuco - Perú
- Ordóñez, M., & Marco, F. (2005). Políticas de empleo en la planificación turística local de Ecuador: herramientas para su formulación. CEPAL.
- Pérez, D., & Yábar, B. (2010). La política cultural de la Unión Europea.: Los fundamentos económicos e instituciones.
- Ponce, J. (1987). Juan "Libros de Huánuco".Guía Histórica y Social primer tomo. Huánuco -Perú
- Pulgar, J. (2016). Los Negritos de Huánuco. Biblioteca Huanuqueña (tercera edición) Huánuco - Perú
- Raffino, M. (2019). Concepto de cultura. Recuperado de <https://concepto.de/cultura>.
- Reyes, A. (2017). Educación en gastronomía: su vínculo con la identidad cultural y el turismo. El periplo sustentable, (32).
- Rodríguez, R. (1969). Historia de la fundación de Huánuco (edición extraordinaria) 8 pág. Imprenta "la voz de Huánuco y Amarilis".
- Sanca, M. (2011). Tipos de investigación científica. Revista de actualización clínica investiga, 12, 621.
- Sancho, E. (2014). Impacto nacional del turismo-industria en el departamento de Usulután. Realidad y Reflexión, 2014, Año. 14, núm. 39, p. 98-107.
- Trujillo, F. (1954). "Algo de Historia" Pag. 119. Huánuco - Perú.
- Uceda, D. (2013). "Al Fondo Hay Sitio": Una manifestación de la identidad peruana. Lima – Perú
- Varallanos, J. (1959). "Fundación Española de la Ciudad de Huánuco". Huancayo - Perú.
- Varisco, C. (2008). Desarrollo turístico y desarrollo local: la competitividad de

los destinos turísticos de sol y playa (Doctoral dissertation, Universidad Nacional de Mar del Plata).

Veneziani, M. C. (2007). La imagen de la moda. Nobuko.

Venturo, A. (1999). Nacimiento de la Danza de Los Negritos. Recuperado de:
<https://www.raptravel.org/danzas-del-peru/danza-los-negritos-de-huanuco-danza-colonial-del-peru.php>

COMO CITAR ESTE TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

Salinas Núñez, G. (2023). *Identidad cultural Huanuqueña y el desarrollo Turístico en el departamento de Huánuco, 2021* [Tesis de pregrado, Universidad de Huánuco]. Repositorio Institucional UDH. <http://...>

ANEXOS

ANEXO 1 MATRIZ DE CONSISTENCIA

TÍTULO: IDENTIDAD CULTURAL HUANUQUEÑA Y SU RELACIÓN CON EL DESARROLLO TURÍSTICO EN EL DEPARTAMENTO DE HUÁNUCO.
PERÍODO 2019

Problema	Objetivos	Hipótesis	Variables	Metodología
General	General	General	Variable I	Tipo: Básica: Porque es una investigación que parte de un tema específico y no sale de él. Las investigaciones y experimentos se basan en un tema, ampliándolo y creando a partir de éste, nuevas leyes o refutando las existentes. Es también conocida como investigación fundamental o pura.
¿Cuál es la relación de la identidad cultural huanuqueña y el desarrollo turístico en el departamento de Huánuco, 2021?	Determinar la relación de la identidad cultural huanuqueña y el desarrollo turístico en el departamento de Huánuco, 2021.	Hi. La identidad cultural huanuqueña se relaciona directamente con el desarrollo turístico en el departamento de Huánuco.	X= Identidad huanuqueña Dimensiones X ₁ = Costumbres X ₂ = Tradiciones X ₃ = Historia X ₄ =Gastronomía	Enfoque: Cuantitativo: la información que se va recolectar se procesará estadísticamente.
Específicos	Específicos	Específicos	Variable II	Alcance o Nivel: Descriptivo Correlacional: Este nivel de investigación consiste en determinar la relación que existe entre dos o más variables en un contexto determinado.
¿Cuál es la relación de las costumbres huanuqueñas y el desarrollo turístico en el departamento de Huánuco, 2021?	Analizar la relación de las costumbres huanuqueñas y el desarrollo turístico en el departamento de Huánuco, 2021.	Ha. Las costumbres huanuqueñas se relacionan directamente con el desarrollo turístico en el departamento de Huánuco.	Y= Desarrollo turístico Dimensiones Y ₁ = Desarrollo económico Y ₂ = Desarrollo social	Diseño de la Investigación: Diseño No experimental transaccional Correlacional: El diseño transaccional correlacional, tiene como objetivo describir relaciones entre dos o más variables en un momento determinado.
¿Cuál es la relación de las tradiciones huanuqueñas y el desarrollo turístico en el departamento de Huánuco, 2021?	Establecer la relación de las tradiciones huanuqueñas y el desarrollo turístico en el departamento de Huánuco, 2021.	Ha. Las tradiciones huanuqueñas se relacionan directamente con el desarrollo turístico en el departamento de Huánuco.		
¿Cuál es la relación de la historia huanuqueña y el desarrollo turístico en el departamento de	Determinar la relación de la historia huanuqueña y el desarrollo turístico en el	Ha. La historia huanuqueña se relaciona		Población

