

UNIVERSIDAD NACIONAL DE CAJAMARCA

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES

ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE TURISMO Y HOTELERÍA



TESIS

**INFLUENCIA DE LA CULTURA TURÍSTICA EN EL DESARROLLO DEL
TURISMO CULTURAL EN LA CIUDAD DE CAJAMARCA 2019 - 2020**

PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

Licenciada en Turismo y Hotelería

PRESENTADA POR LA BACHILLER:

Celeste Araceli León Calderón

ASESOR:

M. Cs. Miguel Ángel Cueva Zavala

CAJAMARCA – PERÚ

2020

DEDICATORIA

Con mucho cariño y amor a las personas más importantes en mi vida; a mis padres, Teresa Calderón y Luis León; a mis hermanos, William, Sonia, Luis y Milagros; que con su ejemplo y apoyo incondicional durante todos mis años de estudio he logrado cumplir una de mis metas; así también a mi sobrina Sofía.

En memoria de mi querida abuelita Genoveva Cruchaga Cruzado.

AGRADECIMIENTO

A Dios, quien me guía día a día y que ha permitido que pueda lograr esta meta tan importante en mi vida.

A mis padres, Teresa Calderón y Luis León; a mis hermanos, Milagros, Luis y Sonia, por todo su amor y apoyo incondicional, por su constancia, aliento, ánimos y guía en todos estos años. Por ayudarme a conseguir esta meta y nunca dejarme sola, sobre todo en los momentos más difíciles por los que he tenido que pasar.

A mi sobrina Sofía, porque a pesar de su corta edad siempre ha estado apoyándome y alentándome.

A mi asesor de tesis, M. Cs. Miguel Ángel Cueva Zavala, por su valiosa orientación y apoyo incondicional en el desarrollo de la tesis.

A mis amigos por su apoyo constante durante mi vida universitaria y en el proceso de elaboración de la tesis.

RESUMEN

La ciudad de Cajamarca posee reconocimientos de carácter nacional y continental referentes a la cultura, esto debido a que fue escenario de acontecimientos históricos de gran envergadura y que marcaron rupturas, discontinuidades y el nacimiento de nuevos procesos humanos, históricos, culturales, económicos, religiosos y tecnológicos. Por lo mencionado, se puede decir que es importante afianzar la cultura turística de la ciudad; lo cual permitirá el desarrollo del turismo cultural.

La presente investigación tiene como objetivo identificar la influencia de la Cultura Turística en el desarrollo del Turismo Cultural en la ciudad de Cajamarca 2019 - 2020. Es por lo que, se ha utilizado el diseño de investigación no experimental, pues solo se describe el fenómeno observado y no se manipulan las variables; también se ha usado el método analítico, porque se ha descompuesto cada de las partes la cultura turística y del turismo cultural. Además, es una investigación de tipo mixta (cuantitativa y cualitativa) y transversal. Tiene como muestra un total de 271 pobladores. Las técnicas que han sido utilizadas para la recolección de datos son la entrevista y la encuesta; y los instrumentos son la guía de entrevista y la guía de cuestionario.

La Cultura Turística influye de manera significativa en el desarrollo del Turismo Cultural en la ciudad de Cajamarca; ya que, si la población, los estudiantes y profesionales del rubro cultural y turístico, los prestadores de servicios turísticos y las autoridades logran establecer una verdadera cultura turística, creando conciencia e inculcando la práctica de valores culturales, se podrá desarrollar un Turismo Cultural óptimo en beneficio de todos los residentes y visitantes.

Palabras claves: cultura turística, turismo cultural, conciencia turística, turismo, protección del patrimonio.

ABSTRACT

The city of Cajamarca has national and continental recognitions related to culture, this because it was the scene of large-scale historical events and that marked ruptures, discontinuities, and the birth of new human, historical, cultural, economic, religious, and technological. Because of the, it can be said that it is important to strengthen the tourist culture of the city, which will allow the development of cultural tourism.

The present research aims to identify the influence of Tourist Culture in the development of Cultural Tourism in the city of Cajamarca 2019 - 2020. That is why the non-experimental research design has been used, since only the observed phenomenon is described and not variables are manipulated; The analytical method has also been used, because each of the parts of tourist culture and cultural tourism has been decomposed. In addition, it is a mixed type (quantitative and qualitative) and cross-sectional investigation. It has as a sample a total of 271 inhabitants. The techniques that have been used for data collection are the interview and the survey; and the instruments are the interview guide and the questionnaire guide.

Tourist Culture significantly influences the development of Cultural Tourism in the city of Cajamarca; Since, if the population, students and professionals in the cultural and tourism sector, tourism service providers and authorities manage to establish a true culture, creating awareness and instilling the practice of cultural values, an optimal Cultural Tourism can be developed for the benefit of all residents and visitors.

Keywords: tourist culture, cultural tourism, tourist awareness, tourism, heritage protection.

ÍNDICE GENERAL

LISTA DE TABLAS	9
LISTA DE FIGURAS	9
CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN	10
1.1.Planteamiento del problema	11
1.1.1. Descripción de la realidad problemática	11
1.1.2. Formulación del problema.....	16
1.1.3. Justificación e importancia.....	16
1.1.4. Delimitación de la investigación.....	18
1.1.5. Limitaciones	18
1.1.6.Objetivos	18
CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO	20
2.1.Antecedentes de la investigación	21
2.1.1.Antecedentes internacionales.....	21
2.1.2.Antecedentes nacionales	24
2.1.3.Antecedentes locales	26
2.2. Teorías que sustentan la investigación	27
2.2.1.Teorías de la cultura.....	27
2.2.2.Teorías de la satisfacción	29
2.3. Marco conceptual.....	30
2.3.1.Cultura Turística	30
2.3.2.Turismo Cultural	34
2.3.3.Conciencia Turística	40

2.3.4. Protección del Patrimonio Cultural.....	41
2.3.5. Sostenibilidad Cultural.....	44
2.3.6. Sostenibilidad del Patrimonio Cultural.....	45
2.3.7. Superestructura en Cultura.....	47
2.3.8. Superestructura en Turismo.....	52
2.4. Definición de términos básicos.....	58
CAPÍTULO III. PLANTEAMIENTO DE LA HIPÓTESIS Y VARIABLES.....	65
3.1. Hipótesis.....	66
3.2. Variables.....	66
3.3. Operacionalización de los componentes de la hipótesis.....	67
CAPITULO IV. MARCO METODOLÓGICO.....	68
4.1. Ubicación geográfica y reseña histórica.....	69
4.1.1. Ubicación geográfica.....	69
4.1.2. Reseña histórica.....	69
4.2. Diseño de la investigación.....	70
4.3. Métodos de la investigación.....	71
4.4. Universo, población, muestra, unidades de investigación.....	72
4.5. Técnicas e instrumentos de recopilación de información.....	75
4.6. Técnicas para el procesamiento y análisis de la información.....	75
4.7. Equipos y materiales.....	76
CAPÍTULO V. RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....	77
5.1. Resultados.....	78

5.2. Discusión	110
CAPÍTULO VI. PROPUESTA.....	115
6.1. Presentación de la propuesta	116
CAPÍTULO VII: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	133
7.1. Conclusiones	134
7.2. Recomendaciones.....	137
REFERENCIAS	140
LISTADO DE ABREVIATURAS.....	149
GLOSARIO	151
ANEXOS.....	154

LISTA DE TABLAS

Tabla 1: Número de habitantes de la zona urbana del distrito de Cajamarca	72
Tabla 2: Lista de equipos y materiales usados en la investigación.....	76

LISTA DE FIGURAS

Figura 1: Género de los encuestados	78
Figura 2: Edad de los encuestados.....	79
Figura 3: Conoce la historia del origen de Cajamarca y su geografía.....	80
Figura 4: Concepto de Recurso Turístico	82
Figura 5: Identidad con Cajamarca.....	84
Figura 6: Respeto al Patrimonio Cultural	86
Figura 7: Práctica de la tolerancia y la empatía.....	88
Figura 8: Orgullo de ser cajamarquino	89
Figura 9: Responsabilidad de proteger el patrimonio	90
Figura 10: ¿Cómo protege el patrimonio?.....	93
Figura 11: Concepto personal de Patrimonio Tangible	96
Figura 12: Concepto personal de Patrimonio Intangible	98
Figura 13: Participa de talleres, cursos y/o charlas sobre cultura	100
Figura 14: Visita museos, casonas o edificaciones	103
Figura 15: Participa de espectáculos, exposiciones, muestras y/o conferencias culturales	104
Figura 16: Conoce las entidades culturales de la ciudad y a nivel nacional.....	107

CAPÍTULO I.

INTRODUCCIÓN

1.1.Planteamiento del problema

1.1.1. Descripción de la realidad problemática

Al inicio recorrieron el mundo las élites y los marginales, con tiempo y algo de capital, se abrieron y despejaron los caminos, se desarrollaron las infraestructuras, tras ello fueron llegando los turistas de masas. El turismo, con la capacidad de ser renovable, se ha ido consolidando como un gran producto, casi una cadena de producción que poco a poco ha ido incluyendo aquel mundo como materia prima y a toda la humanidad con dinero como cliente potencial. Con estos antecedentes se puede deducir que el sistema turístico no funciona como una organización benéfica (sin fines de lucro), es una actividad económica y empresarial.

