

UNIVERSIDAD NACIONAL DE CAJAMARCA
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES
ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE
TURISMO Y HOTELERÍA



TESIS

**NIVEL DE CONCIENCIA TURÍSTICA DEL POBLADOR QUE RESIDE EN LA
CIUDAD DE SAN PABLO EN RELACIÓN AL TURISMO CULTURAL 2016.**

Para obtener el título profesional de:

LICENCIADA EN TURISMO Y HOTELERÍA

Presentado por:

BACH. COTRINA DÍAZ, CARMEN ROSA

Docente asesor:

M. CS. ALFONSO ANTONIO TERÁN VIGO

CAJAMARCA - PERÚ

2019

DEDICATORIA

*A Dios, por fortalecerme día a día;
a mis padres Hilda y Humberto por el apoyo incondicional en todo momento;
a mi abuelito Aníbal y a mi eterno ángel de la guarda Rosalía, a mi hermano, mi novio
Luis Adrian y familia.*

AGRADECIMIENTO

Agradezco a la población Sampablina que voluntariamente accedieron a brindarme información, también de manera especial al profesor Salvador Arribasplata Cabanillas por facilitarme data fidedigna que da soporte a mi investigación.

Asimismo, agradezco a todas las personas que me acompañaron en este proceso: mis padres, familia, maestros, a mi asesor M. Cs. Antonio Terán Vigo, y a cada una de las personas que aportaron con sus consejos y conocimientos para poder culminar la presente tesis.

La autora

CONTENIDO

DEDICATORIA	ii
AGRADECIMIENTO	iii
ÍNDICE DE TABLAS	vii
ÍNDICE DE FIGURAS	viii
RESUMEN	1
ABSTRACT	2
INTRODUCCIÓN	3
CAPÍTULO I	5
PROBLEMA DE LA INVESTIGACIÓN	5
1.1. Planteamiento y delimitación del problema	6
1.1.1. Planteamiento del problema	6
1.1.2. Delimitación del problema	9
1.2. Formulación del problema.	10
1.2.1. Problema principal	10
1.2.2. Problemas Secundarios:	10
1.3. Objetivos.	10
1.3.1. Objetivo General	10
1.3.2. Objetivos Específicos:	11
1.4. Justificación e importancia de la Investigación.	11
1.5. Limitaciones de la Investigación.	12
CAPÍTULO II	13
MARCO TEÓRICO	13
2.1. Fundamentos teóricos específicos referidos a la investigación objeto de estudio. 14	
2.1.1. Teorías que sustentan al problema de investigación	14
2.1.1.1. Teoría del conocimiento	14
2.1.2. Antecedentes de la investigación.	17
2.1.2.1. A Nivel Internacional	17
2.1.2.2. A Nivel Nacional	18
2.1.2.3. A Nivel Local	19
2.2. Marco conceptual.	20
2.2.1. Concepto de conciencia.	20
2.2.2. Toma de conciencia	21
2.2.3. Conciencia turística.	22

2.2.4.	Diseño de escala para nivel de conciencia turística.	27
2.2.5.	Turismo	28
2.2.6.	Turismo Cultural	33
2.3.	Definición de términos básicos	38
CAPÍTULO III		41
PLANTEAMIENTO METODOLÓGICO		41
3.1.	Hipótesis y su operacionalización	42
3.2.	Planteamiento metodológico	44
CAPÍTULO IV		49
ESPACIO GEOGRÁFICO: SAN PABLO		49
4.1.	Ubicación geográfica de la Provincia de San Pablo.	50
4.2.	Límites:	50
4.3.	División política:	51
4.3.1.	Distrito de San Bernardino	52
4.3.2.	Distrito de San Luis	52
4.3.3.	Distrito de Tumbadén	53
4.3.4.	Distrito de San Pablo (ámbito de estudio)	53
4.3.4.1.	Población	54
4.3.4.2.	División Política	54
4.3.4.3.	Demanda Turística	56
CAPÍTULO V		57
RESULTADOS Y DISCUSIÓN		57
Presentación de resultados		58
5.1.	Recursos turísticos culturales del distrito de San Pablo.	59
5.1.1.	Patrimonio Tangible	59
5.1.1.1.	Sitio Arqueológico Kuntur Wasi	59
5.1.1.2.	Museo de Sitio Kuntur Wasi	62
5.1.1.3.	Pinturas Rupestres de Cashorco	63
5.1.1.4.	Ventanillas de Cerro Blanco	64
5.1.1.5.	Monumento de la Batalla de San Pablo	65
5.1.1.6.	Arco del Triunfo	66
5.1.1.7.	Iglesia Matriz de San Pablo	67
5.1.2.	Patrimonio Intangible	68

5.1.2.1.	Historia de la Batalla de San Pablo.	68
5.1.2.2.	Fiesta costumbrista Vírgenes de Cuñish.	71
5.1.2.3.	Fiesta Patronal San Juan Bautista.	74
5.1.2.4.	Fiesta Patronal Señor de los Milagros.	76
5.2.	Características sociales de la población evaluada.	78
5.3.	Nivel de conocimiento del ciudadano acerca de los recursos turísticos culturales del distrito de San Pablo.	80
5.3.1.	Significado de conciencia turística.	80
5.3.2.	Conocimiento de la ubicación de los recursos turísticos.	81
5.3.3.	Conocimiento de la historia de los recursos turísticos.	83
5.3.4.	Conocimiento de las características de los recursos turísticos.	84
5.3.5.	Medios por los que conocieron los recursos turísticos.	86
5.4.	Nivel de valoración del poblador acerca de los recursos turísticos culturales del distrito de San Pablo.	87
5.4.1.	Actitudes del poblador respecto a conciencia turística.	87
5.4.2.	Identificación con los recursos turísticos.	89
5.4.3.	Preservación de los recursos turísticos.	91
5.4.4.	Conservación de los recursos turísticos.	92
5.4.5.	Difusión de los recursos turísticos.	94
5.4.6.	Recurso turístico con el que la población se siente más identificado.	95
CONCLUSIONES		99
RECOMENDACIONES		100
LISTA DE REFERENCIAS		101
APÉNDICES		105

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: TIPOS DE CONOCIMIENTO	15
Tabla 2: POBLACIÓN DEL DISTRITO DE SAN PABLO	54
Tabla 3: DIVISIÓN POLITICA DEL DISTRITO DE SAN PABLO	54
Tabla 4: DEMANDA TURÍSTICA DEL DISTRITO DE SAN PABLO.....	56
Tabla 5: EDAD DE LOS POBLADORES DEL DISTRITO DE SAN PABLO.....	78
Tabla 6: SEXO DE LOS POBLADORES DEL DISTRITO DE SAN PABLO	79
Tabla 7: GRADO DE INSTRUCCIÓN DE LOS POBLADORES.....	79
Tabla 8: NIVEL DE CONOCIMIENTO	96
Tabla 9: NIVEL DE VALORACIÓN	96
Tabla 10: NIVEL DE CONCIENCIA TURÍSTICA	97

ÍNDICE DE FIGURAS

FIGURA 1: DEFINICIÓN DE TURISMO	30
FIGURA 2: MAPA DE LA PROVINCIA DE SAN PABLO.....	51
FIGURA 3: SIGNIFICADO DE CONCIENCIA TURÍSTICA.	80
FIGURA 4: CONOCIMIENTO DEL POBLADOR ACERCA DE LA UBICACIÓN DE LOS RECURSOS TURÍSTICOS CULTURALES.	81
FIGURA 5: CONOCIMIENTO DEL POBLADOR ACERCA DE LA HISTORIA DE LOS RECURSOS TURÍSTICOS CULTURALES.	83
FIGURA 6: CONOCIMIENTO DEL POBLADOR ACERCA DE LAS CARACTERÍSTICAS DE LOS RECURSOS TURÍSTICOS CULTURALES.	84
FIGURA 7: MEDIO A TRAVÉS DEL CUAL CONOCIÓ EL POBLADOR LOS RECURSOS TURÍSTICOS CULTURALES.	86
FIGURA 8: ACTITUDES DEL POBLADOR DE SAN PABLO RESPECTO A CONCIENCIA TURÍSTICA.	87
FIGURA 9: POBLACIÓN QUE SE SIENTE IDENTIFICADA CON LOS RECURSOS TURÍSTICOS CULTURALES.	89
FIGURA 10: POBLACIÓN QUE PRESERVA LOS RECURSOS TURÍSTICOS CULTURALES.	91
FIGURA 11: POBLACIÓN QUE CONSERVA LOS RECURSOS TURÍSTICOS CULTURALES.	92
FIGURA 12: POBLACIÓN QUE HACE DIFUSIÓN A LOS RECURSOS TURÍSTICOS CULTURALES.	94
FIGURA 13: RECURSO TURÍSTICO CULTURAL CON EL QUE EL POBLADOR SE SIENTE MÁS IDENTIFICADO.	95

RESUMEN

El turismo es una actividad que contribuye a la formación de una nueva sociedad, la cual, se dedique a proteger y a conocer todos los recursos que tiene; una vez que el turismo esté consolidado, todas las actividades que se realicen en base a este se modifican, principalmente las actitudes de las personas involucradas creando un alto nivel de conciencia turística. En ese sentido, el objetivo de esta investigación fue determinar el nivel de conciencia turística del poblador que reside en la ciudad de San Pablo en relación al turismo cultural. La investigación estuvo constituida por una población de 3,185 personas, comprendidas entre 15 años a más que conforman la población de la ciudad de San Pablo, la muestra se obtuvo a través del muestreo probabilístico y la constituyeron 343 personas, elegidas al azar a quienes se le aplicó un cuestionario previamente elaborado, además se realizaron tres entrevistas, en la Municipalidad Provincial de San Pablo, en la Asociación Cultural Turística el Corongo, y a un poblador. Los resultados muestran que el poblador que reside en la ciudad de San Pablo tiene un nivel de conciencia turística entre regular y bajo en relación al turismo cultural del distrito de San Pablo, ya que un gran porcentaje de la población manifiesta no conocer, ni valorar los recursos turísticos culturales seleccionados para la presente investigación.

Palabras clave: Conciencia turística, turismo cultural, conocimiento, valoración, recursos turísticos culturales, pobladores.

ABSTRACT

Tourism is an activity that contributes to the formation of a new society which is, dedicated to protecting and knowing all the resources it has; once tourism is consolidated, all the activities carried out based on it are modified, mainly the attitudes of the people involved creating a high level of tourism awareness. In this sense, the objective of this research was to determine the level of tourism awareness of the population residing in the city of San Pablo in relation to cultural tourism. The investigation was constituted by a population of 3,185 people, understood between 15 years to more that conform the population of the city of San Pablo, the sample was obtained through the probabilistic Sampling and the constituted 343 people, chosen at random to whom a previously elaborated questionnaire was applied, in addition three interviews were carried out, in the Provincial Municipality of San Pablo, in the Cultural Tourist Association the Corongo, and to a settler. The results show that the population living in the city of San Pablo has a level of tourism awareness between regular and low in relation to cultural tourism in the district of San Pablo, since a large percentage of the population says they do not know the cultural tourism resources selected for this research.

Key words: Tourist awareness, cultural tourism, knowledge, appreciation, cultural tourism resources, settlers.

INTRODUCCIÓN

Hoy en día el desplazamiento turístico por motivos culturales no es un fenómeno nuevo, pero en los últimos tiempos la demanda de esa actividad en Perú se ha extendido a amplias capas de la sociedad. Es de gran repercusión, siendo esta la razón por la cual se debe potenciar la actividad turística para que de la misma manera se logre promover conciencia turística en los pobladores locales, involucrándolos de manera directa en la preservación, conservación y difusión de los recursos turísticos culturales de su localidad.

La presente investigación se realizó en el Distrito de San pablo con el objetivo de determinar el nivel de conciencia turística del poblador que reside en la ciudad de San Pablo en relación al Turismo Cultural.

Durante el proceso de investigación se profundizaron los conocimientos sobre la temática estudiada; se utilizó el diseño de investigación No Experimental – Transversal, el Método Hipotético - Deductivo y Analítico – Sintético , y las técnicas de obtención de datos fueron el análisis documental, la encuesta y la entrevista a través de cuestionarios elaborados, obteniendo mayor información acerca del nivel de Conciencia Turística del poblador que reside en la ciudad de San Pablo en relación al Turismo Cultural.

El presente trabajo está organizado en los siguientes capítulos:

El Capítulo I, incluye datos generales sobre el problema de la investigación: planteamiento y delimitación, el planteamiento del problema que orientó el trabajo de investigación, objetivos, justificación y las limitaciones de la investigación.

En el Capítulo II, se presenta el marco teórico de referencia a las teorías que sustentan la investigación, se describen antecedentes de la investigación internacional, nacional y local; Asimismo, incluye descripciones teóricas de las variables principales, conciencia turística y turismo cultural, además el marco conceptual.

El Capítulo III, incluye la hipótesis y la operacionalización de las variables del estudio, así como la metodología, describiendo el diseño de la investigación, los método hipotético – deductivo, analítico sintético, las técnicas e instrumentos utilizados para la recolección de datos y técnicas para el procesamiento y análisis de la información recolectada. Luego se presenta la unidad de análisis, población, muestra y el cálculo de la misma.

En el capítulo IV, se presentan el ámbito de estudio (San Pablo) que incluye la ubicación geográfica, división política, y demanda turística.

En el Capítulo V, se presentan los resultados de la investigación, descripción de los recursos turísticos culturales tangibles e intangibles, y el análisis, interpretación y discusión de los gráficos.

Finalmente, se encuentran las conclusiones con el propósito de corroborar la hipótesis y algunas recomendaciones desde la experiencia al momento de realizar la presente investigación.

Los resultados obtenidos aportan datos e información importante acerca de cuanto conocen y valoran los pobladores de San Pablo sus recursos turísticos culturales, hecho que contribuirá a que las autoridades, asociaciones culturales del distrito y la población en general trabajen para promover conciencia turística.

La autora

CAPÍTULO I
PROBLEMA DE LA INVESTIGACIÓN

1.1. Planteamiento y delimitación del problema

1.1.1. Planteamiento del problema

Según el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR) el legado patrimonial que ha dejado la historia por todo el territorio del Perú es muy rico y abundante. Perú es uno de los países con más patrimonio histórico-cultural del mundo, hecho que está constatado por la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO) a través de los muchos bienes declarados Patrimonio de la Humanidad por esta organización internacional. A lo largo de todo el territorio se encuentran ciudades, monumentos, paisajes culturales de envidiable valor histórico-cultural y áreas naturales protegidas.

Montaner (1998) menciona que el turismo cultural es la actividad turística que consiste en realizar viajes, visitas y estancias a lugares geográficos para conocer los hechos históricos, artísticos, culturales y antropológicos que forman parte del patrimonio cultural de la humanidad, a través de los monumentos histórico-artísticos, museos, manifestaciones culturales y de espectáculos, rutas e itinerarios histórico-monumentales, asistencia a seminarios, simposios culturales, cursos de idiomas en el extranjero, manifestaciones folclóricas y antropológicas (artesanía, festivales de música *folk*¹, jornadas gastronómicas, danzas típicas, etc).

El turismo es una actividad que contribuye a la formación de una nueva sociedad, la cual, se dedique a proteger y a conocer todos los recursos que tiene, y los aproveche adecuadamente para beneficio propio y sobre todo para beneficio de los turistas. Una vez que el turismo esté consolidado, todas las actividades que se realicen en base a este se modifican, principalmente las actitudes de las personas involucradas, creando un alto nivel de conciencia turística. No obstante, una concepción más amplia de conciencia turística, tendrá en cuenta el trato hacia el turista y también el

¹ Folk: Estilo musical nacido a finales de la década de 1950 en Estados Unidos de América y que se caracteriza por la combinación de la música tradicional con las formas del rock, por el contenido social de sus letras y por la sencillez de su composición.

respeto y cuidado del patrimonio, es decir, la valorización de los atractivos propios del territorio.

Como indica Armas (2006), conciencia turística es una actitud o forma de comportamiento positivo que debe tener frente a los visitantes, siendo este comportamiento real y objetivo demostrado con acciones y actitudes la significación que se le atribuye al turismo. Lo que lleva a preluir que conciencia turística consiste en inmiscuirse en la importancia de la actividad turística, en el desarrollo socioeconómico de los pueblos, en otro sentido impulsa a crear una mentalidad objetiva en defensa de la importancia del sector turístico.

Según la Secretaria de turismo en Argentina en la Ley Nacional de Turismo N° 25.997 señala en su artículo 7 que entre los deberes del máximo organismo nacional se encuentra promover la conciencia turística en la población. A nivel Municipal, en el documento oficial “Directrices de Gestión Turística de Municipios”, también se menciona la importancia de promover la concientización turística en el apartado sobre recursos humanos locales: “Por lo que se refiere al aumento en el grado de satisfacción del turista puede decirse que se encuentra fuertemente influenciado por la presencia de una mayor cantidad de recursos humanos competentes en sus funciones, especialmente el personal de contacto” (Varisco, Benseny y Padilla, 2016, p.5)

Así pues, en el Perú se lanzó en el año 2009 un Programa Nacional de Conciencia Turística – MINCETUR, teniendo como objetivo, generar un reconocimiento de la importancia de la actividad turística para el desarrollo local y nacional de la población, especialmente en el niño y el adolescente; en los prestadores de servicios turísticos y los gestores locales y nacionales relacionados con la planificación y gestión de destino, estimulando una participación conjunta y asegurando un desarrollo sostenible del turismo que contribuya a la lucha contra la pobreza, fortaleciendo la identidad local, regional y nacional de las poblaciones receptoras.

En contraste con esto, es muy necesario trabajar arduamente en el tema conciencia turística con cada una de las personas involucradas de manera directa e indirecta en el desarrollo del turismo, alcanzando mejorar sus actitudes y comportamientos, ya que juegan un rol sumamente importante en el cuidado, conservación e identificación con sus recursos y atractivos turísticos culturales, además en la calidad de servicio y la seguridad que se brinde al turista local, regional, nacional y extranjero.

Carlos Bassan (como se citó en Varisco, et al., 2016) piensa que cada destino turístico tiene su propia identidad e idiosincrasia, la cual es el resultado de una negociación y construcción cultural permanente en donde la concientización turística juega un papel fundamental, significando un proceso lento mediante el cual una comunidad receptora logra comprender y asimilar las características y efectos que el fenómeno turístico puede ocasionar en su territorio, generando a la vez una actitud positiva y hospitalaria hacia los visitantes del área y un comportamiento respetuoso con respecto a su propio patrimonio y entorno.

Un eficiente desarrollo de la actividad turística depende de las autoridades locales, regionales y nacionales, al mismo tiempo está en manos de la participación activa de los pobladores, porque ellos van a cimentar una imagen positiva ante las personas que los visiten, si existe un conocimiento amplio acerca del potencial turístico que tienen, podrán brindar una información veraz y oportuna, además cuidar, conservar y respetar el importante patrimonio cultural que posee su distrito; mantener una ciudad ordenada y limpia, además de estar en la capacidad para atender al visitante con amabilidad, respeto y responsabilidad.

El distrito de San Pablo es parte de la Provincia del mismo nombre y de la región Cajamarca; está ubicado a 2,380 m.s.n.m., a 25 Km de la ciudad de Chilete y 73 Km. de la ciudad de Cajamarca; asentada en una ondulada natural distante a 1 Km. de la margen derecha del río Yaminchad, flanqueada por los cerros Cashorco, Yamadón, Chalaques y el Montón.

San Pablo posee grandes potencialidades para el desarrollo del turismo, principalmente recursos y atractivos tales como: espacios urbanos, restos arqueológicos, folclore, artesanía y una riquísima historia los que deben ser articulados y utilizados de manera adecuada para la mejora del turismo cultural que beneficie a todos.

Sin embargo, es necesario mencionar algunas dificultades existentes en la población Sampablina, sobre ello se puede mencionar que aún no reconocen cual es el rol turístico que deben cumplir frente al turismo cultural ya sea como turistas o anfitriones. Su conocimiento acerca de los recursos turísticos que existen en su distrito es básico, saben de la ubicación, pero las características e historia son poco conocidas para la mayoría, además se ha observado que se enfocan principalmente en las fiestas patronales, más no en los demás recursos y/o atractivos culturales que el distrito puede ofrecer, agregado a ello se observa poca difusión y conservación de los mismos.

El distrito de San Pablo cuenta con los elementos necesarios para que se desarrolle el turismo cultural y éste sea un éxito a largo plazo, sin embargo, esto depende en buena medida del nivel de conciencia turística de la población, pero las instituciones, organizaciones u otros no se han preocupado por evaluar el nivel de conciencia turística de la población, siendo esto primordial para emprender trabajos que promuevan el respeto por la cultura, costumbres y tradiciones.

1.1.2. Delimitación del problema

1.1.2.1. Delimitación Espacial:

La presente investigación se realizó en la ciudad de San Pablo, distrito y Provincia del mismo nombre, pertenecientes a la Región Cajamarca.

1.1.2.2. Delimitación Temporal:

La presente investigación se realizó dentro de los meses de mayo a diciembre del 2016.

1.1.2.3. Delimitación Social:

La presente investigación se realizó a nivel de la zona urbana del distrito de San Pablo, tomando como unidad de análisis a los residentes mayores de 15 años de la ciudad de San Pablo.

1.2. Formulación del problema.

Para la presente investigación se ha formulado las siguientes interrogantes:

1.2.1. Problema principal.

¿Cuál es el nivel de conciencia turística del poblador que reside en la ciudad de San Pablo en relación al turismo cultural?

1.2.2. Problemas Secundarios:

- ¿Cuáles son los recursos turísticos culturales del distrito de San Pablo?
- ¿Qué conocimientos poseen los pobladores de la ciudad de San Pablo sobre el turismo cultural?
- ¿Cuál es el nivel de valoración que otorga el ciudadano de San Pablo a los recursos turísticos de su distrito?

1.3. Objetivos.

1.3.1. Objetivo General

Determinar el nivel de conciencia turística del poblador de la ciudad de San Pablo en relación al turismo cultural.

1.3.2. Objetivos Específicos:

- Describir los recursos turísticos culturales del distrito de San Pablo.
- Determinar el nivel de conocimiento que poseen los pobladores que residen en la ciudad de San Pablo sobre el turismo cultural.
- Identificar el nivel de valoración que otorga el poblador que reside en la ciudad de San Pablo a los recursos turísticos culturales de su distrito.

1.4. Justificación e importancia de la Investigación.

La investigación buscó describir, identificar y medir el nivel de conciencia turística que tienen los pobladores que residen en la ciudad de San Pablo sobre el turismo cultural dentro de su distrito, debido a que se observó que no existen personas comprometidas e involucradas con el desarrollo del mismo, por lo cual, se hizo necesario realizar un diagnóstico y análisis claro acerca de esta problemática, ya que esto trae consigo obstáculos para lograr el cuidado y conservación de los recursos turísticos culturales en San Pablo, de una manera que conlleve al crecimiento integral de la provincia en todos sus aspectos, tanto sociales, culturales y económicos.

Debido a la inexistencia de trabajos similares en lo referente a conciencia turística relacionada al turismo cultural, surgió la necesidad de realizar estudios sobre el nivel de conciencia turística de los pobladores que residen en la ciudad de San Pablo. Esta situación, permitió analizar las actitudes y comportamientos en referencia al conocimiento y valoración que tienen acerca de los recursos y atractivos turísticos de su jurisdicción, sus sitios arqueológicos, museos, monumentos, lugares históricos, fiestas tradicionales y hechos históricos de su distrito, con la finalidad de poder brindar o aportar recomendaciones convenientes a los actores involucrados en el turismo y estos procedan a tomar acciones necesarias en beneficio de la población, además para que se propongan programas de concientización turística la que generará mayor conciencia turística en la población y esta se verá reflejada en el cuidado, conservación y difusión de sus recursos y/o atractivos turísticos. Asimismo, es importante porque aportará a que haya más bibliografía especializada en turismo sobre el distrito de San Pablo.