<p>Huánuco, 2021? ¿Cuál es la relación de la gastronomía huanuqueña y el desarrollo turístico en el departamento de Huánuco, 2021?</p>	<p>departamento de Huánuco, 2021. Describir la relación de la gastronomía huanuqueña y el desarrollo turístico en el departamento de Huánuco, 2021.</p>	<p>directamente con el desarrollo turístico en el departamento de Huánuco. Ha. La gastronomía huanuqueña se relaciona directamente con el desarrollo turístico en el departamento de Huánuco.</p>	<p>65555 habitantes entre las edades de 20 a 24 años del departamento de Huánuco según los datos del Censo Peruano de 2017</p> <p>Muestra 382 habitantes del departamento de Huánuco.</p> <p>Técnicas e instrumentos: Encuesta. Instrumentos: Cuestionario</p>
--	---	---	---

ANEXO 2 ENTREVISTA DIRIGIDA A LOS HUANUQUEÑOS



UNIVERSIDAD DE HUÁNUCO FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

PROGRAMA ACADÉMICO DE TURISMO, HOTELERÍA Y GASTRONOMÍA

La siguiente entrevista es únicamente con fines investigativos para la elaboración de la Tesis titulada “IDENTIDAD CULTURAL HUANUQUEÑA Y SU RELACIÓN CON EL DESARROLLO TURÍSTICO EN EL DEPARTAMENTO DE HUÁNUCO. PERÍODO 2019”.

INSTRUCCIONES: A continuación, se presentan una serie de interrogantes de respuesta múltiple, por lo que se le solicita responder como corresponde, marcando con una X en la opción de su elección.

*Emplear la siguiente escala: 1. Sí, 2. No

Ítems	1	2
1. ¿Alguna vez usted ha leído la historia de la danza de los Negritos de Huánuco?		
2. ¿Alguna vez usted ha bailado o participado de la danza de los Negritos de Huánuco?		
3. ¿Usted participa cada año de las actividades tradicionales del Carnaval Huanuqueño?		
4. ¿Usted recomendaría a los turistas participar de las actividades tradicionales del Carnaval Huanuqueño?		
5. ¿Usted se siente orgulloso de haber nacido en Huánuco?		
6. ¿Usted asiste anualmente a las actividades que se realizan por el aniversario de Huánuco?		
7. ¿Usted ha visitado Huánuco Pampa para la Fiesta del Sol?		
8. ¿Considera usted que la Fiesta del Sol es la actividad cultural más grande e importante de Huánuco?		
9. ¿Usted conoce o ha estudiado la historia de la fundación española de Huánuco?		
10. ¿Se siente identificado con los personajes ilustres de Huánuco?		
11. ¿Usted se siente orgulloso(a) que la zarzuela peruana El Cóndor Pasa sea reconocida universalmente?		
12. ¿Usted participa de las ferias gastronómicas que se organizan en el departamento Huánuco?		
13. ¿Usted conoce todos los platos típicos del departamento de Huánuco?		
14. ¿Considera usted que los platos típicos de Huánuco están a la altura de la mejor gastronomía peruana?		

15. ¿Consideras que el turismo es generador de ingresos para el gobierno local?		
16. ¿Considera que el turismo en el departamento de Huánuco es fuente generadora de empleos?		
17. ¿Consideras que la población joven del departamento de Huánuco, tiene un nivel de empleo alto?		
18. ¿Se ejecutan proyectos del desarrollo turístico por parte del gobierno local?		
19. ¿Se han generado la creación de nuevas empresas a raíz del turismo en el departamento de Huánuco?		
20. ¿El desarrollo de la actividad turística aumenta el nivel de educación en la población?		
21. ¿Consideras que el incremento de la calidad de vida de la población está sujeto al aspecto turístico?		
22. ¿La población se encuentra involucrada en las actividades turísticas del departamento de Huánuco?		
23. ¿Consideras que el desarrollo del turismo permite que la población pueda tener una mejor alimentación?		
24. ¿Consideras que existe un alto índice de desarrollo humano en la población huanuqueña producto al desarrollo del turismo?		

GRACIAS

ANEXO 3 BASE DE DATOS

*gherson.sav [ConjuntoDatos5] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

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

Visible: 30 de 30 variables

	p1	p2	p3	p4	p5	p6	p7	p8	p9	p10	p11	p12	p13	p14	p15	p16	p17	p18	p19	p20	p21	p22	p23	p24	Costumbres	Tradiciones	Historia	Gastronomía	Identidad	Desarrollo
1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	4	3	3	14	10
2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	4	3	3	14	10
3	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	4	3	3	14	10
4	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	4	3	3	14	10
5	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	4	3	3	14	10
6	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	4	3	3	14	10
7	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	4	3	3	14	10
8	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	4	3	3	14	10
9	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	4	3	3	14	10
10	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	4	3	3	14	10
11	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	4	3	3	14	10
12	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	4	3	3	14	10
13	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	4	3	3	14	10
14	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	4	3	3	14	10
15	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	4	3	3	14	10
16	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	4	3	3	14	10
17	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	4	3	3	14	10
18	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	4	3	3	14	10
19	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	4	3	3	14	10
20	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	4	3	3	14	10
21	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	4	3	3	14	10
22	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	4	3	3	14	10
23	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	4	3	3	14	10
24	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	4	3	3	14	10
25	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	4	3	3	14	10
26	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	4	3	3	14	10
27	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	4	3	3	14	10
28	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	4	3	3	14	10