Organización Mundial de Turismo (como se citó en Mamani, 2015) menciona que “el turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año con fines de ocio, por negocios y otros”.

Es dentro de esta conceptualización que se puede encontrar como la cultura, en el más amplio sentido, es un pilar trascendental de la actividad turística, sobre todo si vamos más allá de la simple relación turismo/ocio y nos acercamos más a la concepción sobre el origen del turismo, según Bertram (2002) implica nociones como “la curiosidad, la necesidad de descubrir y saber”, que él define como la “curiosidad en movimiento”.

Es por lo que, es importante destacar que el factor humano, es quien da vida al turismo, ya sea como turistas o como anfitriones. Es así como al hablar de la Cultura Turística se hace referencia a la participación de las personas en la búsqueda de mejores

condiciones para hacer posible la actividad turística; lo que implica el compromiso de conocerla para contribuir a su fortalecimiento y poder obtener de ella los beneficios que es capaz de generar, dedicándole la atención necesaria para convertirla en la actividad sostenible que debe ser.

A partir de estos conceptos, se puede hablar del turismo cultural, que aparece en las cuatro últimas décadas como un fenómeno social que presenta una de las mejores perspectivas para ocupar el tiempo libre, vinculado con la herencia histórica de los territorios en donde se desarrolla, contribuyendo al desarrollo regional y de las ciudades que son depositarios de un importante legado patrimonial.

Según Cuccia y Rizzo (2011) “el turismo cultural se ha convertido en un reto para muchos destinos por su atractivo y poder diferenciador”; es por lo que, su atractivo económico radica en diversos aspectos, por lo que existe un consenso alrededor de la idea de que el turismo cultural no está tan relacionado a la temporalidad o la moda, lo cual constituye su principal fuerza. Para Greffe (2002) “debido a la multiplicación de los centros de interés, el turismo cultural es un mercado próspero que ofrece muchas posibilidades de desarrollo”, lo cual proporciona un aspecto novedoso a la actividad turística. Por tanto, los destinos, a través del desarrollo de actividades de turismo cultural pretenden mantener y conservar el patrimonio cultural, desarrollar nuevos recursos culturales y crear una imagen cultural.

De acuerdo con el contexto europeo, la Comisión de Turismo del Consejo de Europa (como se citó en Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos, 2009), lo promueve el turismo cultural considerándolo “un medio para cimentar la unidad en la diversidad” de las regiones, ciudades y de la población en la Unión Europea. En el

caso de Australia y Canadá, la cultura y el turismo se han coordinado para desarrollar coyunturas de mejoras en la calidad de vida de muchos pueblos indígenas; en el caso de África, América Latina y Asia, el turismo cultural se considera un medio para apoyar la conservación del patrimonio y para aumentar los ingresos locales, y un factor de desarrollo y una estrategia prioritaria de Estado en países como Cuba, México, República Dominicana, Colombia, Perú y Argentina, entre otros que se pudieran mencionar.

En el sentido de cultura turística, según Amaya (2006), “México cuenta con la Secretaría de Turismo del Gobierno Federal en la cual existe una Dirección General de Desarrollo de la Cultura Turística, integrada en la Subsecretaría de Operación Turística”, la cual tiene como objetivo institucional el propiciar el desarrollo de la Cultura Turística, a través de procesos de educación, la difusión de la misma, capacitación y modernización de las pequeñas y medianas empresas turísticas, con base en la concertación con autoridades turísticas, educativas y laborales de los tres niveles de gobierno, y la vinculación con los sectores empresarial, laboral y académico relacionados con el sector turístico, para mejorar la calidad de los servicios turísticos; se ha ido trabajando arduamente en esto y se han logrado grandes resultados.

En el ámbito nacional, es evidente que los recursos culturales son uno de los principales factores impulsores del turismo en el Perú; los sitios arqueológicos y los museos relacionados con el patrimonio cultural inmaterial a los que la UNESCO ha conferido el título de Patrimonio Mundial son destinos turísticos tradicionales en donde se celebra una gran variedad de actos, como festivales o eventos deportivos.

Si bien el Perú se encuentra en el puesto 58 en la clasificación del índice de competitividad turística correspondiente a los recursos culturales en general, existe cierta confusión con respecto a la evaluación. El país posee numerosos lugares considerados como Patrimonio Mundial y eso lo coloca en el puesto 21 en cuanto a la importancia del patrimonio, una clasificación particularmente elevada que podría relacionarse con lugares como Machu Picchu. El turismo cultural, que saca partido de los recursos culturales del país, es la característica más destacada del sector turístico peruano. Las civilizaciones precolombinas que habitaban el continente americano antes de la llegada de los europeos, entre las que cabe mencionar las civilizaciones Chavín, Moche y Nazca y el Imperio Inca dejaron un rico legado arqueológico y cultural.

En cuanto al desarrollo de la cultura turística en el país, la ciudad que más destaca es Cusco, dentro de sus diversas actividades se puede mencionar que el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (2017), promovió la Cultura Turística durante el gran desfile cívico en homenaje a la ciudad; esto se hizo a través de una activación, a cargo de una comparsa de músicos y personajes característicos de las danzas de Paucartambo, logrando llamar la atención de las organizaciones, públicas y privadas, así como de la población local, en el que participaron autoridades y funcionarios del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo; quienes promovieron las dimensiones de la cultura turística como la amabilidad, honestidad, orientación al turista, cuidado del turista, cuidado del patrimonio e identidad.

Por otro lado, la ciudad histórica de Cajamarca cuenta con un valor singular, posee reconocimientos de carácter nacional y continental como Capital del Carnaval peruano y Patrimonio Histórico y Cultural de las Américas; esto se debe al haber sido escenario de

acontecimientos históricos de gran envergadura y que marcaron rupturas, discontinuidades y el nacimiento de nuevos procesos humanos, históricos, culturales, económicos, religiosos, tecnológicos. Es el ícono de un violento encuentro de culturas, formas de pensamiento, cosmovisiones, concepciones de la existencia humana; por lo cual, es fundamental mencionar la importancia que tiene el poseer cultura turística para poder generar en la ciudad un turismo cultural cimentado, ofreciendo al turista una experiencia mágica y realista; ya que como población transmitimos mucho, esto se observa a través de la educación que es la base para desarrollar una mejor región, una mejor ciudad, la familia constituye la base para el aprendizaje de la cultura, la enseñanza va de generación en generación y el centro educativo debería tener el rol de fortalecer esa cultura y así afianzar la identidad cultural de cada pueblo.

Por todo lo mencionado anteriormente, es que se puede y debe desarrollar la cultura turística en la ciudad de Cajamarca, ya que se puede repotenciar todo lo que ya se posee como la hospitalidad, la buena actitud frente al turista y hacia los recursos turísticos, así como acrecentar los conocimientos sobre los lugares con valor cultural y patrimonial en general a mostrar a los visitantes, lo cual ayudará a revalorar la identidad, y así se podrá cuidar y conservar el patrimonio cultural para poder desarrollar óptimamente el turismo cultural.

1.1.2. Formulación del problema

1.1.2.1.General:

¿Cómo influye la Cultura Turística en el desarrollo del Turismo Cultural en la ciudad de Cajamarca?

1.1.2.2.Específicos:

- a. ¿Cuáles son los conocimientos culturales con los que cuentan los pobladores de la ciudad de Cajamarca?
- b. ¿Cómo es la conciencia turística de la población de la ciudad de Cajamarca?
- c. ¿Cuáles son los recursos culturales de la ciudad de Cajamarca?
- d. ¿Cuál es la superestructura existente en la ciudad de Cajamarca para el desarrollo del turismo cultural?

1.1.3. Justificación e importancia

1.1.3.1.Justificación

- a. **Justificación científica.** Se pretende contribuir en el campo de conocimiento de la cultura turística que se presencia en la ciudad de Cajamarca, así mismo en el desarrollo del turismo cultural poco potenciado; creando una actitud crítica en el receptor, quien, a partir de la lectura de esta investigación, podrá tener un panorama más amplio y detallado de esta situación en la ciudad y que a partir de ello se puedan realizar más investigaciones y proyectos al respecto.

- b. Justificación técnica – práctica.** Esta investigación encuentra asidero en un contexto técnico – práctico; pues, durante su desarrollo, se pretende demostrar cuál es la influencia de la Cultura Turística en el desarrollo del Turismo Cultural, a través de encuestas y entrevistas significativas y a la vez, la presentación de una propuesta para el desarrollo del turismo cultural en la ciudad de Cajamarca.
- c. Justificación institucional y personal.** La investigación ha sido determinada por la poca cultura turística con la que cuenta la población, que se ve reflejada en sus diversas acciones (algunas veces vandálicas), en contra del patrimonio y por el deficiente desarrollo del turismo cultural en la ciudad. Esto, sin duda, es un incentivo no solo académico, sino de conciencia para todo aquel interesado en el ámbito cultural.

