# CAPÍTULO V. PRESENTACIÓN DE RESULTADOS

## Resultados Cuantitativos

### Perfil sociodemográfico de la muestra encuestada

El estudio sociodemográfico de la muestra encuestada se llevó a cabo en Otuzco durante las fechas principales de la festividad de la Virgen de la Puerta. La muestra, en cuanto a sus características sociodemográficas, estuvo compuesta exclusivamente por fieles nacionales no residentes en Otuzco. En este contexto, el 60.2% de los participantes eran mujeres, mientras que el 39.8% eran hombres. En relación con el estado civil, el 57% se encontraba soltero, mientras que el 29.4% estaba casado.

En cuanto a la distribución por edades, se observó que el grupo mayoritario de fieles estaba en el rango de 21 a 30 años, representando el 28.1% de la muestra. Le siguieron aquellos de entre 41 y 50 años, con un 25.3%, y los de 31 a 40 años, con un 25.0%. En lo que respecta al nivel educativo, los estudiantes universitarios conformaron el grupo más numeroso,

representando el 50.0%, seguidos por fieles con estudios secundarios completos, que constituyeron el 38.3%.

En relación con la actividad profesional, se observó una diversidad de ocupaciones entre los fieles participantes, con un 28.1% que poseía ocupaciones no contempladas en la encuesta. Además, los empleados privados (22.4%) y los dueños de negocios propios (18.2%) constituyeron la mayoría de los grupos ocupacionales en la muestra.

En cuanto a la asistencia a la festividad, la mayoría de los fieles (69.5%) habían participado en la festividad en más de cuatro ocasiones, seguidos por aquellos que asistieron por primera vez (10.9%) y por segunda vez (10.9%). El grupo mayoritario eligió asistir con la familia (61.7%), seguido por aquellos que optaron por asistir con amigos (20.8%).

Finalmente, en relación con el gasto durante la festividad, el 21.6% de los fieles afirmaron haber gastado más de S/ 250 por día, igualando a aquellos que gastaron entre S/ 200 y S/ 250 por día en un 21.6%.

### Resultados descriptivos de las motivaciones

Los resultados revelan patrones significativos en las motivaciones de los asistentes a la festividad de la Virgen de la Puerta. Las principales motivaciones incluyen la búsqueda de paz (58.3%), consuelo espiritual (53.6%) y la experiencia del misterio de la religión (40.2%). Asimismo, factores religiosos y tradicionales como la participación en una fiesta religiosa (28.1%) y la visita a sitios religiosos (35.9%) fueron relevantes, al igual que la tradición y la experiencia compartida con otros creyentes (25.0%). Además, factores personales y emocionales como la satisfacción de la curiosidad (22.1%), la oportunidad de conocer la región (38.3%) y el escape de la rutina diaria (35.9%) destacaron como motivaciones relevantes, al igual que las vacaciones (23.7%) y el deseo de escapar de la vida cotidiana (27.6%). La asistencia también se vio influida por aspectos sociales, siendo acompañar a amigos o familiares (50.8%) una razón significativa. La búsqueda espiritual y de liberación, representada por la realización religiosa (49.5%) y la redención o liberación del sufrimiento (18.0%), también fueron motivaciones notables. Aspectos comerciales, como la compra de artículos religiosos (29.9%) y productos locales (22.1%), desempeñaron un papel en la participación. Destaca el elevado peso de mostrar respeto a la Virgen de Otuzco (64.8%), evidenciando una conexión emocional y espiritual significativa (tabla 5.1).

**Tabla 5.1** Tabla de frecuencias de las respuestas sobre motivaciones de asistencia

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Frecuencias absolutas** | | | | |  | **Frecuencias relativas** | | | |  |
|  | **1** | **2** | **3** | **4** | **5** | **1** | **2** | **3** | **4** | **5** |
| Para buscar paz | 0 | 2 | 41 | 117 | 224 | 0.0% | 0.5% | 10.7% | 30.5% | 58.3% |
| Para apreciar/experimentar la grandeza de la Virgen de Otuzco | 0 | 0 | 26 | 105 | 253 | 0.0% | 0.0% | 6.8% | 27.3% | 65.9% |
| Para buscar consuelo espiritual | 0 | 0 | 68 | 110 | 206 | 0.0% | 0.0% | 17.7% | 28.6% | 53.6% |
| Para apreciar la belleza de la Virgen de Otuzco | 0 | 1 | 57 | 114 | 212 | 0.0% | 0.3% | 14.8% | 29.7% | 55.2% |
| Para experimentar el misterio de la religión | 3 | 33 | 83 | 110 | 154 | 0.8% | 8.6% | 21.7% | 28.7% | 40.2% |
| Para experimentar una tradición diferente | 7 | 35 | 127 | 119 | 96 | 1.8% | 9.1% | 33.1% | 31.0% | 25.0% |
| Para asistir a una fiesta religiosa | 2 | 45 | 115 | 114 | 108 | 0.5% | 11.7% | 29.9% | 29.7% | 28.1% |
| Para visitar sitios religiosos | 1 | 27 | 116 | 102 | 138 | 0.3% | 7.0% | 30.2% | 26.6% | 35.9% |
| Para compartir la experiencia con otros creyentes/fieles | 11 | 68 | 116 | 100 | 89 | 2.9% | 17.7% | 30.2% | 26.0% | 23.2% |
| Para satisfacer la curiosidad | 85 | 160 | 73 | 38 | 28 | 22.1% | 41.7% | 19.0% | 9.9% | 7.3% |
| Por vacaciones | 30 | 96 | 109 | 91 | 58 | 7.8% | 25.0% | 28.4% | 23.7% | 15.1% |
| Para acompañar amigos o familiares | 5 | 13 | 41 | 130 | 195 | 1.3% | 3.4% | 10.7% | 33.9% | 50.8% |
| Para escapar de la vida cotidiana (rutina) | 58 | 138 | 106 | 40 | 42 | 15.1% | 35.9% | 27.6% | 10.4% | 10.9% |
| Para aliviar estrés diario | 34 | 137 | 106 | 57 | 50 | 8.9% | 35.7% | 27.6% | 14.8% | 13.0% |
| Para salir del aburrimiento | 115 | 135 | 79 | 23 | 32 | 29.9% | 35.2% | 20.6% | 6.0% | 8.3% |
| Para la realización religiosa (llenarte de fe) | 3 | 4 | 63 | 124 | 190 | 0.8% | 1.0% | 16.4% | 32.3% | 49.5% |
| Para experimentar una atmósfera (ambiente) sagrada | 0 | 2 | 66 | 172 | 144 | 0.0% | 0.5% | 17.2% | 44.8% | 37.5% |
| Para cumplir un deseo de toda la vida | 2 | 55 | 84 | 85 | 158 | 0.5% | 14.3% | 21.9% | 22.1% | 41.1% |
| Para mostrar respeto a la Virgen de Otuzco | 0 | 2 | 1 | 132 | 249 | 0.0% | 0.5% | 0.3% | 34.4% | 64.8% |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Frecuencias absolutas** | | | | |  |  | **Frecuencias relativas** | | |  |
|  | **1** | **2** | **3** | **4** | **5** | **1** | **2** | **3** | **4** | **5** |
| Para redimirme/liberarme de sufrimiento | 6 | 124 | 129 | 56 | 69 | 1.6% | 32.3% | 33.6% | 14.6% | 18.0% |
| Para comprar artículos religiosos |  | 61 | 133 | 115 | 73 | 0.5% | 15.9% | 34.6% | 29.9% | 19.0% |
| 2 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Para comprar productos locales | 2 | 60 | 132 | 105 | 85 | 0.5% | 15.6% | 34.4% | 27.3% | 22.1% |