1.5. Limitaciones de la Investigación.

- El tema de conciencia turística es poco explorado y estudiado, por lo que la búsqueda de información especializada y actualizada se ha convertido en una limitación.
- La subjetividad del tema dificulta la realización de la medición estadística de ciertos factores o elementos constituyentes, debido a lo cual se buscará el método más adecuado para tratar el tema. Asimismo, se hace evidente la dificultad de investigar temas subjetivos ya que las unidades de análisis (pobladores que residen en la ciudad de San Pablo) podrían brindar información errónea que lleven a la investigación a caer en determinados errores.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. Fundamentos teóricos específicos referidos a la investigación objeto de estudio.

2.1.1. Teorías que sustentan al problema de investigación

2.1.1.1. Teoría del conocimiento

Como señala Salmerón, De Almería (2017) La Teoría del conocimiento desarrollada por el filósofo alemán Immanuel Kant (1724-1804) consiste en una crítica de las facultades del conocimiento y representa un intento de superación de las dos corrientes: El empirismo y criticismo o apriorismo.

El problema que se plantea Kant es el siguiente: ¿puede el conocimiento ir más allá de los límites de la experiencia? Es decir: Podemos conocer aquello que no podemos experimentar, aquello acerca de lo cual no es posible dato empírico alguno? Es decir, ¿es posible el conocimiento metafísico? Los empiristas lo negaban; los racionalistas lo afirmaban. La posición kantiana parte de un nuevo análisis del conocimiento.

Su afirmación básica es: todo conocimiento para ser válido tiene que partir de la experiencia pero es algo más que los meros datos de los sentidos.

¿Qué es ese algo más?: El sujeto al conocer opera sobre aquello que conoce, es decir, sobre la materia prima que le proporcionan los sentidos impone una forma que los ordena y unifica. Esa forma es propia del sujeto y de la estructura del conocer humano.

El conocimiento es el resultado de la síntesis (ordenación y unificación) de los datos de obtenidos a través de los sentidos que se realiza a distintos niveles desde las diferentes facultades cognitivas del sujeto: Sensibilidad, Entendimiento y Razón. Así como

avanzamos en distintos niveles de conocimiento se produce una mayor unificación y ordenación.

Tabla 1

Tipos de conocimiento

Tipo de conocimiento	Facultad implicada	Resultado
Conocimiento sensible	Sensibilidad	Experiencia (percepciones)
Conocimiento intelectual	Entendimiento	Juicios (pensar los objetos)
	Razón	Razonar (relacionar unos juicios con otros y buscar principios generales)

Fuente: Tomado de Salmerón, De Almería (2017)

En este caso no hay innatismo como en el racionalismo sino apriorismo: el sujeto formando parte de su estructura cognitiva posee unas formas a priori que preceden a la experiencia y la posibilitan (le permiten ordenar los datos que provienen de los sentidos) Éstas son el espacio y el tiempo en la Sensibilidad, y las categorías en el Entendimiento.

En definitiva, el apriorismo kantiano significa, pues, que hay “algo” en nuestro conocimiento empírico del mundo que no procede de la experiencia, sino que es “puesto” a priori por el sujeto. ¿Qué? las estructuras espacio-temporales; y ciertas categorías como “causa” y “efecto”, “substancia” y “accidente”, “posibilidad”, “realidad”.

Veamos algunos ejemplos de la aplicación de categorías por parte del entendimiento:

- “Todos los animales son mortales”: aunque al realizar esta afirmación o juicio aplicamos dos conceptos empíricos, extraídos de la experiencia “hombre” y “mortal”, también estamos aplicando la categoría de “totalidad”, que no hemos podido extraer de la experiencia y que por tanto es apriori.

- Si Afirmamos que “El sol calienta la mesa”, vuelve a ocurrir lo mismo, usamos los conceptos empíricos “calentar” y “mesa”, pero también la categoría de “causa y efecto” ya que estamos afirmando implícitamente que el sol es la causa del calentamiento de la mesa.
- “Esta fruta no es una manzana”. Categoría de negación.
- Esta tarde hay riesgo de lluvia. Categoría de posibilidad-imposibilidad. (Salmerón, De Almería, 2017, p. 8-10)

2.1.2. Antecedentes de la investigación.

2.1.2.1. A Nivel Internacional

Navarini (2008), en la investigación titulada, El desarrollo del turismo cultural y sus problemáticas desde visiones sociales, presentado como requisito para obtener el título de Licenciado en Turismo, en la Universidad Abierta Interamericana en la ciudad de Buenos Aires-Argentina. La investigación llega a las siguientes conclusiones:

El desarrollo del turismo y específicamente del Turismo Cultural debe tener como principales actores a los residentes. Donde su participación comienza y se activa con la toma de conciencia de cada integrante de la localidad.

El residente conoce y valora su patrimonio, pero hasta aquí llega su conciencia. Ya que conocen poco de los beneficios socio-culturales, y este aspecto impide que trabajen en pos de un desarrollo cultural, impide también que sean protagonistas y principales beneficiarios del desarrollo turístico en su propia localidad.

El bajo nivel de conciencia es causada por la falta de acceso a información por parte de los residentes.

Es necesario crear una base sólida desde la educación a nivel básico para que la sociedad tenga conciencia de la importancia de la actividad turística para la localidad.

Vera (2010) , en la investigación titulada, El turismo Cultural en México: Alternativa para el desarrollo sustentable local, presentado como requisito para obtener el título de Licenciado en Relaciones Internacionales, de la Universidad Nacional Autónoma de México, en su investigación concluye:

En un proyecto de turismo cultural es necesario incluir la consulta a la comunidad sobre su disposición de aceptar la actividad turística en su localidad, además de informar de las posibles oportunidades, escollos y problemas. La correcta evaluación del patrimonio cultural y del desenvolvimiento del mercado potencial ayudará a estudiar las

posibles oportunidades, limitaciones, puntos sensibles, así como la identificación de fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas de un proyecto, de la misma forma el turismo cultural no debe lesionar la calidad de los recursos del patrimonio cultural, por lo que es importante considerar que los productos turísticos se elaboren con base en los conocimientos, valores, destrezas y tradiciones de la comunidad.

2.1.2.2.A Nivel Nacional

Ishuiza y Flores (2008), en la investigación titulada, Conciencia turística y su contribución al desarrollo del turismo en la Provincia de San Martín, presentada para obtener el título de Licenciado en Administración en Turismo, de la Universidad Nacional de San Martín. La investigación concluye que:

La conciencia turística contribuye en el desarrollo del turismo en la Provincia de San Martín ya que es una de las bases fundamentales para el desarrollo responsable y sostenible, y porque consiste en actitudes y/o comportamientos positivos hacia el turista, el cuidado ambiental, así como por la recuperación de los valores culturales y naturales propios, de esta manera los turistas se llevarán una buena impresión, llegando a la posibilidad de que vuelvan a visitar o recomendar a otras personas que visiten dicho lugar. Asimismo, existen fundamentos teóricos científicos que aseguran que el desarrollo del turismo positivo no se da si es que no existe una formación de conciencia turística en la población.

Gastelo (2010), en la investigación titulada, El Recorrido Saña - Cajamarca como segmento de Turismo Histórico – Cultural, presentada para optar el título de Licenciado en Geografía y Medio Ambiente, de la Universidad Católica del Perú, en su conclusión plantea que:

El turismo en el Perú está enfocado desde el punto de vista de su historia y monumentalidad. Ello ha originado que la dinámica turística se centre en la sierra del sur del Perú. Asimismo a civilización incaica y la figura de Pizarro son conocidas a nivel internacional. En tal medida, generar un recorrido histórico – cultural en el cual se asocie ambos nombres tiene grandes posibilidades de éxito.

2.1.2.3.A Nivel Local

Cueva, Longa y Membrillo (2000), en la investigación titulada, *Conciencia Turística Empresarial en los Servicios de Hotelería, Restaurant y Transporte en la Provincia de Cajamarca*, para optar el título de Licenciado en Sociología, de la Universidad Nacional de Cajamarca, concluyen:

El empresario como principal ente beneficiado del Turismo, cuenta con un bajo nivel de Conciencia Turística, gestión y visión empresarial, reflejado en la calidad y atención de los servicios, además nuestra sociedad actual se encuentra aún inmersa bajo estereotipos sociales, los cuales conllevan a establecer relaciones de desigualdad de clases.

2.2. Marco conceptual.

2.2.1. Concepto de conciencia.

Para la cultura moderna, la conciencia, es el lugar donde se forman el criterio y la normativa de la acción, es la fuente autónoma de la norma ética. Para la tradición cristiana, la conciencia es el lugar donde la libertad del YO escucha la voz del otro, el lugar de donde brota la objetividad de una orden dada, a la cual se debe obedecer. La frase "yo sigo mi conciencia" se puede interpretar de dos maneras distintas: una, como lugar de la obediencia, objetiva y, otra, como el lugar de interpretación última, subjetiva.

El desarrollo de una conciencia fuerte es también consecuencia de la identificación y estaría supeditada a unas relaciones paterno-filiales satisfactorias. "El cariño materno se correlaciona positivamente con la conciencia, los muchachos de padres afectuosos tienden en mayor grado a desarrollar una conciencia fuerte, más que los de padres indiferentes" (Olórtegui, 1988, p. 118), Siendo la conciencia el conocimiento interior de la existencia propia y de sus modificaciones, también se le puede entender como la respuesta de la mente a las impresiones captadas por los sentidos.

Un viajero alemán que dejó huella en el Perú, decía "en Lima mismo no he aprendido nada del Perú" en clara alusión a la pobre conciencia nacional detectada en los limeños y de gran contraste con los habitantes tacneños y loreanos, y de otros, en especial de aquellos de lugares fronterizos. (Sosa, 2004, p. 75-76)

2.2.2. Toma de conciencia

Las manifestaciones culturales, en especial el conocimiento popular tradicional; teatro popular, títeres, murales, artesanías, danza, música, entre otras, muy bien podrían ser utilizados para inducir cambios en el comportamiento de la población, haciéndolas más comprensivas y solidarias, tanto frente a sus semejantes así como también frente a la naturaleza. De ser posible, se despertaría una conciencia cívica mediante canciones, carteles, murales; se podría revalorar el patrimonio y promover la reforestación mediante las danzas folclóricas; se podría mejorar la situación socioeconómica y la calidad de vida de la población.

Desde la óptica turística, mediante el patrimonio de los pueblos se podría facilitar la movilización de las comunidades entorno a sus preocupaciones comunes, orientándolas hacia el logro de una concientización efectiva, valiéndose de recitales, conciertos, juegos, dinámicas grupales, excursiones, entre otras modalidades de trabajos en equipo.

En el ámbito de la enseñanza y la capacitación, son de gran utilidad, como instrumento didáctico, las narraciones, las canciones, las danzas, entre otras manifestaciones artísticas, con las cuales, también se podrían rescatar y preservar la historia local, facilitar la interpretación y transmisión de enseñanzas ancestrales a los más jóvenes. Igualmente, como técnica didáctica de planificación, al retomar el hilo de los valores culturales, se podría reorientar el futuro porque “cuando la visión histórica más se remonta en el pasado, más podría proyectarse en el futuro...”.

La conciencia turística se manifiesta a través de la actitud hacia el turista y también hacia la misma población local, hacia los recursos turísticos, y demás hechos del acontecer histórico y por eso está estrechamente relacionada con la identidad cultural. La actividad turística al facilitar la difusión de los valores culturales, también contribuye a la reafirmación del orgullo nacional, de la identidad nacional y consecuentemente de la conciencia turística. (Sosa, 2004, p. 83-84)

2.2.3. Conciencia turística.

2.2.3.1. Conceptos

Según Romero (1977), citado por Ramírez (1994, p.67) considera a la conciencia turística como la actitud mental adecuada que debe normar nuestros actos individuales y colectivos y que debe operar en tres sentidos: en nuestras relaciones y contactos con los turistas; ante quienes suministran los servicios turísticos, y en lo que se refiere a la conservación de aquellos bienes susceptibles de uso turístico.

Según Vásquez (1987), citado por Ramírez (1994, p.67) define a conciencia turística como un estado mental que presupone la buena disposición de los individuos para fomentar y acrecentar la conservación de los bienes y servicios turísticos que posee un pueblo.

Asimismo Torrejón, A (2008) señala que la conciencia turística se refiere en primer lugar a las actitudes y conductas que los residentes de un destino turístico adoptan y manifiestan en relación a los visitantes. En segundo lugar la conciencia turística puede referirse al propio turista. En tal caso ésta se refleja en el nivel de respeto que el turista manifiesta respecto de la cultura, de las costumbres de la comunidad y de los atractivos del sitio que visita.

Conciencia turística es una actitud o forma de comportamiento positivo que debemos tener frente a los visitantes, siendo este comportamiento real y objetivo demostrado con acciones y actitudes la significación que se le atribuye al turismo. Lo que lleva a preluir que conciencia turística consiste en inmiscuirse en la importancia de la actividad turística en el desarrollo socioeconómico de los pueblos, en otro sentido impulsa a crear

una mentalidad objetiva en defensa de la importancia del sector turístico. (Armas, 2006, p.88).

Sosa, C (2004) señala, la conciencia turística constituye un pilar fundamental para que la actividad turística se desarrolle en forma sostenible, debiendo además tener una cobertura tan amplia que involucre a todos los peruanos, sin excepción alguna, aunque se podrían presentar en tres niveles diferenciados:

- Conciencia turística del ciudadano en el destino turístico, debido a la necesidad de que este, se identifique seriamente con los recursos turísticos, para conocerlo, mostrarlo, difundirlo y preservarlo. Esto implica asumir responsabilidades simultáneamente, frente al recurso y frente al turista. A su vez, esta tarea se vincula directamente con los medios de comunicación masiva por la función orientadora que debe cumplir.
- Conciencia turística del prestador de servicios, en razón de la armonía y coherencia que debe haber en las personas, con respecto a la vocación de servicio, el encaje cultural y ocupacional, que empieza desde el proceso de selección del personal y continúa en la capacitación, y prosigue con la orientación profesional.
- Conciencia turística de las autoridades, pues de las actitudes de los representantes del sector, con respecto a la facilitación para los turistas, se desprende el grado de desarrollo de la actividad turística.

La conciencia turística tiene implicancias sobre el conocimiento del potencial turístico, sobre las actitudes y compromisos morales y éticos, sobre el trato al turista en cuanto a bienvenida y hospitalidad y sobre el aprovechamiento de los recursos para que

aporten beneficios al país. El desarrollo de una conciencia turística debe estar orientado a lograr que el turismo forme parte de la cultura de todos los habitantes, para lo cual básicamente se requiere incluir turismo, artesanía y gestión empresarial como temáticas de los currículos educacionales en todos los niveles, así como promover campañas intensivas de conciencia turística a nivel nacional.

2.2.3.2. Características

Existen tres características principales de conciencia turística.

- Es una relación obligativa del sector Público o Estatal: El estado debe ser el primer interesado en crear una conciencia turística en la sociedad para la cual debe desplegar un conjunto de acciones educacionales a nivel de gobierno central, regional o local, que permita calar en todos los habitantes del país la necesidad de ello. La Ley orgánica de las Regiones, en el artículo 63 literal “J” expresa “Disponer...de difusión de conciencia turística, en coordinación con otros organismos públicos y privados”.
- Es un deber ser del interés privado: El empresario debe entender que tan igual o mayor razón que el Estado, o en todo caso, actuando ambos concertadamente puedan llevar la misión de crear una conciencia y una mentalidad de un buen servicio que involucre, seguridad y calidez hacia el turista.
- Es una obligación ciudadana o de las personas en forma individual: Debe entenderse que el Estado como ente rector de la sociedad está involucrada en la concreta labor dirigida al ciudadano común y corriente, por lo que no se puede dejar de lado que es el individuo, el que deba cumplir en concreto la viabilidad de fomentar el turismo, lo cual implica insistiendo y reiterando una estrategia educacional de difusión de la

conciencia turística en todos los niveles. (Armas, 2006, p. 88-89).

La conciencia turística puede enfocarse en tres aspectos:

- En relaciones y contactos con los turistas: establecer los elementos necesarios para crear una imagen positiva de su país al turista extranjero y, asimismo, considerar que los turistas nacionales representan para otro país, una importante fuente de ingresos, por lo que deberían ser tratados de la misma forma, es decir, de manera cortés, con absoluta honradez y equidad en las transacciones comerciales que se lleven a cabo con ellos.
- Ante quienes suministran los servicios turísticos: es importante el trato afable y cortés que debe imperar como tarea fundamental en el fomento de una imagen positiva hacia los turistas, lo cual deberá tener como base una serie de estrategias administrativas que permitan motivar y concientizar al personal que suministra los servicios turísticos.
- En lo que se refiere a la conservación de aquellos bienes susceptibles de uso turístico: deben establecerse programas necesarios de concientización turística encaminados al cuidado de sus mares, del medio ambiente, la preservación de sus zonas arqueológicas y de sus monumentos coloniales, la identificación de la población con sus tradiciones, sus elementos folclóricos y de su riqueza cultural. (Ramírez, 1994, p. 68-70)

Tiene tres características la conciencia turística:

- Es cambiante en el tiempo: sus cambios en los destinos suceden muy lenta y gradualmente, a medida que se eleva el nivel cultural y educacional de la población receptora.

- Depende del nivel educacional y cultural de los visitantes.
- Es fuertemente mediatizada: Está cada vez más influenciada por el impacto de los medios de comunicación social y por los recursos de marketing que se despliegan para promover lugares y productos. Los medios de comunicación social, especialmente la televisión y las tecnologías de la información y las comunicaciones, (tener en cuenta el creciente Internet) constituyen un factor de influencia poderosa en el desarrollo de la conciencia turística en una comunidad determinada: mientras más mediatizado está un público, mayor será la posibilidad de que los mensajes de contenido turístico transmitidos por los medios, ocasionarán modificaciones en las actitudes y conductas de las personas. (Torrejón, 2008, p.2)

2.2.3.3. Objetivos de la Conciencia Turística

- Desde un punto de vista social, puede considerarse a la conciencia turística como un factor de identificación de la población con sus principales raíces culturales que conforman en gran medida uno de los motivadores básicos de desplazamiento de grandes corrientes turísticas.
- En el ámbito económico, la concientización turística proporciona los elementos de calidad necesarios que repercuten directamente en la satisfacción de las necesidades de las corrientes turísticas, haciéndolas repetitivas y aumentando su número y pernocta, lo que traerá como consecuencia la entrada de divisas, la generación de nuevas fuentes de empleo y el desarrollo regional de los importantes centro turísticos del país.

- Culturalmente hablando, la concientización turística es un importante punto de proyección de todos los elementos que conforman el patrimonio turístico, lo que motivará el desplazamiento de importantes corrientes turísticas potenciales nacionales e internacionales.
- En cuanto a la oferta turística, puede decirse que ésta se verá ampliamente beneficiada con la aplicación de programas de concientización turística, ya que provocaría una sana competencia entre los prestadores de servicios por ganarse la preferencia del público consumidor, lo cual, a largo plazo, se vería reflejado en un servicio de calidad fundamentado en la creatividad y en la competitividad. (Ramírez, 1994, p. 70-71).

2.2.4. Diseño de escala para nivel de conciencia turística.

Hechavarría (2015) menciona que las escalas son técnicas para convertir una serie de hechos cualitativos en cuantitativos. Por tanto se utilizan para medir, lo que en ciencias sociales consiste en vincular conceptos abstractos a indicadores empíricos. Sugiere trabajar con tres o cinco opciones para diseñar escalas de conocimiento. Según esta recomendación se diseñó a criterio propio una escala cuanti – cualitativa que se adapte a la investigación para conocer el nivel de conciencia turística, la que se muestra a continuación.

De 81.0% a 100.0% = Muy Alto

De 61.0% a 80.9% = Alto

De 41.0% a 60.9% = Regular

De 21.0% a 40.9% = Bajo

De 0% a 20.9% = Muy Bajo

2.2.5. Turismo

2.2.5.1. Conceptos

Como Ramos (2014) indica, el turismo es la actividad humana que conlleva el deseo de satisfacer diversas motivaciones del turista, las cuales son variadas y sobre todo de carácter personal. Ante ello el sistema turístico debe trabajar por cumplir de manera personalizada y específica dichas necesidades. Lo que conlleva que el turismo sea diversificado, específico, social, económico y humano. Los desplazamientos humanos le ceden al turista la posibilidad de deleitarse en su travesía de numerosos paisajes, creando en él diversos eventos en la conformación de nuevas experiencias de orden turístico. Por lo que para lograr hacer turismo se debe contar con expectativas, deseos, anhelos, y sobre todo con la necesidad imperiosa de vivir situaciones de vida, cultural, social, fuera de su contexto habitual, por más de 24 horas y menores a 6 meses, haciendo uso de la estructura, infraestructura y supra estructura turística, las cuales incrementan en todo momento su bagaje vivencial en todos los ámbitos que a éste corresponde.

“Comprende la acción de los visitantes de trasladarse del lugar donde radican a otro ambiente distinto, por un tiempo de más de un día y menor a un año; motivados por el descanso, diversión, esparcimiento, (sin motivos de lucro en el lugar visitado), gestionándose por su actividad, convenios de servicios y productos afines al sector, con los cuales se establecen interrelaciones socio-económicas-culturales y de protección al entorno histórico-ecológico, a fin de garantizar en forma eficaz sus expectativas de valor, necesidades y de experiencia y por ende el desarrollo del sector.

El turismo es una actividad en la que existe la conjugación de los esfuerzos y acopio de los recursos turísticos (naturales y creados), aparato gubernamental con su respectiva administración e industria del viaje (infraestructura y estructura); donde son gestionados sus insumos (bienes, sistemas, estrategias, capitales); en términos de emprendimientos, ética, calidad, sustentabilidad e información veraz y suficiente; con los cuales se desarrollan productos o servicios que llevan implícitos un trabajo integral y muy elaborado de mercadotecnia, con el fin de ser dirigidos hacia un mercado donde se realizan transacciones económicas en un área distinta a la geográfica donde son ofertados; dando respuesta a la demanda de los visitantes con diferentes motivaciones y necesidades de viaje realizado en un periodo mayor a un día y menor a un año”. (Guerrero, 2014, p. 34).