1.1.3.2.Importancia

La investigación es importante porque va a contribuir en el campo de conocimiento sobre la cultura turística que se debe potenciar en la ciudad de Cajamarca, así mismo en el desarrollo del turismo cultural poco impulsado; de esta manera generar en la población una actitud positiva frente al patrimonio y así pueda valorarlo, cuidarlo y protegerlo; de esta manera se tendrá una ciudad más atractiva para ofrecer un turismo cultural responsable y sostenible; así como también se tendrá ciudadanos más informados sobre Cajamarca para poder orientar no sólo a los turistas, sino también a las futuras generaciones; lo cual permitirá un

posicionamiento de Cajamarca en el ámbito de turismo cultural a nivel nacional en un futuro cercano.

1.1.4. Delimitación de la investigación

1.1.4.1. Delimitación Espacial

La presente investigación se realizó a pobladores del Centro Histórico de la ciudad de Cajamarca, así como de sus principales barrios: San Sebastián, San Pedro, Cumbe Mayo, San José y La Colmena.

1.1.4.2. Delimitación Temporal

La investigación se desarrolló en los años 2019 - 2020.

1.1.5. Limitaciones

- a. Escasa bibliografía sobre la cultura turística y turismo cultural en el ámbito local.
- b. Durante la aplicación de las encuestas, pocos pobladores colaboraron.
- c. Durante la aplicación de las entrevistas, la no disponibilidad de tiempo de la representante de la Dirección Desconcentrada de Cultura.

1.1.6. Objetivos

1.1.6.1. Objetivo general

Identificar la influencia de la Cultura Turística en el desarrollo del Turismo Cultural en la ciudad de Cajamarca 2019 - 2020.

1.1.6.2.Objetivos específicos

- a. Identificar los conocimientos culturales de los pobladores de la ciudad de Cajamarca.
- b. Determinar cómo es la conciencia turística que posee la población de la ciudad de Cajamarca.
- c. Mencionar los recursos culturales que posee la ciudad de Cajamarca.
- d. Describir la superestructura existente en la ciudad de Cajamarca para el desarrollo del turismo cultural.

CAPÍTULO II.

MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes de la investigación o marco referencial

2.1.1. Antecedentes Internacionales:

Mayo, A. (2017). *Cultura turística como factor de desarrollo sustentable en la colonia Juan N. Álvarez, Municipio de Copala, Guerrero* [tesis de maestría, Universidad Autónoma de Guerrero].

La investigación se sustentó de manera teórico conceptual, los elementos que influyen en el surgimiento del significado de cultura turística, donde de manera histórica, analítica y descriptiva se investiga los factores exógenos y endógenos que han dado origen y evolución al turismo en la colonia Juan N. Álvarez, del municipio de Copala, Guerrero, desde su fundación hasta el año 2016.

La investigación concluye que la implementación de una cultura turística, basada en lineamientos o normativas como la Carta del Turismo Sustentable, el Manual de Gestión del Turismo en sitios del Patrimonio Mundial, y el Código Ético Mundial para el Turismo, este vertebrada en la sociedad receptora de turismo y en los destinos con vocación turística como es el caso de la colonia Juan N. Álvarez.

Gudiño, M. (2013). *Turismo cultural en Michoacán: un análisis del impacto económico y de la satisfacción turística* [tesis de pregrado, Universidad de Santiago de Compostela].

Como objetivo principal se tuvo el analizar la evolución del fenómeno turístico en México, mediante un examen de la situación actual para tener una visión amplia de cómo se encuentra esta actividad tan importante para la economía. El análisis incluye un estudio de los problemas que, en la actualidad, presenta el modelo turístico predominante en el país.

Se concluye que el turismo cultural es una de las alternativas que se pretende impulsar en el país aprovechando el importante patrimonio cultural y natural. La mayoría de este patrimonio en México se encuentra en las zonas del interior del país, que se caracterizan, al mismo tiempo, por un elevado índice de población indígena y migración y unos menores niveles de desarrollo.

González, M. y Castro, G. (2013). Formación de la cultura turística en las comunidades anfitrionas: Barrio Centro, Santa Clara, Cuba. *Revista de Cultura y Turismo*.

El propósito de la investigación fue el diseñar e implementar una estrategia participativa para la formación de la cultura turística en el Barrio Centro de Santa Clara, con el fin de promover el turismo cultural comunitario desde una perspectiva educativa. Tiene por enfoque metodológico el cualitativo basado en la percepción y apreciación de la población con respecto al modelo turístico. La metodología se basa en la revisión de las teorías científicas que sustentan el objeto de investigación, así como en la selección e integración de métodos, procedimientos y técnicas de las Ciencias Sociales, ambientales y gestión turística.

Se concluye que las acciones realizadas evidencian un favorable proceso de transformación cualitativa que transita desde un estado inicial, caracterizado por insuficiente cultura turística, hacia un nuevo estado de formación y comportamientos turísticos deseables.

Brizuela, K. (2011). *Potencialidades del Turismo Cultural. Estudio de caso: El Camino del Inca en el Corredor del Valle del Bermejo* [tesis de pregrado, Universidad Nacional de Quilmes].

La investigación indaga sobre las principales problemáticas y atractivos de los sitios arqueológicos Incas localizados en la región del Valle del Bermejo, Provincia de la Rioja. Tiene la finalidad de elaborar una propuesta para potenciar la región como modelo de desarrollo sustentable, basándose en su riqueza cultural y arqueológica. Así mismo, tiene un abordaje exploratorio y descriptivo, al buscar un diagnóstico a cerca de la situación actual y potencial de la problemática y culturales del Camino del Inca; también un carácter cuantitativo, nutriéndose de fuentes secundarias como son los datos y estadísticas sobre la situación de los sitios incaicos en la provincia y también en el país, así como bibliografía sobre el tema.

Se concluye que, en Argentina, el Camino del Inca abarca una región con un potencial turístico importante por la variedad de su patrimonio natural, resultado de áreas geográficas diferenciadas: puna, desierto, selva de yungas, valles, quebradas, llanuras y por su incomparable patrimonio histórico y cultural, producto de los asentamientos aborígenes, los más importantes del país.

De Esteban, J. (2006). *La demanda del turismo cultural y su vinculación con el medio ambiente urbano: los casos de Madrid y Valencia* [tesis doctoral, Universidad Complutense de Madrid].

La tesis doctoral pretende estudiar las dimensiones del desarrollo sostenible del turismo cultural contemporáneo en las urbes de Madrid y Valencia y su vinculación con el medio ambiente urbano. Para ello, se ha llevado a cabo un cuestionario con una muestra de 400 encuestas (200 personas en Madrid y 200 en Valencia) que han sido realizadas en el “Museo Reina Sofía MNCARS”, localizado en Madrid Capital, y en el Instituto Universitario

de Ciencias Ambientales (IUCA) “Instituto Valenciano de Arte Moderno, IVAM”.

Se concluye que los turistas culturales contemporáneos en España son generalmente personas bien formadas culturalmente, con trabajos de prestigio, altos ingresos, fuertemente concienciados con el medio ambiente, aunque hay que decir que no todos los visitantes de bienes culturales son turistas culturales, pues el nivel de motivación cultural varía ostensiblemente de un turista a otro y de un país a otro.

2.1.2. Antecedentes Nacionales

Saavedra, A. (2018). *Programa educativo en cultura turística para docentes y alumnos del nivel secundario de la I.E. “Federico Villarreal”* [tesis de pregrado, Universidad Señor de Sipán].

La investigación tuvo como propósito la elaboración de un programa educativo en cultura turística para los docentes y alumnos del nivel secundario de la Institución Educativa “Federico Villarreal” en Túcume. Para ello el tipo de investigación fue cuantitativo – descriptivo, donde se ha utilizado al cuestionario como instrumento de determinación del nivel en cultura turística en la que se encuentran docentes y alumnos.

Se evidenció que los docentes de la I.E. “Federico Villarreal” poseen ideas deficientes y erradas, en la mayoría de los casos, en temas que tienen relación con el turismo lo que debilita su nivel de cultura turística.

López, D. (2017). *Propuesta de una ruta temática cultural y su relación en el fortalecimiento del turismo interno en el distrito de Ancón - región Lima – 2017* [tesis de pregrado, Universidad San Martín de Porres].

La investigación, presenta la relación que existe entre la propuesta de una ruta temática cultural y el fortalecimiento del turismo interno en el distrito de Ancón – Región Lima, busca aportar en el recurso humano la valorización cultural de su territorio, fortaleciendo así el turismo interno del distrito.

Es una investigación descriptiva, ya que busca especificar las propiedades importantes del fenómeno de estudio, para el caso, sustentado en la propuesta de una ruta temática. Es transversal, no experimental.

Se concluye que la propuesta de ruta temática cultural, basado en Alfa de Cronbach es óptimo en un 92%; dando niveles de significancia menores a 0.05. Además, de acuerdo al resultado de la correlación de Rho de Spearman, se demostró que las percepciones superaron las expectativas de los encuestados respecto a la variable en conjunto.

Antitupa, A. y Vargas, L. (2017). *Cultura turística y su contribución al desarrollo turístico en la ciudad de Puerto Maldonado 2015* [tesis de pregrado, Universidad Amazónica de Madre de Dios].