Fuente: Elaboración Propia

La amplia variabilidad en las medias y desviaciones estándar sugiere una diversidad considerable en las motivaciones de los asistentes, desde aspectos religiosos hasta personales y familiares. En cuanto a la simetría y curtosis, la mayoría de las distribuciones presentan asimetría negativa, indicando que las colas tienden a extenderse hacia la izquierda, y la curtosis varía, pero en general, la distribución parece ser más aplanada que la distribución normal (tabla 5.2).

**Tabla 5.2** Estadísticas descriptivas de las motivaciones de asistencia

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | **Media** | **Desv. estándar** | **Asimetría** | | **Curtosis** | |
|  | **Estadísti co** | **Estadístico** | **Estadístico** | **Error estándar** | **Estadísti co** | **Error estándar** |
| Para buscar paz | 4.47 | 0.704 | -1.033 | 0.125 | 0.085 | 0.248 |
| Para apreciar/experimentar la grandeza de la Virgen de Otuzco | 4.59 | 0.615 | -1.232 | 0.125 | 0.437 | 0.248 |
| Para buscar consuelo espiritual | 4.36 | 0.765 | -0.713 | 0.125 | -0.948 | 0.248 |
| Para apreciar la belleza de la Virgen de Otuzco | 4.40 | 0.744 | -0.833 | 0.125 | -0.586 | 0.248 |
| Para experimentar el misterio de la religión | 3.99 | 1.018 | -0.656 | 0.125 | -0.553 | 0.248 |
| Para experimentar una tradición diferente | 3.68 | 1.006 | -0.306 | 0.125 | -0.531 | 0.248 |
| Para asistir a una fiesta religiosa | 3.73 | 1.013 | -0.245 | 0.125 | -0.939 | 0.248 |
| Para visitar sitios religiosos | 3.91 | 0.980 | -0.335 | 0.125 | -0.997 | 0.248 |
| Para compartir la experiencia con otros creyentes/fieles | 3.49 | 1.115 | -0.167 | 0.125 | -0.904 | 0.248 |
| Para satisfacer la curiosidad | 2.39 | 1.148 | 0.767 | 0.125 | -0.134 | 0.248 |

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| (continuación) | **Media** | **Desv. estándar** | **Asimetría** | | **Curtosis** | |
|  | **Estadísti co** | **Estadístico** | **Estadístico** | **Error estándar** | **Estadísti co** | **Error estándar** |
| Como oportunidad para conocer Otuzco y alrededores | 4.05 | 0.928 | -0.669 | 0.125 | -0.386 | 0.248 |
| Por vacaciones | 3.13 | 1.179 | 0.010 | 0.125 | -0.915 | 0.248 |
| Para acompañar amigos o familiares | 4.29 | 0.885 | -1.362 | 0.125 | 1.798 | 0.248 |
| Para escapar de la vida cotidiana (rutina) | 2.66 | 1.181 | 0.528 | 0.125 | -0.494 | 0.248 |
| Para aliviar estrés diario | 2.88 | 1.170 | 0.402 | 0.125 | -0.740 | 0.248 |
| Para salir del aburrimiento | 2.28 | 1.193 | 0.855 | 0.125 | -0.018 | 0.248 |
| Para la realización religiosa (llenarte de fe) | 4.29 | 0.831 | -1.017 | 0.125 | 0.769 | 0.248 |
| Para experimentar una atmósfera (ambiente) sagrada | 4.19 | 0.729 | -0.396 | 0.125 | -0.763 | 0.248 |
| Para cumplir un deseo de toda la vida | 3.89 | 1.114 | -0.500 | 0.125 | -1.071 | 0.248 |
| Para mostrar respeto a la Virgen de Otuzco | 4.64 | 0.518 | -1.182 | 0.125 | 1.731 | 0.248 |
| Para redimirme/liberarme de sufrimiento | 3.15 | 1.109 | 0.425 | 0.125 | -0.953 | 0.248 |
| Para comprar artículos religiosos | 3.51 | 0.991 | -0.013 | 0.125 | -0.899 | 0.248 |
| Para comprar productos locales | 3.55 | 1.018 | -0.023 | 0.125 | -0.993 | 0.248 |

Fuente: Elaboración Propia

### Motivaciones en turismo religioso

Se ha realizado un análisis factorial con el objetivo de reducir el número de ítems a un conjunto más manejable de factores que faciliten la interpretación de los resultados. Se empleó el método de rotación Varimax para ordenar los factores según sus cargas factoriales, tanto altas como bajas.

De acuerdo con lo establecido por Beavers et al. (2013), se adoptaron valores límite aceptables para las comunalidades, situándolos en el rango de 0.25 a 0.4. Asimismo, se buscó que la matriz de componente rotado presente valores superiores a 0.5, según lo recomendado por Hair et al. (1998).

Se consideró aquellos componentes cuyos autovalores (eigenvalue) fueron mayores a 1, ello sustentado en la idea de que estos componentes explican una proporción significativa de la varianza original de los datos. Este proceso, permitió reducir la dimensionalidad de los datos mientras se conservaba la mayor cantidad posible de información.

Los factores identificados representaron el 60.68% de la varianza total. Los coeficientes alfa de Cronbach de los factores variaron entre 0.985 y 0.316, indicando una consistencia interna aceptable. Las cargas factoriales oscilaron entre 0.528 y 0.960, superando todas el valor crítico de 0.50 sugerido por (Hair et al, 1998). El índice KMO fue de 0.743, indicando una relación aceptable entre las variables. Además, la prueba de esfericidad de Bartlett fue significativa (p<0.05), respaldando la idoneidad del modelo de análisis factorial. Los resultados se detallan en la Tabla 5.3.