Vista de datos Vista de variables

IBM SPSS Statistics Processor está listo Unicode:ON

*gherson.sav [ConjuntoDatos5] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

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

Visible: 30 de 30 variables

	p1	p2	p3	p4	p5	p6	p7	p8	p9	p10	p11	p12	p13	p14	p15	p16	p17	p18	p19	p20	p21	p22	p23	p24	Costumbres	Tradiciones	Historia	Gastronomía	Identidad	Desarrollo
29	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	4	3	3	14	10
30	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	4	3	3	14	10
31	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	4	3	3	14	10
32	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	4	3	3	14	10
33	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	4	3	3	14	10
34	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	4	3	3	14	10
35	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	4	3	3	14	10
36	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	4	3	3	14	10
37	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	4	3	3	14	10
38	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	4	3	3	14	10
39	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	4	3	3	14	10
40	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	4	3	3	14	10
41	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	4	3	3	14	10
42	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	4	3	3	14	10
43	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	4	3	3	14	10
44	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	4	3	3	14	10
45	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	4	3	3	14	10
46	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	4	3	3	14	10
47	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	4	3	3	14	10
48	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	4	3	3	14	10
49	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	4	3	3	14	10
50	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	4	3	3	14	10
51	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	4	3	3	14	10
52	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	4	3	3	14	10
53	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	4	3	3	14	10
54	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	4	3	3	14	10
55	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	4	3	3	14	10
56	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	4	3	3	14	10

Vista de datos Vista de variables

IBM SPSS Statistics Processor está listo Unicode:ON

*gherson.sav [ConjuntoDatos5] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

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

Visible: 30 de 30 variables

	p1	p2	p3	p4	p5	p6	p7	p8	p9	p10	p11	p12	p13	p14	p15	p16	p17	p18	p19	p20	p21	p22	p23	p24	Costumbres	Tradiciones	Historia	Gastronomía	Identidad	Desarrollo
57	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	4	3	3	14	10
58	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	4	3	3	14	10
59	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	4	3	3	14	10
60	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	4	3	3	14	10
61	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	4	3	3	14	10
62	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	4	3	3	14	10
63	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	4	3	3	14	10
64	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	4	3	3	14	10
65	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	4	3	3	14	10
66	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	4	3	3	14	10
67	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	4	3	3	14	10
68	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	4	3	3	14	10
69	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	4	3	3	14	10
70	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	4	3	3	14	10
71	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	4	3	3	14	10
72	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	4	3	3	14	10
73	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	4	3	3	14	10
74	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	4	3	3	14	10
75	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	4	3	3	14	10
76	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	4	3	3	14	10
77	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	4	3	3	14	10
78	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	4	3	3	14	10
79	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	4	3	3	14	10
80	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	4	3	3	14	10
81	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	4	3	3	14	10
82	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	4	3	3	14	10
83	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	4	3	3	14	10
84	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	4	3	3	14	10

Vista de datos Vista de variables

IBM SPSS Statistics Processor está listo Unicode:ON



Visible: 30 de 30 variables

	p1	p2	p3	p4	p5	p6	p7	p8	p9	p10	p11	p12	p13	p14	p15	p16	p17	p18	p19	p20	p21	p22	p23	p24	Costu mbres	Tradici ones	Histori a	Gastro nomía	Identid ad	Desarr ollo
85	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	4	3	3	14	10
86	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	4	3	3	14	10
87	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	4	3	3	14	10
88	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	4	3	3	14	10
89	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	4	3	3	14	10
90	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	4	3	3	14	10
91	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	4	3	3	14	10
92	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	4	3	3	14	10
93	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	4	3	3	14	10
94	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	4	3	3	14	10
95	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	4	3	3	14	10
96	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	4	3	3	14	10
97	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	4	3	3	14	10
98	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	4	3	3	14	10
99	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	4	3	3	14	10
100	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	4	3	3	14	10
101	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	4	3	3	14	10
102	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	4	3	3	14	10
103	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	4	3	3	14	10
104	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	4	3	3	14	10
105	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	4	3	3	14	10
106	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	4	3	3	14	10
107	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	4	3	3	14	10
108	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	4	3	3	14	10
109	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	4	3	3	14	10
110	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	4	3	3	14	10
111	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	4	3	3	14	10
112	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	4	3	3	14	10