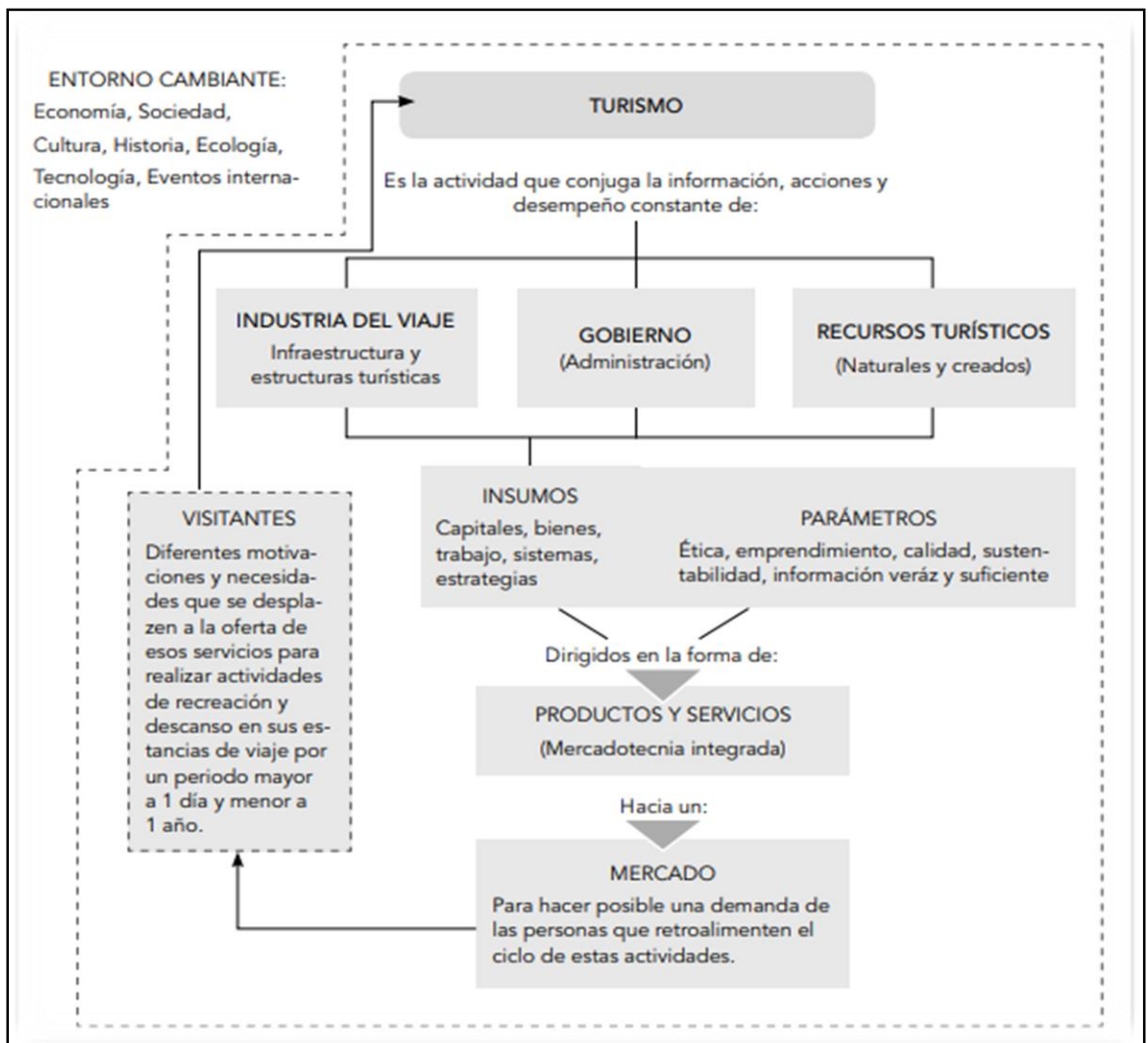


Figura 1: Definición de turismo, Tomado de Guerrero y Ramos (2014).

2.2.5.2. Tipos de Turismo

- **Turismo vivencial:** Es aquel en que el visitante convive con una familia rural, donde aprende sus costumbres y hábitos cotidianos, estas familias rurales les enseñan sobre la vida en el campo, sus costumbres, el trabajo de la tierra, el cuidado de los animales, la pesca y la caza.
- **Turismo cultural:** Es el turismo practicado por grupos o individualmente, estas personas están interesadas en conocer, aprender culturas, festivales de música, arte, poesía, cine, teatro, visitan comunidades ancestrales para relacionarse con artesanos y músicos de lugar. Recorren sitios apropiados para tales fines y comparten su tiempo con actividades turísticas
- **Turismo de aventura:** lo practican quienes quieren unas vacaciones “activas”. Podría definirse como recreación al aire libre, donde el propósito del viaje es experimentar y tomar parte de actividades con cierto riesgo sobre su resultado. Requiere de esfuerzo físico, actitud mental positiva para su desempeño y una gran carga de adrenalina.
- **Turismo social:** Es el turismo que está relacionado con las familias o clases trabajadoras, estudiantes, personas de la tercera edad, etc. Con la característica principal de ser subvencionado por el Estado en su desarrollo.

(Mantilla, 2015, pp.9-12).

A continuación se describen algunos turismos específicos culturales:

- **Turismo arqueológico:** “es el tipo de turismo que satisface el deseo de conocer y comprender la historia del lugar y admirar atractivos culturales, relacionados a los sitios

arqueológicos, que comprenden desde el arte rupestre hasta la arqueología industrial”.

- **Turismo religioso:** cuya motivación principal es visitar lugares religiosos por devoción. “consiste en viajar a un lugar sagrado donde se han producido apariciones o milagros, en donde hay tumbas de santos y/o apóstoles, en lugares de tradición mariana, o en aquellos que han sido centro u origen de alguna religión” de las cuatro más importantes del mundo (catolicismo, budismo, hinduismo e islamismo).
- **Eventos (culturales, musicales),** espectáculos o actividades de tipo puntual que se organizan en las ciudades con cierta frecuencia, que generalmente atraen transitoriamente a visitantes, pero que luego “no producen efectos significativos a posteriori sobre los flujos turísticos” en el destino
- **De compras:** actividad motivada por el deseo o necesidad de adquirir productos, bien sea por sus precios asequibles, la marca o buena calidad, o productos artesanales.
- **Gastronómico:** tiene por objetivo conocer y degustar la gastronomía típica del lugar e incluye productos turísticos relacionados como rutas gastronómicas, visitas a mercados y a productores gastronómicos, fiestas y jornadas gastronómicas, eventos gastronómicos, museos, clases y talleres de cocina local.
- **Turismo étnico y/o vivencial:** se trata de un tipo de turismo de carácter antropológico, para visitar poblados y convivir con lugareños, conociendo su cultura y tradiciones autóctonas, que generalmente son profundamente diferentes a las del turista.

- **Turismo de parques temáticos:** este tipo de turismo se caracteriza por ofrecer actividades en áreas donde se ha construido un atractivo artificial ex profeso, generalmente con un tema en particular alrededor del cual gira su diseño arquitectónico y funcionamiento. De esta forma los productos que se ofrecen quedan rápidamente obsoletos, requiriendo de inversiones constantes para crear nuevas atracciones. Habitualmente ofrecen todas las facilidades y servicios, referidos a alojamiento, restauración, tiendas, dentro del complejo o en los alrededores. (Sierra, Del Valle, Solarte y Ismar 2012, p. 329).

2.2.6. Turismo Cultural

Urbano (2004) señala que la práctica del turismo cultural se define como una tendencia turística nacida en la década de los ochenta del siglo XX, cuya principal motivación se centra en la visita de lugares que destacan por su riqueza patrimonial, principalmente monumental y artística, y por las costumbres, las tradiciones y la idiosincrasia de su gente. Se trata de un turismo que consume única y exclusivamente cultura. Sin embargo, encontrar este tipo particular de turismo es bastante difícil, y por ello es más coherente utilizar el concepto de turismo con componente cultural, que abarca diferentes tipologías de mercado con características y motivaciones muy diversas, pero siempre convergiendo en la utilización de bienes, espacios o costumbres culturales. Así, este turismo de componente cultural incluye desde la tradicional *touring* hasta el turismo cultural en sentido estricto.

- Por tanto, para el turismo con componente cultural (desde la vertiente del *touring* o del turismo estrictamente cultural), el patrimonio histórico, cultural y etnológico de un país, un territorio o una ciudad se convierten en su motivación principal y en el recurso turístico de primera magnitud. Por ello, no cabe la menor duda de que este interés por la cultural conduzca a la protección y redescubrimiento de las

diferencias culturales y peculiaridades de identidad de los pueblos. Lógicamente, estos recursos y componentes culturales constituyen la oferta agregada y especializada del producto turístico de una localidad.

A partir de estas consideraciones, se observa que la práctica del turismo cultural se caracteriza por la configuración de las siguientes tipologías de rutas:

- a. *Rutas históricas*: en las que los hechos históricos son su base.
- b. *Rutas arqueológicas*: en las que los yacimientos arqueológicos constituyen el eje central de la visita vacacional.
- c. *Rutas artísticas*: definidas por los diferentes estilos y periodos artísticos.
- d. *Rutas museográficas*: su principal interés es admirar las obras que se han concebido a lo largo de los diferentes estilos artísticos, periodos históricos...
- e. *Rutas de arquitectura industrial*: en las que las fábricas y antiguos procedimientos laborales, hoy en desuso, retoman su importancia.
- f. *Rutas de arquitectura popular*: en las que descubrir las distintas formas de vivir y el hábitat de cada región o territorio determinan el circuito.
- g. *Rutas de artesanía*: en las que el descubrimiento e interés por los oficios y actividades artesanales de antaño configuran el itinerario. Los ecomuseos forman parte de este conjunto.
- h. *Rutas de interés folclórico*: las celebraciones festivas populares centran el viaje.
- i. *Rutas literarias*: en las que algún personaje (poeta, escritor, dramaturgo...) o corriente literaria constituyen el eje del itinerario.
- j. *Rutas gastronómicas y enológicas*: donde la degustación de platos típicos y vinos propios de una localidad o región son su atractivo fundamental.
- k. *Rutas de acontecimientos*: los espectáculos teatrales, los festivales de música, y las danzas son la principal motivación del viaje.

El turismo cultural se define como un desplazamiento (de al menos una pernoctación) cuya motivación principal es ampliar sus horizontes, buscar conocimientos y emociones a partir del descubrimiento de un patrimonio y de su territorio (Origet du Cluzeau, 1998), aunque por extensión incluye otras formas de turismo que comprenden instancias culturales sin ser la motivación principal, es decir donde supone practicas ocasionales.

En tan sentido, cabe definirle como una práctica cultural que requiere un desplazamiento, desplazarse para conocer.

Al definir al patrimonio como objeto de turismo cultural cabe considerarle como los componentes materiales e inmateriales de la identidad de toda sociedad humana, elaborados, transmitidos y reactualizados sobre un territorio, bienes y saberes organizados constitutivos de la identidad y las diferencias entre los grupos humanos.

El patrimonio, objeto de práctica cultural, comprende:

- El patrimonio tangible, que remite a los sitios consagrados a la cultura, obra y producto del hombre, tales como museos, monumentos, lugares y localidades de arte o de carácter, sitios arqueológicos, etc.
- El patrimonio intangible, que remite a expresiones y fiestas tradicionales y de saberes- hacer del pasado y del presente.
(Urbano, 2004, p. 147).

Según Gómez, (2005) propone la siguiente definición de turismo cultural: organizar y realizar un viaje con una propuesta de contenido territorial o temático para llevar a cabo actividades que permiten experimentar la cultura y las diferentes formas de vida de otras gentes y, como consecuencia, conocer y comprender sus costumbres, tradiciones, entorno físico, ideas intelectuales y lugares históricos, arqueológicos,

arquitectónicos o de otra significación cultural. Los aspectos fundamentales de esta definición son cinco:

1. En primer lugar, necesidad de *organizar y realizar un viaje* a lugares diferentes de la residencia habitual. El viaje se puede organizar mediante un circuito, una estancia o un touring.
2. En segundo lugar, *la propuesta de contenido* puede ser territorial (un país, una o varias ciudades) y/o temática (por ejemplo, un producto cultural específico como el Museo del Jurásico en Asturias, una ruta como la del Románico-Palentino promovida por Castilla y León o un acontecimiento especial como el Forum Universal de las Culturas en Barcelona). Así pues, la oferta cultural está concentrada no sólo en destinos sino también en temas culturales (red de museos de arte contemporáneo).
3. En tercer lugar, preocupación e interés por la *cultura* entendida como una manifestación básica de la identidad, del saber y de la historia de los pueblos.
4. En cuarto lugar, una gran variedad de *recursos* susceptibles de potenciación cultural. España dispone de diversos conjuntos histórico-artísticos declarados por la UNESCO patrimonio de la Humanidad. También cuenta con un amplio número de bienes muebles e inmuebles declarados de interés cultural. Por tanto, cuando se habla de turismo cultural se plantea con respecto a recursos culturales básicos. Desde esta perspectiva, la *motivación o manifestación básica* del turismo cultural se corresponde con los testigos materiales de la historia, con el patrimonio arquitectónico tangible, con los bienes físicos.

Los recursos culturales básicos son de carácter múltiple: religioso, monumental, otros recursos básicos ligados con la historia. No obstante, también existen otras *motivaciones o manifestaciones* intangibles del turismo cultural que se preocupan por las artes escénicas, por las

tradiciones y los aspectos de identidad de los habitantes de cada zona geográfica. Además, en muchas ocasiones las motivaciones o manifestaciones intangibles del turismo cultural requieren equipamientos culturales para su total aprovechamiento y disfrute. En definitiva, los recursos susceptibles de potenciación cultural son permanentes (atractivos como una muralla romana) y temporales (acontecimiento centrado en festivales y fiestas moros cristianos).

5. En quinto lugar, la amplitud de las *motivaciones*. Se puede segmentar el mercado de acuerdo con la motivación cultural del turista. Para los coleccionistas de conocimientos el objetivo de la actividad cultural puede ser contemplativo (conocer, visitar, pasear). Para los apasionados por la cultura la motivación es vivencial (asistir a acontecimientos, participar, comprender, profundizar).

Montaner (1998) menciona que el turismo cultural es la actividad turística que consiste en realizar viajes, visitas y estancias a lugares geográficos para conocer los hechos históricos, artísticos, culturales y antropológicos que forman parte del patrimonio cultural de la humanidad, a través de los monumentos histórico-artísticos, museos, manifestaciones culturales y de espectáculos, rutas e itinerarios histórico-monumentales, asistencia a seminarios, simposios culturales, cursos de idiomas en el extranjero, manifestaciones folclóricas y antropológicas (artesanía, festivales de música folk, jornadas gastronómicas, danzas típicas, etc).

El turismo cultural es aquella forma de turismo que tiene por objeto, entre otros fines, el conocimiento de monumentos y sitios histórico-artísticos. Ejerce un efecto realmente positivo sobre éstos en tanto en cuanto contribuye - para satisfacer sus propios fines - a su mantenimiento y protección. Esta forma de turismo justifica, de hecho, los esfuerzos que tal mantenimiento y protección exigen de la comunidad humana, debido a los beneficios socio-culturales y económicos que comporta para toda la población implicada. » (Carta del Turismo Cultural adoptada por ICOMOS, 1976).

2.3. Definición de términos básicos

2.3.1. Actitud: es una organización relativamente duradera de creencias en torno a un objeto o una situación, las cuales predisponen a reaccionar preferentemente de una manera determinada.

2.3.2. Atractivos turísticos: Son todos los recursos turísticos que cuentan con las condiciones necesarias para ser visitados y disfrutados por el turista, es decir, que cuentan con planta turística, medios de transporte, servicios complementarios e infraestructura básica. (MINCETUR).

2.3.3. Conciencia turística: trato hacia el turista y también el respeto y cuidado del Patrimonio, es decir, la valorización de los atractivos propios del territorio. (Varisco, Benseny y Padilla, 2015).

2.3.4. Conocimiento: Es el cúmulo de información, adquirido de forma científica o empírica. Partiremos de que conocer es aprender o captar con la inteligencia los entes y así convertirlos en objetos de un acto de conocimiento. Todo acto de conocimiento supone una referencia mutua o relación entre: SUJETO – OBJETO. (Cheesman, 2011).

2.3.5. Conservación: Es el conjunto de operaciones y técnicas que tiene como objetivo prolongar la vida de los bienes culturales. Para conservar los objetos hay dos caminos: la prevención del deterioro (conservación preventiva o preservación) y la reparación del daño (restauración). (Bringas, 2008).

2.3.6. Cultura: El conjunto de rasgos distintivos, espirituales y materiales, intelectuales y afectivos que caracterizan una sociedad o un grupo social. Ello engloba, además de las artes y las letras, los modos de vida, los derechos fundamentales al ser humano, los sistemas de valores, las tradiciones y creencias. (UNESCO, 2016).

2.3.7. Manifestaciones Culturales: Se consideran las diferentes expresiones del país, región o pueblo, desde épocas ancestrales (desarrollo progresivo de un determinado lugar) tales como lugares arqueológicos, sitios históricos, entre otros. (MINCETUR, s.f).

2.3.8. Patrimonio Intangible: El Patrimonio Intangible está constituido por esa parte invisible que está alojado en el espíritu de las culturas. Pertenece a un tipo de enseñanza abstracta que se concentran en la memoria de los antepasados y en la tradición oral. Es así como coincide con la cultura en sentido espiritual, intelectual y afectivo, que caracterizan a una sociedad, grupo social o cultura indígena, que más allá de las artes y letras engloban los modos de vida, de las diferentes culturas que existen hoy en día, tales como la cultura popular, mitos y leyendas, bailes, creencias, etc. (González, 2016)

2.3.9. Patrimonio Tangible: representan un testimonio y simbología histórico-cultural para los habitantes de una cierta comunidad. Al ser elementos de valor excepcional desde el punto de vista histórico, artístico, científico, estético o simbólico en ámbitos como el plástico, arquitectónico, urbano, arqueológico, lingüístico, sonoro, musical, audiovisual, fílmico, testimonial, documental, literario, bibliográfico, museológico o antropológico. (Chaparro, 2018)

2.3.10. Preservación: Ésta va dirigida a eliminar los daños ocasionados por factores ambientales o fortuitos que se ciernen sobre el medio que rodean a los bienes culturales. Los métodos y medios preventivos no suelen ser de aplicación directa sino que se dirigen al ambiente para controlar las condiciones micro climáticas, con objeto de erradicar los agentes nocivos o los elementos que temporal o permanentemente pueden influir en la degradación. (Bringas, 2008)

2.3.11. Recursos turísticos: Todo aquello susceptible a ser utilizado por el Turismo, es decir cualquier elemento natural, actividad humano o producto

antropológico que pueda motivar el desplazamiento con el móvil de la curiosidad o el poder realizar alguna actividad física o intelectual. (SEGITTUR, s.f)

2.3.12. Valoración: Se denomina valoración a la importancia que se le concede a una cosa o persona. Pero remite en la consideración que tiene un elemento con respecto a una mirada subjetiva. Por lo general, las valoraciones no dependen únicamente de una sola persona, sino que son procesos sociales que son difíciles de manipular. No obstante lo antedicho, cada individuo puede tener algún grado de valoración propia en función de sus circunstancias personales. (Anónimo, s.f)

CAPÍTULO III
PLANTEAMIENTO METODOLÓGICO

3.1. Hipótesis y su operacionalización

3.1.1. Hipótesis

El poblador que reside en la ciudad de San Pablo presenta bajo nivel de conciencia turística en relación a sus recursos turísticos culturales expresándose en poco conocimiento, valoración y difusión de los mismos.

3.1.2. Marco operacional

Variable	Definición conceptual	Dimensiones	Indicadores	Índices	Instrumentos y técnica
Nivel de conciencia turística del poblador que reside en la ciudad San Pablo	Rango en el que se encuentran las personas según sus actitudes o conductas frente a la conservación, importancia y valor de los bienes y servicios turísticos que posee un pueblo, como fuente de riqueza y desarrollo.	Conocimiento	<p>Conocimiento sobre los Sitios arqueológicos.</p> <p>Conocimiento sobre sus fiestas tradicionales.</p> <p>Conocimiento sobre lugares y monumentos históricos.</p> <p>Conocimiento sobre hechos históricos.</p> <p>Conocimiento sobre museos.</p> <p>Conocimiento sobre rol como ciudadano dentro del turismo.</p>	<p>- % promedio de ciudadanos que conocen la ubicación de los recursos turísticos culturales.</p> <p>- % promedio de ciudadanos que conocen la historia de los recursos turísticos culturales.</p> <p>- % promedio de ciudadanos que conocen las características de los recursos turísticos culturales.</p>	Análisis bibliográfico. Encuestas.

		<p>Valoración</p>	<p>Identificación del ciudadano con sus recursos turísticos culturales.</p> <p>Preservación de los recursos turísticos culturales por parte del ciudadano.</p> <p>Conservación de los recursos turísticos culturales por parte del ciudadano.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - % promedio de ciudadanos que afirman sentirse identificados con sus recursos turísticos culturales. - % promedio de ciudadanos que afirman realizar acciones de preservación hacia sus recursos turísticos culturales. - % promedio de ciudadanos que afirman conservar sus recursos turísticos culturales. - % promedio de ciudadanos que afirman difundir sus recursos turísticos culturales. 	<p>Entrevistas semi estructuradas.</p>
--	--	-------------------	---	--	--

3.2. Planteamiento metodológico.

3.2.1. Diseño de la investigación.

3.2.1.1. Finalidad (propósito): La presente investigación es aplicada debido a que investigaciones anteriores acerca de la conciencia turística serán tomadas como punto de partida para la realización del presente estudio.

3.2.1.2. Estrategia teórica metodológica: Se buscará obtener un conocimiento sistemático y comprobable, del nivel de conciencia turística de los pobladores que residen en la ciudad de San Pablo; medible cuantitativamente y a la vez buscando la profundidad del tema a través de descripciones cualitativas, con la finalidad de poder generar conclusiones acerca del tema.

3.2.1.3. Objetivos (alcance): Debido a que no existen estudios relacionados a nivel de conciencia turística del poblador que reside en la ciudad de San Pablo en relación al turismo cultural, es que los objetivos de la presente investigación son de carácter exploratorios, debido a que buscarán información sobre un tema aún no tratado.

3.2.1.4. Datos propios o disponibles: La investigación utilizará datos primarios y secundarios, debido a que se utilizará datos recolectados de la realidad objeto de estudio y datos existentes en la bibliografía y en diversas investigaciones publicadas, utilizando como instrumentos el análisis documental, la encuesta y la entrevista.

3.2.1.5. Control en el diseño de la prueba: el diseño de la investigación será no experimental, debido a que únicamente la variable nivel de conciencia turística del poblador que reside en la ciudad de San Pablo será observada, medida y descrita.

3.2.1.6. Secuencia temporal: la investigación es transversal, debido a que los datos serán tomados en un único período de tiempo durante el periodo de aplicación de la encuesta y/o entrevista.

3.2.2. Métodos.

Para lograr el cumplimiento de los objetivos propuestos en la presente investigación se usarán técnicas de investigación y recojo de información tanto cuantitativa como cualitativa, de tal manera que los resultados que se obtengan, sean validados de manera científica. Para la presente investigación, se aplicará el análisis documental, la encuesta y las entrevistas estructuradas y semi estructuradas a profundidad, las mismas que serán complementadas con el uso de fuentes secundarias, tales como libros, periódicos, trabajos de grado, revistas especializadas, documentos personales, diccionarios y documentos publicados en el internet.

La investigación se realizará a través de la aplicación de los métodos de investigación que a continuación se indican:

3.2.2.1. Método Hipotético deductivo: Este método permitirá a partir de la formulación de la hipótesis el hallazgo de conclusiones específicas acerca del nivel de conciencia turística del poblador que reside en la ciudad de San Pablo en relación al turismo cultural.

3.2.2.2. Método Analítico sintético: Este método permitirá descomponer el tema de la conciencia turística del poblador que reside en la ciudad de San Pablo en relación al turismo cultural en sus elementos constituyentes para poder analizarlo en profundidad. Luego del análisis detallado de las partes y sus respectivas funciones e interrelaciones encontradas, a través del método sintético se procederá a recomponerlo a fin de obtener conclusiones generales.