**Tabla 5.3** Análisis factorial de motivaciones para asistir a la festividad de la Virgen de la Puerta

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Variable** | **Factor 1: Relajación** | **Factor 2: Compras** | **Factor 3: Experiencias** | **Factor 4: Espiritualida d** | **Factor 5: Paz interior** |
| Para aliviar estrés diario | 0.812 |  |  |  |  |
| Para salir del aburrimiento | 0.786 |  |  |  |  |
| Para escapar de la vida cotidiana (rutina) | 0.773 |  |  |  |  |
| Para satisfacer la curiosidad | 0.554 |  |  |  |  |
| Para redimirme/liberarme de sufrimiento | 0.537 |  |  |  |  |
| Para comprar artículos religiosos |  | 0.960 |  |  |  |
| Para comprar productos locales |  | 0.943 |  |  |  |
| Para visitar sitios religiosos |  |  | 0.755 |  |  |

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Variable** | **Factor 1: Relajación** | **Factor 2: Compras** | **Factor 3: Experiencias** | **Factor 4: Espiritualida d** | **Factor 5: Paz interior** |
| Para experimentar el misterio de la religión |  |  | 0.663 |  |  |
| Para experimentar una tradición diferente |  |  | 0.548 |  |  |
| Para experimentar una atmósfera (ambiente) sagrada |  |  |  | 0.703 |  |
| Para cumplir un deseo de toda la vida |  |  |  | 0.672 |  |
| Para mostrar respeto a la Virgen de Otuzco |  |  |  | 0.528 |  |
| Para buscar paz |  |  |  |  | 0.713 |
| Para apreciar la belleza de la Virgen de Otuzco |  |  |  |  | 0.673 |
| Alfa de Cronbach (α) | 0.792 | 0.985 | 0.447 | 0.393 | 0.316 |
| Varianza explicada (%) | 25.92% | 11.14% | 9.04% | 7.63% | 6.96% |
| Varianza explicada acumulada (%) | 25.92% | 37.06% | 46.09% | 53.72% | 60.68% |

Fuente: Elaboración Propia

De acuerdo con la tabla, la primera dimensión se ha denominado "Relajación" y está asociada con las motivaciones: para aliviar el estrés diario, para salir del aburrimiento, para escapar de la vida cotidiana (rutina), para satisfacer la curiosidad y para redimirme/liberarme de sufrimiento. Esta dimensión abarcó el 25.92% de la varianza total, siendo la más relevante en comparación con otros factores. La segunda dimensión, "Compra", se enfoca en motivaciones relacionadas con la compra de artículos religiosos y productos locales, explicando el 11.14% de la varianza. La tercera dimensión, "Experiencias", incluye variables vinculadas a visitar sitios religiosos y experimentar diferentes tradiciones, explicando el 9.04% de la varianza. La cuarta dimensión, “Espiritualidad”, se relaciona con las motivaciones: para experimentar una atmósfera (ambiente) sagrada, para cumplir un deseo de toda la vida y para mostrar respeto a la Virgen de Otuzco, explicando el 7.63% de la varianza. La quinta dimensión, "Paz Interior", se relaciona principalmente con la búsqueda de paz, así como apreciar la belleza de la Virgen de Otuzco, explicando el 6.96% de la varianza.

### Relación entre variables sociodemográficas y dimensión de Relajación

Para analizar los predictores más importantes en la dimensión "Relajación", se utilizó la técnica de Regresión Múltiple. Se construyó una variable que represente la dimensión de relajación al promediar las motivaciones asociadas a la misma (aliviar el estrés diario, escapar de la rutina, salir del aburrimiento y satisfacer la curiosidad). Los valores de R2 (0.237) y R2 ajustado (0.056) resultaron bastante bajos, lo que sugiere que el modelo proporciona una explicación limitada de la variabilidad en la variable dependiente. Esto puede indicar que el modelo no captura completamente la relación entre las variables independientes y la variable dependiente, o que se necesitan más predictores para mejorar la capacidad predictiva del modelo. Además, no se observó multicolinealidad, con valores de tolerancia entre 0.7 y 1. Se encontró una relación positiva entre el “Ingreso mensual” y la dimensión "Relajación" (Beta = 0.181; p<0.001), lo que indica que los turistas de mayor ingreso eran los más motivados por relajación (tabla 5.4).

**Tabla 5.4** Variables Sociodemográficas y dimensión de Relajación

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Variable** | **Beta** | **t** | **Sig.** | **Tolerancia** |
| Edad | 0.084 | 1.471 | 0.142 | 0.771 |
| Estado marital | 0.078 | 1.452 | 0.147 | 0.867 |
| Nivel de educación | 0.032 | 0.618 | 0.537 | 0.917 |
| ¿Cuál sería su gasto diario por persona en su visita a la festividad? | -0.083 | -1.573 | 0.116 | 0.897 |
| ¿Cuál es su nivel de ingresos mensual (dólares/mes)? | 0.181 | 3.338 | 0.000 | 0.845 |
| (Constante) |  | 7.644 | 0.000 |  |
| Estadístico F | 4.530 | |  |  |
| Sig. | 0.000 | |  |  |

Fuente: Elaboración Propia

### Relación entre variables sociodemográficas y dimensión de Compras

Se ha utilizado una Regresión Múltiple de Entrada para analizar los predictores más importantes en la dimensión de "Compras". Se construyó una variable que represente la

dimensión de compras al promediar las motivaciones asociadas a esta dimensión (compra de artículos religiosos y compra de productos locales). Los valores de R2 (0.173) y R2 (0.030) ajustado son bastante bajos, lo que sugiere que el modelo proporciona una explicación limitada de la variabilidad en la variable dependiente. Esto puede indicar que el modelo no captura completamente la relación entre las variables independientes y la variable dependiente, o que se necesitan más predictores para mejorar la capacidad predictiva del modelo. El modelo de regresión fue significativo en la prueba F (p < 0.05). No se observó colinealidad, ya que los valores de tolerancia estuvieron entre 0.7 y 1. Sin embargo, no se encontró ninguna relación entre las variables sociodemográficas y la dimensión de "Compras", por lo que ninguna variación sociodemográfica ha influido en los turistas motivados religiosamente. Es posible que las variables sociodemográficas consideradas no tengan una influencia directa en las decisiones, ya que estas podrían estar influenciadas por una amplia gama de factores que van más allá de las variables sociodemográficas, como las motivaciones personales, las experiencias previas y la percepción de la calidad de los productos, entre otros (tabla 5.5).