Vista de datos Vista de variables



Visible: 30 de 30 variables

	p1	p2	p3	p4	p5	p6	p7	p8	p9	p10	p11	p12	p13	p14	p15	p16	p17	p18	p19	p20	p21	p22	p23	p24	Costumbres	Tradiciones	Historia	Gastronomía	Identidad	Desarrollo
113	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	4	3	3	14	10
114	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	4	4	3	15	10
115	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	4	4	3	15	10
116	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	4	4	3	15	10
117	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	4	4	3	15	10
118	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	4	4	3	15	10
119	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	4	4	3	15	10
120	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	4	4	3	15	10
121	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	4	4	3	15	10
122	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	4	4	3	15	10
123	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	4	4	3	15	10
124	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	4	4	3	15	10
125	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	4	4	3	15	10
126	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	4	4	3	15	10
127	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	4	4	3	15	10
128	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	4	4	3	15	10
129	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	4	4	3	15	10
130	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	4	4	3	15	10
131	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	4	4	3	15	10
132	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	4	4	3	15	10
133	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	4	4	3	15	10
134	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	4	4	3	15	10
135	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	4	4	3	15	10
136	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	4	4	3	15	10
137	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	4	4	3	15	10
138	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	4	4	3	15	10
139	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	4	4	3	15	10
140	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	4	4	3	15	10

Vista de datos Vista de variables



Visible: 30 de 30 variables

	p1	p2	p3	p4	p5	p6	p7	p8	p9	p10	p11	p12	p13	p14	p15	p16	p17	p18	p19	p20	p21	p22	p23	p24	Costu mbres	Tradici ones	Histori a	Gastro nomía	Identid ad	Desarr ollo
141	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	4	4	3	15	10
142	1	1	1	1	1	2	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	5	4	3	16	10
143	1	1	1	1	1	2	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	5	4	3	16	10
144	1	1	1	1	1	2	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	5	4	3	16	10
145	1	1	1	1	1	2	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	5	4	3	16	10
146	1	1	1	1	1	2	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	5	4	3	16	10
147	1	1	1	1	1	2	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	6	4	3	17	10
148	1	1	1	1	1	2	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	6	4	3	17	10
149	1	1	1	1	1	2	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	6	4	3	17	10
150	1	1	1	1	1	2	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	6	4	3	17	10
151	1	1	1	1	1	2	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	6	4	3	17	10
152	1	1	1	1	1	2	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	6	4	3	17	10
153	1	1	1	1	1	2	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	6	4	3	17	10
154	1	1	1	1	1	2	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	6	4	3	17	10
155	1	1	1	1	1	2	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	6	4	3	17	10
156	1	1	1	1	1	2	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	6	4	3	17	10
157	1	1	1	1	1	2	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	6	4	3	17	10
158	1	1	1	1	1	2	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	6	4	3	17	10
159	1	1	1	1	1	2	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	6	4	3	17	10
160	1	1	1	1	1	2	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	6	4	3	17	10
161	1	1	1	1	1	2	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	6	4	3	17	10
162	1	1	1	1	1	2	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	6	4	3	17	10
163	1	1	1	1	1	2	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	6	4	3	17	10
164	1	1	1	1	1	2	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	7	4	3	18	10
165	1	1	1	1	1	2	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	7	4	3	18	10
166	1	1	1	1	1	2	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	7	4	3	18	10
167	1	1	1	1	1	2	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	4	7	4	3	18	11
168	1	1	1	1	1	2	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	4	7	4	3	18	11

Vista de datos Vista de variables



Visible: 30 de 30 variables

	p1	p2	p3	p4	p5	p6	p7	p8	p9	p10	p11	p12	p13	p14	p15	p16	p17	p18	p19	p20	p21	p22	p23	p24	Costumbres	Tradiciones	Historia	Gastronomía	Identidad	Desarrollo
169	1	1	1	1	1	2	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	4	7	4	3	18	11
170	1	1	1	1	1	2	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	4	7	4	3	18	11
171	1	1	2	1	1	2	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	4	7	4	3	18	11
172	1	1	2	1	1	2	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	4	7	4	3	18	11
173	1	1	2	1	1	2	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	4	7	4	3	18	11
174	1	1	2	1	1	2	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	4	7	4	3	18	11
175	1	1	2	1	1	2	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	4	7	4	3	18	11
176	1	1	2	1	1	2	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	4	7	4	3	18	11
177	1	1	2	1	1	2	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	4	7	4	3	18	11
178	1	1	2	1	1	2	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	4	7	4	3	18	11
179	1	1	2	1	1	2	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	4	7	4	3	18	11
180	1	1	2	1	1	2	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	4	7	4	3	18	11
181	1	1	2	1	1	2	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	4	6	4	3	17	11
182	1	1	2	1	1	2	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	4	6	4	3	17	11
183	1	1	2	1	1	2	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	4	6	3	3	16	11
184	1	1	2	1	1	2	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	4	4	3	3	14	11
185	1	1	2	1	1	2	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	4	4	3	3	14	11
186	1	1	2	1	1	2	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	4	4	3	3	14	11
187	1	1	2	1	1	2	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	4	4	3	3	14	11
188	1	1	2	1	1	2	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	4	4	3	3	14	11
189	1	1	2	1	1	2	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	4	4	3	3	14	11
190	1	1	2	1	1	2	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	4	4	3	3	14	11
191	1	1	2	1	1	2	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	4	4	3	3	14	11
192	1	1	2	1	1	2	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	4	4	3	3	14	11
193	1	1	2	1	1	2	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	4	4	3	3	14	11
194	1	1	2	1	1	2	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	4	4	3	3	14	11
195	1	1	2	1	1	2	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	4	4	3	3	14	11
196	1	1	2	1	1	2	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	4	6	4	3	17	11