3.2.3. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

3.2.3.1. Análisis Documental

Como técnica de recojo de información tanto primaria como secundaria permitió el uso de información documental de organismos autorizados, como la Municipalidad Provincial de San Pablo acerca del tema de los recursos turísticos existentes dentro de su jurisdicción, específicamente del distrito de San Pablo. Los instrumentos a utilizar fueron: el análisis bibliográfico, de diferentes fuentes de información sobre el tema a tratar.

3.2.3.2. Encuesta

La encuesta construida a partir del marco operacional de variables, permitió el recojo de información cuantitativa acerca del nivel de conciencia turística del poblador que reside en la ciudad de San Pablo y su relación con el turismo cultural. Esta técnica llevó a obtener información específica acerca del conocimiento que posee y la valoración que otorga el poblador de la ciudad de San Pablo a sus recursos turísticos (sitios arqueológicos, museos, monumentos, lugares históricos, fiestas tradicionales y hechos históricos). Se utilizó como instrumento un cuestionario con preguntas previamente estructuradas que permitió medir el nivel de conciencia turística, la misma que permitió jerarquizar tanto al conocimiento como la importancia y valoración que le brinda el poblador de san pablo a los recursos turísticos culturales de su jurisdicción.

3.2.3.3. Entrevista

Para complementar los resultados cuantitativos se realizó la entrevista a representantes de instituciones u organizaciones ligados al turismo en el distrito de San Pablo. La entrevista es una técnica de recojo de información de datos cualitativos que

servió como complemento de la información estadística obtenida con la encuesta. Esto llevó a obtener mayor precisión y profundidad en las conclusiones de la investigación, se utilizaron como instrumentos a las fichas de entrevista estructurada y semi estructurada, así como elementos auxiliares tales como filmadora y grabadora las que permitieron que la información sea copiada en su integridad.

3.2.4. Técnicas para el procesamiento y análisis de datos

Este proceso consistió en el recuento, clasificación y ordenamiento estadístico de la información recogida en campo, con la finalidad de elaborar tablas y figuras con los datos recogidos a través de los instrumentos cuantitativos de recojo de información.

Para el análisis de los datos estadísticos se utilizó la estadística descriptiva mediante el uso del software de procesamiento de datos especializado MS Excel.

Los datos cualitativos obtenidos a través de la entrevista sirvieron para interpretar y profundizar la información estadística obtenida con la encuesta y su respectivo cuestionario a fin de obtener conclusiones mucho más exactas y precisas acerca del tema a tratar.

3.2.5. Población y Muestra.

3.2.5.1. Unidad de análisis:

Para los fines de la presente investigación, se han considerado como unidades de análisis a los pobladores de la Zona Urbana del distrito de San Pablo, es decir los pobladores de los barrios El Corongo, La Ermita, El Baratillo, El olivo, California, Miravalles, El Civil, La Manzanera, San Pedro Y San Gabriel.

3.2.5.2. Población:

La población del presente estudio está constituida por todos los pobladores de la Zona Urbana del distrito de San Pablo, que hacen un total de 3185 mayores de 15 años según el INEI – Censos Nacionales 2007: XI de Población y VI de Vivienda - Datos actualizados a octubre de 2014.

3.2.5.3. Muestra.

$$n = \frac{Z^2 pqN}{E^2(n-1) + Z^2 pq}$$

Dónde:

Z = Coeficiente de confianza (95% = 1.96)

E= Margen de error (5%)

p = Probabilidad de éxito (0.5)

q = Probabilidad de fracaso (1 - 0.5)

N = Población total.

Al reemplazar los datos:

$$n = \frac{(1.96)^2(0.5)(0.5)(3185)}{(0.05)^2(3185 - 1) + (1.96)^2(0.5)(0.5)}$$

$$n = 342.91$$

$$n = 343$$

CAPÍTULO IV
ESPACIO GEOGRÁFICO: SAN PABLO

4.1. Ubicación geográfica de la Provincia de San Pablo.

Geográficamente, la provincia de San Pablo está comprendida entre los 730 m.s.n.m, a la altura del pueblo de Llallán y los 4 150 m.s.n.m., en el Cerro Llagadén. La provincia de San Pablo ocupa una superficie de 672.29 Km² constituyendo el 2.01% del área departamental. La población provincial es de 23,503 habitantes (proyección al presente año 2014), de la cual el 84.45% se ubica en la zona rural; estos habitantes del área rural, donde la actividad agropecuaria es la más representativa.

La capital provincial es la Ciudad de San Pablo, ubicada en la parte central del territorio provincial, distante a 1 Km. de la margen derecha del río Yaminchad, flanqueada por los Cerros Cashorco, Yamadón, Chalaques y El Montón. Sus coordenadas geográficas son 7°6'34'' de latitud sur y 78°49'16" de longitud occidental y a una altitud de 2,365 m.s.n.m.

4.2. Límites:

- **Este:** con la provincia de Cajamarca
- **Oeste:** con la provincia de San Miguel
- **Norte:** con la provincia de Hualgayoc
- **Sur:** con la provincia de Contumazá



Figura 2: Mapa de la Provincia de San Pablo, tomado de Mapa de la Provincia de San Pablo. Recuperado de: http://www.perutoptours.com/index06sp_mapa_san_pablo.html

4.3. División política:

Políticamente la provincia de San Pablo se divide en 4 distritos: San Pablo, San Bernardino, San Luis y Tumbadén; además, cuenta con 11 Centros Poblados, 78 caseríos y 22 anexos.

4.3.1. Distrito de San Bernardino.

Tiene una superficie territorial de 167.12 Km², lo que representa el 20.8% de la superficie provincial y posee una población de 4,860 habitantes, la mayor parte de su territorio se ubica en la Yunga Marítima y otra menor en la Quechua. Sus corrientes de agua superficiales pertenecen a la cuenca del Jequetepeque, son pequeños afluentes de agua y generalmente temporales; comparativamente a los demás distritos Sampablino, la gama de cultivos y área cosechada son mayores, predominando los cultivos de la región natural Yunga; Solamente el 12.7% de sus tierras potencialmente agrícolas se cosechan anualmente. Es decir, las buenas condiciones climáticas, que posibilitan una gran variedad de cultivos de tuberosas, leguminosas y frutales, no es factible aprovecharlas en mayor amplitud debido a la escasez de agua y los métodos tradicionales de riego a gravedad.

4.3.2. Distrito de San Luis.

Tiene un territorio de 42.88 Km²; alberga una población de 1,306 habitantes, su única región natural es la Yunga Marítima (650-2300 m.s.n.m). Los principales recursos naturales son las tierras de uso agrícola y pastos naturales, calculados en 1107 Has y 650 Has respectivamente.

Existe poca variedad de cultivos entre los que tenemos: arveja, maíz amiláceo, maíz amarillo duro, trigo, yuca, chirimoyo, mango, palto, plátano.

El ganado se alimenta fundamentalmente con pastos naturales y rastrojos; el vacuno criollo es considerado como de gran importancia económica por ser usado por su triple propósito (carne, leche y trabajo).

4.3.3. Distrito de Tumbadén.

El territorio Distrital de 264.37 Km² es el más extenso de la provincia, y una población de 3,645 habitantes ocupa las regiones naturales de la Quechua que es pequeña y la Jalca o Suni que es la más extensa; las tierras de uso agrícola ocupan 4160 Has. En tanto que los pastos naturales 12553 Has.

La actividad agropecuaria es la principal fuente de ocupación o ingresos económicos; destacando la ganadería como la de mayor importancia económica. Este distrito ocupa el primer lugar en la crianza de ganado lechero comercializando aproximadamente 12000 litros diarios de leche fresca a las empresas NESTLE y GLORIA.

4.3.4. Distrito de San Pablo (ámbito de estudio)

Ocupa un territorio de 197.92 Km². Lo que representa el 29.5% de la superficie provincial; la mayor parte de su territorio se ubica en la Yunga Marítima, otra menor en la Quechua y una más pequeña en la Jalca.

Las principales actividades socioeconómicas son; la actividad agropecuaria, el comercio y los servicios; la actividad agropecuaria (agricultura - ganadería) ambas de carácter extensivo y practicadas complementariamente. Predominan los campesinos en situación de pobreza que eventualmente trabajan como asalariados agrícolas o salen a otras localidades. Su producción agrícola es variada cultivan desde frutales y productos alimenticios, palta, lima, limón, chirimoya, granadilla, camote, yuca, caña de azúcar pasando por productos de clima templado como maíz amiláceo, arveja, lenteja; hasta los de clima frío como ocas, ollucos, chochos, siendo casi la totalidad de estos productos son para autoconsumo y el excedente para la venta local.

4.3.4.1. Población

Tabla 2

Población del distrito de San Pablo.

Departamento / provincia / distrito	Total			Urbano			Rural		
	Total	Hombre	Mujer	Total	Hombre	Mujer	Total	Hombre	Mujer
061200 San Pablo	23 114	11 261	11 853	3 594	1 734	1 860	19 520	9 527	9 993
061201 San Pablo	13 347	6 401	6 946	3 185	1 524	1 661	10 162	4 877	5 285
061202 San Bernardino	4 710	2 361	2 349	179	96	83	4 531	2 265	2 266
061203 San Luis	1 406	715	691	96	51	45	1 310	664	646
061204 Tumbadén	3 651	1 784	1 867	134	63	71	3 517	1 721	1 796

Fuente: Compendio Estadístico Cajamarca 2015- INEI

4.3.4.2. División Política

El distrito de San Pablo está dividido en siete centros poblados, treinta y seis caseríos y quince anexos que son los siguientes:

Tabla 3

División política del Distrito de San Pablo.

Centro Poblado		Caserío		Anexo			
Nº	Nombre	Nº	Nombre	Nº	Nombre		
1	Ciudad de San Pablo	1	Iglesiapampa	1	Pampa de Molino		
		2	Yaminchad				
		3	El Ingenio				
		4	La Chonta				
		5	La Totorá				
		6	Sogomayo			2	El Civil
		7	El Lloque				
		8	La Pampa				
		9	Lalaquish Alto				
		10	Lalaquish Bajo				
		11	Santa Rosa de Chumbil				
		12	Chorro Blanco				
		13	Sarapacha				

2	Callancas	14	Yerba Buena	3	Belén Callancas
		15	Las Vizcachas		
		16	El Rejo de Callancas		
		17	Yerba santa		
		18	Cachipamapa		
		19	Santa Rosa de Callancas		
		20	Patiño		
		21	Curacocha		
3	Santa Rosa de Unanca	22	Santa Rosa Baja	4	Palo Blanco
		23	San Ignacio	5	San Ignacio Alto
		24	Nuevo Loreto		
4	La Capilla de Unanca	25	Carrerapampa		
		26	Dos de Mayo	6	Carrerapampa
		27	El Rejo	7	Capilla Alta
5	Cuzcudén (Mangallpa)	28	SantaPauladeChumbil		
		29	El Porvenir		
		30	Succhabamba	8	La Capilla
		31	Cardon Alto	9	La Loma
		32	Cardon Bajo	1 0	El Naranjo
6	Jancos	33	Jancos Alto	1 1	El Chirimoyo
		3 4	El Palto	1 2	El ajos
				1 3	El Prado
7	Kuntur Wasi	35	Cerro Blanco	1 4	La Paccha

Fuente: Plan de Desarrollo Concertado, Provincia de San Pablo, 2015-2025.

4.3.4.3. Demanda Turística

Tabla 4

Demanda turística del Distrito de San Pablo.

AÑO / MES	Turistas Nacionales	Turistas Extranjeros	Total
2013-2014	5134	256	5390
2014-2015	6828	257	7085
2015-2016	5589	196	5785
Enero	185	1	186
Febrero	154	5	159
Marzo	151	2	153
Abril	143	8	151
Mayo	192	34	226
Junio	751	9	760
Julio	549	15	564
Agosto	525	99	624
Septiembre	780	24	804
Octubre	566	24	590
Noviembre	670	38	708
Diciembre	301	20	321

Fuente: Datos de la Asociación Cultural Kuntur Wasi 2017.

CAPÍTULO V
RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Presentación de resultados

En el siguiente acápite se presentan los resultados obtenidos a través de los instrumentos de recolección de información, estos resultados se encuentran sistematizados en figuras estadísticas, realizándose la presentación de acuerdo a las frecuencias porcentuales de cada ítem.

La presentación de resultados se realizó de acuerdo a los objetivos propuestos para la investigación.

De acuerdo a la recolección y procesamiento de datos obtenidos a partir de la aplicación de encuestas y sus respectivos cuestionarios a los pobladores de la ciudad de San Pablo, acerca del nivel de conciencia turística y su relación con el turismo cultural, se han obtenido los siguientes resultados:

5.1. Recursos turísticos culturales del distrito de San Pablo.

5.1.1. Patrimonio Tangible

5.1.1.1. Sitio Arqueológico Kuntur Wasi.

Es el más importante complejo arqueológico de la provincia de San Pablo, donde se encontró el oro más antiguo de América. Kuntur Wasi es un sitio arqueológico que data del Formativo Inferior, se encuentra ubicado en cima del cerro La Copa a 2,273 m.s.n.m. en el centro poblado del mismo nombre, en la provincia de San Pablo, departamento de Cajamarca, en el país Perú. En la lengua quechua Kuntur Wasi significa "Casa del Cóndor". (VER APÉNDICE N° 8)

Según el arqueólogo japonés, Yoshio Onuki, estudioso principal de este sitio arqueológico, Kuntur Wasi es una expresión prechavín, pero que posteriormente posee una gran influencia no solo de Chavín sino también de Cupisnique, especialmente en la orfebrería y la cerámica.

Fue visitado por el arqueólogo francés Bendelier en 1882. Posteriormente, en junio de 1946 es explorado en una expedición conformada por arqueólogos del Museo Nacional de Arqueología y Antropología dirigida por el Dr. Julio C. Tello. La denominación "Kuntur Wasi" se debe a que al parecer este templo o centro ceremonial estuvo dedicado a rendirle culto al Cóndor. Es un centro ceremonial que pertenece a los periodos Inicial y Horizonte Temprano, con una antigüedad ocupacional aproximada de 1100 años a.C. Está conformado por plataformas y plazas superpuestas sostenidas por muros de piedras de grandes proporciones, sobre las que existían varios recintos. En la plataforma superior se encontraban las capillas y construcciones sagradas, lamentablemente ahora solo quedan escombros. Destaca el edificio principal en forma de pirámide escalonada rectangular, con 4 terrazas, las cuales terminan en una cima nivelada que ocupa 13 hectáreas.

Los resultados de las excavaciones efectuadas en el Templo Ceremonial de Kuntur Wasi han logrado definir la secuencia cronológica y ocupacional del sitio, dividida en cuatro fases:

Fase Ídolo (1100-800 a.C.), Es la primera fase de ocupación en el sitio, donde se construyó en el centro ceremonial conformado por pequeñas plataformas y plazas, cuyos pisos fueron elaborados y enlucidos con cal de color blanco.

Fase Kuntur Wasi (800-500 a.C.), es la fase donde se construye un nuevo complejo ceremonial con grandes terrazas, que origina un cambio en el cerro de la forma escalonada. La cima fue transformada en una gran plataforma con muros de contención. Un sistema de escaleras centrales fue construido en la fachada principal del lado Norte de las terrazas, dando como resultado un complejo de plataformas y plaza en forma de la letra U.

Fase Copa (500-250 a.C.), en esta fase se realiza la modificación del complejo ceremonial, y algunos espacios arquitectónicos se abandonaron mientras que el sistema de canales de drenaje fue mejorado.

Fase Sotera (250 a.C.-50 d.C.), esta fase comparte similares características a las de la fase Layzón del Valle de Cajamarca. En esta época el Templo Kuntur Wasi deja de funcionar como un centro ceremonial.

Uno de los hallazgos más significativos de las excavaciones ejecutadas por los arqueólogos japoneses son las tumbas correspondientes a la fase Kuntur Wasi del monumento (800 a 500 a.C.), en las que se encontraron cadáveres cubiertos con colorantes rojos, rodeado de ofrendas y varios objetos, algunos de oro, ubicados bajo el piso de la plataforma central. Cabe resaltar que está administrado por el Instituto Nacional de Cultura Cajamarca. (Arqueotur, s.f.)

El estado actual del Sitio Arqueológico Kuntur Wasi es regular, dado que no se le ha dado conservación durante mucho tiempo, solo una parte del templo está a la vista de los visitantes, lo demás está enterrado. Por otro lado, si está acondicionado con señalización, botes de residuos sólidos, caseta de vigilancia, y bancas a lo largo de todo el camino.

En cuanto a infraestructura se puede encontrar: infraestructura básica (servicio de agua, servicio de energía eléctrica y alcantarillado), comunicaciones (señal de internet, telefonía fija y móvil, radio, televisión); también existe una casa hospedaje frente al Museo de Sitio, restaurantes y kioscos, en el centro poblado de Kuntur Wasi.

El acceso para llegar a Kuntur Wasi puede ser mediante dos rutas: Cajamarca - San Pablo - Kuntur Wasi, duración 1 hora 30 minutos/73km, o Chilite - Kuntur Wasi, duración 30 minutos /25 km.

Para ingresar al recurso es previa presentación de boleto, precio: adultos 8 soles, estudiantes y niños 5 soles.

El horario de visitas es: 8:00 am hasta 5:30 pm (todos los días).

5.1.1.2. Museo de Sitio Kuntur Wasi.

El Museo Kuntur Wasi fue inaugurado el 15 de octubre de 1994, desde entonces es reconocido oficialmente por el Instituto Nacional de Cultura como custodio de los objetos rescatados en las excavaciones arqueológicas realizadas durante las 12 temporadas de investigación (1988-2002) de la Misión Japonesa, también con el apoyo económico brindado por la Embajada de Japón en el Perú y la colaboración de los pobladores.

El museo exhibe todas las piezas auténticas de orfebrería, cerámica, piedra y hueso de las nueve tumbas ceremoniales y otros objetos muy originales por sus formas y acabados. (VER APÉNDICE N° 9)

El museo posee dos plantas con las siguientes salas de exposición; sala de oro, sala de etnográfica, y una sala geográfica; donde se exhibe todas las piezas de las 9 tumbas ceremoniales y otros objetos, no solamente de cerámica sino también de piedra, metal, hueso, textiles, y elementos naturales encontrados durante las excavaciones en el complejo Kuntur Wasi.

Los servicios que dispone incluyen la sala de conferencias, audiovisuales, gabinete de arqueología, casa o residencia del arqueólogo.

El Museo cuenta con infraestructura básica (servicio de agua, energía eléctrica y alcantarillado); servicio de telefonía fija y móvil, y también cuenta con alojamiento.

El acceso puede ser mediante dos rutas: Cajamarca - San Pablo - Kuntur Wasi, duración 1 hora 30 minutos/73km, o Chilete - Kuntur Wasi, duración 30 minutos /25 km.

Horario de atención: 10:00 am a 5:30 pm, de martes a domingo, administrado por pobladores del centro poblado de Kuntur Wasi (Sociedad Civil), quienes han conformado la Asociación Cultural

Kuntur Wasi y de ese modo se organizan para realizar cada una de las labores necesarias dentro del museo.

5.1.1.3. Pinturas Rupestres de Cashorco.

Las Pinturas Rupestres de Cashorco (que significa cerro de espinas), se encuentran a 2398 m.s.n.m., en un cerro del mismo nombre, ubicado a la margen izquierda del río Yaminchad, a 1 km. al este de la ciudad de San Pablo. Además de ser un mirador natural, en sus abrigos rocosos se encuentran varias pinturas rupestres de diversas características y formas, como la de una serpiente y un camélido, las cuales se ubican en una roca inclinada adherida al cerro, de aproximadamente 90 m². (VER APÉNDICE N° 10)

En la cima, la que es una amplia planicie se observan las siluetas de dos construcciones piramidales.

En la parte noreste se puede observar abrigos rocosos y cuevas, en algunas de ellas se muestran edificaciones antiguas, en estado ruinoso utilizadas como tumbas.

El cerro está cubierto de una exuberante vegetación como: taya o tara, zarza, espino, tuyo, achupalla, pino, eucalipto, tuna, sauco, mote mote, etc.

El acceso es vía terrestre, se puede llegar hasta el caserío Yaminchad, mediante: automóvil particular, moto taxi, moto lineal o caminando; luego se sigue la ruta caminando 30 minutos aproximadamente, desde el caserío Yaminchad – Pinturas Rupestres de Cashorco.

El estado actual del recurso es malo: El paso del tiempo, la falta de limpieza, mantenimiento y señalización han hecho que las pinturas rupestres se vayan deteriorando, perdiendo la visibilidad de su forma original.

El ingreso es libre, se puede visitar durante todo el año, en un horario recomendable de 8:00 am a 4:00 pm.

En el caserío Yaminchad se puede encontrar los servicios básicos de agua, energía eléctrica, telefonía móvil, y Kioscos.

5.1.1.4. Ventanillas de Cerro Blanco.

Se ubican en el cerro del mismo nombre, en el caserío de Capellanía a 2240 m.s.n.m., a una distancia de 6.5 kilómetros y 15 minutos en automóvil desde la ciudad de San Pablo.

Son hornacinas o comúnmente llamadas ventanillas, trabajadas en la pared rocosa y en el piso, en un número aproximado de 50 en diferentes dimensiones y formas, estas probablemente se emplearon como tumbas; además se puede encontrar en el lugar gran cantidad de restos de cerámica. (VER APÉNDICE N° 11)

Se consideran como legado arqueológico de los antepasados. Mediante la realización de estudios se puede determinar la antigüedad y tal vez la cultura a la cual pertenecieron.

Para llegar a las Ventanillas de Cerro Blanco se inicia una caminata desde el caserío de Capellanía, cuesta arriba por un camino de herradura, que llega a la parte más alta del cerro, la caminata dura aproximadamente 1 hora 30 minutos.

El estado actual del recurso es malo: por la falta de conservación, éste se encuentra lleno de maleza, impidiendo observar con total claridad las ventanillas.

El ingreso es semi-restringido (previo permiso) puesto que es propiedad privada.

Durante el recorrido hacia las Ventanillas se pueden realizar diferentes actividades como: Observación de aves, flora, fauna, hermosos paisajes, toma de fotografías y filmaciones, etc.

Servicios básicos de agua, energía eléctrica, alcantarillado, telefonía móvil se encuentran en el caserío de Capellanía.

5.1.1.5. Monumento de la Batalla de San Pablo.

Es un obelisco de piedra, construido en una de las laderas del cerro llamado El Montón el que fue parte del escenario de la batalla del 13 de julio de 1882, levantado en homenaje a los héroes peruanos que ofrendaron su vida durante esta batalla, significa el triunfo de las fuerzas peruanas contra los invasores chilenos durante la infausta Guerra del Pacífico. (VER APÉNDICE N° 12)

Se construyó hacia el año 1922, siendo alcalde el presbítero de la parroquia de San Pablo Dr. Neptalí Pajares Barba.

El obelisco es de aproximadamente 10 metros de altura, en éste se conservan placas de bronce entregadas por: El Ejército Peruano, la Célula Parlamentaria Aprista, Municipalidad Provincial de Cajamarca, el Consejo Provincial de San Pablo y de una promoción del colegio San Ramón; dichas placas se colocaron con motivo del primer centenario de la Batalla de San Pablo, a dicha ceremonia asistieron importantes personalidades, en ese entonces el presidente del Perú Belaunde Terry, ministros de estado, delegaciones de los pueblos que participaron en la Batalla y numerosa delegación del Colegio San Ramón.