**Tabla 5.5** Variables sociodemográficas y dimensión de Compras

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Variable** | **Beta** | **t** | **Sig.** | **Tolerancia** |
| Edad | 0.093 | 1.611 | 0.108 | 0.771 |
| Estado marital | 0.076 | 1.402 | 0.162 | 0.867 |
| Nivel de educación | 0.079 | 1.503 | 0.134 | 0.917 |
| ¿Cuál sería su gasto diario por persona en su visita a la festividad? | 0.060 | 1.123 | 0.262 | 0.897 |
| ¿Cuál es su nivel de ingresos mensual (dólares/mes)? | 0.003 | 0.047 | 0.963 | 0.845 |
| (Constante) |  | 9.563 | 0.000 |  |
| Estadístico F | 2.345 | |  |  |
| Sig. | 0.041 | |  |  |

Fuente: Elaboración Propia

### Relación entre variables sociodemográficas y satisfacción

Se ha utilizado una Regresión Múltiple de Entrada para analizar los predictores más importantes de la variable “Satisfacción general”. Los valores de R2 (0.208) y R2 ajustado

(0.043) son bastante bajos, lo que sugiere que el modelo proporciona una explicación limitada de la variabilidad en la variable dependiente. Esto puede indicar que el modelo no captura completamente la relación entre las variables independientes y la variable dependiente, o que se necesitan más predictores para mejorar la capacidad predictiva del modelo. El modelo de regresión fue significativo en la prueba F (p < 0.05). No se observó colinealidad, ya que los valores de tolerancia estuvieron entre 0.7 y 1. Se encontró una relación negativa entre el estado marital y la satisfacción (Beta = -0.132, p<0.02), lo que muestra que aquellos que estuvieron solteros mostraron mayor satisfacción que aquellos casados o que presentan otro estado civil. Asimismo, se encontró una relación negativa entre el nivel de educación y la satisfacción (Beta

= -0.170, p<0.01), lo que muestra que aquellos que tenían un alto nivel de educación fueron los menos satisfechos (tabla 5.6).

**Tabla 5.6** Variables sociodemográficas y satisfacción general

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Variable** | **Beta** | **t** | **Sig.** | **Tolerancia** |
| Edad | -0.033 | -0.581 | 0.562 | 0.771 |
| Estado marital | -0.132 | -2.443 | 0.015 | 0.867 |
| Nivel de educación | -0.170 | -3.243 | 0.001 | 0.917 |
| ¿Cuál sería su gasto diario por persona en su visita a la festividad? | 0.004 | 0.078 | 0.938 | 0.897 |
| ¿Cuál es su nivel de ingresos mensual (dólares/mes)? | 0.060 | 1.100 | 0.272 | 0.845 |
| (Constante) |  | 38.068 | 0.000 |  |
| Estadístico F | 3.409 | |  |  |
| Sig. | 0.005 | |  |  |

Fuente: Elaboración Propia

## Resultados Cualitativos

### Entrevistas a profundidad

En el caso de las entrevistas con los actores clave, la investigación tuvo un carácter exploratorio para dar a conocer las opiniones de expertos y las percepciones que tienen detrás

de las motivaciones y satisfacción del público que asiste a la festividad. A partir del análisis de las entrevistas a los 3 actores claves (ver Anexos E, F y G) se obtiene lo siguiente:

**Importancia cultural y religiosa.** Todos los entrevistados coinciden en que la festividad de la Virgen de la Puerta es una tradición profundamente arraigada en la cultura y la religión de Otuzco. Desde su historia de más de 500 años hasta su reconocimiento como Patrimonio Inmaterial de la Nación Peruana, la devoción a la Virgen ha perdurado a lo largo del tiempo, convirtiéndola en una de las festividades más importantes del norte de Perú. La festividad no solo atrae a turistas por su aspecto religioso, sino también por la oportunidad de sumergirse en una celebración con un profundo significado espiritual.

**Experiencia de fe y devoción.** La conexión emocional con la Virgen de la Puerta es una de las principales motivaciones para los turistas que participan en la festividad. Los peregrinos buscan fortalecer su fe y expresar su devoción a través de la peregrinación a Otuzco. Esta experiencia es considerada transformadora y enriquecedora a nivel espiritual por muchos de los entrevistados, quienes destacan cómo la fe les impulsa a superar obstáculos físicos y emocionales para estar presentes en la celebración.

**Impacto en la vida personal.** Para muchos turistas, la visita a la festividad tiene un impacto positivo en sus vidas personales y espirituales. La experiencia de participar en la festividad se percibe como una oportunidad para renovar el espíritu y fortalecer los lazos comunitarios. Además, la festividad es vista como un momento de unión y convivencia comunitaria, donde los turistas encuentran un ambiente de camaradería y solidaridad que les impulsa a participar activamente en las celebraciones.

**Exploración cultural y turística.** Para algunos turistas, la festividad es más que un evento religioso, es una oportunidad para explorar la cultura y el patrimonio religioso de Otuzco. La experiencia de conocer nuevas tradiciones y rituales enriquece su viaje y su comprensión del lugar. Además, la participación de diversos grupos de danza y música añade color y emoción a la festividad, representando tradiciones culturales arraigadas en la comunidad.

### Grupo focal

Se realizó un grupo focal el 15 de febrero del 2024 a 7 peregrinos que asistieron a las festividades de la Virgen de la Puerta en el último año (ver Anexo H). Las personas

seleccionadas estaban compuestas por mujeres (5) y hombres (2), entre los rangos de edad de 18 a 65 años. Los entrevistados expresaron haber visitado a la Virgen de la puerta en más de una ocasión, donde 4 de los participantes visita Otuzco en el día central de la procesión, quedándose en la ciudad un día. El resto de los participantes extiende su visita a 3 días o más, para participar de otras actividades religiosas de la festividad.

Durante la conversación, se exploraron los diversos factores motivacionales que impulsan a los turistas a participar en la festividad de la Virgen de la Puerta en Otuzco, revelando las principales razones listadas a continuación:

**Creencia religiosa.** Al ser un grupo conformado por peregrinos, el factor motivacional de la devoción o creencia religiosa fue el más presente en la conversación con el grupo focal. Esta motivación religiosa se ve reflejada en las actividades en las que participan una vez en el lugar. Todos los entrevistados asisten, al menos, al día central de las festividades, donde observan o se unen a la procesión de la Virgen de Otuzco. Incluso, los participantes admiten que la procesión supone un desafío físico considerable. A pesar de ello, como menciona una de las entrevistadas que ha realizado la caminata por siete años consecutivos, la devoción religiosa prevalece sobre cualquier malestar físico.

Incluso, los participantes resaltaron el hecho de que observan cómo familias con niños en coches, ancianos, personas con discapacidad suben por los cerros empinados porque, a su parecer, “la fe te lleva a llegar a dónde tú decides ir”.

Además, los peregrinos perciben que muchos de los devotos que participan en la festividad lo hacen para expresar su gratitud a la Virgen de la Puerta. Según sus testimonios, conocen a mucha gente que, en algún momento, encontraron una estampa de la Virgen, “le pidió, le rogó, y luego vino, como muchos fieles, a agradecer (un milagro)”.

