

**UNIVERSIDAD PRIVADA SAN JUAN BAUTISTA**

**ESCUELA DE POSGRADO**



**EL ENOTURISMO COMO ALTERNATIVA DE DESARROLLO  
TURÍSTICO Y PROMOCIÓN GEOGRÁFICA DE LA CIUDAD DE ICA  
- PERÚ 2023**

**TRABAJO DE INVESTIGACIÓN  
PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO DE MAESTRO EN:**

**GESTIÓN ESTRATÉGICA EMPRESARIAL**

**PRESENTADO POR EL BACHILLER  
IBARRA TRUJILLO MIGUEL ANGEL**

**LIMA – PERÚ**

**2023**

**EL ENOTURISMO COMO ALTERNATIVA DE  
DESARROLLO TURÍSTICO Y PROMOCIÓN  
GEOGRÁFICA DE LA CIUDAD DE ICA - PERÚ 2023**

**ASESOR**

Dr. JUAN JULIO ROJAS ELERA

ORCID: 0000-0003-4077-6439

**BACHILLER (ES)**

MIGUEL ANGEL IBARRA TRUJILLO

ORCID: 0009-0007-3004-4580

## **ASESORES Y MIEMBROS DEL JURADO**

### **ASESOR(A):**

Dr. JUAN JULIO ROJAS ELERA

### **MIEMBROS DEL JURADO**

DR. ROBERTO MARTIN GAMARRA LOPEZ  
PRESIDENTE

MG.. TULIO CESAR ESPINOZA CORONADO  
SECRETARIO

MG. GERMAN ALEXANDER TERÁN SANCHEZ  
VOCAL

## **LÍNEA DE INVESTIGACIÓN**

**PLANIFICACIÓN Y GESTIÓN PÚBLICA - PRIVADA DEL TURISMO**

## **DEDICATORIA**

A mi querida familia, quienes me acompañaron en esta aventura con su cariño, paciencia y permanente aliento. A los bodegueros y emprendedores vitivinícolas y pisqueros de la provincia de Ica, quienes con su herencia, tradición e historia, son el pasado, presente y futuro del enoturismo peruano.

## **AGRADECIMIENTO**

A mi alma Mater Universidad Privada San Juan Bautista, a todas las autoridades por permitirme mejorar el nivel académico como profesional, a los señores catedráticos, por sus enseñanzas y orientaciones en este difícil camino hacia el éxito.

## ÍNDICE

PORTADA .....	i
TÍTULO .....	ii
ASESOR Y TESISISTA .....	III
ASESORES Y MIEMBROS DEL JURADO .....	iv
LINEAS DE INVESTIGACION .....	v
DEDICATORIA .....	vi
AGRADECIMIENTO .....	vii
ÍNDICE .....	viii
ÍNDICE DE TABLAS .....	xi
ÍNDICE DE FIGURAS .....	xii
INFORME DE ANTIPLAGIO .....	xiii
RESUMEN .....	xiv
ABSTRACT .....	xvi
INTRODUCCIÓN .....	xvii
CAPÍTULO I. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA .....	1
1.1 Descripción de la realidad problemática .....	1
1.1.1 Formulación del problema .....	3
1.1.2 Problema general .....	3
1.1.3 Problemas específicos .....	3
1.2 Objetivos de la investigación .....	3
1.2.1 Objetivo general .....	3
1.2.2 Objetivos específicos .....	3
1.3 Justificación e importancia de la investigación .....	4
1.3.1 Justificación .....	4
1.3.2 Importancia .....	4



1.4 Limitaciones en la investigación .....	5
1.5 Delimitación del área de investigación .....	5
CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO .....	6
2.1 Antecedentes de la investigación .....	6
2.2 Bases teóricas .....	8
2.2.1 Enoturismo .....	8
2.2.2 Desarrollo turístico y promoción geográfica .....	15
2.3 Marco conceptual .....	18
2.4 Formulación de la hipótesis .....	21
2.4.1 Hipótesis general .....	21
2.4.2 Hipótesis específicas .....	21
CAPÍTULO III. METODOLOGÍA .....	22
3.1 Diseño metodológico .....	22
3.1.1 Tipo de investigación .....	22
3.1.2 Nivel de investigación .....	22
3.1.3 Diseño .....	22
3.1.4 Método .....	22
3.1.5 Identificación de las variables .....	23
3.1.6 Operacionalización de las variables .....	24
3.2 Población y muestra .....	25
3.3 Técnicas e instrumentos de recolección de datos .....	26
3.3.1 Técnicas .....	26
3.3.2 Instrumentos .....	26
3.4 Técnicas para el procesamiento de la información .....	26
3.5 Aspectos éticos .....	26
CAPITULO IV. RESULTADOS .....	27

4.1 Resultados .....	27
CAPÍTULO V. DISCUSIÓN, CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	40
5.1 Discusión .....	40
5.2 Conclusiones .....	42
5.3 Recomendaciones .....	42
FUENTES DE INFORMACIÓN .....	44
ANEXOS .....	48

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1:	Niveles de Variable Enoturismo.....	27
Tabla 2:	Niveles de Dimensión Planta de Producción.....	28
Tabla 3:	Niveles de Dimensión Arquitectura de Bodegas.....	29
Tabla 4:	Niveles de Dimensión Factores Climáticos.....	30
Tabla 5:	Niveles de Variable Desarrollo Turístico y Promoción Geográfica.....	31
Tabla 6:	Niveles de Dimensión Oferta Turística.....	32
Tabla 7:	Niveles de Dimensión Demanda Turística.....	33
Tabla 8:	Niveles de Dimensión Planificación Turística.....	34
Tabla 9:	Pruebas de Normalidad.....	35
Tabla 10:	Prueba de correlación enoturismo y desarrollo turístico y promoción geográfica.....	36
Tabla 11:	Prueba de correlación planta de producción y desarrollo turístico y promoción geográfica.....	37
Tabla 12:	Prueba de correlación arquitectura de bodegas y desarrollo turístico y promoción geográfica.....	38
Tabla 13:	Prueba de correlación factores climáticos y desarrollo turístico y promoción geográfica.....	39

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1:	Bodega Tacama – Ica.....	12
Figura 2:	Vinos expuestos en Pisa de uva 2022.....	13
Figura 3:	Pisa de Uva 2022.....	14
Figura 4:	Niveles de Variable Enoturismo.....	27
Figura 5:	Niveles de Dimensión Planta de Producción.....	28
Figura 6:	Niveles de Dimensión Arquitectura de Bodegas.....	29
Figura 7:	Niveles de Dimensión Factores Climáticos.....	30
Figura 8:	Niveles de Variable Desarrollo Turístico y Promoción Geográfica.....	31
Figura 9:	Niveles de Dimensión Oferta Turística.....	32
Figura 10:	Niveles de Dimensión Demanda Turística.....	33
Figura 11:	Niveles de Dimensión Planificación Turística .....	34



UNIVERSIDAD PRIVADA SAN JUAN BAUTISTA  
ESCUELA DE POSGRADO

INFORME DE VERIFICACIÓN DE SOFTWARE ANTIPLAGIO

FECHA: 14/12/23

NOMBRE DEL AUTOR (A) (ES): MIGUEL ANGEL IBARRA TRUJILLO

ASESOR (A): JUAN JULIO ROJAS ELERA

TIPO DE PROINVESTIGACIÓN:

- PROYECTO ( )
- TRABAJO DE INVESTIGACIÓN ( x )
- TESIS ( )
- TRABAJO ACADÉMICO ( )
- ARTICULO CIENTIFICO ( )
- OTROS ( )

INFORMO SER PROPIETARIO (A) DE LA INVESTIGACIÓN VERIFICADA POR EL SOFTWARE ANTIPLAGIO TURNITIN, EL MISMO TIENE EL SIGUIENTE TÍTULO:

**EL ENOTURISMO COMO ALTERNATIVA DE DESARROLLO TURÍSTICO Y PROMOCIÓN GEOGRÁFICA DE LA CIUDAD DE ICA - PERÚ 2023**

CULMINADA LA VERIFICACIÓN SE OBTUVO EL SIGUIENTE PORCENTAJE: 12 %

Conformidad Autor:

Nombre: MIGUEL ANGEL IBARRA TRUJILLO  
DNI: 07877294

Conformidad Asesor:

Juan Julio Rojas Elera  
DNI: 25578881

## TRABAJO FINAL 4

---

### INFORME DE ORIGINALIDAD

---

<b>12%</b>	<b>12%</b>	<b>2%</b>	<b>7%</b>
INDICE DE SIMILITUD	FUENTES DE INTERNET	PUBLICACIONES	TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

---

### FUENTES PRIMARIAS

---

<b>1</b>	<b>repositorio.ucv.edu.pe</b> Fuente de Internet	<b>2%</b>
<b>2</b>	<b>repositorio.ulasamericas.edu.pe</b> Fuente de Internet	<b>2%</b>
<b>3</b>	<b>cdn.www.gob.pe</b> Fuente de Internet	<b>2%</b>
<b>4</b>	<b>Submitted to Universidad Cesar Vallejo</b> Trabajo del estudiante	<b>2%</b>
<b>5</b>	<b>repositorio.unfv.edu.pe</b> Fuente de Internet	<b>1%</b>
<b>6</b>	<b>hdl.handle.net</b> Fuente de Internet	<b>1%</b>
<b>7</b>	<b>Submitted to uncedu</b> Trabajo del estudiante	<b>1%</b>
<b>8</b>	<b>Submitted to Universidad Privada San Juan Bautista</b> Trabajo del estudiante	<b>1%</b>

---

## RESUMEN

El presente trabajo de investigación titulado: El enoturismo como alternativa de desarrollo turístico y promoción geográfica de la ciudad de Ica - Perú 2023. El cual tuvo como objetivo comprobar el nivel de relación entre el enoturismo y el desarrollo turístico y promoción geográfica de la ciudad de Ica - Perú 2023. Para lo cual optó por una metodología de tipo básica, nivel correlacional o de covarianza, con un diseño de investigación no experimental, así también se elaboró con el método hipotético deductivo. La población fue constituida por la totalidad de 30 colaboradores y el tipo de muestra fue la no probabilística, en donde se tomó como valor a un total de 30 colaboradores que conforman las bodegas de vino ubicadas en la ciudad de Ica. La técnica empleada fue la encuesta y el instrumento empleado fueron los cuestionarios. En los resultados observamos el coeficiente de correlación de ambas variables es igual a 0.539, indicando una correlación positiva moderada y a su vez, podemos observar que Sig. es igual a 0.028, siendo este menor a 0.05. Por lo tanto aceptamos la hipótesis alterna y rechazamos la hipótesis nula. Concluyendo que existe relación significativa entre el enoturismo y el desarrollo turístico y promoción geográfica de la ciudad de Ica - Perú 2023.

**Palabras Clave:** Enoturismo, desarrollo turístico y promoción geográfica, planta de producción, oferta turística.

## **ABSTRACT**

This thesis entitled: Wine tourism as an alternative for tourism development and geographic promotion of the city of Ica - Peru 2023. The objective of which was to verify the level of relationship between wine tourism and tourism development and geographic promotion of the city of Ica - Peru 2023. For which he opted for a basic type methodology, correlational or covariance level, with a non-experimental research design, as well as the hypothetical deductive method. The population was made up of a total of 30 employees and the type of sample was non-probabilistic, where a total of 30 employees that make up the wine cellars located in the city of Ica were taken as a value. The technique used was the survey and the instrument used were the questionnaires. In the results we observe the correlation coefficient of both variables is equal to 0.539, indicating a moderate positive correlation and in turn, we can observe that Sig. is equal to 0.028, this being less than 0.05. Therefore we accept the alternate hypothesis and reject the null hypothesis. Concluding that there is a significant relationship between wine tourism and tourism development and geographic promotion of the city of Ica - Peru 2023.

**Keywords:** Wine tourism, tourism development and geographic promotion, production plant, tourism offer.



## INTRODUCCIÓN

El trabajo de investigación se titula: El enoturismo como alternativa de desarrollo turístico y promoción geográfica de la ciudad de Ica - Perú 2023. El turismo actualmente se ha convertido en una de las actividades económicas más importantes a nivel mundial, ya que permite incrementar ingresos a muchos países en vías de desarrollo. Para algunos países el turismo constituye casi la totalidad de su producto bruto interno (PBI), son muchos los beneficios que se obtienen en las regiones donde se desarrolla el turismo, como la generación de empleos, obras de infraestructura y desarrollo de equipamientos e instalaciones. De acuerdo a la problemática observada, se planteó la siguiente hipótesis: Existe relación significativa entre el enoturismo y el desarrollo turístico y promoción geográfica de la ciudad de Ica - Perú 2023. Para lo cual optó por una metodología de tipo básica, nivel correlacional o de covarianza, con un diseño de investigación no experimental, así también se elaboró con el método hipotético deductivo. La población fue constituida por la totalidad de 30 colaboradores y el tipo de muestra fue la no probabilística, en donde se tomó como valor a un total de 30 colaboradores que conforman las bodegas de vino ubicadas en la ciudad de Ica. La técnica empleada fue la encuesta y el instrumento empleado fueron los cuestionarios. Ante esto, contamos con el siguiente problema general: ¿Cuál es el nivel de relación entre el enoturismo y el desarrollo turístico y promoción geográfica de la ciudad de Ica - Perú 2023? Y, de modo similar, se planteó como objetivo general: Comprobar el nivel de relación entre el enoturismo y el desarrollo turístico y promoción geográfica de la ciudad de Ica - Perú 2023. Y, por último, se tuvo como hipótesis general: Existe relación significativa entre el enoturismo y el desarrollo turístico y promoción geográfica de la ciudad de Ica - Perú 2023. Esta investigación es importante porque la actividad turística en la Región Ica presenta un comportamiento dinámico con expectativas de crecimiento continuas. A comparación de otras regiones a nivel nacional su comportamiento en indicadores como arribo de visitantes y empleo es

positivo, experimentando este segundo (4to lugar) un mejor comportamiento que el primero (6to lugar). Este fenómeno deriva de diferentes factores como su ubicación estratégica en cuanto a la cercanía de uno de los principales emisores de turistas a nivel nacional (Lima), la accesibilidad vía terrestre y aérea, productos turísticos comercializados a nivel nacional e internacional, articulación al circuito sur (comercialmente posicionado a nivel internacional), entre otros. La principal limitación fue el tiempo, sin embargo, se superó las limitaciones y se realizó un esfuerzo para poder desarrollar el trabajo de investigación. El tipo de investigación fue básica, porque tuvo como objetivo la ampliación del conocimiento teórico disponible. Se elaboró con el método hipotético deductivo, está orientado a la comprobación de la hipótesis respecto a la capacidad de dar soluciones a un problema planteado, se comprueba mediante el estudio de la prueba estadística de normalidad (Silva, 2021). La población fue constituida por la totalidad de 30 colaboradores que conforman las bodegas de vino ubicadas en la ciudad de Ica. El tipo de muestra fue la no probabilística, en donde se tomó como valor a un total de 30 colaboradores que conforman las bodegas de vino ubicadas en la ciudad de Ica. La actual tesis se estructuró en cinco capítulos: Planteamiento del problema, marco teórico, metodología, resultados, discusión, conclusiones y recomendaciones; acompañados de amplias fuentes de información, las mismas que sustentan el desarrollo de esta investigación, así como los anexos correspondientes.