Todo el escenario de la Batalla de San Pablo, donde se encuentra el obelisco, fue declarado Monumento Histórico con Resolución Directoral Nacional N° 889/INC de fecha 6 de junio de 2006.

Anualmente el 13 de julio, se celebra en el lugar una ceremonia cívica conmemorativa a la batalla de San Pablo.

El estado actual del recurso no es del todo bueno dado a la falta de señalización, mantenimiento, la gran cantidad de pasto alrededor y un cerco que limite el mismo.

Se ubica a tan solo 800 metros de la ciudad, y el acceso puede ser en automóvil o caminando, las visitas pueden ser durante todo el año,

recomendable de 9:00 am a 6:00 pm (todos los días). El ingreso es libre.

En la ciudad de San Pablo existe infraestructura básica (servicio de agua, energía eléctrica y alcantarillado); servicio de telefonía fija y móvil, internet, agentes y bancos, hoteles, casas hospedaje, restaurantes, discotecas y venta de artesanía.

5.1.1.6. Arco del Triunfo.

El Arco del Triunfo se ubica a la entrada del Pueblo de San Pablo, cerca al Obelisco del 13 de julio, este arco representa en un lado las escenas gloriosas de la Batalla de San Pablo donde salieron victoriosos ante el enemigo Chileno, y en el otro lado se observan imágenes de las actividades cotidianas que se desarrollan en la provincia de San Pablo como alfarería de Cuzcudén- Mangallpa, cosecha de papas, entre otras. (VER APÉNDICE N° 13)

El arco se terminó de construir en el año 1996, siendo alcalde Luis Cabanillas.

La falta de conservación de las imágenes esculpidas en el arco se ve reflejado en el deterioro de la estructura y pintura de las mismas, falta de limpieza y restauración.

El recurso es de fácil acceso, se encuentra muy cerca al Monumento de la Batalla de San Pablo, se puede visitar cualquier hora durante el día o la noche.

En la ciudad de San Pablo existe infraestructura básica (servicio de agua, energía eléctrica y alcantarillado); servicio de telefonía fija y móvil, internet, agentes y bancos, hoteles, casas hospedaje, restaurantes, discotecas y venta de artesanía.

5.1.1.7. Iglesia Matriz de San Pablo.

La Iglesia Matriz del distrito de San Pablo se ubica en la Plaza de armas de la ciudad, a 2388 m.s.n.m. exactamente en el jirón Lima, a unos metros de las instalaciones de la Municipalidad.

Su construcción data aproximadamente del año 1700, está hecha con material de adobe, y tiene un techo de calamina a dos aguas. Consta de una sola nave, en la parte superior de la fachada se encuentran tres torres de forma hexagonal con ventanas ojivales en cada lado, hechas de madera con una cruz sobre el techo. La torre del centro, que tiene más altura, ostenta un gran reloj. La entrada principal se compone de un pequeño atrio que conduce a la puerta frontal, compuesta de dos hojas con la parte superior redondeada, y sobre ella una pequeña ventana en forma de flor. La pared tiene líneas en forma horizontal que van de extremo a extremo.

El retablo está hecho de madera, con franjas bañadas en pan de oro. La imagen principal es la del Señor de los Milagros, y sobre ella está la Inmaculada Concepción, al lado derecho están Santo Domingo y San Pedro, y a la izquierda San Francisco de Asís y San Pablo; también hay otros retablos en menor tamaño, que están ubicados a cada lado de las paredes y acogen en sus pequeñas hornacinas las imágenes de otros santos, tales como: San José, Virgen de las Mercedes, Virgen del Carmen, Señor de la Columna, Sagrado Corazón de Jesús, Virgen de los Dolores, etc. (VER APÉNDICE N°14)

Además, se encuentra el púlpito al lado derecho del altar principal. La mesa del altar está hecha de piedra tallada y tiene la imagen de la Última Cena.

La Iglesia Matriz fue restaurada en junio del 2006, en el gobierno del Señor Armando Chavarry Cholán, y en el 2017 se restauraron dos torres.

Junto a la iglesia se encuentra la casa parroquial. El estado actual de la Iglesia Matriz es bueno, puesto que el encargado y todos los feligreses la conservan y preservan siempre. Cuenta con todos los servicios: agua, luz, desagüe.

5.1.2. Patrimonio Intangible

5.1.2.1. Historia de la Batalla de San Pablo.

La Guerra del Pacífico dejó incalculables pérdidas para el Perú sobre todo en vidas humanas, la población civil también tomó parte en esta gesta, pues no podía permanecer indiferente ante el aniquilamiento de la juventud peruana en cada enfrentamiento bélico, mientras la brutal avalancha araucana avanzaba cada vez más hacia el norte destrozando el país.

A fines del mes de mayo de 1882, los chilenos que estuvieron en la costa de Pacasmayo, decidieron invadir la sierra por lo que su marcha fue por los pueblos de San Pedro de Lloc, tembladera, Llallán, Las Paltas, y finalmente, llegaron un destacamento de las tropas chilenas a la villa de San Pablo un cuatro de junio de 1882, sembrando el terror y el pánico en cada pueblo que pisaban.

Los Chilenos En San Pablo: Al mando de coronel Saldaña, los oficiales chilenos tomaron posada en las casas de familias más ricas de San Pablo, como fueron las casas del Sr. Simón Castañeda, Marcelino de los Ríos alcalde de ese tiempo, también se alojaron en la casa del inglés Guillermo Suterland, que era cuñado del gobernador de ese entonces don Jacinto Moncada Ahumada, y en la iglesia matriz de San Pablo como cuartel general, de inmediato empezaron a saquear el pueblo sin ningún miramiento arrasando con todo a su paso con acciones de pillaje e impusieron cupos a la población, obligándolos a entregar víveres y ganados para el ejército chileno.

Ante tantos atropellos gran parte de la población se refugió en la hacienda de Tuñad que era propiedad del Sr. Simón Castañeda, que está ubicada en la parte sureste de la provincia de San Pablo y en la hacienda de capellanía de propiedad del señor Ruperto Castañeda, y muchos Sampablino optaron por buscar refugio en los cerros que circundan la ciudad o en el desván de sus casas, preparaban sus alimentos durante la noche para no ser visto el humo de sus fogatas, los más pudientes marcharon a Quilcate, Cochán y otros lugares lejanos para evitar ser víctimas de las innumerables vejámenes que cometían los invasores, una noche cuatro chilenos incursionaron en las viviendas adyacentes, para cometer robos y abusos pero por la destreza y valentía de los nuestros fueron rodeados por un numeroso grupo de campesinos, los golpearon y fueron lanzados hacia los barrancos pero uno de ellos logro salvarse y fue a dar aviso a sus jefes, quienes ordenaron la captura del hacendado de la capellanía , pero don Ruperto Castañeda logró su libertad a cambio de la entrega de sus mejores caballos de su hacienda a los chilenos.

El 3 de julio de 1882, reunidos en casa de don Vicente Pita varios grupos de enardecidos jóvenes de los barrios, que no pudieron realizar el ataque a los chilenos en la noche del 29 de junio, bajo un directorio compuesto de distinguidos patriotas acordó atacar al enemigo a la base de su cuartel de San Pablo; conformado por alumnos del colegio “San Ramón”, el escuadrón “Vencedores de Cajamarca”, el Batallón Trujillo N° 1, pobladores Sampablino y con la plausible actividad del gobernador don Jacinto Moncada Ahumada y una columna de artillería dirigidos todos, por el entonces coronel miguel iglesias que a duras penas contaba con un cañoncito antiguo de factura “El Malcriado” y con apoyo de modestas fuerzas peruanas de las columnas voluntarias de Cajamarca, chota Bambamarca, Hualgayoc, Llapa y San Miguel, e inmediatamente voluntarios de la zona

formaron sus respectivas compañías y llenos de coraje y el amor a su tierra salieron dispuestos a luchar.

Fueron muchos los alumnos y ex alumnos del colegio san ramón como don Gregorio Pita, José Manuel Quiroz y Enrique Villanueva que participaron en esta batalla de san pablo junto las tropas peruanas.

El inicio de la batalla: Eran las 6.30 de la mañana, del 13 de julio de 1882, en que se inició esta batalla al pie del cerro “El Montón” donde los Sampablino y cajamarquinos lucharon con arrojo y valentía.

Pero frente a la superioridad numérica, en munición, armamento y posiciones estratégicas, nuevamente ganaron terreno los chilenos. Se tuvo que ordenar el repliegue, hacia el lugar denominado “La Laguna” después de una heroica resistencia.

Los chilenos no permitieron una retirada ordenada y remataron con su caballería, cometiendo una serie de excesos con los heridos, produciéndose una horrenda escena, llamada “el repase”, mutilaban a los heridos de la forma más cruel.

La segunda división comandada por el Coronel Callirgos Quiroga, después de una travesía muy accidentada que lo retrasó llegó y causó estragos al invasor que posicionado en las alturas del cerro “El Cardón” el primer tiro de cañón fue muy efectivo y causó estragos y caídas en el ejército chileno. Inmediatamente los peruanos actuando con celeridad y arrojo, descendieron de los cerros causando desconcierto al enemigo.

El empuje de las fuerzas fue tal que el enemigo chileno se replegó, ocupando San Pablo y batiéndose en forma desordenada, dejando en el campo de batalla, armamento, equipo, munición y caballos. Luego tomaron el camino de huida hacia San Luis y Lllallán en fuga desesperada hacia Pacasmayo. Cuando habían sido derrotados, habiendo mordido el polvo de la derrota, incendiaron el pueblo de San Luis.

El fin de la batalla: Eran las 10.30 de la mañana y esta batalla llegó a su culminación, una hora más tarde se izaba nuestro pabellón nacional en la Plaza de Armas de San Pablo.

La historia reconoce a los estudiantes del colegio San Ramón, caídos heroicamente de igual manera al teniente Néstor Batanero Infantes quien al frente de siete soldados Sampablino supo contener a un pelotón de chilenos, su cuerpo estaba de pie, apoyado en su bayoneta de su rifle. Él estaba muerto, pero aun así en esa posición desafiaba al enemigo.

En el momento de recojo de los cadáveres se encontraban yacentes en el campo de batalla ex alumnos, profesores, ciudadanos Sampablino y Cajamarquinos.

5.1.2.2. Fiesta costumbrista Vírgenes de Cuñish.

La fiesta costumbrista Vírgenes de Cuñish se celebra la primera y segunda semana del mes de octubre de cada año.

Esta festividad se inicia en el anexo El Carrizo, caserío La Laguna, con las novenas y el rezo del rosario en honor a “La Patrona Virgen del Rosario”, o comúnmente llamada Virgen Grande, dicha imagen se despide de su capilla, el primer sábado de octubre, rumbo a la ciudad de San Pablo, y es trasladada por el anexo La Paccha, mediante una trocha carrozable. Todos sus fieles devotos la acompañan durante el recorrido, con bandas, cohetes y canticos. Al llegar a la ciudad de San Pablo el mayordomo, que fue en el año 2016 el Sr. Segundo Saldaña Bazán, la recibe, con banda y cohetes, y la decoración de su casa con quintos (decoración de frutas, bebidas gaseosas, etc. colgadas en el techo); a esta imagen se la venera en cada casa de los mayordomos, por un lapso de ocho días, realizando el rezo del rosario; todas las actividades que concierne a la fecha se acompañan con la repartición de chicha de jora, cena, café, queso, rosquitas; también se hace baile.

La Capilla donde se encuentra esta imagen de la Virgen del Rosario, tiene 5 años de antigüedad. (VER APÉNDICE N° 15)

Mientras la imagen de La Patrona Virgen del Rosario es velada en la ciudad de San Pablo, en el Caserío de Cuñish Alto se realizan las novenas en honor a La Virgen “La Ingolita”, comúnmente llamada Virgen Mediana, dicha imagen es trasladada el segundo jueves del mes de octubre, por el anexo La Paccha, acompañada de sus fieles devoto, de bandas, cohetes y canticos, hasta llegar a la ciudad de San Pablo, Donde la recibió una de sus devotas, que fue en el año 2016, la Sra. Luisa Palomino Peralta, quien la tuvo en su hogar por tres días, realizándose veladas y toda una festividad que incluye cena y baile, en honor a dicha imagen. La Capilla donde se encuentra La Virgen “La Ingolita”, tiene 18 años de antigüedad.

Al día siguiente del traslado de La Virgen “La Ingolita”, el segundo viernes de octubre, son trasladadas del caserío de Cuñish Bajo, Las Vírgenes del Rosario y Guadalupe, conocidas como Las Cuñishinas, quienes previo a su despedida y ascensión, son veladas en su capilla, una semana antes; Las Cuñishinas son trasladadas por el caserío Cuñish Alto y anexo la Paccha, acompañadas de sus fieles devotos, bandas, cohetes y canticos, hasta llegar a la ciudad de San Pablo, donde las recibió en el año 2016, su fiel devota, la Sra. Aurora Suarez, realizando veladas cada noche, baile y cena para todos los asistentes.

La capilla donde se encuentran La Cuñishinas, tiene tres años de antigüedad.

Según el relato del Sr. Edwin Palomino Díaz, las tres vírgenes “La Patrona Virgen del Rosario, Virgen La Ingolita y La Virgen del Rosario”, fueron traídas desde la ciudad capital Lima, en el año 1860, y fueron llevadas al Fundo Antiborco, siendo propietario el abuelo del Sr. Miguel Cabanillas; estas vírgenes tenían su capilla en la parte baja del caserío Cuñish Bajo, pero por la humedad que existe en la zona, esta se destruyó partiéndose en dos, al ver esto, sus devotos inician la

construcción de una nueva capilla ubicada en el caserío de Cuñish Alto, la cual duró alrededor de 135 años, sin embargo también se destruyó; posterior a este acontecimiento sus devotos colaboraron con terreno, mano de obra y materiales, etc. para construir las capillas respectivas, que en la actualidad se encuentran en: en el anexo El Carrizo, la capilla de la imagen La Patrona Virgen del Rosario, en el caserío Cuñish Alto, la capilla en honor a la virgen La Ingolita y en el caserío Cuñish Bajo la capilla donde se veneran las imágenes de La Virgen del Rosario y de Guadalupe; estas tres capillas tienen la misma forma y diseño.

Al fallecer el abuelo del Sr. Miguel Cabanillas, se queda como propietario de la imagen de “La Patrona Virgen del Rosario”, la Sra. Soila Castañeda, y Familia Vigo Cruzado, pasando posteriormente a la Sra. Sarita Cruzado, luego pasó a manos de la Sra. Arlita Cruzado Huamán, posteriormente se hizo cargo la Sra. Fabiola Cruzado Vigo. En la actualidad se encuentra en el anexo El Carrizo, donde se realiza la fiesta en el mes de octubre, y tiene como mayordomo y devoto al Sr. Fortunato Moncada Cruzado.

Además, con el fallecimiento del abuelo del Sr. Miguel Cabanillas, en el año 1929, el Sr. Isidro Hernández le regala a la Sra. Fabiola Cruzado Vigo, la imagen de La Virgen Guadalupe, celebrándose en la actualidad su festividad como Vírgenes Cuñishinas; según el relato del Sr. Felipe Vigo Román, esposo de la Sra. Olinda Cabanillas Chávez, actual propietaria de la virgen, cuenta que la actual Virgen del Rosario es una imagen hecha hace pocos años, pues la Virgen anterior se apolillo y fue enterrada en el cementerio de San Pablo , comprando así una nueva imagen para la veneración.

Finalmente la “Virgen Ingolita” perteneció a la Sra.: Josefina Velesmoro Dávila y en la actualidad está a cargo de la Sra. Edelmira Cabanillas Velesmoro.

5.1.2.3. Fiesta Patronal San Juan Bautista.

Cuenta la historia que, la festividad en honor a San Juan Bautista se inició en los años de formación de la ciudad de San Pablo, en el que ahora es barrio La Ermita (antes San Juan Pampa), desde que empezaron a establecerse familias, eso data de los primeros años de la conquista, teniendo como referencia que San Pablo fue fundada por Pizarro.

Se cuenta que una señora María Quilcate, en ese entonces tuvo una imagen de San Juan Bautista en su casa, y para dar más realce a la festividad decidió donarla al pueblo. Antes de la guerra con Chile, se construyó una pequeña capilla, donde se veneraba a la actual imagen de San Juan Bautista, es una fiesta muy antigua, haciendo referencia al expediente del juicio que padeció un Sampablino mestizo, llamado Juan Santos de los Reyes, que en el año 1695 fue denunciado por practicar la hechicería, y padeció prisión hasta el año 1715 aproximadamente, este señor aparece en el documento como mayordomo de la fiesta de San Juan Bautista en San Pablo, siendo esta indicación prueba de la antigüedad de esta celebración religiosa de la fe católica.

Esta festividad solemne y religiosa en honor a su santo patrón San Juan Bautista se celebra en la capilla San Juan e inmediaciones de la plazuela del mismo nombre, ubicadas entre los jirones Cajamarca y Tomás P Flores, barrio La Ermita, es la principal fiesta realizada en la provincia se lleva a cabo del 12 al 29 de junio (fecha movable) siendo el día central el 24. (VER APÉNDICE N° 16)

Cada año al conmemorarse con ferviente fe y alegría la fiesta patronal en honor al santo patrón San Juan Bautista, la ciudad de San Pablo se viste de gala, para recibir a todos sus hijos que los vio nacer y al público en general, para participar de esta gran e importante celebración.

Para dar realce a esta festividad se realizan diversas e interesantes actividades culturales, deportivas, religiosas y sociales entre las cuales destacan: novenas ofrecidas por sus fieles devotos, con la participación de la banda de músicos y realizadas en la capilla San Juan Bautista, misa en la Capilla San Juan y procesión el día central de fiesta el 24 de junio día en el que diferentes instituciones realizan alfombras en el piso, a lo largo de todo el jirón Lima (VER APÉNDICE N° 17) ; también hay campeonatos de fútbol inter distritales y fútbol master, maratón escolar, corrida de toros, bailes sociales, los que son amenizados por orquestas de renombre nacional, además la quema de fuegos artificiales, cohetes, luces, bengalas y bombardas.

Sumado a esta gran celebración, están las actividades realizadas en honor a San Pablo apóstol, siendo el día central el 29 de junio. Los fieles devotos ofrecen misa en su honor y también la peregrinación a las grutas de San Pedro y San Pablo, donde se encuentran las imágenes pintadas en la pared rocosa.

La tradición y las diferentes costumbres originan gran entusiasmo en los Sampablinos y el turista, para que participen de esta gran festividad.

5.1.2.4. Fiesta Patronal Señor de los Milagros.

La actual imagen del Señor de los Milagros, fue encontrada un 14 de septiembre, fecha en la que hoy en día se celebra la fiesta patronal, aproximadamente en el año 1702, en lo que ahora es el pueblo de San Luis Grande; según cuenta la historia, fue revelada la existencia de la imagen, a una humilde mujer, la que soñó su ubicación, y al despertar comunico a los vecinos, los que lograron desenterrar dicha imagen escultórica, procediendo a edificar su iglesia, y más tarde comenzó a celebrarse este hallazgo milagroso, posteriormente convirtiéndose esta festividad en una de las más importantes del norte del país, por la afluencia de centenares de peregrinos, de distintos puntos, tanto de la costa norte como del ámbito de la región Cajamarca, dada la creencia y fe de sus milagros.

Esta celebración se llevó a cabo anualmente, hasta 1881 en San Luis Grande, y en el año 1882, después de la Batalla del 13 de julio, los chilenos que huyeron rumbo a Tembladera, al pasar por San Luis, con el propósito de distraer a sus perseguidores peruanos, pasaron quemando la iglesia donde se encontraba la imagen del Señor de Los Milagros, afortunadamente los vecinos lograron salvar la imagen del fatal incendio, al quedar la iglesia destruida, la imagen fue trasladada a la Iglesia Matriz de San Pablo, donde se continua celebrando dicha festividad. (VER APÉNDICE N°18)

Fiesta solemne y religiosa que se realiza, en la Iglesia Matriz, y en las inmediaciones de la plaza de armas de la ciudad, siendo una de las festividades más importantes del distrito, la cual se lleva a cabo del 03 al 15 de setiembre (fecha movable) siendo siempre el día central el 14.

El cálido y acogedor pueblo de San Pablo, en el mes de la primavera, se engalana para recibir con alegría a sus hijos que retornan a la tierra que los vio nacer, así mismo a los predilectos amigos de las provincias vecinas y al público en general; con el motivo de la realización de una

de sus celebraciones más importantes, dentro de la cual se realizan una serie de actividades culturales, religiosas y sociales, entre ellas tenemos: las novenas ofrecidas por los fieles devotos, misas y procesión de la santa imagen del Señor de los Milagros, campeonatos de futbol y fulbito interinstitucionales, juegos florales regional para las instituciones educativas, concurso de marinera, festival de danzas, quema de vistosos fuegos artificiales, cohetes y castillos, corrida toros, bailes sociales amenizados por diferentes orquestas locales y nacionales de renombre. La fe y alegría motivan al turista a querer participar de este acontecimiento.

5.2. Características sociales de la población evaluada.

En este espacio se describen características básicas de las personas que fueron encuestadas, en este caso a los pobladores que residen en la ciudad de San Pablo. Entre la información que se presenta a continuación tenemos: edad, género, grado de instrucción.

Tabla 5

Edad de los pobladores del distrito de San Pablo.

Edad	Ni	%
15-22	179	52.2%
23-30	76	22.2%
31-38	24	7.0%
39-46	29	8.5%
46 a más	35	10.2%
Total	343	100.0%

Fuente: Encuesta aplicada al poblador que reside en la ciudad de San Pablo, enero del 2017.

De acuerdo a la información recopilada en campo a partir de la aplicación de la encuesta respecto a la edad de los pobladores, se observa que la mayor cantidad se encuentra entre los 15- 22 años con un 52.2% , seguido de un 22.2% que están entre los 23-30 años, disminuyendo dicho porcentaje a un 10.2% que representa a la población que tiene de 46 a más años, asimismo los pobladores que tienen entre 39-46 años representan el 8.5% de la población encuestada, finalmente un 7% de pobladores que tienen entre 23-30 años.

Tabla 6

Sexo de los pobladores del distrito de San Pablo.

Sexo	Ni	%
Masculino	164	48%
Femenino	179	52%
Total	343	100%

Fuente: Encuesta aplicada al poblador que reside en la ciudad de San Pablo, enero del 2017.

De acuerdo al grupo encuestado se puede observar que existen 164 hombres lo que equivale al 48%; mientras que 179 encuestados son mujeres representando al 52 %.

Tabla 7

Grado de instrucción de los pobladores.

Grado de instrucción	Ni	%
Primaria	3	1%
Secundaria	118	34%
Superior	222	65%
Total	343	100%

Fuente: Encuesta aplicada al poblador que reside en la ciudad de San Pablo, enero del 2017.

Referente al grado de instrucción de la población encuestada, en la tabla anterior se observa que, el mayor porcentaje 65% se ubicó en las categorías de estudios superiores respectivamente. Seguido de un 34% de pobladores que estudió solo hasta la secundaria y el 1% restante dijo que cursaron solo estudios primarios.

A continuación, se presentan los resultados cuantitativos y cualitativos del conocimiento que tiene la población Sampablina, respecto al significado de

conciencia turística, la ubicación, historia y características de los recursos turísticos culturales del distrito de San Pablo.