La investigación tuvo como objetivo principal el determinar el nivel de cultura turística y su grado de contribución al desarrollo del turismo en la ciudad de Puerto Maldonado, para ello se realizó 382 encuestas en la ciudad de Puerto Maldonado en los diferentes puntos de interés, puesto que la ciudad de Puerto Maldonado es un destino con mucho potencial turístico que puede ofrecer a sus visitantes así como visita a las collpas, lagos, a través de diferentes paquetes turísticos, para ello la población necesita capacitarse constantemente en temas turísticos, para así poder brindar información clara y oportuna al momento de tener contacto con el turista.

Se concluyó que el 20% de los pobladores que están relacionados directa e indirectamente con la actividad turística consideran que el cobro deshonesto por los productos o servicios prestados al turista lo ven como algo justo denominándolo “precio gringo”.

Ocampo, J. (2013). *El nivel de cultura turística de los habitantes del distrito de Miraflores en Lima, Perú, en cuanto al conocimiento que tienen sobre los recursos patrimoniales culturales del distrito y su percepción respecto al comportamiento que tienen hacia el turista* [tesis de pregrado, Universidad San Ignacio de Loyola].

El objetivo principal de la investigación es determinar el nivel de Cultura Turística de los habitantes del distrito de Miraflores en Lima, Perú, en cuanto al conocimiento que tienen sobre la existencia y diversidad de los recursos patrimoniales culturales turísticos que alberga su distrito y cuánto saben de ellos así como la frecuencia de visitas que realizan a los mismos, y por otro lado, sobre la percepción que tienen ellos respecto a su comportamiento hacia el turista, para generar una experiencia positiva o negativa durante y después de la visita del turista al distrito. Busca generar conocimientos nuevos sobre el nivel de Cultura Turística de un habitante mirafloresino respecto a dos variables: el conocimiento que tiene sobre la existencia de los recursos patrimoniales culturales y sobre la percepción que tienen sobre cómo ellos tratan al turista: si es un trato cordial y amable o si son indiferentes o tienen actitudes negativas hacia el mismo.

2.1.3. Antecedentes Locales

Gastelo, D. (2010). *El recorrido Saña - Cajamarca como segmento de turismo histórico – cultural* [tesis de pregrado, Pontificia Universidad Católica del Perú].

La investigación pretende mostrar que un segmento del recorrido hecho por Pizarro en su ascenso a los Andes, que se inicia en el pueblo de Saña a lo largo de su valle y que sigue por las alturas de Cajamarca hasta llegar a la ciudad del mismo nombre puede convertirse en un recorrido apto para el denominado turismo cultural.

Como objetivo principal tiene el determinar los niveles de viabilidad para el desarrollo del turismo histórico - cultural del recorrido que en su momento realizó Pizarro desde Tumbes hasta Cajamarca.

Se concluye que los segmentos de recorrido de Saña a San Miguel de Cajamarca y de San Miguel de Cajamarca a la ciudad de Cajamarca presentan mayores niveles de viabilidad en el corto y mediano plazo debido a la cohesión de los centros poblados y a los recursos ya existentes que permiten dar acogida al viajero.

2.2. Teorías que sustentan la investigación

2.2.1. *Teorías de la Cultura*

A mediados del siglo XVIII y tras un rico bagaje sociocultural proporcionado por las colonizaciones y expansión de nuevas tierras a través de África y el Pacífico, los pensadores del viejo continente comenzaron a esbozar, bajo el prisma científico, diversas teorías que intentaban justificar las grandes diferencias culturales que existían y actualmente existen entre los diferentes pueblos esparcidos por la tierra.

En la actualidad existen diversos enfoques teóricos de la cultura, las que se darán a conocer a continuación, de acuerdo con la clasificación de los distintos principios y teorías efectuados en la obra “Introducción de la antropología cultural y social”. Tolosana (1997)

2.2.1.1. Teoría evolucionista de la cultura.

Este enfoque teórico de la cultura, conocido como “teoría de la evolución cultural o evolucionismo”, surge como corriente de pensamiento de explicación científica de las diferencias culturales.

Esta teoría no tiene en cuenta el concepto de contacto entre diferentes culturas, sino más bien considera que los desarrollos de las diferentes tradiciones culturales siguen procesos similares: como lo mencionó Darwin (como se citó en García, 2005) “las culturas deben explicarse en función de culturas, la cultura es un continuo; cada rasgo u organización, cada estado de desarrollo, surge de la situación anterior”.

2.2.1.2. Teoría historicista de la cultura.

Según Spengler (1966), “los presupuestos se fundamentan en el análisis etnográfico para estudiar y describir mediante la observación y la investigación el conjunto de los rasgos políticos, económicos, religiosos, etc., que forman la cultura de una sociedad”. Las leyes del proceso cultural podían ser descubiertas mediante la reconstrucción de la historia cultural particular de cada sociedad basada en el trabajo de campo antropológico. Dichos actos promueven o frenan los procesos históricos de los pueblos.

2.2.1.3. Teoría difusionista de la cultura.

El difusionismo es conceptualmente una reacción a las ideas evolucionistas de unilateralidad propagadas a principios del siglo XX. Con el difusionismo, la

antropología supera los planteamientos evolucionistas, esta tendencia tiene como idea central el concepto de “difusión”, entendida según Tolosana (1997) como la “expansión de un rasgo cultural desde su lugar de origen a otras sociedades”. El difusionismo completa la teoría evolucionista y plantea que lo que explica la diversidad humana, es tanto el propio desarrollo de cada cultura a lo largo de una misma escala evolutiva, sino la historia de contactos que cada cultura ha tenido.

2.2.1.4. Teoría funcionalista – estructural de la cultura.

Según Malinowski (1961), “tiene como concepto fundamental el sistema cultural que se centra en razones funcionales”; asimismo, las organizaciones que se establecen para satisfacer las necesidades culturales de una sociedad en los niveles: biológico (alimentación, defensa, etc.), derivado (educación, derecho, etc.) y sintético (artes, religión, etc.).

2.2.2. Teorías de la satisfacción

La satisfacción es un campo de estudio amplio e incluye distintas disciplinas y enfoques, fue estudiado en la década del 60 del siglo pasado por varios autores desde diferentes enfoques o perspectivas.

Según Grady y Edgington (como se citó en Santos, 2016), “la satisfacción es una respuesta emocional del individuo ante la experiencia y la relación con el proveedor del servicio” (p 84). La satisfacción es un elemento espejo del rendimiento del servicio que se ofrece. Hay autores que se refieren a la satisfacción como un estado emocional,

sentimientos o respuestas afectivas por parte de los clientes, luego de consumir un bien o servicio.

Para Spreng, MacKenzie y Olshavsky (como se citó en Santos, 2016), “satisfacer a los clientes se ha convertido en un imperativo mercado lógico; las organizaciones perciben el valor de un cliente satisfecho en términos de actitudes positivas hacia la marca, de boca en boca efectivo, las compras repetidas y la lealtad” (p 83).

Los investigadores del comportamiento del consumidor se han preocupado por describir el concepto de satisfacción, otorgándole un significado puntual y específico, al ubicarlo en el marco de las experiencias de los consumidores en general.

Westbrook y Hunt (como se citó en Quispe y Ayaviri, 2016), “definen la satisfacción como un proceso de evaluación de una experiencia de compra de un producto o servicio, donde se comparan aquellas expectativas del cliente con los resultados alcanzados” (p 172).

Por lo tanto, la satisfacción implica un cumplimiento o una superación de los efectos deseados por el cliente, en relación cliente/ expectativa.

2.3. Marco conceptual

2.3.1. *Cultura Turística:*

Para la Secretaría de Turismo en México (2014), la Cultura Turística “tiene su fundamento desde la perspectiva del desarrollo sustentable, concebido como la adecuada administración de los recursos (naturales, materiales, financieros y humanos), de manera que se logre la mayor satisfacción del visitante y el mayor beneficio para la comunidad receptora”. Con esta base, la Cultura Turística incorpora las dimensiones sociales,

culturales, ambientales y económicas del turismo, orientándose hacia los beneficios comunitarios, pretendiendo resaltar la participación de las comunidades según sus propias características locales.

El objetivo primordial radica entonces, en enfocar el modelo turístico a una relación en donde los resultados y el éxito en la recepción y atención del turista sea reflejo del desarrollo sustentable del turismo, basado en el continuo mejoramiento de la calidad de vida de la población.

2.3.1.1. Análisis conceptual de la Cultura Turística.

La cultura está integrada por un conjunto de imaginarios colectivos y estructuras simbólicas de pensamiento (criterios, conocimientos, valores), los cuales se traducen en manifestaciones o expresiones (actitudes, costumbres, estilos de vida) que cohesionan a los miembros de una sociedad determinada y que la hacen diferente de las demás. Por otra parte, el Turismo es una actividad humana cuya esencia son el ocio y el tiempo libre, y que además de involucrar desplazamientos y la recepción de quienes se trasladan, se sustenta en el uso de recursos y en la prestación de servicios, generando repercusiones diversas. Al unir estos dos términos y formar el concepto Cultura Turística, se puede entender que dentro de la cultura íntegra de la sociedad, existe una parte orientada al conocimiento y valoración de la actividad turística, que busca la satisfacción del visitante y la obtención del mayor beneficio para las comunidades receptoras.