Capítulo I: Planteamiento del problema, esta abarcó la descripción de la realidad problemática, los objetivos, las limitaciones, la importancia y la justificación de la investigación, así como la delimitación del área de investigación.

Capítulo II: Marco teórico, comprendió los antecedentes de la investigación, las bases teóricas, el marco conceptual, culminando con la formulación de la hipótesis.

Capítulo III: Metodología, estuvo compuesto por el diseño metodológico, población y muestra, técnicas e instrumentos de recolección de datos, técnicas para el procesamiento de la información y los aspectos éticos.

Capítulo IV: Resultados, comprendió desde la técnica del cuestionario con preguntas cerradas, con las cuales se realizó la parte estadística y gráfica, culminando con la contrastación de las hipótesis.

Capítulo V: Discusión, conclusiones y recomendaciones: en cuanto a la discusión, se analizó la parte teórico conceptual y normatividad existente relacionadas con las variables, las conclusiones se obtuvieron de la formulación de las hipótesis y con relación a las recomendaciones se pudo apreciar que son viables y practicables.

# CAPÍTULO I

## PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

### 1.1 Descripción de la realidad problemática

El turismo hoy en día se ha transformado en una de las labores económicas más relevantes mundialmente, porque posibilita aumentar ingresos a diversas naciones en vías de desarrollo. Para algunas naciones el turismo constituye casi la totalidad de su PBI, son varias las ventajas que se adquieren en las zonas en las que se realizan el turismo, como la concepción de trabajos, obras de infraestructura y desarrollo de equipos e infraestructuras.

A nivel internacional, según la European Commission (2019), señala que Europa es un lugar turístico mundial, en un claro ejemplo señala lo posterior: Hay una suma relevancia acerca del empleo de los recursos naturales, históricos, culturales y las ventajas que proporcionan sus ciudades y regiones como atractivo para vivir, conseguir una posición financiera y también para descubrir, todo esto vinculado al desarrollo, la innovación y la diversidad que pueden proporcionar a sus visitantes.

A nivel nacional, en la primera Competencia Nacional del Vino Peruano, en la que intervinieron 103 etiquetas, donde 19 de ellas ganaron la medalla de oro según el reglamento de cata de la OIV, 15 pertenecían al valle de Ica.

No obstante, el Perú no dispone actualmente de una ley general del vino que, integral y transversalmente, que fomente el turismo en las coyunturas de siembra y cosecha de uvas vitiviníferas, como lo poseen naciones de elevada producción vitivinícola como Argentina, México o España. Contrario a esto, hay esfuerzos y decisiones regionales que, de alguna

forma u otra, han intentado promover el enoturismo en el Perú, pero aisladamente, personal, con poca creatividad y con poco presupuesto.

Actualmente, el Perú únicamente dispone de una ley de tipo declarativa, de promoción, protección y difusión del Pisco y el Vino peruano, la Ley N° 30460, la cual fomenta no únicamente la marca del vino peruano sino también su desarrollo tecnológico y comercial en las economías regionales. Sin embargo, ello no ha sido normalizado por el Poder Ejecutivo.

Es imprescindible destacar que por medio del D.S. N° 056-2018-PCM de fecha 24/05/2018, se determinaron las directrices prioritarias de la Política General de Gobierno al 2021, entre los cuales se señalaba:

*Promover la competitividad basada en las potencialidades de desarrollo económico de cada sector, propiciando su coyuntura al mercado, afianzando la utilización sostenible de los recursos naturales y del patrimonio cultural.*

*Promover la generación de trabajo formal y de calidad, con interés en los jóvenes.*

Con esta normativa se posibilitaría la ejecución de normativas regionales y locales de fomento enológico en regiones como Ica, Arequipa, Moquegua y Tacna. Lo cual posibilitará en nuestro caso aprovechar las caracterizaciones de la producción enológica y del valle de Ica

Con esta política se posibilitará la realización de política regional y local de promoción enológica en regiones como Ica, Arequipa, Moquegua y Tacna. Permitiendo en nuestra situación aprovechar las caracterizaciones de la producción enológica y del valle de Ica. Cabe resaltar que el Plan

Estratégico Nacional de Turismo - 2025 mostrado por el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo únicamente resalta la ruta del pisco como acción turística interna, omite resaltar referencias acerca del enoturismo, inclusive cuando es una labor que se efectúa en la práctica.

El Plan Estratégico Regional de Turismo de Ica 2020-2025 omite, de similar forma que el PENTUR 2025, aludir al enoturismo, pero si menciona a la producción de vino y pisco en la región Ica. Estamos ante una total omisión del estado ante el desarrollo del enoturismo como un recurso estratégico para la evolución de Ica.

### **1.1.1 Formulación del problema**

#### **1.1.2 Problema general**

¿Cuál es el nivel de relación entre el enoturismo y el desarrollo turístico y promoción geográfica de la ciudad de Ica - Perú 2023?

#### **1.1.3 Problemas específicos**

PE1: ¿Cuál es el nivel de relación entre la planta de producción y el desarrollo turístico y promoción geográfica de la ciudad de Ica - Perú 2023?

PE2: ¿Cuál es el nivel de relación entre la arquitectura de bodegas y el desarrollo turístico y promoción geográfica de la ciudad de Ica - Perú 2023?

PE3: ¿Cuál es el nivel de relación entre los factores climáticos y el desarrollo turístico y promoción geográfica de la ciudad de Ica - Perú 2023?

## **1.2 Objetivos de la investigación**

### **1.2.1 Objetivo general**

Determinar el nivel de relación entre el enoturismo y el desarrollo turístico y promoción geográfica de la ciudad de Ica - Perú 2023.

### 1.2.2 Objetivos específicos

OE1: Determinar el nivel de relación que existe entre la planta de producción y el desarrollo turístico y promoción geográfica de la ciudad de Ica - Perú 2023.

OE2: Determinar el nivel de relación que existe entre la arquitectura de bodegas y el desarrollo turístico y promoción geográfica de la ciudad de Ica - Perú 2023.

OE3: Determinar el nivel de relación que existe entre los factores climáticos y el desarrollo turístico y promoción geográfica de la ciudad de Ica - Perú 2023.

## 1.3 Justificación e importancia de la investigación

### 1.3.1 Justificación

**Teórico.** La actual indagación se centró en la potencia enoturística en la ciudad de Ica, porque resultado de las variaciones que viene ocurriendo en el mundo del turismo, actualmente se requiere empleados adecuados a la protección del medio ambiente responsabilizados en cada labor que efectúa, consiguiendo que el sitio evolucione y de posibilidad y labor y podamos continuar siendo los primeros en turismo en Ica.

**Práctico.** En la indagación el problema formulado ha sido tratado por las teorías vigentes para exhibir un modo de resolución, posibilitando que se recojan mayores resultantes con respecto a los procedimientos de operación, desarrollando el enoturismo en la ciudad de Ica.

**Metodológico.** La actual indagación posibilitó plantear técnicas y labores para potenciar el enoturismo con el propósito de potenciar el desarrollo del turismo, asimismo los instrumentos y distintas estrategias podrán ser empleados para investigaciones futuras.

### **1.3.2 Importancia**

La actividad turística en la Región de Ica muestra una conducta dinámica con expectativas de desarrollo constantes. A diferencia de otras regiones a escala nacional su conducta en indicadores como presencia de turistas y labores es favorable, percibiendo este segundo (4to lugar) una mejor conducta que el primero (6to lugar). Esta problemática procede de distintos elementos como su localización estratégica referente a la contigüidad de uno de los fundamentales emisores de turistas a escala nacional, la facilidad vía terrestre y aérea, productos turísticos mercantilizados a escala nacional e internacional, articulación al circuito, etc.

### **1.4 Limitaciones en la investigación**

La principal limitación fue el escaso tiempo en la aplicación del instrumento a algunos colaboradores, asimismo la falta de conocimiento respecto al llenado de las encuestas virtuales.

### **1.5 Delimitación del área de investigación**

#### **a) Delimitación espacial**

La actual indagación se efectuó a nivel de la ciudad de Ica.

#### **b) Delimitación temporal**

El período en el cual se efectuó la indagación fue en el año 2023.

#### **c) Delimitación social**

En el estudio se realizaron técnicas e instrumentos centrados a la recopilación de información de los productores bodegueros.



## **CAPÍTULO II**

### **MARCO TEÓRICO**

#### **2.1 Antecedentes de la investigación**

##### **Antecedentes nacionales**

Montes y Virto (2021), la metodología fue correlacional, no experimental y transversal empleando una muestra de 120 turistas. Como resultados se pudo establecer la presencia de vinculación entre las con un índice de vinculación de Pearson de  $r: 0,361$  aceptando la hipótesis alterna en la actual indagación. Concluyendo que el potencial enoturístico posee un grado elevado del 26,67% acerca del desarrollo del turismo.

Arévalo y Saavedra (2019), la metodología fue aplicada, empleando una muestra de 322 turistas y 201 ciudadanos y empleó como instrumento el cuestionario, así también empleó inventario. Se obtuvieron de resultados que los factores de los que más dispone son los factores regionales, porque así lo establece el 40.40% de los encuestados, asimismo, el 29.87% señala que los factores de valor son los que dispone la localidad, y por último el 29.73% señala que los factores que más predominan son los factores de consumismo. Pudiendo concluir que el distrito de San Antonio dispone de recursos y factores que posibilitan desarrollar el enoturismo en el distrito.

Dioses (2023), la metodología fue básica, no experimental transversal. Los resultados de la indagación señalaron que con un grado de fiabilidad del 95% y un P valor  $0.024 < 0.050$  descartamos  $H_0$  y asumimos la presencia de una vinculación entre ambas variables. Concluyendo que hay una vinculación de manera estadística baja entre ambas variables; en otras palabras, la próxima implantación de una ruta turística influirá en el desarrollo turístico Sostenible.

##### **Antecedentes internacionales**

Conrado (2020) menciona acerca de la metodología de indagación efectuada, debemos mencionar que en esta indagación se emplean fuentes primarias y

secundarias, fraccionadas en dos clases. En los resultados observamos que estas labores asistirán a diferenciar y extender la oferta turística con proposiciones que poseen una alineación hasta el sustento desde diferentes dimensiones: social – medioambiental – económica, comprendiendo los papeles y cargo de cada componente que compone la cadena de valor. Concluyendo que se estudiaron los criterios relacionados con la sostenibilidad que se emplean en el desarrollo del enoturismo a escala internacional. Referente a esto podemos afianzar que actualmente no hay una medida general y/o sugerencias generales para que las bodegas y viñedos puedan desarrollar labores de turismo del vino en un ámbito sustentable.

Franco (2022), empleó una metodología no experimental, transversal y descriptivo. En los resultados observamos que al contrastar los factores de infraestructura existentes en las organizaciones enoturísticas de Baja California con los de Sonora, observamos que las primeras disponen de un mínimo de 6 de 8 indicativos, en tanto que las organizaciones enoturísticas de Sonora muestran 4 de los 8 factores estimados, siendo una excepción “La Bonita”, organización que obtuvo la totalidad de los indicativos. Concluyendo que el enoturismo es una labor que complementa a la producción de la bebida y pretende esencialmente buscar clientes que sean embajadores de la marca.

Rodríguez et al. (2021), emplearon una metodología mixta, cuya técnica de recopilación de información fue la encuesta. Como resultados se puede observar la exposición de un proceso para la fabricación de rutas turísticas y la determinación de recursos de turismo que interconectados por rutas conforman un clúster turístico que favorecen a la posición del destino en los recintos nacionales e internacionales. Llegando a la conclusión de que las rutas turísticas son un grupo acoplado de recursos que poseen el objetivo de apoyar a la creación de recursos financieros y proporcionar el lanzamiento del flujo turístico debido a que se completan las labores de turismo con las convencionales.

## **2.2 Bases teóricas**

### **2.2.1 Enoturismo**

Vera (2017) señaló que es una clase de turismo centrado a los ámbitos de los territorios de producción de uvas, incorporado al turismo cultural lo cual dependerá de un ámbito histórico o artístico de la labor vitivinícola en la coyuntura como recurso industrial.

Torres et al. (2020) indica que, en los recientes 20 años, el desarrollo del ámbito enoturístico en Suramérica ha sido muy evidente. Resultado de sus altos esfuerzos, Chile, la nación vecina del Perú, se ha situado en los lugares predilectos para efectuar rutas enológicas, porque este país supo mezclar los elementos fundamentales para su posicionamiento

### **Bases del enoturismo, según la Carta Europea del enoturismo**

González (2017) señaló que la carta manifiesta que se conforma de cuatro bases requeridas y de las cuales se relacionan entre sí, las cuales son:

- La primera es establecer qué es el turismo de vinos.
- La segunda señala que “es requerido la responsabilidad de los sectores vitivinícolas y comprendiendo que los preceptos del desarrollo sostenible es la prelación absoluta”.
- La base tres alude a la intervención y asistencia entre ámbitos donde se siembra la vid, junto con la maniobra de laborar grupalmente.

### **Características del enoturismo**

Macías (2018), manifiesta sus caracterizaciones de acuerdo a distintos autores:

- Fortalezas como el paisaje y el ámbito natural.
- Existencia de bodegas y viñedos (sitios procesan y almacenan el vino).
- Probabilidad de comprar vinos.

- Posibilidad de expandir vinculaciones sociales.
- Mixtura de componentes físicos, culturales, y naturales de la coyuntura.

### **Ventajas y Desventajas del enoturismo**

Esteban (2015, como se citó en Arévalo y Saavedra, 2019), señaló que al instante de efectuar esta labor pueden traer ventajas y/o desventajas:

#### **Ventajas**

- Incremento de la exposición del producto a los clientes.
- Conocimiento de marca y lealtad.
- Incremento de ganancias debido a la venta inmediata al cliente.
- Ventas añadidas en tienda localizada en la viña.
- Posibilidades de feedback de los clientes hacia la viña.