5.3. Nivel de conocimiento del ciudadano acerca de los recursos turísticos culturales del distrito de San Pablo.

5.3.1. Significado de conciencia turística.

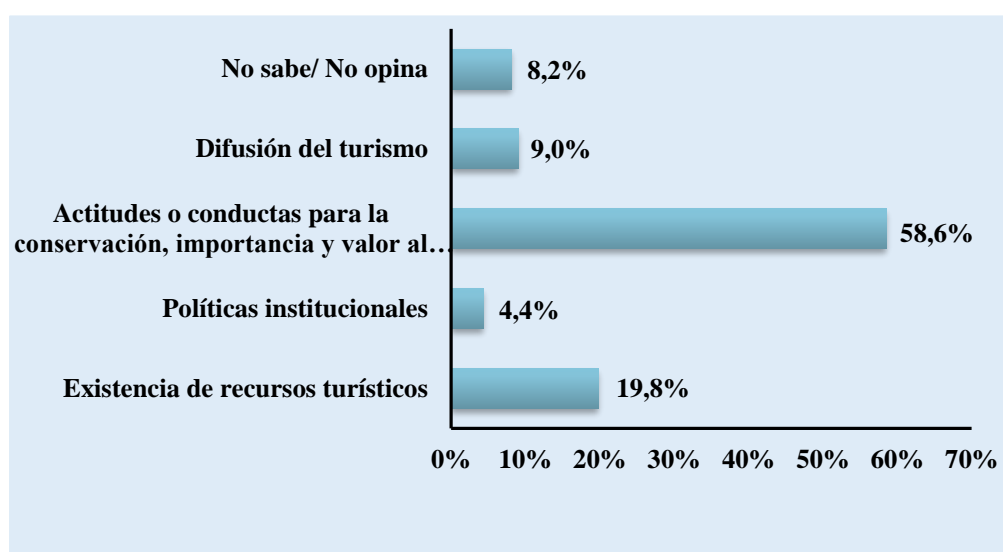


Figura 3: Significado de conciencia turística.

Según la información recopilada en campo a partir de la aplicación de la encuesta, se observa que un 58.6% del total de encuestados respondió que el significado de conciencia turística es las actitudes o conductas de la población frente a la conservación, importancia y valor hacia el turismo, seguido por un 19.8% de pobladores cree que conciencia turística es la existencia de recursos turísticos, así mismo un 9% de encuestados piensa que conciencia turística es la difusión del turismo a través de medios de comunicación, sin embargo un 8.2% no sabe, no opina al respecto del tema y finalmente con un porcentaje mínimo del 4.4% de población encuestada expresó que conciencia turística es la creación y aplicación de políticas institucionales relacionadas al turismo y la cultura.

No obstante Sosa (2004) señala que “la conciencia turística constituye un pilar fundamental para que la actividad turística se desarrolle en forma sostenible,

debiendo además tener una cobertura tan amplia que involucre al ciudadano en el destino turístico, debido a la necesidad de que este, se identifique seriamente con los recursos turísticos, para conocerlo, mostrarlo, difundirlo y preservarlo. Esto implica asumir responsabilidades simultáneamente, frente al recurso y frente al turista”; así mismo Romero (1977) considera a “la conciencia turística como la actitud mental adecuada que debe normar nuestros actos individuales y colectivos y que debe operar en tres sentidos: en nuestras relaciones y contactos con los turistas; ante quienes suministran los servicios turísticos, y en lo que se refiere a la conservación de aquellos bienes susceptibles de uso turístico”.

5.3.2. Conocimiento de la ubicación de los recursos turísticos.

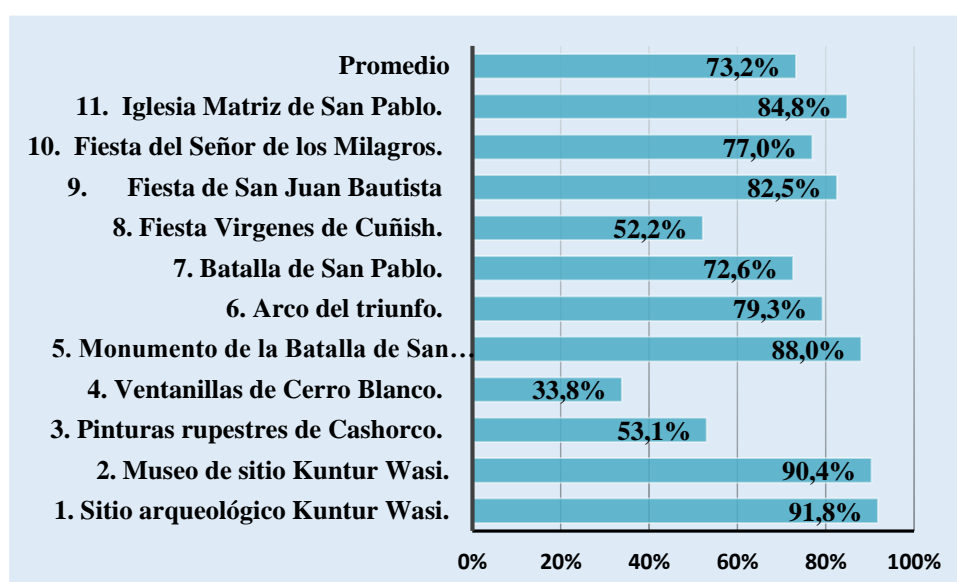


Figura 4: Conocimiento del poblador acerca de la ubicación de los recursos turísticos culturales.

Se preguntó al poblador sobre la ubicación de los recursos turísticos culturales, y de acuerdo a los resultados que se muestran en la figura 4 el porcentaje más alto 91.8% de población conocen que el Sitio Arqueológico Kuntur Wasi se ubica en el cerro La Copa cerca al centro poblado Kuntur Wasi, antiguamente conocido como La conga; seguido por 90.4% de personas respondieron que el Museo de Sitio Kuntur Wasi también se ubica en el centro poblado del mismo nombre, a unos 15 minutos de la ciudad de San Pablo.

Asimismo, el 88% y 84.7% de la población manifiestan que el Monumento de la Batalla de San Pablo se ubica en las inmediaciones de la ciudad, en el barrio La Victoria, al costado del cementerio general de San Pablo; y la Iglesia Matriz se ubica en el jirón Lima frente a la plaza de armas de la ciudad respectivamente, ambos recursos son accesibles a los pobladores, lo que les ha permitido conocerlos sin ninguna dificultad.

Por otro lado un 82.5%, 77% y 52.2% de encuestados respondieron saber donde se realizan las fiestas patronales en honor a San Juan Bautista, El Señor de los Milagros y la fiesta costumbrista Virgenes de Cuñish respectivamente; en el caso de la fiesta en honor a San Juan Bautista conocen que se realiza en las inmediaciones de la plazuela San Juan, ubicada entre el jirón Tomás P Flores y el Jirón Cajamarca, y en la capilla del mismo nombre se encuentra la imagen de San Juan Bautista; la capilla y la plazuela pertenecen a uno de los barrios más antiguos de la ciudad de San Pablo, La Ermita; la fiesta patronal en honor al Señor de los Milagros se realiza año a año en las inmediaciones de la plaza de armas de la ciudad de San Pablo, la imagen se encuentra en la Iglesia Matriz y saben que se desarrolla algunos días del mes de septiembre, asimismo la fiesta costumbrista Virgenes de Cuñish inicia la celebración en el sector El Carrizo, posteriormente son trasladadas a la ciudad de San Pablo donde se lleva a cabo toda la festividad, en las diferentes casas de sus devotos.

También en la figura se muestra que un alto porcentaje 73.2% en promedio de pobladores encuestados saben la ubicación de los recursos turísticos considerados para la investigación. Los resultados completos de cuanta población conoce la ubicación de los recursos se muestra en la figura 4.

5.3.3. Conocimiento de la historia de los recursos turísticos.

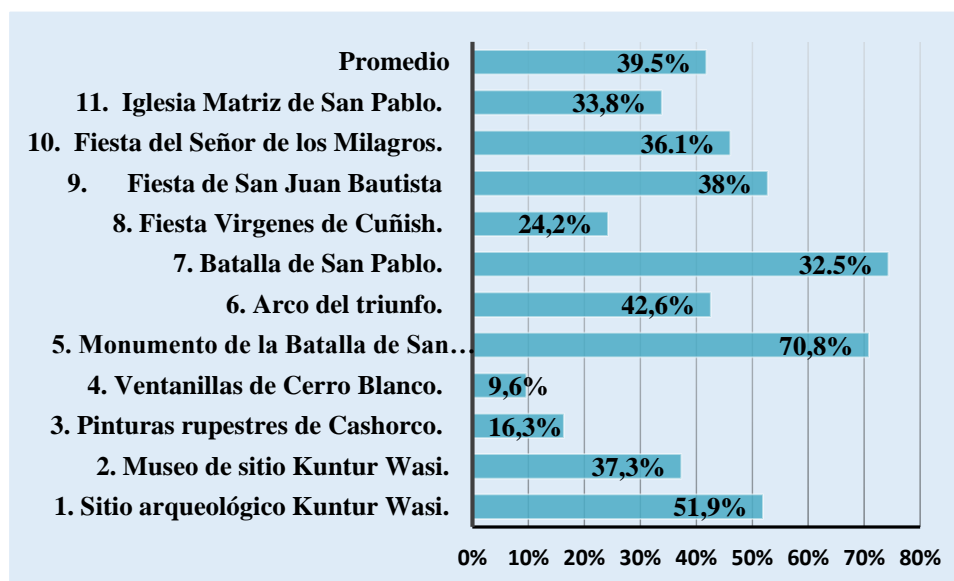


Figura 5: Conocimiento del poblador acerca de la historia de los recursos turísticos culturales.

De acuerdo a la información recopilada en campo a partir de la aplicación de la encuesta respecto a la historia de los recursos turísticos, se observa que el 70.8% del total de población encuestada conoce que el Monumento de la Batalla de San Pablo es un obelisco que se construyó en el año 1922, en homenaje a todos los heroes que entregaron su vida durante batalla entre peruanos y chilenos, asimismo conocen que el 13 de julio de todos los años se realizan diferentes actividades en las inmediaciones del monumento.

Un 51.9% de pobladores conocen un poco de historia referente al Sitio Arqueológico Kuntur Wasi el que empezó a ser estudiado desde el año 1946 por arqueólogos peruanos, y posteriormente con la llegada de la mision japonesa en 1988 se empiezan a hacer descubrimientos más importantes con la presencia del Dr Onuki durante las excavaciones, además conocen que en todo el trabajo se contó con la ayuda de los pobladores de Kuntur Wasi.

Por otro lado solo el 37.3% respondieron que el Museo de Sitio Kuntur Wasi se inauguró en el año 1994, y es donde resguardan gran cantidad de objetos hallados durante las excavaciones; el Dr. Yoshio Onuki está encargado junto con la Asociación Cultural Kuntur Wasi del cuidado del museo.

Al mismo tiempo en la figura 5 se observa que en promedio solo un 39.5% de población conocen sucesos básicos referido a la historia; esto sobre el conocimiento que tiene la población de San Pablo en relación a sus recursos turísticos culturales.

5.3.4. Conocimiento de las características de los recursos turísticos.

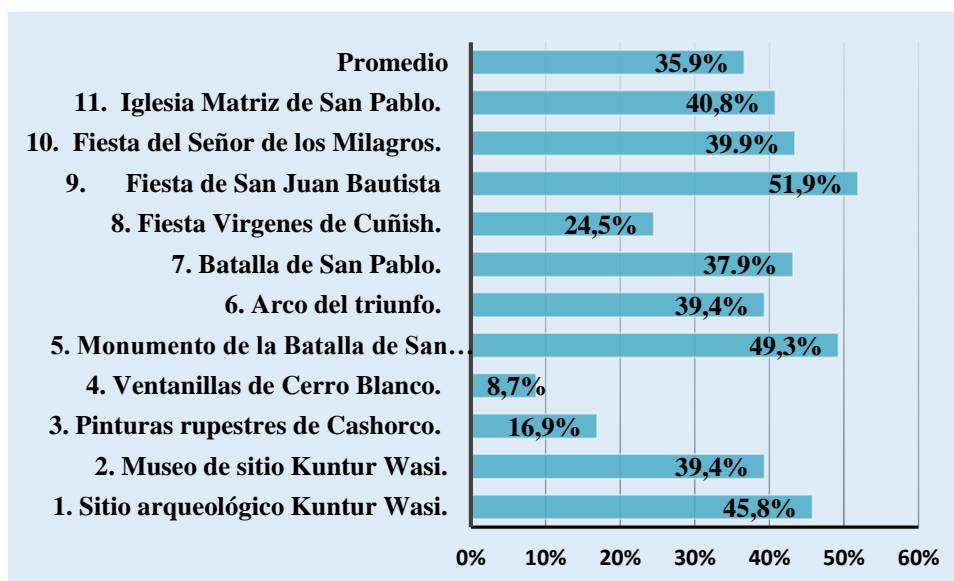


Figura 6: Conocimiento del poblador acerca de las características de los recursos turísticos culturales.

Se preguntó a los encuestados sobre las características que conocían referente a los recursos turísticos culturales del distrito de San Pablo, donde un 51.9% de pobladores indicó saber que la fiesta en honor a San Juan Bautista se caracteriza por el adorno de gran cantidad de alfombras en el piso a lo largo de todo el jirón Lima. El día central de la fiesta 24 de junio que es el día de la procesión todos sus fieles devotos visten sus mejores atuendos. El recorrido se inicia en la capilla San Juan, baja por el jirón Lima hasta la plaza de armas y regresa nuevamente por el jirón Lima, finalizando el recorrido en la plazuela San Juan barrio La Ermita. Además hay concentración de diferentes bandas de músicos y grupos musicales de renombre nacional que amenizan bailes populares durante los días de fiesta; otra característica que conocen es que durante las novenas ofrecidas por diferentes

devotos al finalizar la misa de novena estos ofrecen un compartir a todos los asistentes; durante la fiesta también se realiza la corrida de toros y la tarde bufa.

Por otro lado el 49.3% de encuestados respondieron que conocen características básicas del Monumento de la Batalla de San Pablo, tal como que fue construido en las inmediaciones del cerro El Montón, donde se llevó a cabo la batalla del 13 de julio, además saben que es un obelisco hecho de piedra, de aproximadamente 10 metros de altura y que en una de las caras del monumento se dibujó el escudo de armas.

Asimismo, el 45.8% de pobladores encuestados comentó estar al tanto de algunas características del Sitio Arqueológico Kuntur Wasi el que se trata de un cerro en cuya cima se construyó un templo con plataformas escalonadas y estructuras funerarias todas hechas en piedra, donde se encontró el oro más antiguo de América; además conocen que en las tumbas se encontraron collares, coronas, orejeras y uno de los objetos más importantes, la denominada "Corona de las catorce caras".

Seguido por 40.8% de personas que contestaron conocer algunas características de la Iglesia Matriz de San Pablo, es una construcción hecha de adobe con techo de calamina y en la parte superior de la fachada se encuentran tres torres de forma hexagonal, además el retablo o altar principal está hecho de madera con franjas bañadas en pan de oro y la imagen principal que yace en el retablo es la del Señor de los Milagros.

Sin embargo, en promedio solo un 39.5% de pobladores encuestados conocen alguna de las características de los recursos; la totalidad de resultados del porcentaje de cuanta población manifestó conocer las características de todos los recursos se muestran en la figura 6.

5.3.5. Medios por los que conocieron los recursos turísticos.

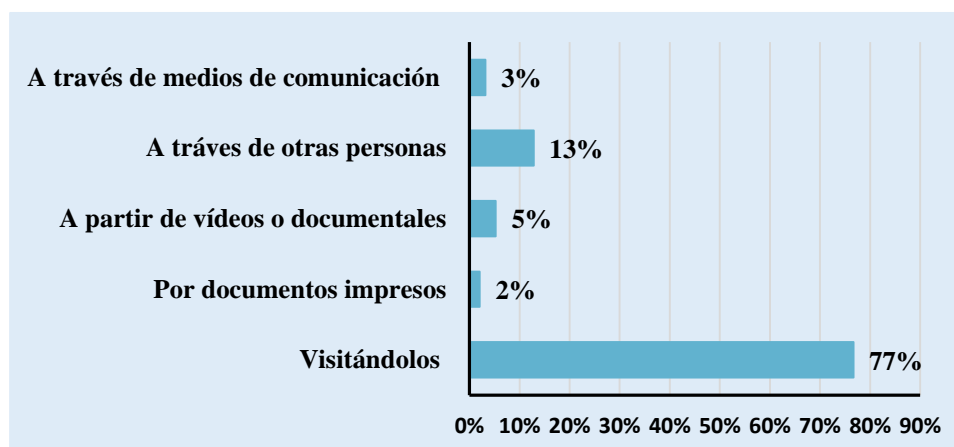


Figura 7: Medio a través del cual conoció el poblador los recursos turísticos culturales.

Otro aspecto a analizar fue a través de que medio conoció la población los recursos turísticos del distrito de San Pablo. Se encontró que un 77% de población encuestada conoció a través de una visita in situ, seguido por un 13% que respondió haberlos conocido sus recursos a través de los comentarios de otras personas ya sea familiares, amigos u otros; mientras que un 5% conocieron los recursos solo a partir de videos o documentales, el restante, y en menor cantidad, 3% y 2% respectivamente de encuestados aclararon conocer los recursos turísticos culturales a través de medios de comunicación y documentos impresos como afiches, trípticos entre otros.

En la teoría del conocimiento desarrollada por el filósofo alemán Immanuel Kant señala que: todo conocimiento para ser válido tiene que partir de la experiencia pero es algo más que los meros datos de los sentidos. El sujeto al conocer opera sobre aquello que conoce, es decir, sobre la materia prima que le proporcionan los sentidos, impone una forma que los ordena y unifica.

Es decir, el poblador Sampablino busca generar experiencias que les permita recordar sus recursos turísticos y esto se logra con una visita in situ, y al conocerlos se involucran más de cerca con la conservación, preservación y difusión de los mismos.

5.4. Nivel de valoración del poblador acerca de los recursos turísticos culturales del distrito de San Pablo.

5.4.1. Actitudes del poblador respecto a conciencia turística.

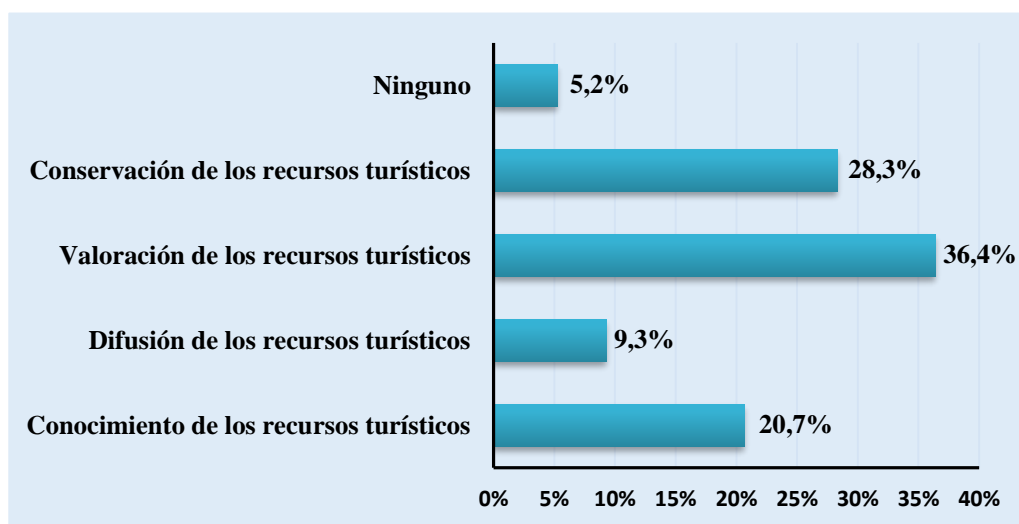


Figura 8: Actitudes del poblador de San Pablo respecto a conciencia turística.

Según los datos de la figura anterior se observa que un 36.4% del total de personas encuestadas consideran que sus actitudes de conciencia turística es la valoración de los recursos turísticos difundidos y manteniéndolos limpios al momento de visitarlos, un 28.3% piensa que sus actitudes se enfocan en la conservación de los recursos turísticos; por otro lado un 20.7% de la población cree que solo debe conocer los recursos turísticos. La menor cantidad de personas encuestadas 9.3% opina que su compromiso es difundir los recursos turísticos de su distrito, mientras que un 5.2% opta por no opinar respecto al tema.

En la teoría del interaccionismo simbólico se indica: el ser humano orienta sus actos hacia las cosas en función de lo que estas significan para él. Es decir el ciudadano de San Pablo al interrelacionarse continuamente con su medio de vida, en este caso con sus recursos y atractivos turísticos, le otorga un valor a cada uno de ellos en relación a la importancia personal que les confiere.

En relación a este tema el señor Salvador Arribasplata Cabanillas, profesor de historia local del distrito de San Pablo, manifiesta que *“el poblador de una manera general, no está en competencia de valorar los diversos atractivos y recursos turísticos que se tiene en San Pablo, porque no está inmerso dentro del conocimiento y el valor que tienen la mayor parte de los recursos, simplemente conocen de oída o como una inercia de que valora, conoce o repite, pero no toma una conciencia real sobre el valor que tiene cada atractivo, por ejemplo se habla del monumento de la batalla, simplemente el poblador se acuerda que hubo una batalla entre Perú y Chile y que ganaron los peruanos pero más allá no tienen otros argumentos para darle mayor valor, importancia o difusión; lo mismo es el caso de Kuntur Wasi simplemente el poblador dice si hay coronas que se las han llevado a Japón, y no ven el sentido cultural y valor científico que tienen las investigaciones que se han hecho o el mismo centro ceremonial en su conjunto”*. (VER ÁPENDICE N° 6)

5.4.2. Identificación con los recursos turísticos.

Sosa (2004) indica que: El desarrollo de una conciencia fuerte es también consecuencia de la identificación y estaría supeditada a unas relaciones paterno-filiales satisfactorias.

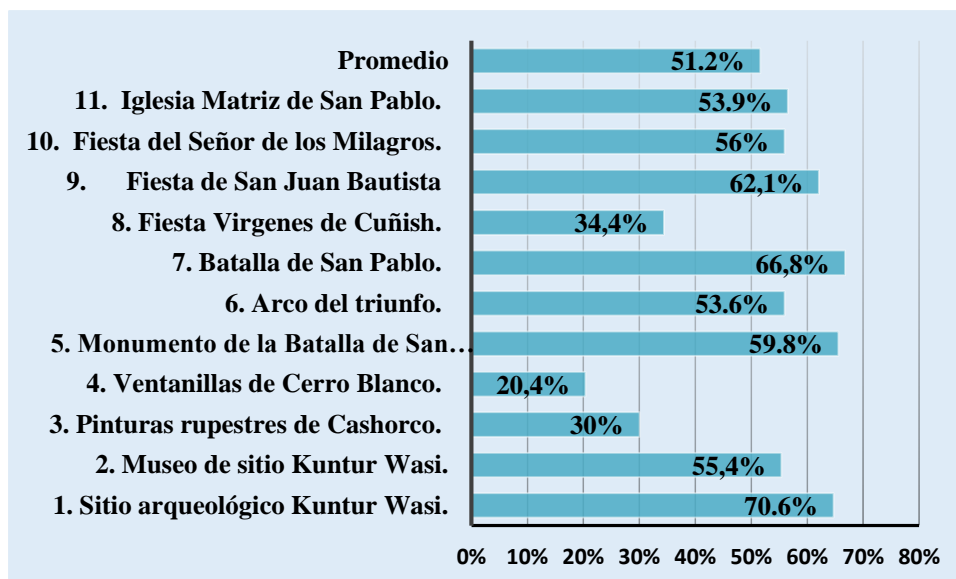


Figura 9: Población que se siente identificada con los recursos turísticos culturales.