2.3.1.2.Elementos de la Cultura Turística.

Así como la cultura integral de una sociedad tiene elementos que la definen en su propio contexto, a su vez la Cultura Turística cuenta con ciertos elementos principales. Secretaría de Turismo en México (2014), los divide de la siguiente manera:

- a. Conocimientos: referidos a las experiencias asimiladas que constituyen la preparación de quienes participan en el turismo (comunidad receptora o anfitriones) para brindar servicios con calidad, y éstos pueden ser:
 - ✓ Históricos y Geográficos
 - ✓ Sobre los recursos, factores y repercusiones del turismo
 - ✓ Sobre las características de la nación, región o localidad en la cual se vive.
 - ✓ Técnicas y métodos de administración y operación de los servicios turísticos.

- b. Valores: aquellos elementos emotivos compartidos, basados en ciertos principios éticos y que motivarán a brindar servicios con calidez.
 - ✓ Compromiso: con todos.
 - ✓ Constancia: en la realización del trabajo.
 - ✓ Disciplina: para elaborar un buen trabajo.
 - ✓ Honradez: con todos y en todo sentido.
 - ✓ Orgullo: con lo que le pertenece y se siente identificado.

- ✓ Respeto: tanto con su prójimo como con el patrimonio cultural y natural.
- ✓ Responsabilidad: en la realización de las actividades.
- ✓ Vocación de servicio.
- ✓ Amabilidad: reflejada en el trato afectuoso y cordial.
- ✓ Cortesía: que evidencia demostraciones de respeto.
- ✓ Eficiencia: la facultad para prestar servicios en tiempo y forma al contar con las habilidades y destrezas necesarias.
- ✓ Disposición: el actuar con plena conciencia y conocimiento de la importancia de la labor de cada quién.
- ✓ Profesionalismo: el factor humano aplicando su experiencia y emotividad en el marco de sus labores.

El ambiente turístico de una localidad, derivado de la formación y la participación individual y social de los individuos, estará sustentado en un clima especial de cordial hospitalidad, calidad y competitividad, y se orientará a tener turistas totalmente satisfechos. Para poder lograr este efecto deseable en las comunidades receptoras, antes habrá que partir de los individuos, promoviendo no un cambio o transformación radical en sus hábitos, sino más bien, estimulando la comprensión y asimilación de la Cultura Turística.

2.3.1.3. Alcances o efectos de la Cultura Turística.

Según la Secretaría de Turismo en México (2014) afirma que:

A partir de la difusión de conocimientos y valores, se generan actitudes que se manifiestan en una mejor comprensión del turismo y sus implicaciones, y a la valoración y adecuada administración del patrimonio turístico.

Esto trae consigo la integración de una oferta de servicios diversificada, adaptable al medio y a la identidad de los anfitriones, que permitirá atender con más eficiencia al turista, lo cual puede propiciar mayores corrientes de visitantes.

Los beneficios de diversa índole generados por este proceso favorecerán la consolidación de productos y destinos turísticos, y por ende la sostenibilidad para las comunidades.

La gran tarea es la de relacionar a los diferentes sectores de la sociedad: gobiernos federal, estatal y municipal, organismos no gubernamentales, sector académico e iniciativa privada para que se constituyan como promotores de la Cultura Turística

2.3.2. Turismo Cultural

La Organización Mundial del Turismo (como lo citó Santana, 2003), señala al Turismo Cultural “como un movimiento de personas esencialmente por una motivación cultural, tal como el viaje de estudios, representaciones artísticas, festivales u otros eventos

culturales, visitas a lugares y monumentos, folklore, arte o peregrinación”. La principal ventaja para disfrutar de este tipo de turismo es la cualidad de su atemporalidad.

En la actualidad aún se están presentando una serie de razones que han aumentado la demanda del turismo cultural en el mundo, destacando como punto de inicio Europa.

García (2016) menciona las siguientes razones de demanda turística:

- Mayores niveles de educación a nivel mundial, que provocan un aumento general del interés por la cultura.
- Envejecimiento de la población, que genera mayor demanda de productos y experiencias culturales.
- Nuevos flujos turísticos de mercados emergentes (como China, Rusia o India) que quieren ver los principales recursos culturales de los destinos que visitan.
- Desarrollo de industrias culturales y un crecimiento en la oferta de actividades y recursos culturales.
- Proyectos de regeneración urbanística que han convertido edificios antiguos (antes sin uso turístico) en centros y espacios culturales.
- Auge de internet que ha facilitado el consumo de turismo cultural.
- Mayor promoción por parte de las grandes instituciones culturales, que antes veían su rol limitado sólo a la conservación del patrimonio y ahora ven en la difusión y la explotación turística, una de sus principales obligaciones.
- Por otro lado, en la última década la oferta de equipamientos culturales se ha duplicado en Europa y Estados Unidos.

2.3.2.1. Impacto y beneficios del turismo cultural.

Para García (2016), el turismo cultural “contribuye al desarrollo económico de un destino, pero también a la integración social y al acercamiento entre los diferentes pueblos; su falta de estacionalidad fomenta que el empleo asociado al turismo cultural sea más estable que en otros segmentos”.

Pero el desarrollo turístico de estos recursos patrimoniales e históricos, se tiene que hacer de una forma planificada, responsable y controlada, para no poner en peligro el futuro de los recursos disponibles. En definitiva, es fundamental desarrollar una gestión sostenible del turismo cultural.

2.3.2.2. Perfil de los turistas culturales.

En general, los turistas culturales se destacan por las siguientes características. Según García (2016) afirma:

- Son gente educada y formada (muchos de ellos con educación superior).
- Cubren todos los segmentos de edad.
- Suelen tener un alto gasto turístico.
- Están interesados en productos turísticos como la gastronomía y las compras.
- Se sienten preocupados por el medio ambiente.
- Aprecian las diferencias culturales entre países.
- Viajan de manera frecuente.
- Son clientes exigentes que buscan calidad y comodidad.

- Y demuestran interés por conocer a la población local y su forma de vida.

2.3.2.3.Tendencias del turismo cultural.

Para García (2016), son:

- **Edutenimiento:** Hoy, para mucha gente, la cultura se entiende como una mezcla de elementos culturales, educativos y de entretenimiento.
- **Nuevas motivaciones:** Una nueva motivación para viajar es la asistencia a grandes eventos.
- **Experiencias:** Muchos turistas quieren que la experiencia cultural sea mucho más interactiva, pudiendo participar de forma activa. No quieren ser simples espectadores cuando viajan, sino protagonistas de su propia experiencia cultural.
- **Inmersión:** Para ello, muchos turistas tienen interés en aprender danzas locales, gastronomía, artesanía o deportes autóctonos, que les aporten una experiencia vital, relacionada directamente con el lugar que visitan.
- **Interactividad:** Los museos se vuelven más interactivos, programando actividades y talleres para adultos que les permitan “aprender” y “experimentar” la cultura, de una forma diferente y más lúdica.

- **City Breaks:** En la última década han crecido mucho los viajes “city break”, escapadas cortas de 2-3 días para conocer una ciudad y con la cultura como una de sus principales actividades.
- **Nuevas temáticas:** Mucha oferta cultural nueva está hoy más relacionada con la cultura contemporánea (diseño, arquitectura, gastronomía o diversidad cultural), que con el patrimonio histórico artístico.
- **Tecnología:** Elementos como las pantallas táctiles, el envío de mensajes basados en geo posicionamiento, la realidad virtual, los hologramas o el uso de robots, pueden transformar la forma en que consumimos cultura.
- **Turismo Creativo:** Se considera a la nueva generación de turistas que quieren desarrollar su potencial creativo cuando viajan. Para ello, quieren participar en cursos o experiencias relacionadas directamente con la cultura y la sociedad del destino.
- **La cultura se integra con el turismo de sol y playa:** La oferta cultural se ha incluido recientemente entre las actividades que los turistas de sol y playa demandan durante sus vacaciones.

2.3.2.4. Peligros y amenazas del turismo cultural

Para García (2016), son:

- **Mercantilización de la cultura:** la oferta cultural no se basa solo en la esencia abstracta de la belleza o el talento del autor, sino en su capacidad de generar interés y atraer a público.
- **Banalización de la cultura:** cuando el turismo masivo lleva a la escenificación y teatralización de tradiciones y costumbres locales, exclusivamente para su consumo por los turistas.
- **Gentrificación:** proceso por el que, fruto de una regeneración urbana, la población original de una zona o barrio deteriorado (que ha mejorado), es desplazada por otra población de mayor nivel adquisitivo, según se va renovando la zona.
- **Sobreoferta cultural:** un problema que se ve en muchos destinos, ha sido el incremento exponencial de su oferta de espacios culturales.
- **Descoordinación:** en muchos destinos existe una falta de coordinación entre las instituciones públicas relacionadas con la cultura y las relacionadas con el turismo, lo que resta potencial de posicionamiento internacional.
- **Pérdida de identidad:** la masificación de ciertos sitios históricos, puede hacer que se pierda la atmósfera casi mística que los caracteriza, lo que les resta valor turístico.