#### **Desventajas**

- Imposibilidad para incrementar esencialmente las ventas.
- Incremento en costos y periodos de gestión de la oferta enoturística.
- Necesidades de capital, que necesiten de fuertes inversiones.

### **Tipos de enoturistas**

Villanueva (2016) señaló que se centra en distinguir los incentivos esenciales de viaje y un grado del conocimiento acerca del vino, mostrándonos enseguida una categorización:

- **Amantes del Vino:** Su incentivación fundamental es saber más sobre el tema extendiendo así su equipaje enológico. Su beneficio esencial es catas de vino, instrucción en bodegas y comprar vinos.
- **Entendidos del vino:** Están interesados por comprender este mundo consiguiendo datos mediante diferentes medios, pero no poseen la información necesaria ni la instrucción comprendida. Su incentivo es practicar lo atraído de otras formas.

- **Interesados del vino:** Estos turistas únicamente les fascina deleitarse del turismo de vinos como labor secundaria apoyando y visitando bodegas. Su incentivación fundamental no es practicar lo que asimilaron.
- **Iniciados al vino:** Únicamente pretenden experimentar porque no saben nada acerca del ámbito enológico.
- **Aficionado:** ellos poseen el mayor índice con unos 52.1 %. Les importa demasiado el entorno y los productos y experiencias que les brinda este lugar, no obstante, no son especialistas en el ámbito vitivinícola.

### **Dimensión 1: Planta de producción**

Villanueva (2018) señala que el objetivo esencial es la de divulgar nuestra bebida insignia mediante un espacio que dé cumplimiento a las exigencias que estos procedimientos requieren están al nivel de las bodegas internacionales registradas.

### **Dimensión 2: Arquitectura de bodegas**

Genem et al. (2016) señalan que la imagen de bodegas está muy aludida en coyunturas de arquitectura en donde pretende la colocación apropiada de sus espacios, consiguiendo una apropiada combinación de lo antiguo con lo convencional en un esfuerzo por modernizarse, por estar al nivel de la modernidad, pero sin obstruir la producción del vino, guardando sus preceptos vernáculos.

### **Dimensión 3: Factores climáticos**

Martínez (2016) señala que el cambio del clima es una variación climática que altera el ambiente y sus caracterizaciones, incidiendo en el rasgo productivo de la viticultura cada vez superior esencialmente acerca de la fenología de la vid y su constitución, de similar manera inquietando la conducta de las vinificaciones en la coyuntura del ámbito de guarda.

**Figura 1**

*Bodega Tacama – Ica.*



La bodega conforma la Hacienda Tacama localizado en Ica, es el viñedo más antiguo de América del Sur establecido en 1540. La arquitectura de la bodega y de la hacienda es colonial, dispone de 2 plantas, uno subterráneo para almacenar las uvas de fermentación y la primera planta donde se hallan los volúmenes restantes.

**Figura 2**

*Vinos expuestos en Pisa de uva 2022*





**Figura 3**

*Pisa de Uva 2022*





### **2.2.2 Desarrollo turístico y promoción geográfica**

Countin (2010, como se citó por Ollague, 2015) indica que es la labor centrada hacia el consumidor incorporando publicidad, desarrollo de ventas y diferentes modos, asimismo lo referente a las vinculaciones estatales cuando se hallan incorporadas en el mercadeo. Para Mullo et al. (2019), planea un objetivo para incrementar los ingresos financieros, mejorar la calidad de vida.

### **Importancia de la sustentabilidad en el desarrollo del turismo**

Zarta (2018) señala que es imprescindible debido a que alude al equilibrio que hay entre las especies con los recursos, sin que estas perturben las facultades para las próximas, el cual posibilita la preservación de los recursos. Debe comprenderse como una norma articulada del conocimiento y como una novedosa forma de discurrir la vinculación de las personas con la naturaleza desde la integridad de las dimensiones ambientales, financieras y sociales.

### **Planeación de la promoción turística**

Requiere de un procedimiento de planificación, con el que tendrán que acatar los posteriores (Countin, 2010, como se citó en Ollague, 2015):

- Determinar objetivos específicos de lo que pretende conseguir el esquema de promoción.
- Establecer los mercados (probables clientes) encaminados a este esquema.
- Determinar cuáles serán los medios publicitarios que se emplearán.
- Diseñar el presupuesto financiero de la labor.
- Efectuar el procedimiento para estimar las resultantes.

### **Plan de promoción**

Es un procedimiento que empieza con la determinación de propósitos; establece técnicas, normativas y planeaciones precisas para conseguirlos, es lo que determina una empresa para ejecutar las decisiones, incorpora una exploración del rendimiento y feedback (Steiner, 1969, como se citó en Santa Cruz y Valdez, 2017).

### **Importancia de la promoción turística**

Una vez que se posee un producto turístico, y que haya un potencial mercado para este, es fundamental hacerlo conocido (Entornoturístico, 2019). Esto es imprescindible, debido a que es un mercado que pretende aminorar su incidencia en el entorno y las poblaciones colindantes, donde se efectúa la labor, el cual provoca novedosos ingresos para la zona, generando novedosas posibilidades de trabajo y afianzando la salvaguardia y preservación de los medios ambientes de la zona.

### **Ventajas del plan de promoción turística**

Es una estrategia que posibilita el aumento de turistas, porque varía la conducta, incentivándolo a elegir un sitio como destino turístico, provocando una superior intervención en el Producto Bruto Interno (Steiner, 1969, como se citó en Santa Cruz y Valdez, 2017).

- Posibilita el desplazamiento turístico, provocando la creación de novedosos negocios y puestos laborales en favor del ciudadano.
- Provoca la interculturalidad, porque existe un cambio de tradiciones y culturas.
- Asiste a las ventas de artesanía fabricadas por el mismo ciudadano.
- Consigue convencer al cliente brindándole el producto turístico que se tiene y para que quiera comprar este producto.
- Posibilita conseguir atraer más turistas a la vez que logra propiciar la capacidad que posee este atractivo.

- Posibilita la generación y preservación de una base de datos (Bd), para la supervisión y destreza, para efectuar una apropiada planeación y promoción del sector.

### **Perfil del turista en el Perú**

El turista extranjero que arriba en el Perú y posee interés en saber de la naturaleza constituye el 30% del total, y muestra los posteriores rasgos (Agurto, 2019):

- Poseen interés en aprender culturas y visitar lugares arqueológicos.
- Interesados por deleitarse de la naturaleza y vivir la aventura.
- Son individuos osados ante el peligro y realizan sus labores así deban efectuar grandes esfuerzos.
- No están muy intranquilos por el confort y la comodidad.
- Procedencia: Europa, EE.UU. y Canadá.
- Habitualmente poseen entre 25 y 34 años.
- La mayor parte son solteros.

### **Plan de Desarrollo Turístico**

MINCETUR (2017) manifestó que es un elemento de administración que asiste a fomentar parte financiero de un lugar, así como estimar su potencial, mediante una sucesión de actividades, considerando elementos de oferta, demanda, competencia y caracterizaciones o “vocación” del lugar para promover el turismo en esta.

#### **Dimensión 1: Oferta turística**

Es el grupo poseen como propósito proporcionar experiencias únicas y agradables para el turista, los cuales tienen que ser arreglados, constituidos y establecidos para una mejor soltura (SEGITTUR, 2017).

### **Dimensión 2: Demanda turística**

Flores et al. (2015) señala que es contemplada como cada uno de los turistas que obtienen un bien o servicio turístico, con la finalidad de satisfacer sus exigencias. Todo ello es autónomo a las distintas incitaciones que ocasionan su viaje la cual está fragmentada en 2 clases: la demanda turística interna e internacional.

### **Dimensión 3: Planificación turística**

De acuerdo la Plataforma Digital Única del Estado Peruano (2022), es una necesidad fundamental para el desarrollo turístico como labor porque afianza un apropiado aprovechamiento del turismo en el ámbito social, financiero, medioambiental y cultural de una establecida localidad. Asimismo, afianza una apropiada complacencia de los requerimientos, para la probabilidad financiera de los proyectos de inversión.

## **2.3 Marco conceptual**

### **Bodegas industriales**

De acuerdo a Maceda (2016) señala que las bodegas industriales cumplen con cadenas de producción más normalizadas resguardando la designación de origen característico de cada lugar, esto posee un aporte muy imprescindible en el mercado porque este producto podría estar en cualquier lugar por su calidad.

### **Bodegas tradicionales**

De acuerdo a Jové (2016) menciona que las bodegas convencionales conforman una singular muestra de interés por esta cultura, con valores históricos, arquitectónicos, etnográficos, urbanísticos y paisajísticos por su distribución en una coyuntura que la conforman los viñedos.

### **Iluminación**

De acuerdo a Guerrero (2017) señala que la iluminación en toda clase de edificación desempeña una labor establecida según el requerimiento del consumidor, de la empresa, de las bodegas, este grupo no es más que

estrategias centradas al tratamiento de la luz, cuya labor es iluminar espacios internos o externos con una finalidad específica.

### **Promoción cultural**

De acuerdo a Martínez y Molinero (2019) quienes afirman que la promoción cultural es su gradual demanda de vinos de calidad y propios de lugar está generando el apogeo del enoturismo, también fomentando el paisaje y su cultura, los sistemas de gobiernos tendrían que involucrarse en esta labor para conseguir fortalecerlo en el mercado, apoyando de manera significativa en la economía.

### **Rutas del vino**

De acuerdo a Sario (2015) señala que las rutas del vino y del pisco están simbolizadas como modelo turístico muy especialista y compleja que posee una fuerte conexión entre el sector turístico y agrícola, estos productos son trascendentales por ser factores intrínsecos en la cultura de cada población.

### **Tecnología aplicada**

De acuerdo a Rodríguez y López (2017) señalan que las tecnologías ejecutadas se precisan en productos normados acatando patrones universales para producir el vino, los productores buscan economía intentando automatizar los procedimientos de producción.

### **Temperatura y humedad**

De acuerdo a Nicholas (2015) señala que la temperatura de nuestro mundo incide en la textura de la vida, por ello se pretende el mejor equilibrio de coyunturas del clima para usarlo, caso que se ve reflejado en el producto que se produce.

### **Tours enológicos**

De acuerdo a Villanueva (2016) mantiene que los tours enológicos están muy vinculados con el turismo verisímil, aparte de que el fundamental

interés es complacerse de un adecuado vino en el mismo sitio donde se produjo, cada una de estas labores respetuosas con nuestro medio ambiente y la cultura relacionada del lugar por su carácter e importancia.

### **Vendimia**

De acuerdo a Borzi (2019) establece que aborda el recojo o cosecha de las uvas que se dan en un periodo establecido del año, previo a la vendimia los viñedos son procesados para que la vid posea una adecuada producción, el color de su piel es un rasgo para las distintas clases de vinos.

### **Ventilación**

Es a la transformación del aire en una edificación por medio de la utilización de instrumentos acondicionas o naturalmente mediante una buena arquitectura, como por ejemplo la orientación en función del terreno, etc. (Soler, 2017).

### **Vinificación**

De acuerdo a Rojas (2018) señala que son las estrategias y procedimientos de transformar la uva en vino, por medio de los procedimientos de transformación del mosto en una bebida alcohólica, cabe señalar que abarca de diferentes etapas desde la recolección de la vid hasta conseguir su embotellado.

## **2.4 Formulación de la hipótesis**

### **2.4.1 Hipótesis general**

Existe relación significativa entre el enoturismo y el desarrollo turístico y promoción geográfica de la ciudad de Ica - Perú 2023.

### **2.4.2 Hipótesis específicas**

HE1: Existe relación significativa entre la planta de producción y el desarrollo turístico y promoción geográfica de la ciudad de Ica - Perú 2023.

HE2: Existe relación significativa entre la arquitectura de bodegas y el desarrollo turístico y promoción geográfica de la ciudad de Ica - Perú 2023.

HE3: Existe relación significativa entre los factores climáticos y el desarrollo turístico y promoción geográfica de la ciudad de Ica - Perú 2023.

## **CAPÍTULO III METODOLOGÍA**

### **3.1 Diseño metodológico**

#### **3.1.1 Tipo de investigación**

La indagación fue básica, tuvo como objetivo expandir la información teórica utilizable. Asimismo, se le conoce como exploración pura teórica. Así también la indagación es pura y trata del estudio de una problemática, predestinado solamente a la determinación de conocimientos (Baena, 2017).

#### **3.1.2 Nivel de investigación**

Las indagaciones correlacionales o de covarianza, son propuestas que establecen un grado de asociación entre ambas variables, sin que haya una vinculación de dependencia (Ñaupas et al, 2018). De forma que, el nivel que empleamos fue correlacional.

#### **3.1.3 Diseño**

Según Hernández et al. (2018), señalan que el diseño de indagación no experimental, es un estudio donde no manipulamos deliberadamente las variables. Cabe resaltar que son indagaciones donde no manipulas de forma intencional las variables independientes y compruebas que resultado provoca en otras variables. Para ello en la actual indagación, se empleó el no experimental, porque las variables no han sido alteradas de forma premeditada.

#### **3.1.4 Método**

Se elaboró con el método hipotético deductivo, está centrado a la contrastación de la hipótesis referente a la facultad de dar soluciones a una problemática formulada, se comprueba por medio del estudio de la prueba estadística de normalidad (Silva, 2021).



### **3.1.5 Identificación de las variables**

**Variables X:** Enoturismo

**Indicadores:**

Planta de producción

Arquitectura de bodegas

Factores climáticos

**Variables Y:** Desarrollo turístico y promoción geográfica

**Indicadores:**

Oferta turística

Demanda turística

Planificación turística

### 3.1.6 Operacionalización de las variables

VARIABLES	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ESCALA DE MEDICIÓN
Enoturismo	Vera (2017) señaló que es una clase de turismo centrado a los ámbitos de los territorios de producción de uvas, incorporado al turismo cultural lo cual dependerá de un ámbito histórico o artístico de la labor vitivinícola en la coyuntura como recurso industrial.	Planta de producción	Vendimia	Escala Likert
			Vinificación	
			Tecnología aplicada	
		Arquitectura de bodegas	Sistemas constructivos	
			Bodegas tradicionales	
			Bodegas industriales	
		Factores climáticos	Iluminación	
			Temperatura y humedad	
			Ventilación	
Desarrollo turístico y promoción geográfica	Para Mullo et al. (2019), planea un objetivo para incrementar los ingresos financieros, mejorar la calidad de vida de los ciudadanos por medio del cuidado de la coyuntura.	Oferta turística	Recursos turísticos	Escala Likert
			Servicios turísticos	
			Infraestructura turística	
		Demanda turística	Visitantes	
			Temporalidad	
		Planificación turística	Tendencias y perfil del turista	
			Plan de desarrollo turístico local	

## **3.2 Población y muestra**

### **Población**

Fue constituida por un total de 30 trabajadores que constituyen las bodegas de vino situadas en la ciudad de Ica. Hernández et al. (2020), la señala como todo grupo de componentes que poseen representación característica ante un objeto de análisis.