Vista de datos Vista de variables

*gherson.sav [ConjuntoDatos5] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

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

200 : p20 1 Visible: 30 de 30 variables

	p1	p2	p3	p4	p5	p6	p7	p8	p9	p10	p11	p12	p13	p14	p15	p16	p17	p18	p19	p20	p21	p22	p23	p24	Costu mbres	Tradici ones	Histori a	Gastro nomía	Identid ad	Desarr ollo
197	1	1	2	1	1	2	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	4	7	4	3	18	11
198	1	1	2	1	1	2	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	5	7	4	3	19	11
199	1	1	2	1	1	2	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	5	7	4	3	19	11
200	1	1	2	1	1	2	2	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	5	7	4	3	19	11
201	1	1	2	1	1	2	2	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	5	7	4	3	19	11
202	1	1	2	1	1	2	2	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	5	7	4	3	19	11
203	1	1	2	1	1	2	2	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	5	7	4	3	19	11
204	1	1	2	1	1	2	2	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	5	7	4	3	19	11
205	1	1	2	1	1	2	2	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	5	7	4	3	19	11
206	1	1	2	1	1	2	2	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	5	7	4	3	19	11
207	1	1	2	1	1	2	2	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	5	7	4	3	19	11
208	1	1	2	1	1	2	2	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	5	7	4	3	19	11
209	1	1	2	1	1	2	2	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	5	7	4	3	19	11
210	1	1	2	1	1	2	2	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	5	7	4	3	19	11
211	1	1	2	1	1	2	2	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	5	7	4	3	19	11
212	1	1	2	1	1	2	2	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	5	7	4	3	19	11
213	1	1	2	1	1	2	2	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	5	7	4	3	19	11
214	1	1	2	1	1	2	2	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	5	7	4	3	19	11
215	1	1	2	1	1	2	2	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	5	7	4	3	19	11
216	1	1	2	1	1	2	2	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	5	7	4	3	19	11
217	1	1	2	1	1	2	2	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	5	7	4	3	19	11
218	1	1	2	1	1	2	2	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	5	7	4	3	19	11
219	1	1	2	1	1	2	2	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	5	7	4	3	19	11
220	1	1	2	1	1	2	2	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	5	7	4	3	19	11
221	1	1	2	1	1	2	2	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	5	7	4	3	19	11
222	1	1	2	1	1	2	2	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	5	7	4	3	19	11
223	1	1	2	1	1	2	2	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	5	7	4	3	19	11
224	1	1	2	1	1	2	2	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	2	1	2	1	1	1	1	5	7	4	3	19	12

Vista de datos Vista de variables

IBM SPSS Statistics Processor está listo Unicode:ON

*gherson.sav [ConjuntoDatos5] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

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

200 : p20 1 Visible: 30 de 30 variables

	p1	p2	p3	p4	p5	p6	p7	p8	p9	p10	p11	p12	p13	p14	p15	p16	p17	p18	p19	p20	p21	p22	p23	p24	Costu mbres	Tradici ones	Histori a	Gastro nomia	Identid ad	Desarr ollo
225	1	1	2	1	1	2	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	2	1	1	1	1	5	7	4	3	19	12
226	1	1	2	1	1	2	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	2	1	1	1	1	5	7	4	3	19	12
227	1	1	2	1	1	2	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	2	1	1	1	1	5	7	4	3	19	12
228	1	1	2	1	1	2	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	2	1	1	1	1	5	7	4	3	19	12
229	1	1	2	1	1	2	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	2	1	1	1	1	5	7	4	3	19	12
230	1	1	2	1	1	2	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	2	1	1	1	1	5	7	4	3	19	12
231	1	1	2	1	1	2	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	2	1	1	1	1	5	7	4	3	19	12
232	1	1	2	1	1	2	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	2	1	1	1	1	5	7	4	3	19	12
233	1	1	2	1	1	2	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	2	1	1	1	1	5	7	4	3	19	12
234	1	1	2	1	1	2	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	2	1	1	1	1	5	7	4	3	19	12
235	1	1	2	1	1	2	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	2	1	1	1	1	5	7	4	3	19	12
236	1	1	2	1	1	2	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	2	1	1	1	1	5	7	4	3	19	12
237	1	1	2	1	1	2	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	2	1	1	1	2	5	7	4	3	19	13
238	1	2	2	1	1	2	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	2	1	1	1	2	6	7	4	3	20	13
239	1	2	2	1	1	2	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2	1	1	1	2	6	7	4	3	20	14
240	1	2	2	1	1	2	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2	1	1	1	2	6	7	4	3	20	14
241	1	2	2	1	1	2	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2	1	1	1	2	6	7	4	3	20	14
242	1	2	2	1	1	2	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2	1	1	1	2	6	7	4	3	20	14
243	1	2	2	1	1	2	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2	1	1	1	2	6	7	4	3	20	14
244	1	2	2	1	1	2	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2	1	1	1	2	6	7	4	3	20	14
245	1	2	2	1	1	2	2	2	2	1	1	1	1	1	2	1	1	2	2	2	1	1	1	2	6	7	4	3	20	15
246	1	2	2	1	1	2	2	2	2	1	1	1	1	1	2	1	1	2	2	2	1	1	1	2	6	7	4	3	20	15
247	1	2	2	1	1	2	2	2	2	1	1	1	1	1	2	1	1	2	2	2	1	1	1	2	6	7	4	3	20	15
248	1	2	2	1	1	2	2	2	2	1	1	1	1	1	2	1	1	2	2	2	1	1	1	2	6	7	4	3	20	15
249	1	2	2	1	1	2	2	2	2	1	1	1	1	1	2	1	1	2	2	2	1	1	1	2	6	7	4	3	20	15
250	1	2	2	1	1	2	2	2	2	1	1	1	1	1	2	1	1	2	2	2	1	1	1	2	6	7	4	3	20	15
251	1	2	2	1	1	2	2	2	2	1	1	1	1	1	2	1	1	2	2	2	1	1	1	2	6	7	4	3	20	15
252	1	2	2	1	1	2	2	2	2	1	1	1	1	1	2	1	1	2	2	2	1	1	1	2	6	7	4	3	20	15