En este sentido, se preguntó a los encuestados si se identifican con los recursos turísticos culturales de su distrito, a lo que el 70.6% respondió que se identifica con el Sitio Arqueológico Kuntur Wasi puesto que sus hallazgos han permitido su reconocimiento a nivel nacional e internacional, lo que les hace sentir una gran satisfacción de pertenecer a la provincia que alberga este gran templo.

Un 66.8% de pobladores manifestó sentirse identificado con la Batalla de San Pablo ya que fue un gran acontecimiento que marcó la historia del Perú y específicamente de su provincia San Pablo la que reconocen hoy en día como tierra heroica

Por otro lado 62.1% de pobladores mostró su identificación con la fiesta patronal en honor a San Juan Bautista debido a su gran devoción y participación en la mayoría de actividades que se realizan durante la festividad tal como novenas,

misas, procesión, elaboración de alfombras, bailes populares, arreglo de la capilla, etc.

Asimismo, el 59.8% de encuestados expresó sentirse identificado con el monumento de la Batalla del 13 de julio de 1882 porque es un símbolo que representa la victoria de los peruanos ante los chilenos. Por otra parte un 56% se identifican con la fiesta que se celebra en el mes de septiembre en honor al Señor de los Milagros debido a su fervor religioso y al gran compromiso con su fe católica, siendo participes de las diferentes actividades que se realizan desde las novenas hasta el fin de fiesta.

En promedio el 51.2% de pobladores encuestados se sienten identificados con todos los recursos turísticos seleccionados. Finalmente los resultados en su totalidad del porcentaje de población que se identifica con todos los recursos se aprecian en la figura 9.

Relacionado al tema, en la entrevista realizada al presidente de la Asociación Cultural Turística el Corongo del distrito de San Pablo, Fredy Roland Rojas Cáceres indicó: ***“considero que el atractivo más importante en el distrito de san pablo culturalmente es Kuntur Wasi, porque tiene un legado histórico y sobre todo por las piezas de oro que se han encontrado ahí, dado que le han dado la denominación como las piezas más antiguas de América”***. (VER ÁPENDICE N° 5)

5.4.3. Preservación de los recursos turísticos.

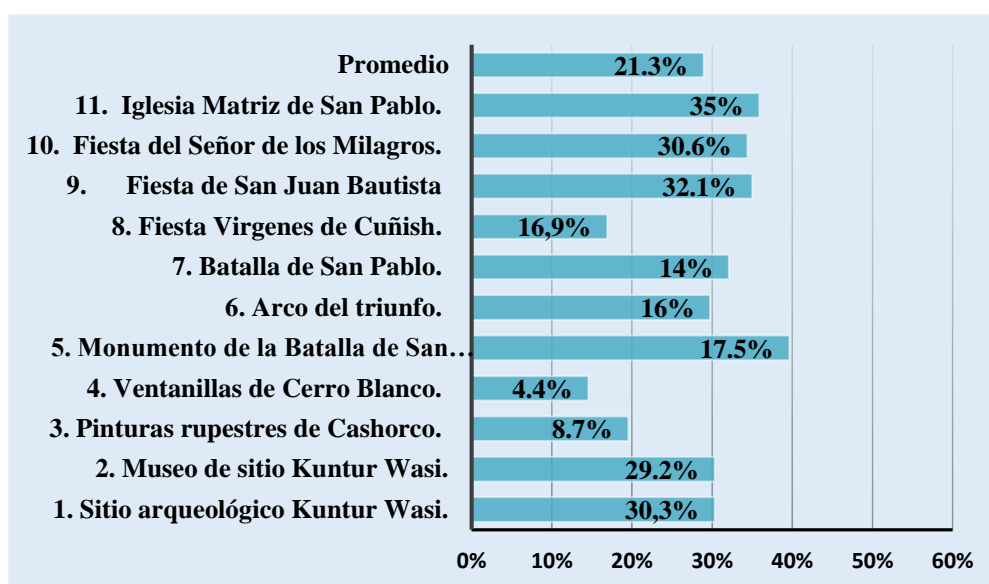


Figura 10: Población que preserva los recursos turísticos culturales.

En la figura se observa la cantidad de población que ha sido participe de la preservación de sus recursos, donde un 35% de encuestados señaló que ha preservado la Iglesia Matriz de San Pablo porque ha colaborado con el cuidado constante de la misma manteniéndola limpia y ordenada en todos los momentos de su visita.

Seguido por un 32.1% y 30.6% de población que afirma preservar la fiesta patronal en honor a San Juan Bautista y al Señor de Los Milagros respectivamente, compartiendo y transmitiendo a las nuevas generaciones las tradiciones, costumbres y ritos, incluyendo anécdotas que han tenido durante las celebraciones.

Por otro lado un 30.3% indicaron haber preservado el Sitio Arqueológico Kuntur Wasi durante sus visitas al lugar no habiendo arrojado ningún desperdicio que malogre la flora y fauna que rodea al recurso y también no infringiendo las reglas de señalización; asimismo el 29.2% de población, que dijo también haber preservado el Museo de Sitio Kuntur Wasi respetando los lugares restringidos para tomar fotografías, cuidando las vitrinas que albergan objetos de gran valor, y manteniéndolo limpio en todo momento.

Sin embargo respecto a los demás recursos es escasa la población que ha participado de manera activa en la preservación de los mismos, cantidad que se aprecia en su totalidad en la figura 10.

En modo de resumen cabe señalar que el porcentaje promedio de pobladores encuestados que preservan sus recursos es el 21.3%, un porcentaje muy bajo, lo que hace deducir que la mayor parte de población Sampablina no está orientada debidamente en cuanto a la importancia que tienen cada uno de sus recursos turísticos mostrándose indiferentes a la preservación de estos.

5.4.4. Conservación de los recursos turísticos.

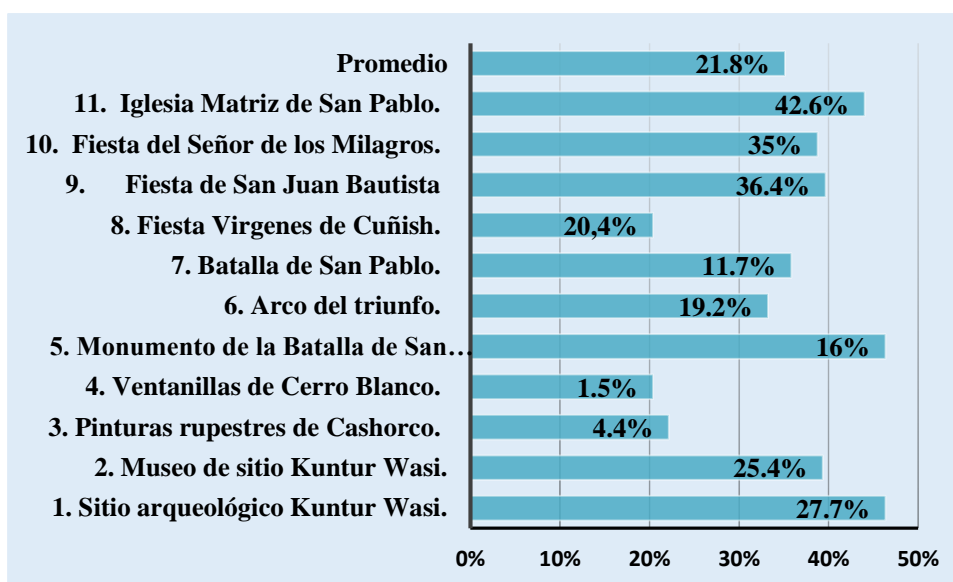


Figura 11: Población que conserva los recursos turísticos culturales.

En cuanto a la población que ha participado de la conservación de los recursos turísticos culturales del distrito de San Pablo, se observa que un 42.6% respondió haber participado en el mantenimiento de la Iglesia Matriz, arreglando los altares, arreglando la fachada, pintando dada su devoción y fácil accesibilidad para colaborar.

El 36.4% y 35% dijeron que conservan las fiestas patronales en honor a San Juan Bautista y el Señor de los Milagros puesto que participan de manera activa durante el desarrollo de dichas festividades religiosas.

Por otro lado un 27.7% y 25.4% manifestaron que han sido partícipes de la conservación del Complejo Arqueológico Kuntur Wasi el que incluye el Sitio Arqueológico y el Museo puesto que son pobladores que pertenecen a la Asociación Cultural Kuntur Wasi y hacen su trabajo de acuerdo a un cronograma establecido.

Por otra parte la cantidad de personas que han manifestado conservar los demás recursos son en porcentajes mínimos los que se observa en la figura 11; lo que indica la falta de compromiso de la población al momento de colaborar en la conservación de estos.

Ramírez (1994), señala que la conciencia turística del poblador puede enfocarse a la conservación de aquellos bienes susceptibles de uso turístico: deben establecerse programas necesarios de concientización turística encaminados al cuidado del medio ambiente, de sus zonas arqueológicas y de sus monumentos coloniales.

Respecto a las acciones que se han tomado para la conservación de los recursos turísticos de San Pablo, el señor Roberto Goicochea Chavarry, gerente del área de desarrollo económico de la Municipalidad Provincial de San Pablo acotó: ***“Se ha elaborado un Inventario de todos los Recursos Turísticos que tiene la Provincia de San Pablo, esto para que la población conozca todo lo que tiene y a través de ello puedan informarse, valorarlos y conservarlos, dicho Inventario está en la Página Web de la Municipalidad Provincial de San Pablo, para el libre acceso de toda la población. También se ha implementado el proyecto del acceso hacia el Centro Arqueológico Kuntur Wasi, son los dos únicos proyectos hasta el momento que ha llevado a cabo la municipalidad”.***
(VER ÁPENDICE N° 7)

5.4.5. Difusión de los recursos turísticos.

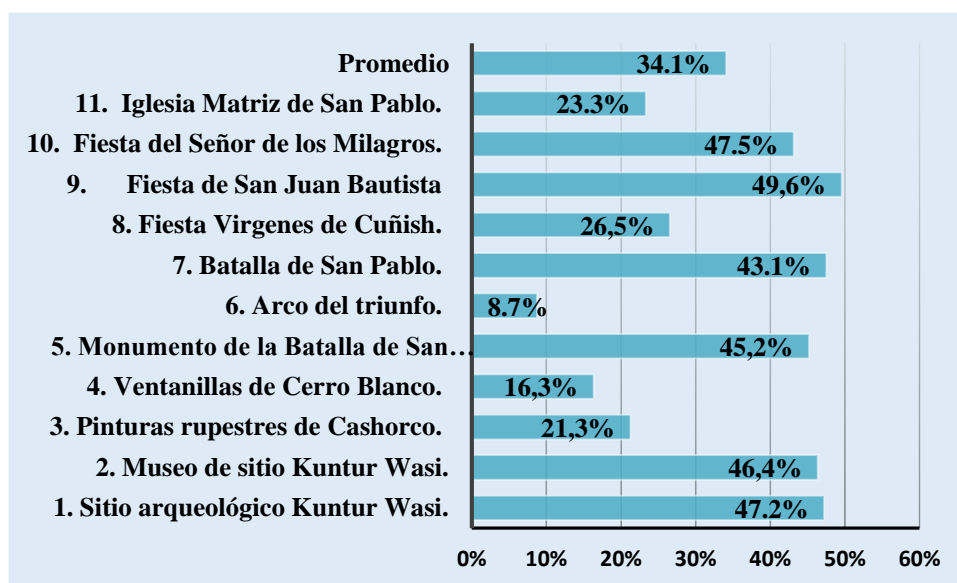


Figura 12: Población que hace difusión a los recursos turísticos culturales.

Se le preguntó a los encuestados si le hacían difusión a sus recursos, a lo que el 49.6% y 47.5% respondió que difundían las fiestas patronales en honor a San Juan Bautista y el Señor de los Milagros respectivamente a través de sus redes sociales o el boca a boca a amigos y familiares invitándoles a participar de la celebración; seguido por un 47.2% y 46.4% de pobladores que manifestó haber difundido el Sitio Arqueológico Kuntur Wasi y el Museo de Sitio del mismo nombre mediante fotografías por internet y redes sociales, las que hoy en día juegan un rol muy importante al momento de mostrarle al mundo los recursos con los que cuenta su distrito.

Por otro lado un 45.2% y 43.1% respectivamente de población, respondió que ha hecho difusión acerca del Monumento y la historia de la Batalla de San Pablo a causa de que fueron grandes acontecimientos que marcaron de manera muy significativa a la provincia de San Pablo.

Finalmente, en la figura anterior se muestran todos los resultados de cuanta población expresó haber difundido los recursos considerados, cabe considerar que son porcentajes muy bajos. En este sentido, el promedio de población que hace difusión a dichos recursos es 34.1%.

5.4.6. Recurso turístico con el que la población se siente más identificado.

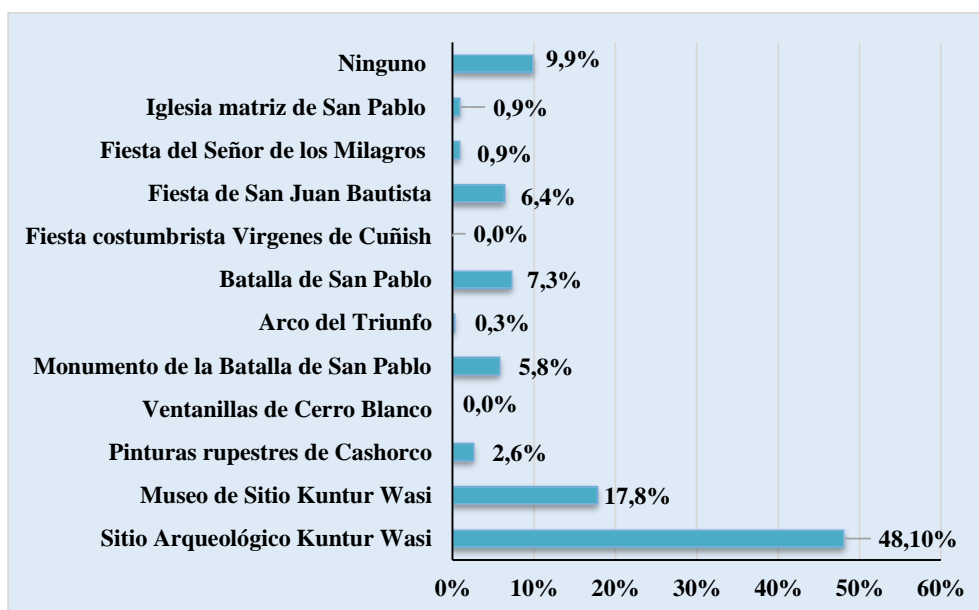


Figura 13: Recurso turístico cultural con el que el poblador se siente más identificado.

Otro aspecto complementario a analizar fue, cual es el recurso turístico cultural del distrito de San Pablo con el que la población encuestada se sentía más identificada, donde el 48.10% de pobladores respondió que se siente más identificada con el Sitio Arqueológico de Kuntur Wasi debido a la historia y los grandes descubrimientos que se hicieron, seguido por un 17.8% de pobladores que manifestaron sentirse más identificados con el Museo de Sitio Kuntur Wasi; sin embargo un 9.9% opinó que no se identifica con ninguno de los recursos turísticos culturales elegidos para la investigación.

Al realizar una comparación con la figura 9 donde un 70.6% de pobladores se identifican con el Sitio Arqueológico Kuntur Wasi, en la figura 13 del mismo modo el 48.10% señalaron que se sienten más identificados con el mismo recurso.

A continuación se presentan los resultados en porcentajes para determinar el nivel de conocimiento, identificar nivel de valoración y, finalmente determinar el nivel de conciencia turística.

Tabla 8

Nivel de Conocimiento

Aspectos	Promedio (%)
Ubicación	73.2%
Historia	39.5%
Características	35.9%
Promedio total	49.5%

Fuente: Encuesta aplicada al poblador que reside en la ciudad de San Pablo.

Respecto a los aspectos considerados sobre el nivel de conocimiento, el promedio de población evaluada que señala saber la ubicación de los recursos turísticos culturales es el 73.2%; el promedio de población que afirma conocer la historia es 39.5%; y el promedio de pobladores que manifestaron saber sobre las características es 35.9%. Para los fines de la presente investigación el promedio de estos aspectos representa el nivel de conocimiento del poblador que reside en la ciudad de San Pablo, siendo este promedio el 49.5%.

Tabla 9

Nivel de valoración

Aspectos	Promedio (%)
Identificación	51.2 %
Preservación	21.3%
Conservación	21.8%
Difusión	34.1%
Promedio total	32.1%

Fuente: Encuesta aplicada al poblador que reside en la ciudad de San Pablo.

De acuerdo a los aspectos considerados sobre el nivel de valoración, el 51.2% en promedio de población evaluada señala que se sienten identificados con sus recursos turísticos culturales; el promedio de pobladores que asegura conservar sus recursos es el 21.8%; por otro lado el promedio de población Sampablina que afirma haber preservado los mismos es el 21.3%; y el promedio de encuestados que asegura hacerle difusión es 34.1%. Los cuatro aspectos considerados representan el promedio del nivel de valoración, siendo este el 32.1%.

Sosa, C (2004) señala: La conciencia turística del ciudadano en el destino turístico, surge debido a la necesidad de que éste, se identifique seriamente con los recursos turísticos, para conocerlo, mostrarlo, difundirlo y preservarlo. Basándose en el autor se consideraron dos dimensiones para evaluar la conciencia turística: conocimiento y valoración las cuales agrupan los aspectos que el autor identificó en el ciudadano.

Tabla 10

Nivel de conciencia turística

Dimensiones	Promedio %
Promedio nivel de conocimiento	49.5%
Promedio nivel de valoración	32.1%
Promedio nivel de conciencia turística	40.8%

Fuente: Encuesta aplicada al poblador que reside en la ciudad de San Pablo.

En la tabla número 10 se muestran los datos medidos del nivel de conocimiento y valoración siendo estos 49.5% y 32.1% respectivamente, que según lo explicado anteriormente permiten evaluar el nivel de conciencia turística del poblador que reside en la ciudad de San Pablo en relación al turismo cultural; el valor promedio obtenido es de 40.8% y según la escala establecida anteriormente este porcentaje representa a un nivel bajo de conciencia turística.

Como Hechavarría (2015) sugiere trabajar con tres o cinco opciones para diseñar escalas de valoración. Y según esta recomendación se diseñó una escala cuanti-cualitativa que

se adapte a la investigación para conocer el nivel de conciencia turística, la que se muestra a continuación:

De 81.0% a 100.0% = Muy Alto

De 61.0% a 80.9% = Alto

De 41.0% a 60.9% = Regular

De 21.0% a 40.9% = Bajo

De 0% a 20.9% = Muy Bajo

Habiendo establecido la escala, el promedio obtenido 40.8% del nivel de conciencia turística este se entiende como un nivel bajo.

CONCLUSIONES

1. Se han identificado y descrito 11 recursos turísticos culturales dentro del patrimonio tangible e intangible en el distrito de San Pablo.
2. Se determinó que el nivel de conocimiento del poblador que reside en la ciudad de San Pablo es regular según la escala establecida, y está representado por un 49.5% que es el promedio de pobladores que conocen la ubicación, historia y características de los recursos turísticos culturales identificados en el distrito.
3. En cuanto a la valoración que el poblador que reside en la ciudad de San Pablo le otorga a sus recursos turísticos culturales se identificó que en promedio solo el 32.1% afirmaron sentirse identificados, conservarlos, preservarlos y difundirlos, entendiéndose este porcentaje como un nivel bajo de valoración hacia sus recursos.
4. Se determinó que el nivel de conciencia turística del poblador que reside en la ciudad de San Pablo en relación al turismo cultural es bajo, ya que fue evaluado como el promedio del nivel de conocimiento y valoración resultando este un 40.8%, lo que representa la escasa importancia que se le da al turismo en el distrito de San Pablo.
5. En cuanto a la identificación con los recursos turísticos culturales del distrito de San Pablo, la población se identifica en mayor proporción con el Sitio Arqueológico de Kuntur Wasi, por lo que representa a nivel nacional e internacional y por lo que alberga en cuanto a historia y objetos de gran valor; sin embargo el poblador de San Pablo respecto al patrimonio intangible sabe de su existencia porque forma parte de sus costumbres, tradiciones y del folclore de su distrito, a diario lo practican y lo transmiten a las nuevas generaciones pero no lo reconocen como recursos turísticos que ayude al desarrollo del turismo.

RECOMENDACIONES

1. Se recomienda evaluar en futuros proyectos de investigación como influye el nivel de conciencia turística en el desarrollo del turismo en el distrito de San Pablo.
2. Para elevar el nivel bajo de conciencia turística se recomienda a las autoridades locales realizar programas o actividades de concientización turística, mediante el desarrollo de jornadas de debate, charlas y talleres en escuelas, visitas a los recursos turísticos culturales del distrito de San Pablo, para que el poblador vea en el turismo una opción de desarrollo económico, social y cultural.
3. Se recomienda a la Municipalidad Provincial de San Pablo perfeccionar el Inventario de Recursos Turísticos para distribuirlo en las instituciones educativas de primaria, secundaria, superior y a la población en general, para incrementar el conocimiento de la ubicación, características, historia y el estado actual en el que se encuentran los recursos turísticos culturales del distrito.
4. Crear puntos de encuentro e interacción mediante ferias, exposiciones fotográficas, visitas y eventos culturales donde participe la población en general, autoridades locales y regionales para que ellos reconozcan el valor de los recursos turísticos explorando el distrito de San Pablo con ojos de turista y anfitrión, y con el tiempo se consiga un mayor sentido de identidad, que luego se transformará en un mayor respeto y compromiso con la preservación, conservación y difusión de dichos recursos.
5. Un nivel bajo de conciencia turística podría deberse a que el poblador que reside en la ciudad de San Pablo aún no asume totalmente su responsabilidad como ciudadano en relación al turismo, o a la falta de cooperación comunitaria entre las entidades y la población para fomentar el desarrollo de la actividad turística en su distrito, por lo que se recomienda evaluar estos aspectos en futuros proyectos de investigación.

LISTA DE REFERENCIAS

- Armas, C (2006). *Justurismo*. Lima: Universidad Nacional Mayor de San Marcos.
- ARQUEOTUR (s.f.). Complejo ceremonial Kuntur Wasi y Museo de Sitio. Recuperado de: <http://www.arqueotur.org/yacimientos/complejo-ceremonial-kuntur-wasi-y-museo-de-sitio.html>
- Bassan, Carlos (2015). *Concientización turística: base de la industria de la hospitalidad*. Revista Hotelería y gastronomía – FEHGRA. Recuperado de: <http://revistahyg.com.arconcientizacion-turistica/>
- Crespi, M y Planells, M (2003). *Patrimonio Cultural*. España: Síntesis S.A.
- Cueva, S, Longa, R y Membrillo, R (2000). *Conciencia turística empresarial en los servicios de hotelería, restaurant y transporte en la provincia de Cajabamba* (tesis de pregrado). Universidad Nacional de Cajamarca, Cajamarca.
- Cheesman, S (2010). Conceptos básicos en investigación. Argentina. Recuperado de: <https://investigar1.files.wordpress.com/2010/05/conceptos.pdf>
- Desarrollo y Calidad de vida (s.f). Concepto de desarrollo. Extraído el 12/09/2016. Recuperado de: <http://www.hacer.org/pdf/Desarrollo.pdf>
- Gastelo, D (2010). El recorrido Saña – Cajamarca como segmento de turismo histórico- cultural (tesis de pregrado). Pontificia Universidad Católica del Perú, Lima.
- Gómez, M, Mondejar, J y Sevilla, C (2005). *Gestión del Turismo Cultural y ciudad*. España: Compobell.