### **Criterios de inclusión**

- Bodegas de vino situadas en la provincia de Ica.
- Bodegas de Vino que conservan una labor productiva y de turismo constante.
- Bodegas de Vino que estén suscritas en la Cámara de Comercio de Ica.

### **Criterios de exclusión**

- Bodegas de Vino situadas en los exteriores de la provincia de Ica.
- Bodegas de Vino situadas en el ámbito de estudio que no posean actividad productiva.

### **Muestra**

La muestra fue de tipo censal, en donde se tomó como valor a un total de 30 propietarios de las bodegas de vino ubicadas en la ciudad de Ica (Hernández et al., 2020).

### **Muestreo**

El muestreo empleado fue el no probabilístico. A razón de disponer de una cantidad menor a 100 individuos, donde no requerimos del empleo de una fórmula estadística.

### **Unidad de Análisis**

Propietario de bodega de vino ubicada en la ciudad de Ica.

## **3.3 Técnicas e instrumentos de recolección de datos**

### **3.3.1 Técnicas**

La encuesta: la cual permitió recopilar datos de manera directa de los actores con respecto a sus opiniones acerca de la gestión municipal y el desarrollo turístico, estos actores lo constituyeron la población en su totalidad del distrito (Andía, 2017).

### 3.3.2 Instrumentos

Los cuestionarios: sirvieron para ejecutar la encuesta, porque constó en un grupo de interrogantes cerradas las cuales han sido realizadas a la población en su totalidad (Andía, 2017).

#### Confiabilidad

##### Variable 1: Enoturismo

###### Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,800	9

Como se puede apreciar, el resultado posee un alfa de 0.800, lo cual indica que el instrumento posee una Buena fiabilidad, validando su uso para la recolección de datos con esta variable.

##### Variable 2: Desarrollo turístico y promoción geográfica

###### Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,842	9

Como se puede apreciar, el resultado posee un alfa de 0.842, lo cual indica que el instrumento posee una Buena fiabilidad, validando su uso para la recolección de datos con esta variable.

##### Variable 1 y variable 2

###### Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,836	18

Como se puede apreciar, el resultado posee un alfa de 0.836, lo cual indica que el instrumento posee una Buena fiabilidad, validando su uso para la recolección de datos con ambas variables.

### **3.4 Técnicas para el procesamiento de la información**

Los métodos usados fueron estadísticos debido a que se basan en una sucesión de procesos para la utilización de las variables cuantitativas poseyendo como objetivo estudiar y describir las resultantes recogidas. Método descriptivo: por medio de los cálculos de porcentajes de intervención, gráficos y tablas de frecuencias se estudiaron las conductas de las variables. Método inferencial: se empleó EXCEL y SPSS v.27, para el procesado de la información recogida y se evidenciará la información por medio de los cuadros para la realización de la correspondiente interpretación, para recoger las conclusiones acerca del problema formulado.

### **3.5 Aspectos éticos**

La información de la que dispone la actual indagación afianza que el autor no cometió plagio alguno y se respetaron los derechos de los autores citados en la teoría de la indagación, así también para los datos recogidos se emplearon las normas APA. Los datos exhibidos son veraces y reales no hubo ninguna manipulación, de similar forma se respetó la integridad de los encuestados, preservando los valores de integridad y de confidencia.

## CAPITULO IV RESULTADOS

### 4.1 Resultados

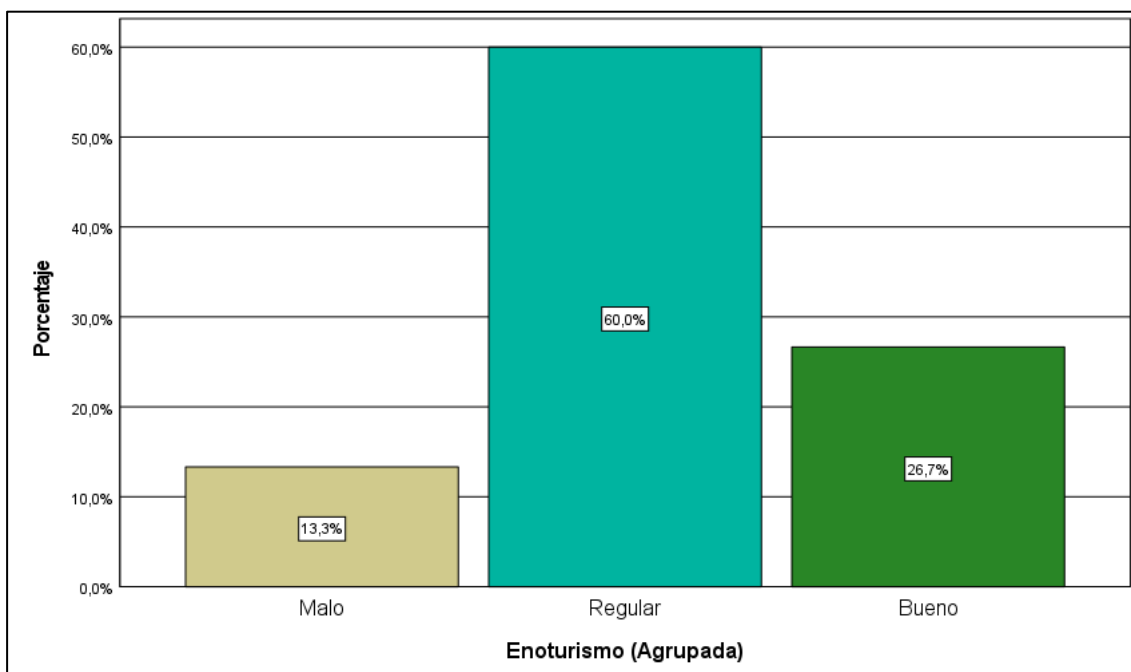
**Tabla 1**

*Niveles de Variable Enoturismo*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Malo	4	13,3%	13,3%	13,3%
	Regular	18	60,0%	60,0%	73,3%
	Bueno	8	26,7%	26,7%	100,0%
	Total	30	100,0%	100,0%	

**Figura 4**

*Niveles de Variable Enoturismo*



Acorde a las resultantes obtenidas, podemos observar que el 60,0% percibe que el Enoturismo se encuentra en un nivel regular; por otro lado, el 26,7% siente que se halla en un grado bueno y por último, el 13,3% señala que se encuentra en un grado malo.

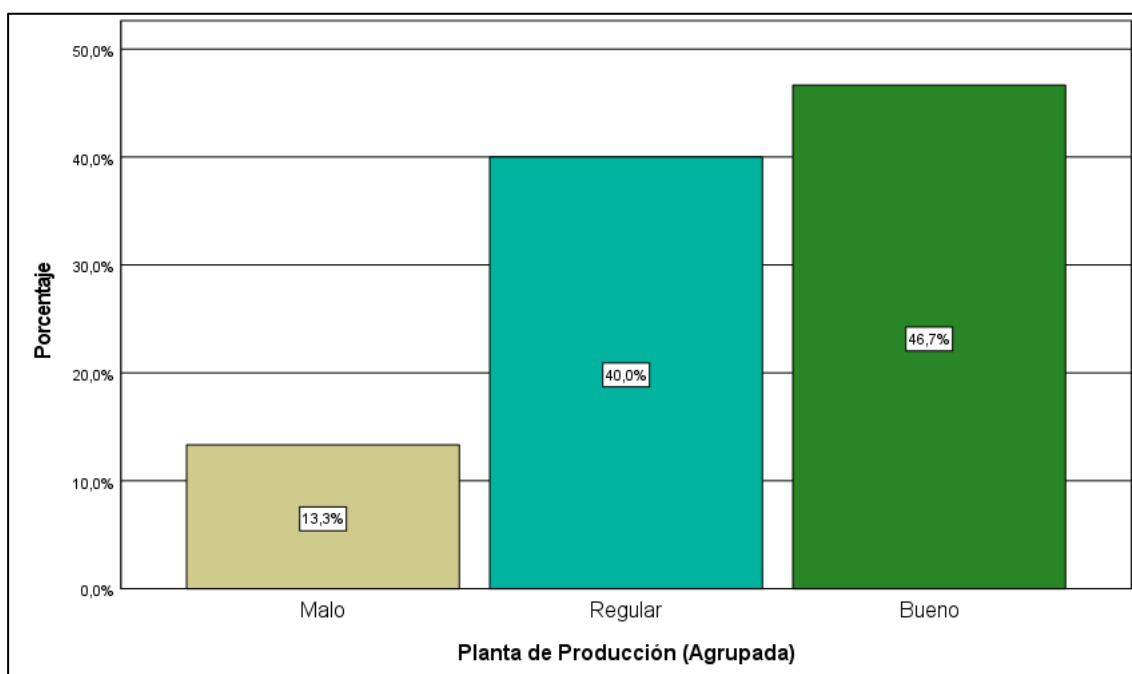
**Tabla 2**

*Niveles de Dimensión Planta de Producción*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Malo	4	13,3%	13,3%	13,3%
	Regular	12	40,0%	40,0%	53,3%
	Bueno	14	46,7%	46,7%	100,0%
	Total	30	100,0%	100,0%	

**Figura 5**

*Niveles de Dimensión Planta de Producción*



Acorde a las resultantes obtenidas, podemos observar que el 46,7% percibe que la dimensión Planta de Producción se encuentra en un nivel bueno; por otro lado, el 40,0% siente que se halla en un grado regular y por último, el 13,3% señala que se encuentra en un grado malo.

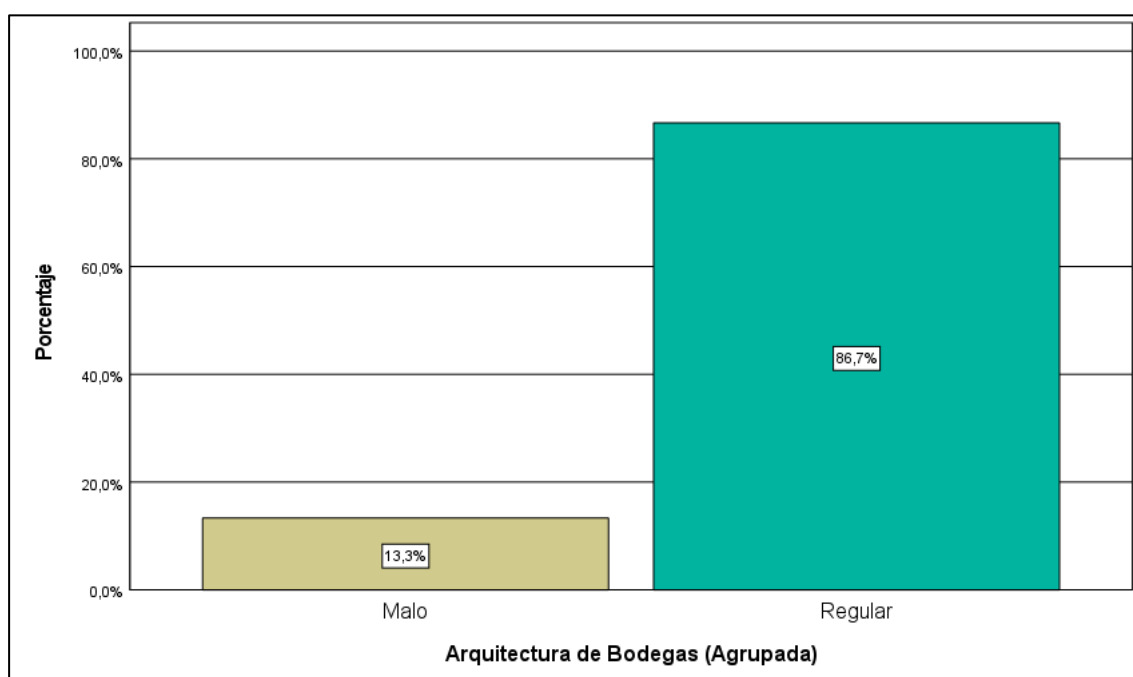
**Tabla 3**

*Niveles de Dimensión Arquitectura de Bodegas*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Malo	4	13,3%	13,3%	13,3%
	Regular	26	86,7%	86,7%	100,0%
	Total	30	100,0%	100,0%	

**Figura 6**

*Niveles de Dimensión Arquitectura de Bodegas*



Acorde a las resultantes obtenidas, podemos observar que el 86,7% percibe que la dimensión Arquitectura de Bodegas se halla en un grado regular; por otro lado, el 13,3% siente que se encuentra en un grado malo.



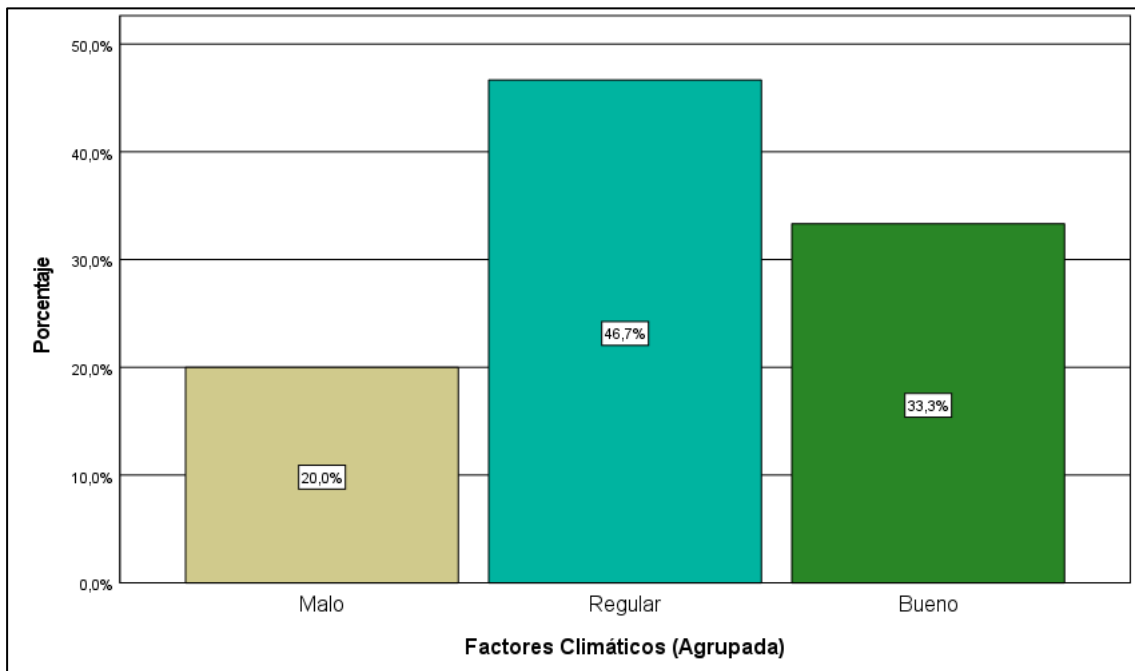
**Tabla 4**

*Niveles de Dimensión Factores Climáticos*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Malo	6	20,0%	20,0%	20,0%
	Regular	14	46,7%	46,7%	66,7%
	Bueno	10	33,3%	33,3%	100,0%
	Total	30	100,0%	100,0%	

**Figura 7**

*Niveles de Dimensión Factores Climáticos*



Acorde a las resultantes obtenidas, podemos observar que el 46,7% percibe que la dimensión Factores Climáticos se halla en un grado regular; por otro lado, el 33,3% siente que se halla en un grado bueno y por último, el 20,0% señala que se encuentra en un grado malo.