2.3.3. *Conciencia Turística*

Para que el turismo tenga éxito, los actores vinculados con el desarrollo de la actividad turística deben ser conscientes de su representación como anfitrión o servidor de turismo de su localidad. Rodríguez (2012) afirma que:

Tener conciencia turística no se trata solo de ser hospitalario con el turista, de tener buena actitud con la comunidad, sino de ser conscientes que debemos de conocer, valorar y así aprender a cuidar y conservar lo que nos beneficia como población. Y asimismo reconocer al turismo como instrumento para el desarrollo sostenible de nuestra nación.

Arria (como lo citó Rodríguez, 2017) nos dice que “tener conciencia turística es poseer conocimientos sobre los lugares turísticos y poder transmitirlos a los visitantes, además, es el conjunto de actitudes que tienen las personas frente a los turistas y se expresan con la bienvenida y hospitalidad que se les brinda”.

2.3.3.1. Importancia de la Conciencia Turística.

Sosa de la Cruz (2004) nos dice que la conciencia turística:

La conciencia turística forma parte importante para que todas las actividades que están relacionadas al turismo se desarrollen en forma sostenible, asimismo, que su desarrollo debe estar orientado para que

forme parte de la cultura de todos los ciudadanos. No obstante, se puede presentar en tres niveles:

1. Conciencia turística del ciudadano en el destino turístico; el ciudadano debe estar identificado con los recursos turísticos es decir debe conocerlo, valorarlo, difundirlo y cuidarlo.
2. Conciencia turística del prestador de servicios; el prestador de servicios debe contar con vocación de servicio, que debe ser considerada desde la selección del personal, para luego capacitarlo y orientarlo profesionalmente.
3. Conciencia turística de las autoridades; es el compromiso de las autoridades para ayudar a que se realice la actividad turística.

2.3.4. Protección del Patrimonio Cultural

Existen diversas propuestas de protección del Patrimonio Cultural, como la manera en cómo podemos contribuir a esto como ciudadanos. Según el arqueólogo Ricardo Alburqueque (comunicación personal, 2020)

- Difundiendo el conocimiento.
- Organizándonos para apoyar las iniciativas culturales y para crear nuevas iniciativas de protección al patrimonio.
- Reivindicando las prácticas o costumbres ancestrales.
- Fomentando la formación de colectivos, asociaciones, ONG's en pro de la defensa al patrimonio material e inmaterial.

- Inculcando a los más jóvenes a proteger y valorar sus sitios arqueológicos y todas las manifestaciones culturales que comparten una determinada sociedad.
- Trabajando con la gente: involucrar a la población civil e incidiendo en la participación de eventos culturales en donde se resalte el potencial y la importancia de la cultura de nuestro país.
- Desarrollando proyectos sostenibles con las comunidades campesinas adyacentes o no a sitios arqueológicos (investigación cualitativa, cuantitativa y sistemática).
- Organizando conversatorios, charlas, foros, congresos, ferias, etc. Articulando fuerzas de trabajo con diferentes asociaciones o instituciones ligadas a la defensa del patrimonio, las artes, lo audiovisual, lo ambiental.
- Trabajando de manera conjunta con los entes institucionales que rigen el patrimonio.
- Promoviendo la investigación científica y social, fomentando el desarrollo y la relación interdisciplinaria.
- Promoviendo y visibilizando la democratización de ciencias como la arqueología, la antropología y la sociología. En donde todos podamos aprender de cada una y ser participativos en las acciones que se generen con los especialistas.
- Incidiendo en las autoridades que rigen el patrimonio a innovar en tecnología y cambios en los guiones museográficos para un mejor entendimiento de la historia por parte del visitante.

Por otro lado, es necesario conocer la importancia de conservar el Patrimonio Cultural. Según el arqueólogo Ricardo Alburquerque (comunicación personal. 2020), nos menciona que:

- Se tiene la obligación de transmitirlo a las generaciones futuras.
- Es una fuente de información que permite conocer de dónde se proviene (origen).
- Permite establecer vínculos estrechos entre nosotros y con nuestro territorio.
- Es una fuente valiosa de desarrollo a nivel local, regional y nacional.
- Genera ideas de emprendimiento a partir de la interpretación y la réplica del material cultural.
- Genera conciencia colectiva.
- Difunde el conocimiento y los materializa en la difusión a partir de una educación revolucionaria.
- Es una fuente importante para entender el comportamiento y el desarrollo de todas las sociedades del pasado, con la finalidad de contrastar dichas características culturales con generaciones futuras.
- Es una fuente de conocimiento para ejecutar acciones de salvaguarda a nivel urbano.
- Nos lleva a repensar nuestra historia antigua y entender en qué fallamos en el presente.
- Genera un turismo cultural y experimental sostenible.
- Genera ingresos socioeconómicos importantes si se es constante en el trabajo.
- Genera investigación.

2.3.5. *Sostenibilidad Cultural*

Uno de los campos de investigación en sostenibilidad se enfoca en la cultura de cada nación que explica su interrelación con el entorno y el cómo la adopción de ideas foráneas a menudo es impracticable o causa efectos no esperados.

Por lo tanto, la comprensión de la cultura de cada nación es vista como un activo, que debe ser comprendido porque finalmente de hábitos y de costumbres se nutren nuestras organizaciones. Según la Universidad del Desarrollo (2013), afirma que:

Si entendemos la cultura en su forma más básica, esta comprende ya no sólo el quehacer de los pueblos sino el cómo estos se han dado forma en su relación con su entorno. Incas, Aztecas o Mayas podrían ser ejemplos de cómo las civilizaciones fueron moldeadas por sus climas en contraposición a nórdicos y teutones. Estas mismas costumbres van cambiando en la medida que el mundo es más globalizado e interconectado, asociado al incremento en los niveles de ingresos y de calidad de vida.

Un ejemplo de la relación medioambiente-costumbre cultural ha sido el hábito arraigado en Latinoamérica de la siesta. Esta costumbre es propia de países cálidos, donde las temperaturas más altas se dan en horarios post-almuerzo y la población acostumbra a dormir.

En distintos países de Latinoamérica, la tendencia entre los 80s y 90s, fue considerar como válido el permiso laboral para la siesta. Sin embargo, producto de la globalización y la demanda de estandarización con países del otro hemisferio de menores temperaturas, esta iniciativa fue erradicada por

considerarse inapropiada. Aprender acerca de las estructuras culturales de las naciones y organizaciones puede ser clave para comprender el papel y el impacto de la tecnología a nivel energético, que permita a su vez y a través del enfoque de sistemas, comprender que la relación entre Cultura y Sostenibilidad es relevante para la resolución de problemas y sus implicaciones para el futuro.

2.3.6. Sostenibilidad del Patrimonio Cultural

Durante los últimos años, el turismo ha experimenta un importante incremento gracias a la mejor de la calidad de vida de muchos ciudadanos, haciéndose asequible para la mayoría de la población. Esto, ha promovido el desarrollo económico, cultural y social en muchas regiones del mundo. A pesar de ello, uno de los principales retos es encontrar una dinamización y gestión del patrimonio cultural que aproveche los elementos del entorno territorial que, al mismo tiempo, garantice su protección.

De acuerdo con Werner y Miró (2011), “uno de los modelos de gestión que responde a esta necesidad es el de desarrollo sostenible”. Este modelo, confronta las distintas amenazas que ponen en peligro al patrimonio y sustenta los diferentes valores que aporta a la sociedad contemporánea.

Uno de los desafíos es conseguir el equilibrio entre la conservación y la explotación de los recursos culturales, respetando al territorio y a la comunidad. No obstante, el equilibrio es muy difícil de conseguir ya que los intereses son distintos y contradictorios:

En primer lugar: ¿Cómo conservar y, al mismo tiempo, mejorar el entorno del patrimonio cultural? A simple vista estos dos intereses parecen oponerse, ya que al mejorar el entorno del patrimonio se altera, de una u otra manera, su

aspecto original. No obstante, es importante reconocer que, para evitar el deterioro de este, es necesario restaurar su entorno. De esta manera el territorio se mantendrá en uso y no correrá el riesgo de pasar al olvido o de desaparecer. Se debe rehabilitar el patrimonio para que las futuras generaciones tengan acceso a los mismos recursos que ahora tenemos a nuestra disposición. Eso, siempre y cuando, estas mejoras no modifiquen el significado que el patrimonio representa para la comunidad local e internacional. El auge del turismo cultural hace que los territorios, por motivos económicos, se vean en la obligación de presentar ofertas que atraigan un gran número de visitantes. En muchas ocasiones, se ha visto que las mejoras del patrimonio van creando falsas culturas turísticas que cambian completamente el significado de los bienes y valores de una región.

Segundo: Mantener las actividades económicas tradicionales y desarrollar un sector turístico y comercial eficaz para que se convierta en uno de los refuerzos de la economía local. Desde este punto de vista, la dinamización y gestión de un territorio patrimonial debe fomentar el desarrollo económico de la comunidad y sus habitantes. Es indiscutible que el dinero producido por la mercantilización de un producto patrimonial debe de ser empleado en fortificar la economía de la región. Sin embargo, en muchas ocasiones, ese no es el caso y los beneficios económicos terminan beneficiando a una persona en particular, en vez de que ser lucrativos para toda la comunidad. En el sector cultural esto es muy habitual, ya que muchas de las empresas, ya sean privadas o públicas,

que gestionan el patrimonio se lucran a través de éste, mientras que la economía del territorio se mantiene atrasada. Por eso una de las claves principales del desarrollo sostenible es de asegurar que los beneficios generados por la explotación del patrimonio reviertan en la mejora de la calidad de vida de la comunidad.