Guerrero, P, Ramos, J (2014). Introducción al Turismo. México: Patria S.A.
Recuperado de: http://www.mincetur.gob.pe/newweb/Portals/0/Turismo/PIP/pdfs/CNA_conceptos_claves_aspectos_conceptuales.pdf.

Hechavarría, S (2015). Los tipos de escalas y ejemplos para su diseño. La Habana.
Recuperado de: <http://uvsfajardo.sld.cu/los-tipos-de-escalas-y-ejemplos-para-su-diseno>

Importancia de preservar el Patrimonio Cultural Intangible. Extraído el 15/05/2018.
Recuperado de: http://comunicacionsocial.uaz.edu.mx/c/document_library/get_file?uuid=0888d359-56d9-4b61-8fe0-2a314777f6c6&groupId=12342

Ishuiza, R y Flores, R (2008). Conciencia turística y su contribución al desarrollo del turismo en la provincia de San Martín (tesis de pregrado). Universidad Nacional de San Martín, Tarapoto.

Mantilla, S (2015). Compilado de turismo convencional y no convencional. Perú: Universidad Católica los Ángeles de Chimbote.

MINCETUR (2015). Concepto de actividad turística. Extraído el 28/08/2016.
Recuperado de: <http://www.mincetur.gob.pe/newweb/Default.aspx?tabid=3250>

MINCETUR (s.f), Conceptos fundamentales del turismo. Extraído el 26/08/2016. Recuperado de: http://www.mincetur.gob.pe/TURISMO/Producto_turistico/fit/fit/Guias/Amazonas.pdf.

MINCETUR (s.f). Guía metodológica para la identificación, formulación y evaluación social caso: turismo. Conceptos de folclore y manifestaciones culturales. Extraído el 06/09/2016. Recuperado de: http://www.mincetur.gob.pe/newweb/Portals/0/Turismo/PIP/pdfs/CNA_conceptos_claves_aspectos_conceptuales.pdf.

- Montaner, J, Antich, J y Arcarons, R (1998). Diccionario de Turismo. España: Síntesis S.A.
- Navarini, V (2008). El desarrollo del turismo cultural y sus problemáticas desde visiones sociales (tesis de pregrado). Universidad Abierta Interamericana, Buenos Aires.
- Puesta en valor del patrimonio de San Pedro Cholula a través de rutas turísticas Culturales (s.f). Concepto de cultura. Extraído el 12/09/2016. Disponible en:http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lhr/berzunza_g_ac/capitulo2.pdf.
- Ramírez, M (1994). Deontología y Conciencia Turística. México: Diana S.A. Reconocen como Sitios Históricos de Batalla a bienes integrantes del Patrimonio Cultural. Extraído el 07/09/2018. Disponible en: <https://andina.pe/agencia/noticia-reconocen-como-sitios-historicos-batalla-a-bienes-integrantes-del-patrimonio-cultural-694329.aspx>.
- Rochabrún, G (1993). Socialidad e individualidad. Lima: Pontificia Universidad Católica del Perú.
- Salmerón, N, De Almería, A (2017). Teoría del conocimiento.
- Sierra, C, Del Valle, L, Solarte, M e Ismar, A (2012). Inventario de recursos culturales para el turismo del área urbana de Maracaibo. Venezuela: Multiciencias.
- Sosa, C. (2004). Identidad cultural y conciencia turística, pilares del desarrollo. Lima: San Marcos.
- Teoría del Interaccionismo Simbólico (s.f). Extraído el 30/08/2016. Disponible en:<http://cmap.javeriana.edu.co/servlet/SBReadResourceServlet?rid=1K6XH9QJQ-1HB851T-2M6>.

Torrejón, A (2008). Por una mayor conciencia turística. 100 años del turismo Argentino, 2.

Turismo y Patrimonio Cultural. Extraído el 20/09/2017. Recuperado de:
<https://www.entornoturistico.com/turismo-y-patrimonio-cultural/>.

UNESCO (2016), Patrimonio Cultural. Extraído el 25/08/2016. Recuperado de:
<http://www.lacult.unesco.org/turismocultural/indice.php>.

Urbano, H (2004). Turismo y Patrimonio. Lima: Universidad San Martín de Porres.

Varisco, C, Benseny, G y Padilla, N (2016). Concientización turística y ambiental. De la teoría a la acción territorial. Comunicación presentada en V Jornadas de Extensión del Mercosur, Tandil Argentina. Extraído 25/08/2019. Recuperado de:
<http://nulan.mdp.edu.ar/2490/1/varisco.etal.2016.pdf>

Vera, L (2010). El turismo cultural en México: Alternativa para el desarrollo sustentable local (tesis de pregrado). Universidad Nacional Autónoma de México, México.

APÉNDICES

APÉNDICE N° 1

UNIVERSIDAD NACIONAL DE CAJAMARCA FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES E.A.P. TURISMO Y HOTELERÍA

La presente entrevista tiene por finalidad conocer de qué manera interviene la Asociación turística cultural El Corongo en el tema de conciencia turística.

Nombre del entrevistado: _____

Sexo: M () F ()

Edad: _____

Cargo que Desempeña: _____

1. ¿Cuál es el atractivo y/o recurso turístico más importante para usted en el distrito de San Pablo? ¿Por qué?
2. Usted cree que el ciudadano de San Pablo realmente valora sus recursos turísticos, ¿Cómo? y ¿Por qué?
3. ¿Cómo definiría Usted a la conciencia turística?
4. En relación a otros lugares, Usted cree que los recursos turísticos del distrito de San Pablo, específicamente Kuntur Wasi se encuentra en condiciones de competir frente a otros atractivos turísticos como Kuelap o Machu Picchu. ¿Por qué?
5. ¿Cuál cree que es la causa por la que instituciones como la Dirección Desconcentrada de Cultura- Cajamarca, entre otras no fomenten conciencia turística en la población?
6. ¿Cuáles serían sus propuestas como asociación turística para promover y fomentar conciencia turística dentro de su distrito?

APÉNDICE N° 2

UNIVERSIDAD NACIONAL DE CAJAMARCA FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES E.A.P. TURISMO Y HOTELERÍA

La presente entrevista tiene por finalidad conocer la opinión de un poblador especialista en historia local y conocedor de los recursos turísticos del distrito de San Pablo, respecto al tema de conciencia turística.

Nombre del entrevistado: _____

Sexo: M () F ()

Edad: _____

Cargo que Desempeña: _____

1. ¿Cuál es el atractivo y/o recurso turístico más importante para usted en el distrito de San Pablo? ¿Por qué?
2. Usted cree que el ciudadano de San Pablo realmente valora sus recursos turísticos, ¿Cómo? y ¿Por qué?
3. ¿Cómo definiría Usted a la conciencia turística?
4. En relación a otros lugares, Usted cree que los recursos turísticos del distrito de San Pablo se encuentran en condiciones de competir con otros destinos turísticos. ¿Por qué?
5. ¿Cuál cree que es la causa por la que no existen instituciones y/o organizaciones que fomenten la conciencia turística?
6. ¿Cuáles serían sus propuestas como ciudadano para promover y fomentar conciencia turística dentro de su distrito?

APÉNDICE N° 3

**UNIVERSIDAD NACIONAL DE CAJAMARCA
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES
E.A.P. TURISMO Y HOTELERÍA**

La presente entrevista tiene por finalidad conocer en qué medida la Municipalidad Provincial de San Pablo ha intervenido en la conservación de los recursos turísticos culturales y fomentar conciencia turística.

Nombre del entrevistado: _____

Sexo: M () F ()

Edad: _____

Cargo que Desempeña: _____

1. ¿Cómo definiría Usted conciencia turística?
2. Usted cree que el ciudadano de San Pablo realmente valora sus recursos turísticos, ¿Cómo? y ¿Por qué?
3. ¿Qué parte del presupuesto de la Municipalidad está destinado al turismo?
4. ¿Se ha elaborado algún proyecto para fomentar conciencia turística en la población de San Pablo?
5. ¿Qué acciones ha tomado la municipalidad, frente a la conservación de los recursos turísticos de su distrito?
6. ¿La municipalidad tiene algún tipo de alianzas estratégicas con organismos que puedan contribuir al fomentó de conciencia turística en el poblador de San Pablo, como la DDC o DIRCETUR?

APÉNDICE N° 4

Universidad Nacional de Cajamarca
Facultad de Ciencias Sociales
Escuela Académico Profesional de Turismo y Hotelería

Encuesta para determinar el nivel de conciencia turística del ciudadano de San Pablo en relación al desarrollo del Turismo Cultural.

Objetivo: La presente encuesta tuvo por objetivo la obtención de datos que permitieron determinar el nivel de conciencia turística del poblador que reside en la ciudad de San Pablo en relación al Turismo Cultural.

La presente encuesta tiene carácter anónimo.

Lea detenidamente todas las preguntas y conteste de manera correcta marcando una sola alternativa. Es preferible una respuesta en blanco que una respuesta errónea.

I. Datos Generales:

1.1. Edad: años

1.2. Sexo

- a. Masculino ()
- b. Femenino ()

1.3. Grado de instrucción

- a. Sin Instrucción ()
- b. Primaria ()
- c. Secundaria ()
- d. Superior () ¿Qué estudió? : _____

II. Conciencia turística: Conocimiento del poblador sobre el turismo cultural del distrito de San Pablo.

2.1. ¿Conoce Usted el significado de conciencia turística?

- a. Si () (pase a la pregunta 2.1.1)
- b. No () (pase a la pregunta 2.2.)

2.1.1. ¿Cuál es el significado de conciencia turística?

- a. Existencia de recursos turísticos dentro de una jurisdicción. ()
- b. Políticas institucionales para la conservación del turismo. ()
- c. Actitudes o conductas frente a la conservación, importancia y valor hacia el turismo. ()
- d. Difusión del turismo a través de los medios de comunicación. ()

2.2. ¿Cuál cree que es su principal compromiso como ciudadano dentro del tema de la conciencia turística?

- a. Conocimiento de los recursos turísticos. ()
- b. Difusión de los recursos turísticos. ()
- c. Valoración de los recursos turísticos. ()
- d. Conservación de los recursos turísticos. ()

2.3. ¿Cuál cree que es su nivel de conocimiento acerca de los recursos turísticos culturales del distrito de San Pablo?

Marcar con una (X) los aspectos que usted conoce de cada recurso turístico.

Recursos turísticos	Aspectos		
	Ubicación	Historia	Características
1. Sitio arqueológico Kuntur Wasi.			
2. Museo de sitio Kuntur Wasi.			
3. Pinturas rupestres de Cashorco.			
4. Ventanillas de Cerro Blanco.			
5. Monumento de la Batalla de San Pablo.			
6. Arco del triunfo.			
7. Batalla de San Pablo.			
8. Fiesta Vírgenes de Cuñish.			
9. Fiesta de San Juan Bautista			
10. Fiesta del Señor de los Milagros.			
11. Iglesia Matriz de San Pablo.			

2.3.1. Medio por el cual conoció los recursos turísticos mencionados anteriormente

- a. Visitándolos ()
- b. A partir de documentos impresos. ()
- c. A partir de videos o documentales. ()
- d. A través de otras personas. ()
- e. A través de medios de comunicación ()

III. Conciencia turística: Valoración del poblador sobre el turismo cultural del distrito de San Pablo.

3.1. Valoración de los recursos turísticos culturales del distrito de San Pablo

Marcar con una (X) los aspectos que efectúa de manera personal hacia cada recurso turístico.

Recursos turísticos	Valoración			
	Identificación	Preservación	Conservación	Difusión
1. Sitio arqueológico Kuntur Wasi.				
2. Museo de sitio Kuntur Wasi.				
3. Pinturas rupestres de Cashorco.				
4. Ventanillas de Cerro Blanco.				
5. Monumento de la Batalla de San Pablo.				
6. Arco del triunfo.				
7. Batalla de San Pablo.				
8. Fiesta Vírgenes de Cuñish.				
9. Fiesta de San Juan Bautista				
10. Fiesta del Señor de los Milagros.				
11. Iglesia Matriz de San Pablo.				

3.2. ¿Con cuál de los siguientes recursos turísticos del distrito de san pablo se siente más identificado? (Marque solamente una opción).

- a. Sitio arqueológico Kuntur Wasi. ()
- b. Museo de sitio Kuntur Wasi. ()
- c. Pinturas rupestres de Cashorco. ()
- d. Ventanillas de Cerro Blanco. ()
- e. Monumento de la Batalla de San Pablo. ()
- f. Arco del triunfo. ()
- g. Batalla de San Pablo. ()
- h. Fiesta Vírgenes de Cuñish. ()
- i. Fiesta de San Juan Bautista. ()
- j. Fiesta del Señor de los Milagros. ()
- k. Iglesia Matriz de San Pablo. ()

¡GRACIAS POR SU COLABORACIÓN!

APÉNDICE N° 5

Para fines de esta investigación, además de las encuestas realizadas a los ciudadanos del distrito de San Pablo, se realizaron entrevistas que nos ayudaron a profundizar sobre el tema de conciencia turística y los recursos turísticos culturales.

La entrevista realizada el 11 de diciembre de 2016; se entrevistó al joven Fredy Roland Rojas Cáceres, presidente de la Asociación cultural turística el Corongo del distrito de San Pablo, donde se obtuvo la siguiente información: “Considero que el atractivo más importante en el distrito de san pablo culturalmente es Kuntur Wasi, porque tiene un legado histórico y sobre todo por las piezas de oro que se han encontrado ahí, dado que le han dado la denominación como las piezas más antiguas de América. También dijo que de manera general los pobladores de San Pablo no valoran los recursos turísticos, son muy pocas personas las que lo hacen porque aún no hay una conciencia turística, las personas aún no saben con lo que cuenta San Pablo.

Conciencia turística es la valoración que tiene la población respecto a sus atractivos y recursos con los que cuenta, y dado en la medida de que van a formar parte de su identidad, en este caso de una identidad turística. En relación a otros lugares Kuntur Wasi si está en condiciones de competir dándole el valor agregado y tratar de diferenciar de lo que ya tiene otros atractivos turísticos.

“Las instituciones no se interesan por fomentar conciencia turística debido a la falta de interés por parte de las autoridades, quizá porque no están conscientes de que el turismo es una actividad que genera muchos ingresos, no lo están valorando así y sobre todo por la decisión política. Como asociación cultural las propuestas es hacer que la gente del pueblo de San Pablo conozca qué es lo que tiene, y sobre todo para determinar que sus atractivos y recursos son potenciales para el turista, además se ha presentado a nivel de la municipalidad una política pública donde se recomienda mejorar los accesos a los principales atractivos que tiene san pablo, también se está elaborando unos paquetes para que los Sampablino conozcan que es lo que tienen y en base a ello logren identificarse con sus recursos, así mismo se está elaborando un programa donde se irá a los colegios de inicial, primaria, secundaria e incluso a los de educación superior para crear un tema de conciencia turística debido a que la gente no está preparada en el tema”.

APÉNDICE N° 6

La entrevista se realizó el 15 de diciembre de 2016; se entrevistó al señor Salvador Arribasplata Cabanillas, profesor de historia local del distrito de San Pablo, donde se obtuvo la siguiente información: “De todos los recursos turísticos creo que el de mayor importancia, mayor valor es el complejo arqueológico Kuntur Wasi porque se trata de un centro ceremonial de milenaria antigüedad, que representa uno de los lugares que dentro del desarrollo del formativo del norte es el más importante, y que representa el inicio de la cultura peruana sobre todo lo que corresponde al norte andino.

El poblador de una manera general no está en competencia de valorar los diversos atractivos y recursos turísticos que se tiene en San Pablo, porque no está inmerso dentro del conocimiento y el valor que tienen la mayor parte de los recursos, simplemente conocen de oída o como una inercia de que valora, conoce o repite, pero no toma una conciencia real sobre el valor que tiene cada atractivo, por ejemplo se habla del monumento de la batalla, simplemente el poblador se acuerda que hubo una batalla entre Perú y Chile y que ganaron los peruanos pero más allá no tienen otros argumentos para darle mayor valor, importancia o difusión; lo mismo es el caso de Kuntur Wasi simplemente el poblador dice si hay coronas que se las han llevado a Japón, y no ven el sentido cultural y valor científico que tienen las investigaciones que se han hecho o el mismo centro ceremonial en su conjunto.

Entiendo que la conciencia turística es una suma de valores que el poblador debe asimilar para el conocimiento de cada uno de los lugares, porque eso lo llevaría a tener una conciencia no solamente de conocimiento global sino darle el valor que corresponde, velar por su conservación, difundir hacia el exterior la importancia y también ser como una suerte de propagandista para que haya una visita a los recursos sobre todo los turistas nacionales y extranjeros.

Kuntur Wasi definitivamente no está en condición de competir con otros atractivos turísticos del Perú como Kuelap o Machu Picchu, si bien el valor de Kuntur Wasi desde el punto de vista de la arqueología tiene mayor antigüedad y se puede decir que es uno de los puntos de inicio de la cultura peruana, sin embargo, no está en condiciones de competir, porque no tiene los servicios que brinda por ejemplo Kuelap o Machu Picchu, absolutamente no está acondicionado; claro que Kuntur Wasi tiene

un museo, tiene acceso pero no hay los servicios necesarios que sirva como imán para el turista.

No hay instituciones y/o organizaciones que fomenten la conciencia turística, en primer lugar siempre hay una justificación de la falta de recursos, no se presupuesta un monto real necesario para que haya difusión, puesta en valor y servicios, no hay servicios diversos que los turistas requieren, no hay restaurantes de gran competitividad, incluso la población carece de agua potable, por otro lado, hay un exceso de burocracia en las instituciones públicas, además cuando se hace el presupuesto participativo anual no se consigna una partida en este rubro.

Como poblador del distrito de San Pablo opino que debería establecerse un organismo que tenga el apoyo del gobierno local, que sea efectivo y tenga recursos para que pueda darse una mayor difusión a los atractivos, localmente se tienen muchos recursos; por ejemplo, el atractivo El Molino que es un centro recreacional, el acceso es absolutamente deficiente, sin embargo, dentro del conjunto de atractivos es el número uno, así lo han catalogado los entendidos en la promoción turística. El tema de conciencia turística debería partir de los centros educativos, la unidad de gestión educativa local (UGEL) debe incluirlo dentro de su plan curricular en todos los niveles, inclusive desde nivel inicial hasta nivel superior que se tiene en San Pablo, el instituto 13 de julio 1882, de esa manera habría promotores formados con absoluta conciencia de lo que se quiere desarrollar, sobre todo haciéndoles ver la enorme importancia que tienen los recursos turísticos y también el turismo como fuente de desarrollo económico para la población”.

APÉNDICE N° 7

La entrevista se realizó el 03 de enero del 2017; se entrevistó al señor Roberto Goicochea Chavarry, gerente de desarrollo económico de la provincia de San Pablo, donde se obtuvo la siguiente información: “Conciencia turística es un cambio de comportamiento y/o actitud de los pobladores de una comunidad, también de nosotros como autoridades frente al cuidado de sus recursos; un buen porcentaje de pobladores no valora los recursos turísticos, por la falta de conocimiento, por la poca importancia que se le da al turismo, puesto que no es una de las actividades principales que se desarrolla en el distrito de San Pablo, excepto lo del complejo Kuntur Wasi. De acuerdo a cuanto destina la municipalidad al turismo en San Pablo respondió, el presupuesto que destina la Municipalidad al área de turismo no está definido solo es en el caso de algunos proyectos que han presentado con propuestas externas, como representantes de algunos lugares donde se encuentra algún recurso turístico, y el presupuesto que se destinó a la elaboración del Inventario de Recursos Turísticos de la Provincia de San Pablo; el que proviene directamente de la Municipalidad. Hasta el momento no se ha presentado ningún proyecto, concerniente al fomento de conciencia turística en la población, ya que no se ha designado presupuesto para el turismo. Frente a la conservación de los recursos turísticos del distrito se ha elaborado un Inventario de todos los Recursos Turísticos que tiene la Provincia de San Pablo, esto para que la población conozca todo lo que tiene y a través de ello puedan informarse, valorarlos y conservarlos, dicho Inventario está en la Página Web de la Municipalidad Provincial de San Pablo, para el libre acceso de toda la población. También se ha implementado el proyecto del acceso hacia el Centro Arqueológico Kuntur Wasi, son los dos únicos proyectos hasta el momento que ha llevado a cabo la municipalidad.

La Municipalidad no tiene ningún tipo de alianzas estratégicas con instituciones afines al turismo, que puedan contribuir a fomentar conciencia turística en la población de San Pablo”.

APÉNDICE N° 8



Cerro La Copa.



Vista del graderío del Sitio Arqueológico Kuntur Wasi.

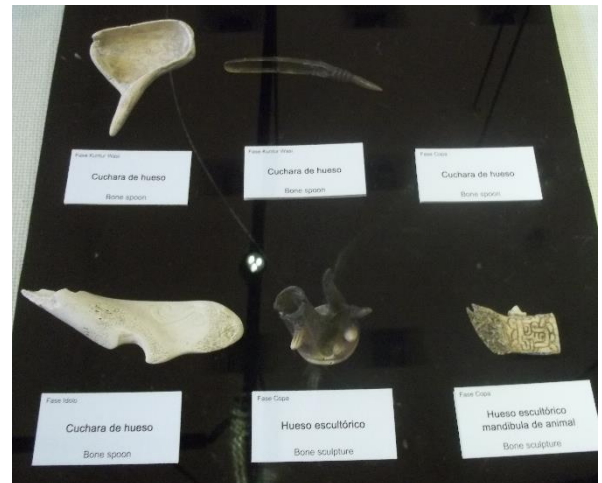
APÉNDICE N° 9



Frontis del Museo de Sitio Kuntur Wasi.



Botella de cerámica



Objetos hechos de hueso.

APÉNDICE N° 10



Cerro Cashorco.



Pintura rupestre en forma de camélido.



Pintura rupestre en forma de serpiente.

APÉNDICE N° 11



Cerro Blanco



Ventanillas en la pared y el piso de diferentes formas.

APÉNDICE N° 12



Monumento de la Batalla de San Pablo.

APÉNDICE N° 13



Arco del Triunfo- representación de escenas de la Batalla de San Pablo.



Arco del Triunfo- representación de actividades cotidianas que se desarrollan en San Pablo.

APÉNDICE N° 14



Fachada de la Iglesia Matriz de San Pablo



Altar principal de la Iglesia.

APÉNDICE N° 15



Traslado de la Virgen Ingolita hacia la ciudad de San Pablo.



Novena ofrecida por una devota de la Virgen Ingolita.

APÉNDICE N° 16



Imagen de San Juan Bautista saliendo de la Capilla San Juan.



Imagen de San Juan Bautista por las inmediaciones de la Plazuela San Juan.

APÉNDICE N° 17



Alfombras en honor a San Juan Bautista, día central de fiesta hechas en el Jirón Lima.



Alfombra en honor a San Juan Bautista, día central de fiesta hecha en las inmediaciones de la Plaza de Armas.

APÉNDICE N° 18



Procesión de la Imagen del Señor de Los Milagros.