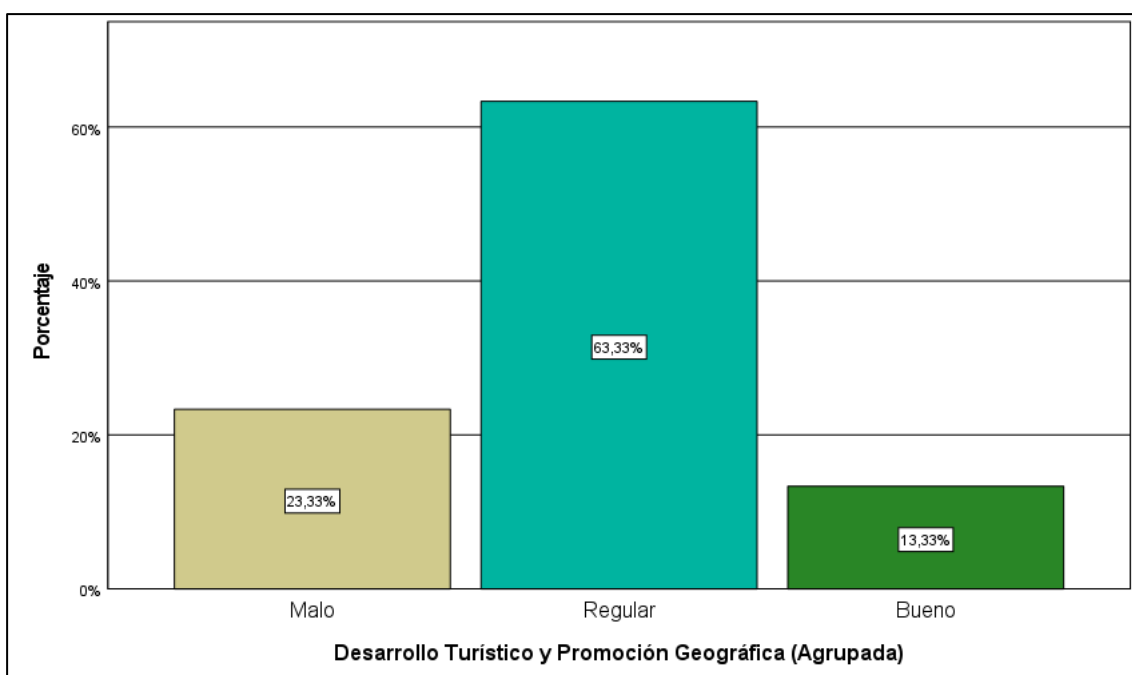
**Tabla 5**

*Niveles de Variable Desarrollo Turístico y Promoción Geográfica*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Malo	7	23,3%	23,3%	23,3%
	Regular	19	63,3%	63,3%	86,7%
	Bueno	4	13,3%	13,3%	100,0%
	Total	30	100,0%	100,0%	

**Figura 8**

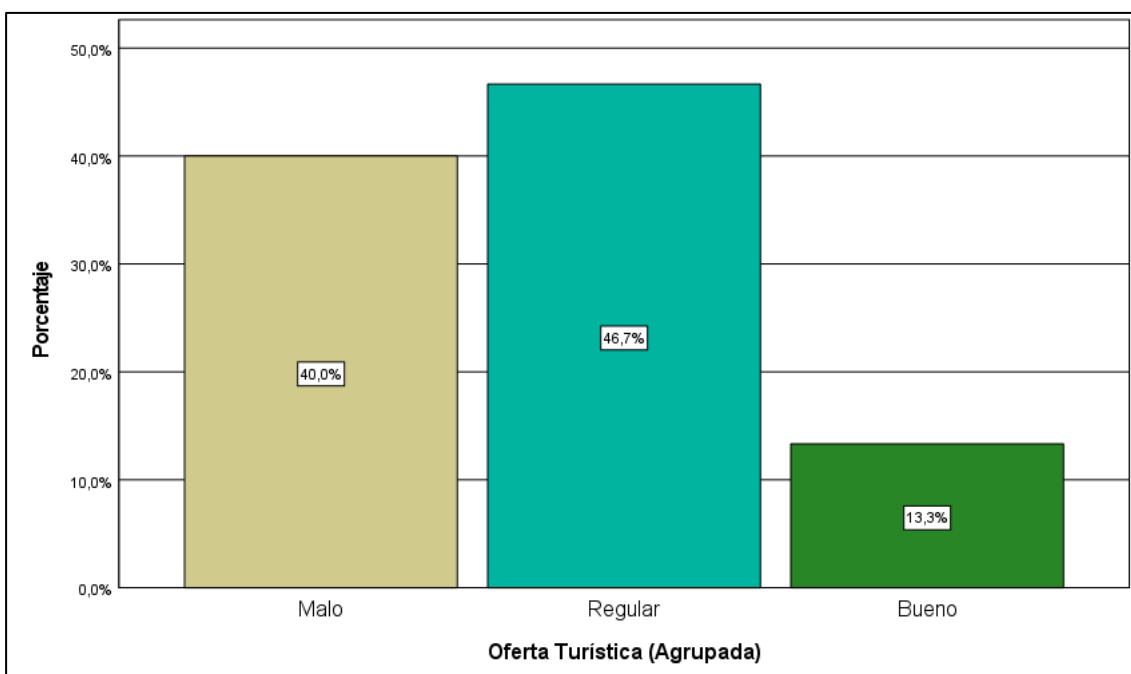
*Niveles de Variable Desarrollo Turístico y Promoción Geográfica*



Acorde a las resultantes obtenidas, podemos observar que el 63,3% percibe que el Desarrollo Turístico y Promoción Geográfica se halla en un grado regular; por otro lado, el 23,3% siente que se halla en un grado malo y por último, el 13,3% señala que se encuentra en un grado bueno.

**Tabla 6***Niveles de Dimensión Oferta Turística*

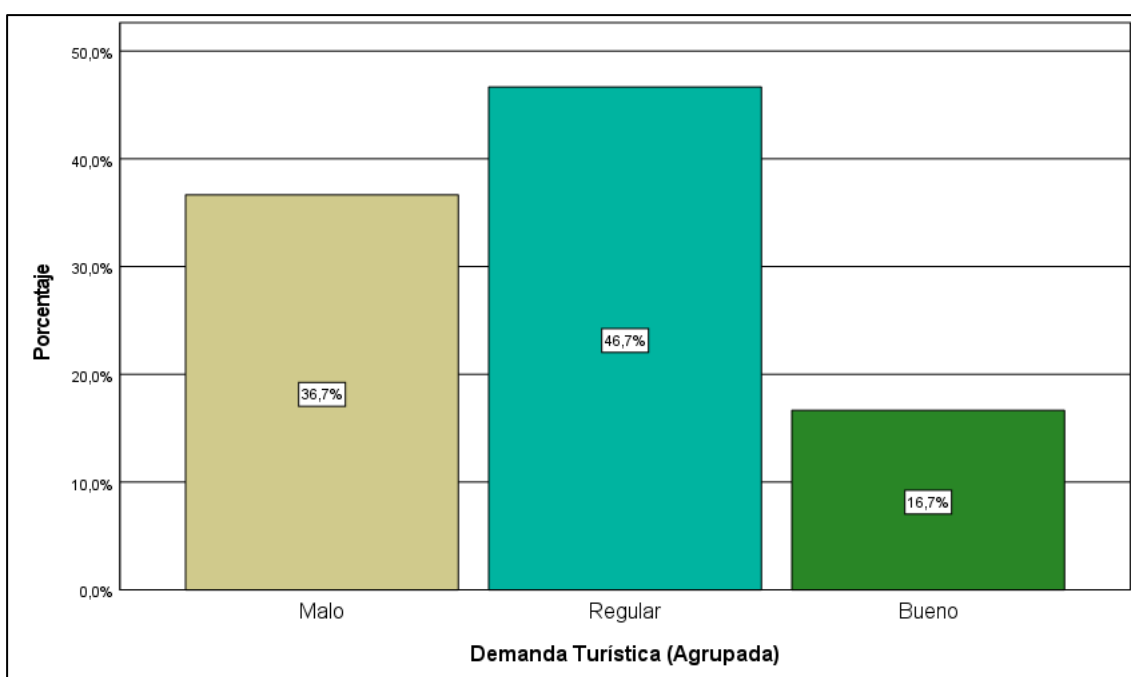
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Malo	12	40,0%	40,0%	40,0%
	Regular	14	46,7%	46,7%	86,7%
	Bueno	4	13,3%	13,3%	100,0%
	Total	30	100,0%	100,0%	

**Figura 9***Niveles de Dimensión Oferta Turística*

Acorde a las resultantes obtenidas, podemos observar que el 46,7% percibe que la dimensión Oferta Turística se encuentra en un nivel regular; por otro lado, el 40,0% siente que se halla en un grado malo y por último, el 13,3% señala que se encuentra en un grado bueno.

**Tabla 7***Niveles de Dimensión Demanda Turística*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Malo	11	36,7%	36,7%	36,7%
	Regular	14	46,7%	46,7%	83,3%
	Bueno	5	16,7%	16,7%	100,0%
	Total	30	100,0%	100,0%	

**Figura 10***Niveles de Dimensión Demanda Turística*

Acorde a las resultantes obtenidas, podemos observar que el 46,7% percibe que la dimensión Demanda Turística se encuentra en un nivel regular; por otro lado, el 36,7% siente que se halla en un grado malo y por último, el 16,7% señala que se encuentra en un grado bueno.

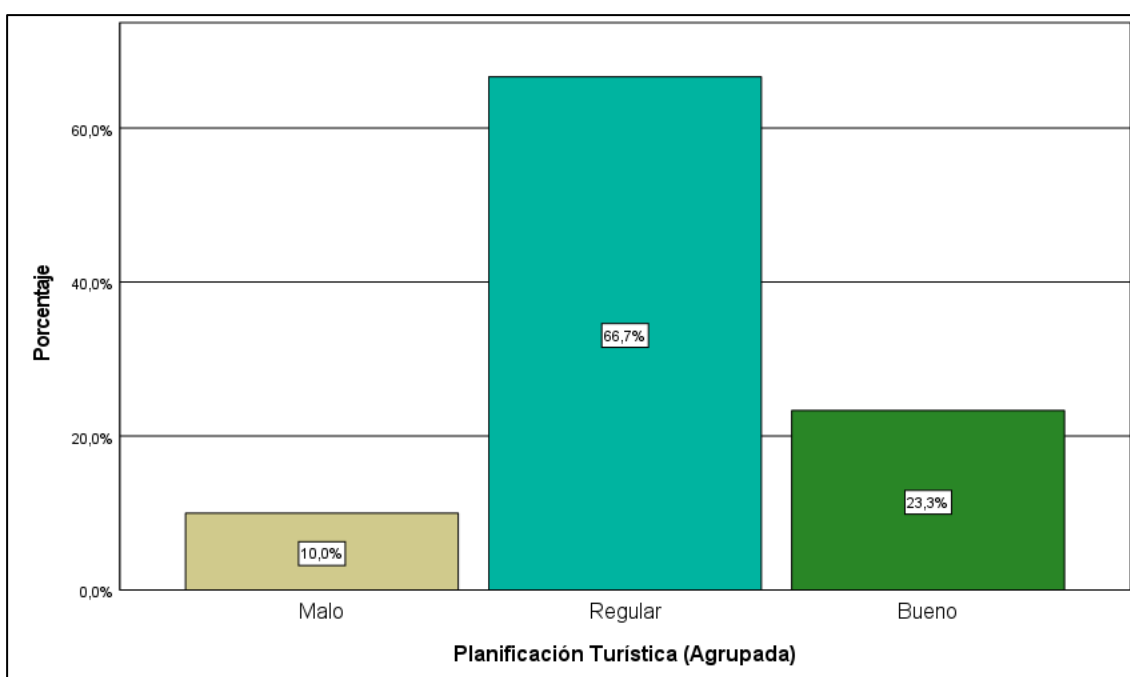
**Tabla 8**

*Niveles de Dimensión Planificación Turística*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Malo	3	10,0%	10,0%	10,0%
	Regular	20	66,7%	66,7%	76,7%
	Bueno	7	23,3%	23,3%	100,0%
	Total	30	100,0%	100,0%	

**Figura 11**

*Niveles de Dimensión Planificación Turística*



Acorde a las resultantes obtenidas, podemos observar que el 66,7% percibe que la dimensión Planificación Turística se halla en un grado regular; por otro lado, el 23,3% siente que se halla en un grado bueno y finalmente, el 10,0% señala que se encuentra en un grado malo.

## 4.2 Análisis inferencial

**H<sub>0</sub>:** Los datos siguen una distribución normal.

**H<sub>1</sub>:** Los datos no siguen una distribución normal.

**Tabla 9**

*Pruebas de Normalidad*

	Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.
Enoturismo	,808	30	,000
Desarrollo Turístico y Promoción Geográfica	,893	30	,013

De acuerdo a la prueba de Normalidad de Shapiro-Wilk, podemos observar que el Sig. para la variable Enoturismo es igual a 0.000 y para la variable Desarrollo Turístico y Promoción Geográfica es igual a 0.013, siendo los dos inferiores a 0.05. Por lo cual concluimos que los datos de las dos variables no poseen una distribución normal, por lo tanto se empleará la prueba Rho de Spearman.

## Hipótesis General

**H<sub>0</sub>:** No existe relación significativa entre el enoturismo y el desarrollo turístico y promoción geográfica de la ciudad de Ica - Perú 2023.