Vista de datos Vista de variables

IBM SPSS Statistics Processor está listo Unicode:ON



	p1	p2	p3	p4	p5	p6	p7	p8	p9	p10	p11	p12	p13	p14	p15	p16	p17	p18	p19	p20	p21	p22	p23	p24	Costu mbres	Tradici ones	Histori a	Gastro nomía	Identid ad	Desarr ollo
253	1	2	2	1	1	2	2	2	2	1	1	1	1	1	2	1	1	2	2	2	1	1	1	2	6	7	4	3	20	15
254	1	2	2	1	1	2	2	2	2	1	1	1	1	1	2	1	1	2	2	2	1	1	1	2	6	7	4	3	20	15
255	1	2	2	1	1	2	2	2	2	1	1	1	1	1	2	1	1	2	2	2	1	1	1	2	6	7	4	3	20	15
256	1	2	2	1	1	2	2	2	2	1	1	1	1	1	2	1	1	2	2	2	1	1	1	2	6	7	4	3	20	15
257	1	2	2	1	1	2	2	2	2	1	1	1	1	1	2	1	1	2	2	2	1	1	1	2	6	7	4	3	20	15
258	1	2	2	1	1	2	2	2	2	1	1	1	1	1	2	1	1	2	2	2	1	1	1	2	6	7	4	3	20	15
259	1	2	2	1	1	2	2	2	2	1	1	1	1	1	2	1	1	2	2	2	1	1	1	2	6	7	4	3	20	15
260	1	2	2	1	1	2	2	2	2	1	1	1	1	1	2	1	1	2	2	2	1	1	1	2	6	7	4	3	20	15
261	1	2	2	1	1	2	2	2	2	1	1	1	1	1	2	1	1	2	2	2	1	1	1	2	6	7	4	3	20	15
262	1	2	2	1	1	2	2	2	2	1	1	1	1	1	2	1	1	2	2	2	1	1	1	2	6	7	4	3	20	15
263	1	2	2	1	1	2	2	2	2	1	1	1	1	1	2	1	1	2	2	2	1	1	1	2	6	7	4	3	20	15
264	1	2	2	1	1	2	2	2	2	1	1	1	1	1	2	1	1	2	2	2	1	1	1	2	6	7	4	3	20	15
265	1	2	2	1	1	2	2	2	2	1	1	1	1	1	2	1	1	2	2	2	1	1	1	2	6	7	4	3	20	15
266	1	2	2	1	1	2	2	2	2	1	1	1	1	1	2	1	1	2	2	2	1	1	1	2	6	7	4	3	20	15
267	1	2	2	1	1	2	2	2	2	1	1	1	1	1	2	1	1	2	2	2	1	1	1	2	6	6	4	3	19	15
268	1	2	2	1	1	2	2	2	2	1	1	1	1	1	2	1	1	2	2	2	1	1	1	2	6	6	4	3	19	15
269	1	2	2	1	1	2	2	2	2	1	1	1	1	1	2	1	1	2	2	2	1	1	1	2	6	6	4	3	19	15
270	1	2	2	1	1	2	2	2	2	1	1	1	1	1	2	1	1	2	2	2	2	1	1	2	6	6	4	3	19	16
271	1	2	2	1	1	2	2	2	2	1	1	1	1	1	2	1	1	2	2	2	2	1	1	2	6	6	4	3	19	15
272	2	2	2	1	1	2	2	2	2	1	1	1	1	1	2	1	1	2	2	2	2	2	1	2	7	6	4	3	20	16
273	2	2	2	1	1	2	2	2	2	1	1	1	1	1	2	1	1	2	2	2	2	2	1	2	7	6	4	3	20	16
274	2	2	2	1	1	2	2	2	2	1	1	1	1	1	2	1	2	2	2	2	2	2	1	2	7	6	4	3	20	17
275	2	2	2	1	1	2	2	2	2	1	1	2	1	1	2	1	2	2	2	2	2	2	1	2	7	7	4	4	22	17
276	2	2	2	1	1	2	2	2	2	1	1	2	1	1	2	1	2	2	2	2	2	2	1	2	7	7	4	4	22	17
277	2	2	2	1	1	2	2	2	2	1	1	2	1	1	2	1	2	2	2	2	2	2	1	2	7	7	4	4	22	17
278	2	2	2	1	1	2	2	2	2	1	1	2	1	1	2	1	2	2	2	2	2	2	1	2	7	7	4	4	22	17
279	2	2	2	1	1	2	2	2	2	1	1	2	1	1	2	1	2	2	2	2	2	2	1	2	7	7	4	4	22	17
280	2	2	2	1	1	2	2	2	2	1	1	2	1	1	2	1	2	2	2	2	2	2	1	2	7	7	4	4	22	17