Tercero: El respeto y el soporte al bienestar social, cultural y económico de los habitantes de la zona. Esta ambición se intercala un poco con la segunda, pero esta cubre otros aspectos, no sólo a nivel económico, sino también a nivel social y cultural. Es decir que para que los proyectos de desarrollo de patrimonio fomenten el desarrollo social y cultural es necesario que los habitantes del territorio se sientan identificados con el mismo. Cuando los habitantes de la zona se concientian de la importancia de su patrimonio se unen, por distintos motivos, para fomentar su conservación y divulgación. Esa concienciación genera una reafirmación de las identidades locales y regionales, promoviendo así, el reconocimiento de una identidad cultural y de sus integrantes a un nivel más amplio que el local.

2.3.7. Superestructura en Cultura

2.3.7.1. Organismos.

2.3.7.1.1. Internacionales.

- a.** ICCROM - Centro Internacional para el Estudio de la Conservación y Restauración de Bienes Culturales (2018):

Organización intergubernamental que trabaja al servicio de sus Estados miembros para promover la conservación de todas las formas de patrimonio cultural, en todas las regiones del mundo. Establece que: el respeto por la diversidad de culturas, la tolerancia, el diálogo y la cooperación, en un clima de confianza y comprensión mutuas, se encuentran entre las mejores garantías de la paz y la seguridad internacionales.

b. ICOMOS – Consejo Internacional de Monumentos y Sitios (2015):

Trabaja por la conservación y protección de los lugares del patrimonio cultural. Es una red de expertos que se beneficia del intercambio interdisciplinario de sus miembros, entre los que se encuentran arquitectos, historiadores, arqueólogos, historiadores del arte, geógrafos, antropólogos, ingenieros y urbanistas.

c. IIC: - Instituto Internacional para la conservación de obras Históricas y Artísticas (1959):

Sus objetivos son mejorar el estado de los conocimientos y las normas de la práctica y proporcionar un lugar de encuentro común y un organismo editorial para todos los que estén interesados y tengan experiencia profesional en la conservación de objetos de museo.

- d. UNESCO - Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (2019):

La UNESCO trata de establecer la paz mediante la cooperación internacional en materia de educación, ciencia y cultura. Tiene un papel singular que desempeñar en el fortalecimiento de las bases de una paz estable y un desarrollo equitativo y sostenible.

2.7.7.1.2. Nacionales.

- a. MINCUL – Ministerio de Cultura (2019):

Funciones: formular, ejecutar y establecer estrategias de promoción cultural de manera inclusiva y accesible, realizar acciones de conservación y protección del patrimonio cultural, fomentar toda forma de expresiones artísticas, convocar y reconocer el mérito de quienes aporten al desarrollo cultural del país, planificar y gestionar con todos los niveles de gobierno, actividades que permitan el desarrollo de los pueblos amazónicos, andinos y afroperuanos.

- b. Comisión de Cultura y Patrimonio Cultural (2020-2021):

Comisión de trabajo del Congreso de la República del Perú. Elabora propuestas de ley que tienen como objetivo servir y apoyar las expresiones culturales del país, así como lograr una efectiva protección del patrimonio cultural.

c. BNP - Biblioteca Nacional del Perú (2019):

Organismo público descentralizado del sector educación, tiene como objetivos: preservar, conservar y difundir el Patrimonio Cultural Documental Bibliográfico de la Nación. Es el órgano rector de Bibliotecas y ejerce el liderazgo en la promoción y desarrollo del Sistema Nacional de Bibliotecas.

d. AGN – Archivo General de la Nación (2020):

Es una institución adscrita al Ministerio de Cultura. En él se resguardan y conservan los testimonios documentales – archivísticos de los acontecimientos de mayor relevancia que han protagonizado los peruanos desde el siglo XVI.

2.3.7.1.2. Locales.

a. DDC - Dirección Desconcentrada de Cultura Cajamarca (2016):

Organización gubernamental, encargada de la difusión cultural en la ciudad de Cajamarca y su cuidado y conservación.

b. Gerencia de Turismo, Cultura y Centro Histórico (2017):

Nace con la finalidad de promover y preservar la cultura y la identidad de Cajamarca.

2.3.7.2. Normativas sobre el patrimonio cultural.

De acuerdo al Marco legal de protección del patrimonio cultural a través de la Ley General del Patrimonio Cultural de la Nación - Ley N° 28296, establecido por el Congreso de la República del Perú (2004), se dice que:

Los bienes integrantes del Patrimonio Cultural de la Nación, independientemente de su condición privada o pública, están protegidos por el Estado y sujetos al régimen específico regulado en la presente Ley.

El Estado, los titulares de derechos sobre bienes integrantes del Patrimonio Cultural de la Nación y la ciudadanía en general tienen la responsabilidad común de cumplir y vigilar el debido cumplimiento del régimen legal establecido en la presente Ley.

El Estado promoverá la participación activa del sector privado en la conservación, restauración, exhibición y difusión de los bienes integrantes del Patrimonio Cultural de la Nación y su restitución en los casos de exportación ilegal o cuando se haya vencido el plazo de permanencia fuera del país otorgado por el Estado.

2.3.8. Superestructura en Turismo

2.3.8.1. Organismos.

2.3.8.1.1. Internacionales.

- a. OMT – Organización Mundial de Turismo (como se citó en BLOGGER, 2017):

Es un organismo especializado de las Naciones Unidas cuyo propósito es promover el turismo de forma responsable y accesible para todos, prestando atención especial a los países en desarrollo.

- b. IATA - Asociación de Transporte Aéreo Internacional (como se citó en BLOGGER, 2017):

Es la entidad a nivel mundial que regula el funcionamiento de las agencias de viaje con relación a las líneas aéreas. Una de sus principales funciones es la acreditación de las agencias de viajes las cuales se convierten en agencias acreditadas IATA una vez que obtienen su calificación y licencia correspondiente para lo cual deberán cumplir con unos requisitos y trámites específicos, lo cual da acceso a la agencia acreditada a vender boletos aéreos a través de diferentes sistemas de reservas contando con respaldo de las compañías aéreas miembros de IATA.

- c. FUAAV - Federación Universal de las Asociaciones de Agencias de Viajes (como se citó en BLOGGER, 2017):

Es un organismo mundial que representa eficazmente las opiniones de las agencias de viajes y de los tours operadores mediante el dialogo y comunicación con organismos como la IATA entre otros más, la FUAAV se fundó ante la necesidad de unificar a las agencias de viajes y los tours operadores en un único organismo internacional.

- d. WTTC - Consejo Mundial de Viajes y Turismo (MINCETUR, 2015)

Es el foro mundial de líderes de negocios en Viajes y Turismo. Sus miembros son las firmas de los sectores de la industria de viajes y turismo, incluyendo alojamiento, catering, entretenimiento, recreación, transporte y otros servicios afines.

2.3.8.1.2. Nacionales.

- a. MINCETUR – Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (2020):

Se encarga de definir, dirigir, ejecutar, coordinar y supervisar la política de comercio exterior y turismo en el país como órgano rector del sector. Genera capacidades para la internacionalización y consolidación de una cultura exportadora; promocionamos el desarrollo de una oferta sostenible del sector turismo, así como la conectividad y las inversiones del sector turismo; creamos y

consolidamos capacidades institucionales para la actividad turística; y fortalecemos la gestión institucional.

b. APAVIT - Asociación Peruana de Agencias de Viajes y Turismo
(MINCETUR, 2015)

Tiene como objetivo promover el desarrollo, fortalecimiento y mejoramiento del turismo y de las actividades que coadyuvan a su logro o le brindan facilidades; propulsar las actividades y proteger los intereses de las agencias de Viajes y turismo a ellas afiliadas, asumiendo su representación gremial; y estimular la profesión del Agente de Viajes y Turismo en nuestro país, con miras a su perfeccionamiento y progreso; organizar acciones de preservación del Patrimonio cultural.

c. AHORA - Asociación Peruana de Hoteles, Restaurantes y Afines
(MINCETUR, 2015)

Tiene como objetivo: Propiciar, mantener y desarrollar la unión de las empresas que agrupa; propiciar el entendimiento permanente con entidades públicas y privadas y entes representativos de trabajadores y estudiantes; fortalecer las relaciones entre empresarios y trabajadores, integrando sus intereses en un espíritu de bien común y de servicio nacional; vigorizar una imagen positiva y de

importancia de las empresas que agrupa, vinculada a los aspectos de interés nacional.

d. APOTUR - Asociación Peruana de Operadores de Turismo Receptivo e Interno (MINCETUR, 2015)

Es una organización sin fines de lucro, que fue establecida el 05 de abril de 1978, y reconocida por el Gobierno Peruano el 18 de marzo de 1987, siendo uno de los objetivos principales, el ser interlocutor válido con las autoridades, organismos de turismo y el sector privado de turismo con el objeto de desarrollar y mejorar nuestra oferta turística a fin de asegurar una mejor calidad de servicio que ofrecemos a nuestros clientes.

e. CANATUR - Cámara Nacional de Turismo (MINCETUR, 2015)

Sus objetivos son: Contribuir al desarrollo económico y social del país; fomentar el turismo interno y receptivo; absolver las consultas y emitir los informes que el supremo gobierno tenga a bien solicitarla; cumplir los encargos que le fuesen encomendados y brindar amplia colaboración, así como asesoramiento para la acertada resolución de los asunto de interés general dentro de las actividades turísticas del Perú; mantener la más estrecha cooperación y colaboración con las organizaciones representativas de las

actividades económicas de la nación para la realización de los fines comunes.