**H<sub>1</sub>:** Existe relación significativa entre el enoturismo y el desarrollo turístico y promoción geográfica de la ciudad de Ica - Perú 2023.

**Tabla 10**

*Prueba de correlación enoturismo y desarrollo turístico y promoción geográfica.*

		Enoturismo		Desarrollo turístico y promoción geográfica
Rho de Spearman	Enoturismo	Coeficiente de correlación	1,000	,539*
		Sig. (bilateral)	.	,028
		N	30	30
	Desarrollo turístico y promoción geográfica	Coeficiente de correlación	,539*	1,000
		Sig. (bilateral)	,028	.
		N	30	30

En la tabla 10 observamos el coeficiente de vinculación de ambas variables es igual a 0.539, el cual indica una correlación positiva moderada y a su vez, podemos observar que Sig. es igual a 0.028, el cual es inferior a 0.05. Por ende, aceptamos la hipótesis alterna y rechazamos la nula. Concluyendo que existe una vinculación significativa entre el enoturismo y el desarrollo turístico y promoción geográfica de la ciudad de Ica - Perú 2023.

## Hipótesis Específica 1

**H<sub>0</sub>:** No existe relación significativa entre la planta de producción y el desarrollo turístico y promoción geográfica de la ciudad de Ica - Perú 2023.

**H<sub>1</sub>:** Existe relación significativa entre la planta de producción y el desarrollo turístico y promoción geográfica de la ciudad de Ica - Perú 2023.

**Tabla 11**

*Prueba de correlación planta de producción y desarrollo turístico y promoción geográfica.*

			Planta de producción	Desarrollo turístico y promoción geográfica
Rho de Spearman	Planta de producción	Coeficiente de correlación	1,000	,503*
		Sig. (bilateral)	.	,046
		N	30	30
	Desarrollo turístico y promoción geográfica	Coeficiente de correlación	,503*	1,000
		Sig. (bilateral)	,046	.
		N	30	30

En la tabla 11 observamos que el coeficiente de vinculación de la dimensión y variable es igual a 0.503, el cual indica una correlación positiva moderada y a su vez, podemos observar que Sig. es igual a 0.046, siendo este inferior a 0.05. Por ende, aprobamos H1 y descartamos H0. Concluyendo que hay una vinculación significativa entre la planta de producción y el desarrollo turístico y promoción geográfica de la ciudad de Ica - Perú 2023.



## Hipótesis Específica 2

**H<sub>0</sub>:** No existe relación significativa entre la arquitectura de bodegas y el desarrollo turístico y promoción geográfica de la ciudad de Ica - Perú 2023.

**H<sub>1</sub>:** Existe relación significativa entre la arquitectura de bodegas y el desarrollo turístico y promoción geográfica de la ciudad de Ica - Perú 2023.

**Tabla 12**

*Prueba de correlación arquitectura de bodegas y desarrollo turístico y promoción geográfica.*

			Arquitectura de bodegas	Desarrollo turístico y promoción geográfica
Rho de Spearman	Arquitectura de bodegas	Coeficiente de correlación	1,000	,573**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	30	30
	Desarrollo turístico y promoción geográfica	Coeficiente de correlación	,573**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	30	30

En la tabla 12 observamos que el índice de vinculación de la dimensión y variable es 0.573, el cual indica una correlación positiva moderada y a su vez, podemos observar que Sig. es igual a 0.000, siendo este inferior a 0.05. Por ende, aprobamos H1 y descartamos H0. Concluyendo que hay una vinculación significativa entre la arquitectura de bodegas y el desarrollo turístico y promoción geográfica de la ciudad de Ica - Perú 2023.

### Hipótesis Específica 3

**H<sub>0</sub>:** No existe relación significativa entre los factores climáticos y el desarrollo turístico y promoción geográfica de la ciudad de Ica - Perú 2023.

**H<sub>1</sub>:** Existe relación significativa entre los factores climáticos y el desarrollo turístico y promoción geográfica de la ciudad de Ica - Perú 2023.

**Tabla 13**

*Prueba de correlación factores climáticos y desarrollo turístico y promoción geográfica.*

			Factores climáticos	Desarrollo turístico y promoción geográfica
Rho de Spearman	Factores climáticos	Coeficiente de correlación	1,000	,587*
		Sig. (bilateral)	.	,013
		N	30	30
	Desarrollo turístico y promoción geográfica	Coeficiente de correlación	,587**	1,000
		Sig. (bilateral)	,013	.
		N	30	30

En la tabla 13 podemos observar que el coeficiente de vinculación de la dimensión y variable es igual a 0.587, el cual indica una correlación positiva moderada y a su vez, podemos observar que Sig. es igual a 0.013, siendo este inferior a 0.05. Por ende, aprobamos H1 y descartamos H0. Concluyendo que hay una vinculación significativa entre los factores climáticos y el desarrollo turístico y promoción geográfica de la ciudad de Ica - Perú 2023.

## CAPÍTULO V

### DISCUSIÓN, CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

#### 5.1 Discusión

En conformidad a las resultantes obtenidas referente a la hipótesis general, podemos observar que el índice de vinculación es igual a 0.539, el cual indica una correlación positiva moderada y a su vez, podemos observar que Sig. es igual a 0.028, el cual es inferior a 0.05. Por ende aceptamos la hipótesis alterna y rechazamos la nula. Concluyendo una vinculación entre el enoturismo y el desarrollo turístico y promoción geográfica de la ciudad de Ica - Perú 2023.

Estos resultados se pueden contrastar con la investigación de Montes y Virto (2021) quienes pudieron establecer la presencia de vinculación entre las con un índice de vinculación de Pearson de  $r: 0,361$  aceptando la hipótesis alterna en la actual indagación. Concluyendo que el potencial enoturístico posee un grado elevado del 26,67% acerca del desarrollo del turismo.

De acuerdo a las resultantes obtenidas con respecto a la hipótesis específica 1, podemos observar que el índice de vinculación de la dimensión y variable es 0.503, el cual indica una correlación positiva moderada y a su vez, podemos observar que Sig. es igual a 0.046, siendo este inferior a 0.05. Por ende, aprobamos H1 y descartamos la H0. Concluyendo que hay vinculación significativa entre la planta de producción y el desarrollo turístico y promoción geográfica de la ciudad de Ica - Perú 2023.

Estos resultados pueden ser comparados a los obtenidos por Dioses (2023) donde observamos que con un grado de fiabilidad del 95% y un P valor  $0.024 < 0.050$  descartamos H0 y asumimos la presencia de una vinculación entre ambas variables. Concluyendo que hay una vinculación de manera estadística baja entre ambas variables; en otras palabras, la próxima implantación de una ruta turística influirá en el desarrollo turístico Sostenible.

De acuerdo a las resultantes obtenidas referente a la hipótesis específica 2, podemos observar que el índice de vinculación de la dimensión y variable es 0.573, el cual indica una correlación positiva moderada y a su vez, podemos

observar que Sig. es igual a 0.000, siendo este inferior a 0.05. Por ende, aprobamos la H1 y descartamos H0. Concluyendo que hay una vinculación significativa entre la arquitectura de bodegas y el desarrollo turístico y promoción geográfica de la ciudad de Ica - Perú 2023.

El cual puede ser contrastado con la investigación de Franco (2022) donde observamos que al contrastar los factores de infraestructura existentes en las organizaciones enoturísticas de Baja California con los de Sonora, observamos que las primeras disponen de un mínimo de 6 de 8 indicativos, en tanto que las organizaciones enoturísticas de Sonora muestran 4 de los 8 factores estimados, siendo una excepción “La Bonita”, organización que obtuvo la totalidad de los indicativos. Concluyendo que el enoturismo es una labor que complementa a la producción de la bebida y pretende esencialmente buscar clientes que sean embajadores de la marca.

De acuerdo a las resultantes obtenidos referente a la hipótesis específica 3, podemos observar que el índice de vinculación de la dimensión y variable es 0.587, el cual indica una correlación positiva moderada y a su vez, podemos observar que Sig. es igual a 0.013, siendo este inferior a 0.05. Por ende, aprobamos H1 y descartamos H0. Concluyendo que hay una vinculación significativa entre los factores climáticos y el desarrollo turístico y promoción geográfica de la ciudad de Ica - Perú 2023.

Las resultantes recogidas previamente se compara con la indagación de Conrado (2020) donde observamos que estas labores asistirán a diferenciar y extender la oferta turística con proposiciones que poseen una alineación hasta el sustento desde diferentes dimensiones: social – medioambiental – económica, comprendiendo los papeles y cargo de cada componente que compone la cadena de valor. Concluyendo que se estudiaron los criterios relacionados con la sostenibilidad que se emplean en el desarrollo del enoturismo a escala internacional. Referente a esto podemos afianzar que actualmente no hay una medida general y/o sugerencias generales para que las bodegas y viñedos puedan desarrollar labores de turismo del vino en un ámbito sustentable.

## 5.2 Conclusiones

### Primero

Se determinó el nivel de relación entre el enoturismo y el desarrollo turístico y promoción geográfica de la ciudad de Ica - Perú 2023. El mismo que se evidencia en las tradicionales vendimias, rutas de pisco, cata de vinos y al considerarse a la provincia de Ica, como una zona de producción de una pizquera con denominación de origen. Este entrelazamiento entre la rica tradición vitivinícola de la región y las experiencias enoturísticas contribuye significativamente a la diversificación de la oferta turística local, generando así un impacto positivo en la economía, la cultura y la proyección internacional de la ciudad. Sin embargo, el enoturismo como línea de desarrollos turístico este no se refleja ni en el PENTUR 2025 ni en el PERTUR de ICA.

### Segundo

Se determinó el nivel de relación que existe entre la planta de producción y el desarrollo turístico y promoción geográfica de la ciudad de Ica - Perú 2023. Las principales plantas de producción y exportación vitivinícolas del país se encuentran casualmente en la ciudad de Ica. Esta conexión directa entre la infraestructura productiva y la promoción turística se traduce en una sinergia única, donde los visitantes no solo tienen la oportunidad de conocer de cerca el proceso de elaboración de productos vitivinícolas de alta calidad, sino que también se sumergen en un entorno que resalta la importancia histórica y cultural de Ica en la industria vinícola nacional. Este vínculo estratégico entre la producción y el turismo fortalece la identidad local y contribuye a consolidar a Ica como un destino emblemático enológico.

### Tercero

Se determinó el nivel de relación que existe entre la arquitectura de bodegas y el desarrollo turístico y promoción geográfica de la ciudad de Ica - Perú 2023. La tradición, historia y arquitectura de las bodegas son un valor invaluable para el enoturismo. Bodegas como Tacama, Ocucaje, entre otras, conservan estos recursos para diversificar su

oferta vitivinícola. La arquitectura cautivadora y cargada de historia de estas bodegas no solo sirve como un telón de fondo pintoresco para las experiencias enoturísticas, sino que también representa un patrimonio cultural que enriquece la narrativa turística de la región. La preservación y promoción de la arquitectura de las bodegas no solo contribuyen al atractivo estético del destino, sino que también consolidan a Ica como un centro de enoturismo donde la herencia arquitectónica se entrelaza armoniosamente con la cultura vitivinícola local.

#### Cuarto

Se determinó el nivel de relación que existe entre los factores climáticos y el desarrollo turístico y promoción geográfica de la ciudad de Ica - Perú 2023. El clima singular de la región, caracterizado por soleados días y noches frescas, emerge como un elemento crucial en la configuración del atractivo turístico de Ica. Esta climatología propicia condiciones ideales para la práctica del enoturismo, ofreciendo a las visitantes experiencias sensoriales inigualables en medio de viñedos bañados por la cálida luz del sol. Además, la estabilidad climática contribuye a la calidad de los productos vitivinícolas, consolidando a Ica como un destino enoturístico donde la excelencia del vino se ve favorecida por condiciones climáticas propicias. Este estrecho vínculo entre los factores climáticos y el desarrollo turístico no solo realza la singularidad de la oferta de la ciudad, sino que también destaca la importancia de la naturaleza en la promoción geográfica de Ica como un destino enoturístico destacado.

### **5.3 Recomendaciones**

#### Primero

Se recomienda fortalecer el enoturismo, centrado a los ámbitos territoriales de producción de uvas y que este conserva una vinculación con el turismo cultural lo cual dependerá de un ámbito histórico o artístico de la labor vitivinícola en la coyuntura como patrimonio industrial y el desarrollo turístico y promoción geográfica de la ciudad de Ica - Perú 2023. Es necesario que desde los espacios privados como la cámara de comercio u otros se promuevan políticas regionales y nacionales de enoturismo en el PENTUR 2025 y el PERTUR de Ica.

#### Segundo

Se recomienda potenciar la planta de producción, teniendo como objetivo esencial es la de divulgar nuestra bebida insignia mediante un espacio que dé cumplimiento a las exigencias que estos procedimientos requieren están al nivel de las bodegas internacionales registradas para mejorar el desarrollo turístico y promoción geográfica de la ciudad de Ica - Perú 2023.

#### Tercero

Se recomienda mejorar la arquitectura de bodegas, muy aludida en coyunturas de arquitectura en donde pretende la colocación apropiada de sus espacios, consiguiendo una apropiada combinación de lo antiguo con lo convencional en un esfuerzo por modernizarse, por estar al nivel de la modernidad, pero sin obstruir la producción del vino, guardando sus preceptos vernáculos.

#### Cuarto

Se recomienda poner vital importancia a los factores climáticos, el cual es una variación climática que altera el ambiente y sus caracterizaciones, incidiendo en el rasgo productivo de la viticultura cada vez superior esencialmente acerca de la fenología de la vid y su constitución, de similar manera inquietando la conducta de las vinificaciones en la coyuntura del ámbito de guarda y el desarrollo turístico y promoción geográfica de la ciudad de Ica - Perú 2023.