**Tradición familiar.** La tradición familiar es una motivación en común entre todos los participantes. Cada uno de los integrantes del grupo menciona que la primera vez que asistieron a la festividad, fue acompañado de un familiar. Este primer acercamiento con la Virgen de Otuzco, en ocasiones, se da a una edad temprana. Tres de los entrevistados mencionan haber tenido dicha experiencia: “Yo recuerdo que de niña he sido gitana, creo que eso marcó mucho mi fe. (…) Yo creo que es por tradición ir a Otuzco”.

Otra de las participantes de menor edad menciona que, si bien la primera vez que asistió a la festividad no participó de la procesión principal, fue motivada a ir por las historias que le comentaban su abuela y madre. Para ella, participar de la festividad significó acompañar a su familia y compartir la expresión de su fe con ellas: “Mi abuela (…) era la que iba me contaba de las personas que iban caminando, la fe que tenían (…) y eso fue a mí lo que me motivó para acompañar a mi mamá a poder conocer cómo era su fe…”

Aquellos que asisten con su familia tienen una rutina que se ha mantenido estable de cierta manera a lo largo de los años. Si bien son 3 los que asisten todos los años a la festividad, todos los turistas religiosos que participan de la festividad de la Virgen de Otuzco realizan actividades similares y mantienen el tiempo de estadía en cada una de sus visitas.

En el caso de una de las entrevistadas, que visita Otuzco múltiples veces al año para ver a la Virgen, cuenta con un itinerario estructurado que repite durante las fechas principales de la festividad:

“El 13, mi familia contrata una banda que comienza a tocar desde las nueve de la mañana (…) hasta las dos de la tarde. Por la tarde se descansa y en la noche todos bajamos a la Plaza Mayor a participar de la quema de los fuegos artificiales, de la música, (…) de los bailes… El día 14 tenemos por costumbre (…) reunimos en la casa de una tía (…) y el día 15 (…) esperamos la salida de la Virgen ya en su procesión”.

**Pertenencia comunitaria.** La pertenencia comunitaria nace de una necesidad de carácter social que tienen los participantes del focus group. A través de la peregrinación, los devotos no solo expresan su fe, sino que se acercan a otras personas que comparten sus mismas creencias y forman vínculos con ellas. Durante la procesión, los participantes consideran que son como hermanos, parte de una gran familia. Comentan que, durante la caminata, muchos cuentan que conversan con los fieles sobre las plegarias que fueron respondidas por la Virgen, así como sus historias y problemas personales.

### Contribución del grupo focal

Se captó una amplia gama de opiniones y sentimientos respecto a la festividad, reflejando la diversidad de los participantes en términos de edad, género, y experiencia previa.

También proporcionó conocimientos sobre las distintas maneras en que los individuos interactúan y experimentan la festividad, desde la participación en las procesiones hasta actividades más sociales y culturales.

Se destacó la importancia de la festividad como un evento de cohesión social, donde la gente no sólo busca renovación espiritual sino también la oportunidad de fortalecer lazos familiares y comunitarios.

Se reveló cómo las relaciones personales y la experiencia compartida durante la festividad enriquecen la vivencia de los asistentes.

Se discutió las preocupaciones respecto a la posible pérdida de la esencia espiritual de la festividad debido a la influencia de factores seculares como el comercio y el entretenimiento.

Se observó el reflejó una conciencia crítica sobre cómo la festividad está evolucionando y las implicaciones de estas transformaciones para la autenticidad de la experiencia religiosa.

### Cruce de contribuciones grupo focal con entrevistas

Tanto el grupo focal como las entrevistas resaltaron la diversidad en la vivencia y percepción de la festividad, pero mientras el grupo focal enfocó en la variedad y comparación entre diferentes experiencias, las entrevistas proporcionaron un análisis más profundo de casos individuales y sus contextos personales específicos.

Las entrevistas y el grupo focal complementaron la comprensión del evento como un espacio de significado comunitario y personal. Las entrevistas detallaron el impacto emocional y espiritual en individuos, mientras que el grupo focal expandió este entendimiento al explorar cómo estas experiencias personales se entrelazan dentro del contexto comunitario más amplio.

Así mismo, este cruce destacó un tema complejo que es la tensión entre la preservación de la espiritualidad tradicional y las influencias modernas seculares. Las entrevistas aportaron una perspectiva histórica y cultural, evidenciando la profundidad espiritual y tradicional de la festividad, mientras que el grupo focal ofreció una visión actualizada sobre los retos contemporáneos enfrentados por la festividad, incluyendo la comercialización y la secularización.

En resumen, las entrevistas proporcionaron un entendimiento detallado de las motivaciones y experiencias individuales, mientras que el grupo focal amplió este entendimiento al explorar

cómo estas experiencias se manifiestan en un espectro más amplio de participantes. Juntos, ambos métodos cualitativos ofrecen una vista comprensiva y multifacética de la festividad de la Virgen de la Puerta, ilustrando tanto la riqueza de las experiencias personales como la complejidad de las dinámicas comunitarias y comerciales.

# CAPÍTULO VI. DISCUSIÓN

## Perfil sociodemográfico

Los hallazgos permiten profundizar en la comprensión de las características y motivaciones de los fieles que participan en este evento religioso y cultural. A través del análisis de los datos, se pueden establecer conexiones entre las tendencias observadas en la muestra y los temas más amplios de turismo religioso, prácticas de fe, y el impacto socioeconómico de la festividad en la comunidad anfitriona.

Primero, el predominio de mujeres en la muestra podría reflejar tendencias más amplias en la participación religiosa y espiritual, donde las mujeres desempeñan roles activos tanto en la práctica como en la transmisión de la fe dentro de las comunidades y familias. Este fenómeno, observado a nivel global, subraya la importancia de considerar las dimensiones de género en el estudio del turismo religioso y en la planificación de eventos que sean inclusivos y accesibles para todos los fieles.

La concentración de jóvenes adultos entre los participantes destaca la relevancia de la festividad como un espacio de encuentro para esta población. Este dato es especialmente significativo en el contexto del creciente secularismo entre los jóvenes; sugiere que las festividades religiosas, como la de la Virgen de la Puerta, continúan siendo relevantes para los jóvenes adultos, ofreciendo experiencias de comunidad, espiritualidad, y patrimonio cultural que quizás no encuentran en otros ámbitos de su vida cotidiana.

El variado nivel educativo y la diversidad de ocupaciones profesionales de los fieles indican que la festividad atrae a visitantes con un amplio rango de antecedentes y experiencias de vida. Esto sugiere que el interés por la festividad trasciende barreras socioeconómicas y educativas, resonando en un nivel más profundo de búsqueda espiritual y conexión comunitaria.

La asiduidad a la festividad y la preferencia por asistir en compañía de la familia o amigos resaltan el papel de la festividad no solo como un evento religioso, sino también como una

ocasión para el fortalecimiento de lazos comunitarios y familiares. Esto refuerza la idea de que las festividades religiosas son también importantes eventos sociales y culturales que contribuyen a la cohesión social y al bienestar emocional de los individuos y las comunidades.