*gherson.sav [ConjuntoDatos5] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

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

200 : p20 1 Visible: 30 de 30 variables

	p1	p2	p3	p4	p5	p6	p7	p8	p9	p10	p11	p12	p13	p14	p15	p16	p17	p18	p19	p20	p21	p22	p23	p24	Costumbres	Tradiciones	Historia	Gastronomía	Identidad	Desarrollo
281	2	2	2	1	1	2	2	2	2	1	1	2	1	1	2	1	2	2	2	2	2	2	1	2	7	7	4	4	22	17
282	2	2	2	1	1	2	2	2	2	1	1	2	1	1	2	1	2	2	2	2	2	2	1	2	7	7	4	4	22	17
283	2	2	2	1	1	2	2	2	2	1	1	2	1	1	2	1	2	2	2	2	2	2	1	2	7	7	4	4	22	17
284	2	2	2	1	1	2	2	2	2	1	1	2	1	1	2	1	2	2	2	2	2	2	1	2	7	7	4	4	22	17
285	2	2	2	1	1	2	2	2	2	1	1	2	1	1	2	1	2	2	2	2	2	2	1	2	7	7	4	4	22	17
286	2	2	2	1	1	2	2	2	2	1	1	2	1	1	2	1	2	2	2	2	2	2	1	2	7	7	4	4	22	17
287	2	2	2	1	1	2	2	2	2	1	1	2	1	1	2	1	2	2	2	2	2	2	1	2	7	7	4	4	22	17
288	2	2	2	1	1	2	2	2	2	1	1	2	1	1	2	1	2	2	2	2	2	2	1	2	7	7	4	4	22	17
289	2	2	2	1	1	2	2	2	2	1	1	2	1	1	2	1	2	2	2	2	2	2	1	2	7	7	4	4	22	17
290	2	2	2	1	1	2	2	2	2	1	1	2	1	1	2	1	2	2	2	2	2	2	1	2	7	7	4	4	22	18
291	2	2	2	1	1	2	2	2	2	1	1	2	1	1	2	1	2	2	2	2	2	2	1	2	7	7	4	4	22	18
292	2	2	2	1	1	2	2	2	2	1	1	2	1	1	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	7	7	4	4	22	19
293	2	2	2	1	1	2	2	2	2	1	1	2	1	1	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	7	7	4	4	22	19
294	2	2	2	1	1	2	2	2	2	2	1	2	1	1	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	7	7	5	4	23	19
295	2	2	2	1	1	2	2	2	2	2	1	2	1	1	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	7	7	5	4	23	19
296	2	2	2	1	1	2	2	2	2	2	1	2	1	1	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	7	7	5	4	23	19
297	2	2	2	1	1	2	2	2	2	2	1	2	1	1	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	7	7	5	4	23	19
298	2	2	2	1	1	2	2	2	2	2	1	2	1	1	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	7	7	5	4	23	19
299	2	2	2	1	1	2	2	2	2	2	1	2	1	1	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	7	7	5	4	23	19
300	2	2	2	1	1	2	2	2	2	2	1	2	1	1	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	7	7	5	4	23	19
301	2	2	2	1	1	2	2	2	2	2	1	2	1	1	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	7	7	5	4	23	19
302	2	2	2	1	1	2	2	2	2	2	1	2	1	1	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	7	7	5	4	23	19
303	2	2	2	1	1	2	2	2	2	2	1	2	1	1	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	7	7	5	4	23	19
304	2	2	2	1	1	2	2	2	2	2	1	2	1	1	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	7	7	5	4	23	19
305	2	2	2	1	1	2	2	2	2	2	1	2	1	1	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	7	7	5	4	23	19
306	2	2	2	1	1	2	2	2	2	2	1	2	1	1	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	7	7	5	4	23	19
307	2	2	2	1	1	2	2	2	2	2	1	2	1	1	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	7	7	5	4	23	19
308	2	2	2	1	1	2	2	2	2	2	1	2	1	1	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	7	7	5	4	23	19

Vista de datos Vista de variables

IBM SPSS Statistics Processor está listo Unicode:ON

*gherson.sav [ConjuntoDatos5] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