## FUENTES DE INFORMACIÓN

- Agurto B. (2019). *Plan de promoción ecoturística, para incrementar el turismo en la provincia Chanchamayo - Junín 2019*. [Tesis de pregrado, Universidad Nacional Federico Villarreal].
- Andía W. (2017). *Manual de la Investigación Universitaria*. Ediciones Arte y Pluma. ISBN: 978-612-47261-2-5
- Arévalo, S. y Saavedra, A. (2019) *Potencial enoturístico del distrito de San Antonio de Cumbaza, año 2017*. [Tesis de pregrado, Universidad Nacional de San Martín].
- Baena, G. (2017) *Metodología de la investigación*. Grupo Editorial Patria.
- Borzi, A. (2019). *Vendimia 2019*. Instituto Agrotécnico Salesiano, Mendoza, Argentina.
- Conrado, S. (2020) *Propuesta de valor para el desarrollo del enoturismo sustentable en Bodegas Etchart, Cafayate, Salta, Argentina*. [Tesis de maestría, Universidad Nacional de San Martín].
- Dioses, K. (2023) *Ruta Turística como alternativa de Desarrollo Turístico Sostenible en Distrito de Montero, Ayabaca, Piura 2022*. [Tesis de pregrado, Universidad César Vallejo].
- Entornoturístico. (2019). *Promoción turística: Qué es y cuál es su importancia para los destinos turísticos*.
- European Commission. (2019). *Turismo - Política Regional*.
- Flores, D., Barroso, M., y Pulida, J. (2015). La demanda turística internacional. Medio siglo de evolución. *Internacional Tourism Demand*, 61 - 98.
- Franco, G. (2022) *Análisis del potencial empresarial enoturístico en el estado de Sonora; México*. [Tesis de maestría, Universidad de Sonora].
- Genem, C., Barrera, G., Balter, J., Montiel, V., y Andreoni, S. (2016). *Arquitecturas de bodegas. Posibilidad higro-térmicas de envolventes*



tradicionales y High Tech. *Instituto Nacional de Vitivinicultura, Ministerio de Agroindustria*, 1-14.

González, M. (2017). *Enoturismo y entornos sostenibles*. Arbor 193 (785).

Guerrero, M. (2017). *Estudio de la Iluminación de tres casos de Arquitectura Excavada con distintos usos*. Universidad Politécnica de Valencia, Valencia, España.

Hernández, R. y Mendoza, C. (2018). *Metodología de la investigación: Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. México: McGraw-Hill Interamericana.

Jové, F. (2016). *Patrimonio excavado. Las bodegas de Torquemada Bien de Interés Cultural*. (J. d. león, & C. J. Villanueva, Edits.) Valladolid, España.

Maceda, A. (2016). El vino y el sistema de protección de su origen y calidad. *ERIA*, 157-182.

Macias, M. (2018). *Análisis del potencial del turismo enológico en la provincia del Guayas, 2018*. [Tesis de pregrado, Universidad de Especialidades Espíritu Santo].

Martínez, A. (2016). *El cambio climático y sus efectos sobre la calidad del vino*. Universidad Politécnica de Valencia, Valencia, España.

Martínez, M., y Molinero, F. (2019). El valor patrimonial del paisaje como imagen de calidad en la estrategia comercial de los territorios vitivinícolas del Duero. *Cuadernos Geográficos* (58), 169-194.

MINCETUR. (2017). *Plan de Desarrollo Turístico Local: Guía Metodológica*.

Montes, E. y Virto, E. (2021) *Análisis del potencial enoturístico y el desarrollo del turismo en el valle de Huaral, provincia de Huaral, región Lima, 2021*. [Tesis de pregrado, Universidad Peruana de Las Américas].

Mullo, E., Vera, V., y Guillén, S. (2019). The development of community tourism in Ecuador: necessary reflections. *Revista Scielo*, 11(2), 178-183.

- Nicholas, K. (2015). ¿Cómo afecta el cambio climático a los vinos? *Investigación y Ciencia*, 1-10.
- Ñaupas Paitán, H., Mejía Mejía, E., Novoa Ramírez, E., & Villagomez Páucar, A. (2014). *Metodología de la investigación Cuantitativa - Cualitativa y Redacción de la Tesis* (Vol. 4a. Edición). Bogotá: Ediciones de la U.
- Ollague, A. (2015). *Plan de promoción turística para la comunidad Punta Diamante de la Parroquia Chongón del Cantón Guayaquil*. [Tesis de pregrado, Universidad de Guayaquil].
- Plataforma digital única del Estado Peruano. (2022). *Productos y Destinos Turísticos*.
- Rodríguez, Y., García, D., Pons, R., Tanda, J., y Pancorbo, J. (2021) Diseño de una ruta turística para el destino Matanzas, que contribuya al desarrollo del turismo urbano. *Revista San Gregorio*, 1(46), 106-128.
- Rodríguez, E., y López, C. (2017). Los mundos de producción de las denominaciones de origen protegidas del vino en España: disparidad de convenciones tecnológicas y comerciales. *Economía Agraria y Recursos Naturales*, 101-125.
- Rojas, M. (2018). *Avances tecnológicos en la revalorización de productos de la vinificación*. Universidad de Sevilla, Sevilla, España.
- Santa Cruz, A. y Valdez, P. (2017). *Propuesta de un plan de promoción turística para incentivar el ecoturismo en el refugio de Vida Silvestre Laquipampa: ruta Shambo-2016*. [Tesis de pregrado, Universidad Privada Juan Mejía Baca].
- Sariego, I. (2015). Las rutas del pisco como elementos turísticos representativos de la cultura Peruana. *International Journal of Scientific Management and Tourism*, 167-192.
- SEGITTUR. (2017). cehat.com. <https://cehat.com/frontend/cehat/SEGITTUR-vn2759-vst325>

- Soler, S. (2017). *La ventana de la arquitectura tradicional. Un mecanismo de iluminación, ventilación, protección, comunicación, relaciones sociales, etc.* Universidad Politécnica de València, Valencia, España.
- Silva, J., Macías, B., Tello, E. y Delgado, J. (2021). *La relación entre la calidad en el servicio, satisfacción del cliente y lealtad del cliente: un estudio de caso de una empresa comercial en México.* CienciaUAT, 15(2), 85-101.
- Torres, J.P., Barrera, J.I., Kunc, M. y Charters, S. (2020). The dynamics of wine tourism adoption in Chile. *Journal of Business Research*, 127, 474-485.
- Vera, G. (2017) *Complejo turístico vivencial enológico para la promoción de la actividad vitivinícola de la ciudad de Tacna, 2017.* [Tesis de pregrado, Universidad Privada de Tacna].
- Villanueva, A. (2018). *Centro de producción, difusión y capacitación del pisco.* Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas, Lima, Perú.
- Villanueva, I. (2016). *Análisis descriptivo del turismo enológico, 2016.* [Tesis de pregrado, Universidad de Sevilla].
- Zarta, P. (2018). La sustentabilidad o sostenibilidad: un concepto poderoso para la humanidad. *Revista Scielo*, 28, 409-423.

# **ANEXOS**

## ANEXO 1: MATRIZ DE CONSISTENCIA

### “EL ENOTURISMO COMO ALTERNATIVA DE DESARROLLO TURÍSTICO Y PROMOCIÓN GEOGRÁFICA DE LA CIUDAD DE ICA - PERÚ 2023”

PROBLEMAS	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES E INDICADORES
<p><b>Problema general</b> ¿Cuál es el nivel de relación entre el enoturismo y el desarrollo turístico y promoción geográfica de la ciudad de Ica - Perú 2023?</p> <p><b>Problemas específicos</b></p> <p>a) ¿Cuál es el nivel de relación entre la planta de producción y el desarrollo turístico y promoción geográfica de la ciudad de Ica - Perú 2023?</p> <p>b) ¿Cuál es el nivel de relación entre la arquitectura de bodegas y el desarrollo turístico y promoción geográfica de la ciudad de Ica - Perú 2023?</p> <p>c) ¿Cuál es el nivel de relación entre los factores climáticos y el desarrollo turístico y promoción geográfica de la ciudad de Ica - Perú 2023?</p>	<p><b>Objetivo general</b> Comprobar el nivel de relación entre el enoturismo y el desarrollo turístico y promoción geográfica de la ciudad de Ica - Perú 2023.</p> <p><b>Objetivos específicos</b></p> <p>a) Determinar el nivel de relación que existe entre la planta de producción y el desarrollo turístico y promoción geográfica de la ciudad de Ica - Perú 2023.</p> <p>b) Determinar el nivel de relación que existe entre la arquitectura de bodegas y el desarrollo turístico y promoción geográfica de la ciudad de Ica - Perú 2023.</p> <p>c) Determinar el nivel de relación que existe entre los factores climáticos y el desarrollo turístico y promoción geográfica de la ciudad de Ica - Perú 2023.</p>	<p><b>Hipótesis general</b> Existe relación significativa entre el enoturismo y el desarrollo turístico y promoción geográfica de la ciudad de Ica - Perú 2023.</p> <p><b>Hipótesis específicas</b></p> <p>a) Existe relación significativa entre la planta de producción y el desarrollo turístico y promoción geográfica de la ciudad de Ica - Perú 2023.</p> <p>b) Existe relación significativa entre la arquitectura de bodegas y el desarrollo turístico y promoción geográfica de la ciudad de Ica - Perú 2023.</p> <p>c) Existe relación significativa entre los factores climáticos y el desarrollo turístico y promoción geográfica de la ciudad de Ica - Perú 2023.</p>	<p><b>Variable 1</b> X: Enoturismo</p> <p>Indicadores:</p> <p>X<sub>1</sub>: Planta de producción X<sub>2</sub>: Arquitectura de bodegas X<sub>3</sub>: Factores climáticos</p> <p><b>Variable 2</b> Y: Desarrollo turístico y promoción geográfica</p> <p>Indicadores:</p> <p>Y<sub>1</sub>: Oferta turística Y<sub>2</sub>: Demanda turística Y<sub>3</sub>: Planificación turística</p>

## ANEXO 2

### CUESTIONARIO – ENOTURISMO

**Instrucciones:** Estimados señores y señoras, el presente cuestionario tiene como finalidad, Comprobar el nivel de relación entre el enoturismo y el desarrollo turístico y promoción geográfica de la ciudad de Ica - Perú 2023. Para lograr este objetivo se le pide el favor de llenar el presente cuestionario, el cual es anónimo y hay reserva de los datos recabados. Marque por favor la opción que mejor se ciñe a su opinión mediante un aspa (X).

**1: Totalmente en desacuerdo      2: En desacuerdo      3: Ni de acuerdo,  
ni en desacuerdo      4: De acuerdo      5: Totalmente de acuerdo**

N°	Ítems	Alternativas				
		1	2	3	4	5
<b>Dimensión: Planta de producción</b>						
1	Cree usted que los procesos y técnicas de recolección de la vid, son los óptimos para el mayor rendimiento de la cosecha.					
2	Está de acuerdo que las tareas del enólogo con los trabajos de la vinificación son fundamentales en la elaboración del vino.					
3	Piensa usted que existe la necesidad de disponer de maquinarias industriales que permitan clasificar de una manera más ágil el nivel de calidad de la uva en tiempo real y de forma fiable.					
<b>Dimensión: Arquitectura de bodegas</b>						
4	Cree usted que los materiales empleados en los sistemas constructivos de las bodegas son los óptimos para la edificación.					
5	Piensa usted que para producir un buen vino es necesario hacer uso de los elementos arquitectónicos tradicionales que ofrece su bodega.					
6	Cree usted que al combinar sistemas tradicionales con tecnología industriales se logrará un mayor rango de producción de vino.					
<b>Dimensión: Factores climáticos</b>						
7	Qué tan de acuerdo considera usted que las condiciones de iluminación son favorables e influyen en los resultados del buen vino.					
8	Cree usted que hay que evitar las oscilaciones bruscas y frecuentes de temperatura entre el día y la noche en las bodegas para que no tenga efectos negativos en los vinos.					
9	Está de acuerdo que se requiere condiciones de ventilación óptimas para evitar olores de moho o podredumbre en las bodegas.					

**CUESTIONARIO – DESARROLLO TURÍSTICO Y PROMOCIÓN  
GEOGRÁFICA**

**1: Totalmente en desacuerdo    2: En desacuerdo    3: Ni de acuerdo,  
ni en desacuerdo    4: De acuerdo    5: Totalmente de acuerdo**

N°	Ítems	Alternativas				
		1	2	3	4	5
<b>Dimensión: Oferta turística</b>						
1	Los pobladores de la ciudad de Ica, reconocen y valoran la importancia de los recursos turísticos de Ica.					
2	Los pobladores de la ciudad de Ica, identifican los servicios turísticos como importantes para el desarrollo de la ciudad.					
3	Los pobladores de la ciudad de Ica desarrollan infraestructura turística pública.					
<b>Dimensión: Demanda turística</b>						
4	Los pobladores de la ciudad de Ica, hacen lo posible para que los visitantes a la ciudad de Ica se vayan satisfechos de su visita.					
5	Los pobladores de la ciudad de Ica, desarrollan acciones para promover que los visitantes lleguen a Ica durante todo el año y no en eventos.					
<b>Dimensión: Planificación turística</b>						
6	Los pobladores de la ciudad de Ica tienen interés de contar con un plan de desarrollo turístico local aprobado.					
7	La actividad turística que se desarrolla en la ciudad de Ica es rentable para los que brindan servicios turísticos.					
8	La actividad turística que se desarrolla en la ciudad de Ica genera conflictos entre grupos de interés.					
9	La actividad turística que se desarrolla en la ciudad de Ica respeta el medio ambiente.					



## ANEXO 3 FICHA DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

UNIVERSIDAD PRIVADA SAN JUAN BAUTISTA

ESCUELA DE POSGRADO  
FICHA DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN  
JUICIO DE EXPERTOS

### I. DATOS GENERALES

- 1.1. Apellidos y Nombres:
- 1.2. Grado académico:
- 1.3. Cargo e institución donde labora:
- 1.4. Nombre del instrumento motivo de evaluación: **Cuestionario Enoturismo**
- 1.5. Autor(A) de Instrumento: **Miguel Angel Ibarra Trujillo**
- 1.6. Criterios de aplicabilidad:
  - a. De 01 a 09: (No válido, reformular)
  - b. De 10 a 12: (No válido, modificar)
  - c. De 13 a 15: (Válido, mejorar)
  - d. De 16 a 18: (Válido, precisar)
  - e. De 19 a 20: (Válido aplicar)

### II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN

INDICADORES DE EVALUACION DEL INSTRUMENTO	CRITERIOS CUALITATIVOS CUANTITATIVOS	Deficiente (01-09)	Regular (10-12)	Bueno (13-15)	Muy Bueno (16-18)	Excelente (19-20)
		1	2	3	4	5
1. CLARIDAD	Esta formulado con lenguaje comprensible.					
2. OBJETIVIDAD	Esta adecuado a las leyes y principios científicos.					
3. ACTUALIDAD	Está adecuado a los objetivos y las necesidades reales de la investigación.					
4. ORGANIZACION	Existe una organización lógica.					
5. SUFICIENCIA	Toma en cuenta los aspectos metodológicos esenciales					
6. INTENCIONALIDAD	Esta adecuado para valorar las variables de la Hipótesis.					
7. CONSISTENCIA	Se respalda en fundamentos técnicos y/o científicos.					
8. COHERENCIA	Existe coherencia entre los problemas objetivos, hipótesis, variables e indicadores.					
9. METODOLOGIA	La estrategia responde una metodología y diseño aplicados para lograr probar las hipótesis.					
10. PERTINENCIA	El instrumento muestra la relación entre los componentes de la investigación y su adecuación al Método Científico.					