El gasto reportado por los fieles durante la festividad subraya su significativa contribución a la economía local, destacando la importancia de gestionar y promover el turismo religioso de manera sostenible para beneficio tanto de los visitantes como de las comunidades anfitrionas.

Los resultados obtenidos de la investigación sobre las motivaciones de los asistentes a la festividad de la Virgen de Otuzco revelan patrones significativos que arrojan luz sobre las razones que impulsan la participación en este evento religioso. La importancia de estos resultados radica en la diversidad de motivaciones que abarcan desde aspectos espirituales y religiosos hasta factores personales, emocionales y sociales.

En primer lugar, se destaca que la búsqueda de paz, consuelo espiritual y la experiencia del misterio religioso son las principales motivaciones, con porcentajes significativos. Esto sugiere que la festividad cumple un papel crucial en satisfacer las necesidades espirituales y emocionales de los asistentes. Además, la relevancia de factores religiosos y tradicionales, como la participación en la fiesta y la visita a sitios religiosos, subraya la importancia de la dimensión religiosa y cultural en la motivación para participar.

Por otro lado, se observa la influencia de factores personales y emocionales, como la satisfacción de la curiosidad, la oportunidad de conocer la región y el escape de la rutina diaria. Estos aspectos revelan que la festividad no solo tiene un significado religioso, sino también un atractivo en términos de experiencias personales y turísticas. Las motivaciones comerciales, como la compra de artículos religiosos y productos locales, también juegan un papel, indicando la conexión entre la festividad y la economía local.

La relevancia social se evidencia en la significativa razón de acompañar a amigos o familiares, resaltando la festividad como un evento que fortalece los lazos sociales y familiares. La búsqueda espiritual y de liberación, así como el deseo de mostrar respeto a la Virgen de Otuzco, también emergen como motivaciones esenciales, demostrando una conexión emocional y espiritual profunda.

La investigación realizada por Pinillos Castillo y Hernández Vargas (2017) sobre el turismo cultural en Cartagena de Indias, Colombia, revela que la línea entre turismo religioso y cultural puede ser difusa, con turistas exhibiendo una variedad de motivaciones y perfiles sociodemográficos. Este hallazgo es consistente con los resultados obtenidos en el presente estudio en Otuzco, donde se observa una diversidad en las motivaciones de los fieles, incluyendo aspectos de relajación, compra de artículos religiosos, y la búsqueda de experiencias culturales y espirituales. La comparación de ambos estudios sugiere que la intersección entre turismo religioso y cultural es un fenómeno global que desdibuja las fronteras tradicionales entre peregrinación y turismo secular. Esto refuerza la necesidad de considerar una amplia gama de motivaciones al diseñar experiencias turísticas en destinos religiosos y culturales.

Bond (2015) subraya la importancia de reconocer las diversas necesidades y expectativas de los turistas, lo que incluye desde la búsqueda de conocimiento y enriquecimiento cultural hasta la necesidad de relajación y escape de la rutina diaria. Este enfoque se alinea con los hallazgos del presente estudio, donde la relajación emerge como un factor motivacional significativo, resaltando la complejidad del perfil del turista moderno.

Irimias (2020) añade a esta discusión al explorar cómo las motivaciones de los turistas están influenciadas por su perfil sociodemográfico, señalando que variables como la edad, el género y el nivel socioeconómico pueden afectar las razones por las cuales las personas eligen determinados destinos. Este insight es crucial para este estudio, ya que permite una comprensión más profunda de cómo el deseo de relajación se manifiesta entre diferentes grupos de turistas, proporcionando una base para personalizar la oferta turística y mejorar la satisfacción del visitante.

Vistad (2016) contribuye a esta narrativa al examinar la relación entre el entorno natural y la relajación, sugiriendo que el contacto con paisajes naturales y sitios culturales puede tener efectos terapéuticos y contribuir significativamente al bienestar de los visitantes. Este aspecto es especialmente relevante en este contexto, donde la relajación no solo se busca a través de prácticas espirituales, sino también en la interacción con el entorno cultural y natural del destino.

Finalmente, Bhaskaran (2017) destaca la importancia de las variables relacionales en la experiencia turística, argumentando que la forma en que los visitantes perciben y valoran su

interacción con el destino puede influir en su satisfacción general y en la probabilidad de realizar visitas repetidas. Este enfoque resalta la interconexión entre el perfil sociodemográfico, las motivaciones de turismo, y la relajación, sugiriendo que una comprensión integral de estas variables puede ofrecer insights valiosos para mejorar la gestión de destinos turísticos.

## Dimensiones motivacionales

Los resultados del análisis factorial revelaron cinco factores motivacionales: Relajación, Compra, Experiencias, Espiritualidad y Paz interior. Además, este estudio señaló que los motivos de relajación son los factores más relevantes para una visita, seguidos de motivos no religiosos como las compras y las experiencias. Este hallazgo está en concordancia con estudios anteriores sobre el turismo religioso. Hassan et al. (2023), identificaron los siguientes factores motivacionales de la visita a La Meca: religioso, social y cultural y compras. Asimismo, Liro et al. (2017) encontraron que las motivaciones de los visitantes al centro de peregrinación en Cracovia incluían peregrinación, oraciones, disfrutar de un lugar nuevo, participar en un evento cultural, hacer compras y asistir a reuniones de negocios.

Prada y Loyola (2017) destacan la importancia de las motivaciones de ocio en el turismo, sugiriendo que el deseo de escapar de la rutina diaria y buscar experiencias de relajación son factores clave que influyen en la decisión de los turistas de visitar ciertos destinos. Esta perspectiva se alinea estrechamente con los hallazgos de nuestra investigación, donde "relajación" emergió como una dimensión significativa de la motivación para los visitantes de Otuzco durante la festividad de la Virgen de la Puerta. La búsqueda de la **relajación**, en este contexto, puede ser interpretada como una forma de ocio espiritual, donde los individuos no solo buscan aliviar el estrés y la presión de la vida cotidiana, sino también encontrar un espacio para la reflexión personal y la renovación espiritual en un entorno sagrado. Este hallazgo resalta la importancia de considerar las festividades religiosas como oportunidades para el bienestar psicológico, ofreciendo a los visitantes espacios de tranquilidad y renovación personal.

La motivación de **compra** indica el valor económico y cultural de los artículos religiosos y productos locales, subrayando la festividad como un punto de intersección entre la fe y el comercio. Esto destaca la relevancia de promover productos auténticos que reflejen el patrimonio cultural y religioso de Otuzco, beneficiando tanto a la comunidad local como a los fieles.