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

200 : p20 1 Visible: 30 de 30 variables

	p1	p2	p3	p4	p5	p6	p7	p8	p9	p10	p11	p12	p13	p14	p15	p16	p17	p18	p19	p20	p21	p22	p23	p24	Costumbres	Tradiciones	Historia	Gastronomía	Identidad	Desarrollo
309	2	2	2	1	1	2	2	2	2	2	1	2	1	1	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	7	7	5	4	23	19
310	2	2	2	1	1	2	2	2	2	2	1	2	1	1	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	7	7	5	4	23	19
311	2	2	2	1	1	2	2	2	2	2	1	2	1	1	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	7	7	5	4	23	19
312	2	2	2	1	1	2	2	2	2	2	1	2	1	1	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	7	7	5	4	23	19
313	2	2	2	1	1	2	2	2	2	2	1	2	1	1	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	7	7	5	4	23	19
314	2	2	2	1	1	2	2	2	2	2	1	2	1	1	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	7	7	5	4	23	19
315	2	2	2	1	1	2	2	2	2	2	1	2	1	1	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	7	7	5	4	23	19
316	2	2	2	1	1	2	2	2	2	2	1	2	1	1	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	7	7	5	4	23	19
317	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	1	2	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	8	7	5	4	24	20
318	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	1	2	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	8	7	5	4	24	20
319	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	1	2	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	8	7	5	4	24	20
320	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	1	2	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	8	7	5	4	24	20
321	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	1	2	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	8	7	5	4	24	20
322	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	1	2	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	8	7	5	4	24	20
323	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	1	2	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	8	7	5	4	24	20
324	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	1	2	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	8	7	5	4	24	20
325	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	1	2	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	8	7	5	4	24	20
326	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	1	2	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	8	7	5	4	24	20
327	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	1	2	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	8	7	5	4	24	20
328	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	1	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	8	7	5	5	25	20
329	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	1	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	8	7	5	5	25	20
330	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	1	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	8	7	5	5	25	20
331	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	1	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	8	7	5	5	25	20
332	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	1	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	8	7	5	5	25	20
333	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	1	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	8	7	5	5	25	20
334	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	1	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	8	7	5	5	25	20
335	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	1	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	8	7	5	5	25	20
336	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	1	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	8	7	5	5	25	20

Vista de datos Vista de variables

IBM SPSS Statistics Processor está listo Unicode:ON

*gherson.sav [ConjuntoDatos5] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

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

200 : p20 1 Visible: 30 de 30 variables

	p1	p2	p3	p4	p5	p6	p7	p8	p9	p10	p11	p12	p13	p14	p15	p16	p17	p18	p19	p20	p21	p22	p23	p24	Costu mbres	Tradici ones	Histori a	Gastro nomía	Identid ad	Desarr ollo
337	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	1	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	8	7	5	5	25	20
338	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	1	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	8	7	5	5	25	20
339	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	1	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	8	7	5	5	25	20
340	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	1	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	8	7	5	5	25	20
341	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	1	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	8	7	5	5	25	20
342	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	1	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	8	7	5	5	25	20
343	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	1	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	8	7	5	5	25	20
344	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	1	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	8	7	5	5	25	20
345	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	1	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	8	7	5	5	25	20
346	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	1	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	8	7	5	5	25	20
347	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	1	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	8	7	5	5	25	20
348	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	1	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	8	7	5	5	25	20
349	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	1	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	8	7	5	5	25	20
350	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	1	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	8	7	5	5	25	20
351	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	1	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	8	7	5	5	25	20
352	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	1	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	8	7	5	5	25	20
353	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	1	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	8	7	5	5	25	20
354	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	1	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	8	7	5	5	25	20
355	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	1	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	8	7	5	5	25	20
356	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	1	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	8	7	5	5	25	20
357	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	1	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	8	7	5	5	25	20
358	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	1	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	8	7	5	5	25	20
359	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	1	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	8	7	5	5	25	20
360	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	8	7	5	6	26	20
361	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	8	7	5	6	26	20
362	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	8	7	5	6	26	20
363	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	8	7	5	6	26	20
364	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	8	7	5	6	26	20

Vista de datos Vista de variables

IBM SPSS Statistics Processor está listo Unicode:ON

*gherson.sav [ConjuntoDatos5] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

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

200 : p20 1 Visible: 30 de 30 variables

	p1	p2	p3	p4	p5	p6	p7	p8	p9	p10	p11	p12	p13	p14	p15	p16	p17	p18	p19	p20	p21	p22	p23	p24	Costu mbres	Tradici ones	Histori a	Gastro nomía	Identid ad	Desarr ollo
365	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	8	7	5	6	26	20
366	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	8	7	5	6	26	20
367	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	8	7	5	6	26	20
368	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	8	7	5	6	26	20
369	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	8	7	5	6	26	20
370	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	8	7	5	6	26	20
371	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	8	7	5	6	26	20
372	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	8	7	5	6	26	20
373	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	8	7	5	6	26	20
374	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	8	7	5	6	26	20
375	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	8	7	5	6	26	20
376	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	8	7	5	6	26	20
377	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	8	7	5	6	26	20
378	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	8	7	5	6	26	20
379	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	8	7	5	6	26	20
380	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	8	7	5	6	26	20
381	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	8	7	5	6	26	20
382	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	8	7	5	6	26	20
383																														
384																														
385																														
386																														
387																														
388																														
389																														
390																														
391																														
392																														

Vista de datos Vista de variables

IBM SPSS Statistics Processor está listo Unicode:ON