VALORACIÓN CUANTITATIVA (TOTAL X 0.4):

VALORACIÓN CUALITATIVA:

OPINIÓN DE APLICABILIDAD:

Lima, .....

DNI N°:

Telf:

\_\_\_\_\_  
FIRMA DEL EXPERTO INFORMANTE





UNIVERSIDAD PRIVADA SAN JUAN BAUTISTA  
ESCUELA DE POSGRADO  
FICHA DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN  
JUICIO DE EXPERTOS

**I. DATOS GENERALES**

- 1.1. Apellidos y Nombres:
- 1.2. Grado académico:
- 1.3. Cargo e institución donde labora:
- 1.4. Nombre del instrumento motivo de evaluación: Cuestionario Desarrollo Turístico y Promoción Geográfica
- 1.5. Autor(A) de Instrumento: Miguel Angel Ibarra Trujillo
- 1.6. Criterios de aplicabilidad:
  - a. De 01 a 09: (No válido, reformular)
  - b. De 10 a 12: (No válido, modificar)
  - c. De 13 a 15: (Válido, mejorar)
  - d. De 16 a 18: (Válido, precisar)
  - e. De 19 a 20: (Válido aplicar)

**II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN**

INDICADORES DE EVALUACION DEL INSTRUMENTO	CRITERIOS CUALITATIVOS CUANTITATIVOS	Deficiente (01-09)	Regular (10-12)	Buono (13-15)	Muy Buono (16-18)	Excelente (19-20)
		1	2	3	4	5
1. CLARIDAD	Esta formulado con lenguaje comprensible.					
2. OBJETIVIDAD	Esta adecuado a las leyes y principios científicos.					
3. ACTUALIDAD	Está adecuado a los objetivos y las necesidades reales de la investigación.					
4. ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica.					
5. SUFICIENCIA	Toma en cuenta los aspectos metodológicos esenciales					
6. INTENCIONALIDAD	Esta adecuado para valorar las variables de la Hipótesis.					
7. CONSISTENCIA	Se respalda en fundamentos técnicos y/o científicos.					
8. COHERENCIA	Existe coherencia entre los problemas objetivos, hipótesis, variables e indicadores.					
9. METODOLOGÍA	La estrategia responde una metodología y diseño aplicados para lograr probar las hipótesis.					
10. PERTINENCIA	El instrumento muestra la relación entre los componentes de la investigación y su adecuación al Método Científico.					

VALORACIÓN CUANTITATIVA (TOTAL X 0.4):

VALORACIÓN CUALITATIVA:

OPINIÓN DE APLICABILIDAD:

Lima, .....

DNI N°:

Tel.:

\_\_\_\_\_  
FIRMA DEL EXPERTO INFORMANTE



UNIVERSIDAD PRIVADA SAN JUAN BAUTISTA  
ESCUELA DE POSGRADO  
FICHA DE VALIDACION DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACION  
JUICIO DE EXPERTOS

I. DATOS GENERALES

- 1.1. Apellidos y Nombres:
- 1.2. Grado académico:
- 1.3. Cargo e institución donde labora:
- 1.4. Nombre del instrumento motivo de evaluación: Cuestionario Enoturismo
- 1.5. Autor(A) de instrumento: Miguel Angel Ibarra Trujillo
- 1.6. Criterios de aplicabilidad:
  - a. De 01 a 09: (No válido, reformular)
  - b. De 10 a 12: (No válido, modificar)
  - c. De 13 a 15: (Válido, mejorar)
  - d. De 16 a 18: (Válido, precisar)
  - e. De 19 a 20: (Válido aplicar)

II. ASPECTOS DE VALIDACION

INDICADORES DE EVALUACION DEL INSTRUMENTO	CRITERIOS CUALITATIVOS CUANTITATIVOS	Deficiente (01-09)	Regular (10-12)	Buena (13-15)	Muy Buena (16-18)	Excelente (19-20)
		1	2	3	4	5
1. CLARIDAD	Este formulado con lenguaje comprensible.					
2. OBJETIVIDAD	Este adecuado a las leyes y principios científicos.					
3. ACTUALIDAD	Este adecuado a los objetivos y las necesidades reales de la investigación.					
4. ORGANIZACION	Existe una organización lógica.					
5. SUFICIENCIA	Toma en cuenta los aspectos metodológicos esenciales					
6. INTENCIONALIDAD	Este adecuado para valorar las variables de la hipótesis.					
7. CONSISTENCIA	Se respalda en fundamentos técnicos y/o científicos.					
8. COHERENCIA	Existe coherencia entre los problemas objetivos, hipótesis, variables e indicadores.					
9. METODOLOGIA	La estrategia responde una metodología y diseño aplicados para lograr probar las hipótesis.					
10. PERTINENCIA	El instrumento muestra la relación entre los componentes de la investigación y su adecuación al Método Científico.					

VALORACION CUANTITATIVA (TOTAL X 0.4):

VALORACION CUALITATIVA:

OPINION DE APLICABILIDAD:

Lima, .....

DNI N°:

Tel.:

\_\_\_\_\_  
FIRMA DEL EXPERTO INFORMANTE



UNIVERSIDAD PRIVADA SAN JUAN BAUTISTA  
ESCUELA DE POSGRADO  
FICHA DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN  
JUICIO DE EXPERTOS

I. DATOS GENERALES

- 1.1. Apellidos y Nombres:
- 1.2. Grado académico:
- 1.3. Cargo e institución donde labora:
- 1.4. Nombre del instrumento motivo de evaluación: Cuestionario Desarrollo Turístico y Promoción Geográfica
- 1.5. Autor(A) de instrumento: Miguel Angel Ibarra Trujillo
- 1.6. Criterios de aplicabilidad:
  - a. De 01 a 09: (No válido, reformular)
  - b. De 10 a 12: (No válido, modificar)
  - c. De 13 a 15: (Válido, mejorar)
  - d. De 16 a 18: (Válido, precisar)
  - e. De 19 a 20: (Válido aplicar)

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN

INDICADORES DE EVALUACION DEL INSTRUMENTO	CRITERIOS CUALITATIVOS CUANTITATIVOS	Deficiente (01-09)	Regular (10-12)	Buena (13-15)	Muy Buena (16-18)	Excelente (19-20)
		1	2	3	4	5
1. CLARIDAD	Esta formulado con lenguaje comprensible.					
2. OBJETIVIDAD	Esta adecuado a las leyes y principios científicos.					
3. ACTUALIDAD	Está adecuado a los objetivos y las necesidades reales de la investigación.					
4. ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica.					
5. SUFICIENCIA	Toma en cuenta los aspectos metodológicos esenciales					
6. INTENCIONALIDAD	Esta adecuado para valorar las variables de la Hipótesis.					
7. CONSISTENCIA	Se respalda en fundamentos técnicos y/o científicos.					
8. COHERENCIA	Existe coherencia entre los problemas objetivos, hipótesis, variables e indicadores.					
9. METODOLOGIA	La estrategia responde una metodología y diseño aplicados para lograr probar las hipótesis.					
10. PERTINENCIA	El instrumento muestra la relación entre los componentes de la investigación y su adecuación al Método Científico.					

VALORACIÓN CUANTITATIVA (TOTAL X 0.4):

VALORACIÓN CUALITATIVA:

OPINIÓN DE APLICABILIDAD:

Lima, .....

DNI N°:

Tel: \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_  
FIRMA DEL EXPERTO INFORMANTE



UNIVERSIDAD PRIVADA SAN JUAN BAUTISTA  
ESCUELA DE POSGRADO  
FICHA DE VALIDACION DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACION  
JUICIO DE EXPERTOS

I. DATOS GENERALES

- 1.1. Apellidos y Nombres:  
1.2. Grado académico:  
1.3. Cargo e institución donde labora:  
1.4. Nombre del instrumento motivo de evaluación: Cuestionario Enoturismo  
1.5. Autor(A) de Instrumento: Miguel Ángel Ibarra Trujillo  
1.6. Criterios de aplicabilidad:  
a. De 01 a 09: (No válido, reformular)                      d. De 16 a 18: (Válido, precisar)  
b. De 10 a 12: (No válido, modificar)                      e. De 19 a 20: (Válido aplicar)  
c. De 13 a 15: (Válido, mejorar)

II. ASPECTOS DE VALIDACION

INDICADORES DE EVALUACION DEL INSTRUMENTO	CRITERIOS CUALITATIVOS CUANTITATIVOS	Deficiente (01-09)	Regular (10-12)	Bueno (13-15)	Muy Bueno (16-18)	Excelente (19-20)
		1	2	3	4	5
1. CLARIDAD	Esta formulado con lenguaje comprensible.					
2. OBJETIVIDAD	Esta adecuado a las leyes y principios científicos.					
3. ACTUALIDAD	Esta adecuado a los objetivos y las necesidades reales de la investigación.					
4. ORGANIZACION	Existe una organización lógica.					
5. SUFICIENCIA	Toma en cuenta los aspectos metodológicos esenciales					
6. INTENCIONALIDAD	Esta adecuado para valorar las variables de la Hipótesis.					
7. CONSISTENCIA	Se respalda en fundamentos técnicos y/o científicos.					
8. COHERENCIA	Existe coherencia entre los problemas objetivos, hipótesis, variables e indicadores.					
9. METODOLOGIA	La estrategia responde una metodología y diseño aplicados para lograr probar las hipótesis.					
10. PERTINENCIA	El instrumento muestra la relación entre los componentes de la investigación y su adecuación al Método Científico.					

VALORACION CUANTITATIVA (TOTAL X 0.4):

VALORACION CUALITATIVA:

OPINION DE APPLICABILIDAD:

Lima, .....

DNI N°:

Tel.:

\_\_\_\_\_  
FIRMA DEL EXPERTO INFORMANTE



**UNIVERSIDAD PRIVADA SAN JUAN BAUTISTA**  
**ESCUELA DE POSGRADO**  
**FICHA DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN**  
**JUICIO DE EXPERTOS**

**I. DATOS GENERALES**

- 1.1. Apellidos y Nombres:
- 1.2. Grado académico:
- 1.3. Cargo e institución donde labora:
- 1.4. Nombre del instrumento motivo de evaluación: Cuestionario Desarrollo Turístico y Promoción Geográfica
- 1.5. Autor(A) de instrumento: Miguel Angel Ibarra Trujillo
- 1.6. Criterios de aplicabilidad:
  - a. De 01 a 09: (No válido, reformular)
  - b. De 10 a 12: (No válido, modificar)
  - c. De 13 a 15: (Válido, mejorar)
  - d. De 16 a 18: (Válido, precisar)
  - e. De 19 a 20: (Válido aplicar)

**II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN**

INDICADORES DE EVALUACION DEL INSTRUMENTO	CRITERIOS CUALITATIVOS CUANTITATIVOS	Deficiente (01-09)	Regular (10-12)	Bueno (13-15)	Muy Bueno (16-18)	Excelente (19-20)
		1	2	3	4	5
1. CLARIDAD	Esta formulado con lenguaje comprensible.					
2. OBJETIVIDAD	Esta adecuado a las leyes y principios científicos.					
3. ACTUALIDAD	Está adecuado a los objetivos y las necesidades reales de la investigación.					
4. ORGANIZACION	Existe una organización lógica.					
5. SUFICIENCIA	Toma en cuenta los aspectos metodológicos esenciales					
6. INTENCIONALIDAD	Esta adecuado para valorar las variables de la Hipótesis.					
7. CONSISTENCIA	Se respalda en fundamentos técnicos y/o científicos.					
8. COHERENCIA	Existe coherencia entre los problemas objetivos, hipótesis, variables e indicadores.					
9. METODOLOGIA	La estrategia responde una metodología y diseño aplicados para lograr probar las hipótesis.					
10. PERTINENCIA	El instrumento muestra la relación entre los componentes de la investigación y su adecuación al Método Científico.					

VALORACIÓN CUANTITATIVA (TOTAL X 0.4):

VALORACIÓN CUALITATIVA:

OPINIÓN DE APLICABILIDAD:

Lima, .....

DNI N°:

Tel.:

\_\_\_\_\_  
FIRMA DEL EXPERTO INFORMANTE

## BASE DE DATOS

Sujeto	Variable 1									Variable 2								
	D1			D2			D3			D4			D5		D6			
	p1	p2	p3	p4	p5	p6	p7	p8	p9	p10	p11	p12	p13	p14	p15	p16	p17	p18
1	4	5	3	3	3	4	3	4	4	2	2	2	3	1	3	3	3	2
2	4	5	4	4	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4
3	2	5	2	3	2	4	4	4	4	2	2	3	3	2	5	4	4	2
4	3	2	4	1	3	1	2	4	1	1	4	2	2	3	2	2	1	1
5	2	4	3	3	3	3	1	2	2	4	2	1	1	3	2	2	2	3
6	1	1	1	3	3	1	4	2	1	2	1	4	3	3	4	3	2	4
7	1	2	4	3	1	3	1	1	4	4	2	4	2	2	2	3	1	3
8	4	4	4	3	3	4	3	5	5	3	3	3	3	3	3	3	3	3
9	4	5	3	3	3	4	3	4	4	2	2	2	3	1	3	3	3	2
10	4	5	4	4	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4
11	2	5	2	3	2	4	4	4	4	2	2	3	3	2	5	4	4	2
12	4	5	2	3	4	4	2	4	4	4	4	2	2	3	4	3	4	1
13	4	5	4	4	2	4	4	5	5	4	5	4	5	5	5	4	2	4
14	4	4	4	4	2	3	4	4	4	4	4	2	2	2	2	4	4	2
15	3	5	2	4	2	3	2	4	5	5	5	4	5	3	3	5	2	2
16	4	4	4	3	3	4	3	5	5	3	3	3	3	3	3	3	3	3
17	4	5	3	3	3	4	3	4	4	2	2	2	3	1	3	3	3	2
18	4	5	4	4	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4
19	2	5	2	3	2	4	4	4	4	2	2	3	3	2	5	4	4	2
20	4	5	2	3	4	4	2	4	4	4	4	2	2	3	4	3	4	1
21	4	5	4	4	2	4	4	5	5	4	5	4	5	5	5	4	2	4
22	4	4	4	4	2	3	4	4	4	4	4	2	2	2	2	4	4	2
23	3	5	2	4	2	3	2	4	5	5	5	4	5	3	3	5	2	2
24	4	4	4	3	3	4	3	5	5	3	3	3	3	3	3	3	3	3
25	4	5	3	3	3	4	3	4	4	2	2	2	3	1	3	3	3	2