## Relación entre variables sociodemográficas y las motivaciones

El estudio también apuntó a identificar relaciones entre los aspectos sociodemográficos y las motivaciones de los turistas. Se encontró una relación positiva entre el ingreso mensual y las motivaciones de relajación (como el aliviar el estrés diario, escapar de la vida cotidiana, salir del aburrimiento, satisfacer la curiosidad), por lo que los turistas de mayores ingresos fueron los más motivados por este tipo de motivaciones. Este resultado podría indicar que las personas con mayor capacidad económica tienen también mayores expectativas de bienestar y relajación en sus actividades de ocio, incluyendo el turismo religioso. Respecto a las motivaciones de compra (compra de artículos religiosos y compra de artículos locales) se encontró que estas no dependen de variables sociodemográficas. La ausencia de relación significativa entre las variables sociodemográficas y la motivación de compras podría sugerir que la inclinación hacia la adquisición de artículos religiosos y productos locales es una característica transversal, que no se ve influenciada por factores como la edad, el género, o el nivel de ingresos. El resto de las dimensiones encontradas carecían de un nivel de fiabilidad significante (α > 0.7) como para poder realizar un análisis regresivo adecuado.

Estos hallazgos son similares a los de Pillai et al. (2017), quienes estudiaron el impacto de los aspectos sociodemográficos en las motivaciones para viajar a las Reliquias Sagradas de San Francisco Javier en Goa. Señalaron que los aspectos sociodemográficos (edad, género, ingresos, estado civil y educación) no influyeron en las motivaciones para viajar (experimentar la religión, exploración social, escape, experimentar creencias y compras), excepto la edad.

## Relación entre variables sociodemográficas y la satisfacción

Otro de los objetivos del estudio fue el identificar relaciones entre los aspectos sociodemográficos y la satisfacción. Este estudió encontró una relación negativa entre el estado marital y la satisfacción, lo que evidencia que los turistas solteros fueron los que presentaron un mayor nivel de satisfacción. Asimismo, se evidenció una relación negativa entre el nivel de educación y la satisfacción, por lo que esto implica que a menor nivel educativo mayor nivel de satisfacción. La mayor satisfacción observada en los solteros frente a los casados o aquellos en otras situaciones maritales podría reflejar diferencias en las expectativas y experiencias buscadas. Similarmente, que las personas con un nivel educativo más alto reporten menores

niveles de satisfacción sugiere que sus expectativas podrían ser más específicas o difíciles de satisfacer en el contexto del turismo religioso.

Esos resultados difieren de estudios anteriores. Por ejemplo, Ahmad et al. (2014) estudiaron el impacto de los aspectos demográficos en la satisfacción del cliente de los peregrinos del Hajj de Malasia. Descubrieron que el género, la edad, la ocupación y la formación académica no tenían una diferencia significativa en la satisfacción del cliente.

* 1. **Selección modelo de análisis factorial utilizado y otros modelos evaluados**

El análisis factorial se llevó a cabo mediante el método de extracción de componentes principales y se aplicó el método de rotación Varimax. Este enfoque se basa en el trabajo de Hassan et al., 2023. Inicialmente, se intentó mantener el número de factores según los resultados obtenidos por Hassan; sin embargo, esta aproximación no arrojó resultados satisfactorios. Forzar la conformidad de los factores a este número implicaría la eliminación de varias variables, por lo que se descartó esta estrategia.

Además, se descartó la aplicación del análisis factorial con el método de extracción de máxima verosimilitud, tanto con un criterio de autovalor mayor a 1 como forzando un número de factores según los resultados de Hassan. Ambas alternativas presentaban la misma dificultad de tener que eliminar variables significativas y explicaban un menor porcentaje de la varianza total en comparación con el enfoque utilizado en esta investigación.

**CAPÍTULO VII. CONCLUSIONES Y FUTURAS INVESTIGACIONES**

El análisis sociodemográfico de la muestra encuestada durante la festividad de la Virgen de la Puerta revela patrones interesantes sobre los fieles no residentes en Otuzco. Predominantemente, la participación fue más alta entre las mujeres (60.2%) que los hombres (39.8%), con una mayoría de solteros (57%) frente a casados (29.4%). Este perfil podría indicar una tendencia de jóvenes adultos en búsqueda de experiencias espirituales y comunitarias fuera de su entorno habitual.

La distribución por edades muestra una concentración significativa en el rango de 21 a 30 años (28.1%), seguida de los grupos de 41 a 50 años (25.3%) y de 31 a 40 años (25.0%), lo que sugiere que la festividad atrae a un amplio espectro de adultos, con una inclinación hacia los más jóvenes. La educación universitaria prevalece entre los asistentes (50%), seguida de

aquellos con estudios secundarios (38.3%), apuntando a un nivel educativo medio-alto entre los peregrinos.

Desde el punto de vista profesional, la muestra exhibió una amplia gama de ocupaciones, con una notable presencia de empleados privados (22.4%) y empresarios (18.2%), lo que podría reflejar un nivel de ingreso que facilita la participación en eventos de esta índole. La asiduidad a la festividad es notable, con un 69.5% de fieles asistiendo en más de cuatro ocasiones, lo que demuestra un fuerte vínculo y devoción hacia la festividad y su importancia espiritual y cultural.

La preferencia por asistir en compañía de la familia (61.7%) subraya el carácter comunitario y familiar de la festividad, mientras que un 20.8% prefiere la compañía de amigos, indicando que la festividad también sirve como un espacio de socialización y recreación.

El gasto durante la festividad revela que un porcentaje significativo de los fieles (21.6%) invierte más de S/ 250 por día, con un gasto igualmente alto en el rango de S/ 200 a S/ 250, lo que resalta la importancia económica del evento tanto para los visitantes como para la localidad anfitriona.

La presencia elevada de jóvenes adultos en la festividad de la Virgen de la Puerta, podría estar motivada significativamente por aspectos seculares y paganos, lo que plantea un desafío interesante para la comunidad religiosa y cultural en Perú. Este estudio no solo subraya la complejidad de mantener la relevancia religiosa entre los jóvenes sino también la oportunidad de adaptar las prácticas festivas para captar su interés de manera que fomente tanto la celebración como la contemplación espiritual. Este equilibrio será fundamental para asegurar la sostenibilidad del turismo religioso y la relevancia de la tradición cultural en una era de rápida secularización y diversificación de creencias.

Al asociar la presencia de grupos danzantes, compuestos mayoritariamente por jóvenes que se dedican durante el año a prepararse para estas festividades, con las motivaciones de los participantes en la festividad de la Virgen de la Puerta, podemos explorar cómo estas prácticas podrían estar sirviendo como un pretexto para celebraciones que incorporan elementos de naturaleza más secular o pagana.

Mientras que las danzas y los espectáculos pueden tener raíces culturales y religiosas profundas, la ejecución pública de estas danzas durante festividades religiosas también puede

introducir elementos de espectáculo y entretenimiento que son típicamente seculares. Esto puede atraer a un público más joven, buscando tanto la expresión cultural como el entretenimiento personal.

En un contexto donde la religiosidad entre los jóvenes está disminuyendo, como lo indica el descenso del porcentaje de jóvenes católicos (Torres, 2018), la participación en actividades como las danzas puede ser más atractiva desde un punto de vista cultural y social que estrictamente religioso. Esto sugiere que, aunque las actividades se realicen en un contexto religioso, su atractivo puede estar más alineado con intereses seculares.

Por ejemplo, el Islam, conocido por su enfoque solemne y el respeto estricto hacia las prácticas religiosas, ofrece un marcado contraste con este estudio ya que las prácticas religiosas en el Islam suelen ser observadas con un alto grado de solemnidad y respeto, con pocas incorporaciones de elementos externos que podrían considerarse seculares o paganos. Esto refleja una clara demarcación entre lo religioso y lo secular, una línea que en muchas festividades católicas puede ser más difusa. En el contexto islámico, la integración de prácticas paganas en celebraciones religiosas es generalmente inexistente. Este enfoque contrasta con las festividades católicas como la de la Virgen de la Puerta, donde elementos como la danza y la música, aunque con orígenes espirituales, pueden ser realizados de maneras que enfatizan el disfrute y el entretenimiento.

Por otro lado, podemos enmarcar estos hallazgos como motivaciones seculares al asociarlos con los estudios de Liro et al. (2018), Pinillos Castillo y Hernández Vargas (2017), Bond et al. (2015) y Prada Trigo y Pesántez Loyola (2017) quienes juntos sugieren una perspectiva más amplia donde las motivaciones para participar en festividades y peregrinaciones no son exclusivamente religiosas, sino que también abarcan elementos seculares, como la búsqueda de recreación, experiencias culturales, y el disfrute de la herencia y las tradiciones de manera más general, lo cual puede incluir prácticas que algunos considerarían profanas o paganas dentro de un contexto religioso. Esto es especialmente relevante en festividades como la de la Virgen de la Puerta, donde la diversidad de actividades puede atraer a participantes con una variedad de intereses y expectativas, no solo espirituales sino también seculares.

Estos resultados subrayan la complejidad de las motivaciones en el turismo religioso, así como la necesidad de considerar cómo diversos factores sociodemográficos pueden influir en la percepción y valoración de eventos culturales y espirituales.

Asimismo, las conclusiones de este estudio enfatizan la complejidad de las motivaciones que atraen a los visitantes a la festividad de la Virgen de la Puerta, destacando la interacción entre lo espiritual, lo cultural y lo personal. Los hallazgos sugieren que el turismo religioso en Otuzco ofrece una rica oportunidad para satisfacer una variedad de necesidades y deseos, desde la relajación y la compra hasta el respeto por lo sagrado.

Igualmente, los hallazgos de la encuesta sociodemográfica sobre la festividad de la Virgen de la Puerta ofrecen valiosas perspectivas sobre las características y motivaciones de los fieles que participan en este tipo de eventos. Estos datos no solo enriquecen la comprensión del turismo religioso en Perú, sino que también proporcionan una base sólida para futuras investigaciones y para el desarrollo de estrategias que promuevan el turismo religioso como una fuente de enriquecimiento cultural, espiritual, y económico.

En cuanto a **futuras investigaciones** el perfil sociodemográfico ofrece una base para realizar estudios enfocados en entender las motivaciones detrás de la asistencia a la festividad, cómo estas se relacionan con variables demográficas específicas y el impacto económico local de tales eventos. Además, sugiere una oportunidad para explorar más a fondo las prácticas de fe y espiritualidad entre los jóvenes adultos y cómo estos aspectos contribuyen al turismo religioso en Perú.

Igualmente sería valioso explorar cómo estas motivaciones varían entre diferentes grupos demográficos y cómo la satisfacción del turismo religioso impacta en la vida de los participantes a largo plazo. Además, estudiar la sostenibilidad del turismo religioso y su impacto en la comunidad local ofrecería insights críticos para el desarrollo de prácticas turísticas que beneficien tanto a visitantes como a residentes. Investigar la interacción entre las motivaciones seculares y religiosas podría también proveer una comprensión más matizada de la satisfacción turística religiosa en el contexto contemporáneo.

Asimismo, se sugiere explorar cómo las prácticas de ocio, incluida la relajación, se integran y se valoran dentro de la gama de actividades disponibles en los destinos de turismo religioso, y cómo estos aspectos contribuyen al atractivo general y la satisfacción de los visitantes; así

como también explorar más a fondo cómo y por qué el ingreso mensual afecta la búsqueda de relajación en contextos religiosos y culturales, y si existen otras variables mediadoras en esta relación. Además, sería útil investigar estrategias para aumentar la satisfacción entre participantes con altos niveles de educación, quizás a través de la oferta de actividades más profundas o intelectualmente estimulantes.

Igualmente, dada la ausencia de una relación significativa entre las variables sociodemográficas y la motivación de compras, sería interesante examinar otros factores que podrían influir en esta motivación, como las creencias personales o la significación espiritual de los objetos adquiridos. Estos estudios podrían ofrecer conocimientos valiosos para los organizadores de festividades religiosas y los vendedores de productos religiosos y culturales, permitiéndoles adaptar sus ofertas a las necesidades y expectativas de un público diverso.

También es importante seguir explorando cómo y por qué las motivaciones seculares, como la relajación y el comercio, influyen en la participación de los jóvenes en festividades religiosas. Esto ayudará a comprender mejor las dinámicas cambiantes de la fe y la cultura en contextos religiosos. Las festividades como la de la Virgen de la Puerta, que logran atraer a un gran número de jóvenes a través de elementos culturales vibrantes como la danza, pueden necesitar considerar cómo equilibrar la preservación de su significado espiritual con la inclusión de actividades que, aunque populares, podrían desviar el enfoque de lo sagrado a lo profano. La exploración continua de este balance es esencial para mantener la relevancia y el respeto hacia estas tradiciones en un mundo que cambia rápidamente.

Para las autoridades eclesiásticas y organizadores de eventos, es crucial desarrollar estrategias que equilibren los elementos de entretenimiento y comercio con las experiencias espirituales, asegurando que la esencia religiosa de las festividades no se pierda.

Se sugiere promover una experiencia más integral que combine aspectos lúdicos y comerciales con oportunidades de profundización espiritual, para atraer a un público joven sin sacrificar el carácter sagrado de la festividad.

Finalmente, La inclusión de programas que aborden directamente los intereses y preocupaciones de los jóvenes podría ayudar a revitalizar su participación en el aspecto espiritual de las festividades, incorporando discusiones y actividades que reflexionen sobre la relevancia de la fe en la sociedad moderna.