- f. ASOTUR - Asociación de Operadores de Turismo Receptivo del Perú (MINCETUR, 2015)

Representa a las Agencias de Viajes especializadas en la actividad del Turismo Receptivo, con la finalidad de promocionar, planificar y coordinar las actividades institucionales de los agentes de viajes tour operadores que desarrollan sus actividades en esta especialidad del turismo.

- g. PROMPERU – Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo (2016)

Es un organismo técnico que es competente para formular, aprobar, ejecutar y evaluar las estrategias y planes de promoción de bienes y servicios exportables, así como de turismo interno y receptivo, promoviendo y difundiendo la imagen del Perú en materia turística y de exportaciones.

2.3.8.1.3. Locales.

- a. DIRCETUR – Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo (2020):

Es responsable de la implementación y ejecución de las políticas nacionales y regionales en materia de comercio exterior, turismo y

artesanía en el ámbito regional. Participa, además, de las acciones de promoción de las exportaciones y de las negociaciones comerciales internacionales en coordinación con el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. En materia de turismo promueve, orienta y regula la actividad turística, con el fin de impulsar su desarrollo sostenible, incluyendo la promoción, orientación y regulación de la artesanía, en el ámbito regional.

b. Gerencia de Turismo, Cultura y Centro Histórico (2017):

Nace con la finalidad de promover y preservar la cultura y la identidad de Cajamarca.

2.3.8.2. Normativas sobre el turismo.

De acuerdo con el Marco legal de turismo a través de la Ley General del Turismo - Ley N° 29408, establecido por el Congreso de la República del Perú (2009), se dice que:

Los ministerios, gobiernos, regionales, locales y las entidades públicas vinculadas a las necesidades de infraestructura y servicios para el desarrollo sostenible de la actividad turística deben considerar en sus planes, presupuestos, programas, proyectos y acciones, los requerimientos del sector turismo formulados por el ente rector de esta actividad. La actividad artesanal, como parte del turismo, se rige por

los principios contenidos en te presente Ley y por las disposiciones legales especiales pertinentes a esta actividad.

2.4. Definición de términos básicos

2.4.1. *Actividad Cultural*

La Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (2005), define a las actividades culturales como “aquellas que abarcan los bienes y los servicios que, considerados desde el punto de vista de su calidad, utilización o finalidad específicas, encarnan o transmiten expresiones culturales, independientemente del valor comercial que puedan tener”.

2.4.2. *Actividad Turística*

El Congreso de la República (2009) indica que la actividad turística es “La destinada a prestar a los turistas los servicios de alojamiento, intermediación, alimentación, traslado, información, asistencia o cualquier otro servicio relacionado directamente con el turismo”.

2.4.3. *Comportamiento*

La definición más conocida y clásica sea la realizada por Watson (1924) según la cual el comportamiento “es lo que el organismo hace o dice, incluyendo bajo esta denominación tanto la actividad externa como la interna, de acuerdo con su propia terminología”.

2.4.4. *Conciencia Turística*

Según Torrejón (2014), es la “participación de las personas en la búsqueda de mejores condiciones para hacer posible una adecuada calidad en la actividad turística, contribuir a su fortalecimiento y poder obtener de ella los beneficios que es capaz de generar, dedicándole la atención necesaria para convertirla factor de creación de riqueza sustentable”.

2.4.5. *Costumbres*

Según Bembrine (2010), son “todas aquellas acciones, prácticas y actividades que son parte de la tradición de una comunidad o sociedad y que están profundamente relacionadas con su identidad, con su carácter único y con su historia”.

2.4.6. *Cultura*

Para Luna (2013), es el “conjunto de modos de vida y costumbres, conocimientos, grado de desarrollo artístico, científico, industrial, en una época o grupo social; ese todo complejo que comprende conocimientos, creencias, arte, moral, derecho, costumbres y otras capacidades y hábitos adquiridos por el hombre en tanto que miembro de la sociedad”.

2.4.7. *Cultura turística*

Según Carbajal (2017), “se trata, ni más ni menos, que fomentar la buena atención a todos los turistas, sean locales o extranjeros; promover la protección del patrimonio nacional, fortaleciendo así la identidad peruana”.

2.4.8. Empatía

Para Bermejo (2011), “es la capacidad de ser sensible, comprender, darse cuenta de los sentimientos, pensamientos, experiencias y significados de otra persona, sin que estos sentimientos, pensamientos y experiencias hayan sido necesariamente comunicados de una manera objetiva y explícita”.

2.4.9. Entidades Culturales

Menciona Palma (2013), que “son aquellas cuya existencia depende de que haya una cultura. Esos entes culturales poseen existencia real, en el mismo sentido que la de cualesquiera otras entidades, sin diferencia categorial”.

2.4.10. Identidad Cultural

Para Molano (2007), el concepto de identidad cultural “encierra un sentido de pertenencia a un grupo social con el cual se comparten rasgos culturales, como costumbres, valores y creencias. No es un concepto fijo, sino que se recrea individual y colectivamente y se alimenta de forma continua de la influencia exterior”.

2.4.11. Patrimonio

Menciona Viladevall (2003, p.17) que es “aquel aspecto cultural al cual la sociedad le atribuye ciertos valores específicos los cuales, a grandes rasgos, podrían resumirse en históricos, estéticos y de uso”.

2.4.12. Patrimonio cultural

Para López (2018) es el “conjunto de bienes tangibles e intangibles, que constituyen la herencia de un grupo humano, refuerzan emocionalmente su sentido de comunidad con una identidad propia y son percibidos por otros como característicos; se hereda, transmite, se modifica y optimiza de individuo a individuo y de generación a generación”.

2.4.13. Patrimonio Intangible

Según López (2018), “constituye el patrimonio intelectual y el sentido que hace única a una comunidad, como las tradiciones, la gastronomía, la herbolaria, la literatura, las teorías científicas y filosóficas, la religión, los ritos y la música, así como los patrones de comportamiento que se expresan en las técnicas, la historia oral, la música y la danza”.

2.4.14. Patrimonio Tangible

Para López (2018), “se compone de los bienes muebles e inmuebles hechos por las sociedades de nuestro pasado”.

2.4.15. Políticas culturales

Para el Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio (2016), “son un conjunto de orientaciones y decisiones que el Estado diseña y ejecuta con la finalidad de facilitar la consecución de objetivos considerados necesarios o deseables en el ámbito de la cultura en general o respecto de un sector cultural o disciplina específica”.

2.4.16. Recurso

Según la Real Academia Española (2014), “es el conjunto de elementos disponibles para resolver una necesidad o llevar a cabo una empresa”.

2.4.17. Recurso cultural

Según Luisa Rodríguez (como se citó en Maestrome y Wilches, 2007), es “todo vestigio del trabajo humano que constituya evidencia de la diversidad y variabilidad de las actividades y relaciones de individuos o sociedades y sus interrelaciones con el medio ambiente natural, en una perspectiva espacial y temporal”.

2.4.18. Respeto

Según Kohlberg (como se citó en Uranga, Rentería y González, 2016) “hace referencia a una actitud moral por la que se aprecia la dignidad de una persona y se considera su libertad para comportarse tal cual es, de acuerdo con su voluntad, intereses, opiniones, sin tratar de imponer una determinada forma de ser y de pensar”.

2.4.19. Sostenibilidad

Según Capra (2002), la sostenibilidad “es la consecuencia de un complejo patrón de organización que presenta cinco características básicas: interdependencia, reciclaje, sociedad, flexibilidad y diversidad”.

2.4.20. Superestructura

Para Marx (como se citó en Echegoyen, 2012), “es un conjunto de órganos e instituciones integrantes de una sociedad y que responden a determinadas estructuras ideológicas, políticas y jurídicas, o sea, ideas que ostenta una sociedad y que surgen de la base económica que manifiesta”.

2.4.21. Tolerancia

Según Forst (2013), “se habla de tolerancia como una virtud moral o cívica, como un principio de acción del Estado y hasta como un derecho; pero también hay quien considera la tolerancia como algo fuera de lugar en una sociedad liberal”.

2.4.22. Tradiciones

La Secretaría de Estado de Cultura y Educación (1968), “sugiere la presencia de un legado que se transmite de generación en generación, por obra de un sujeto transmisor a un sujeto receptor. Lo que se transmite es, en su esencia, un acervo permanente de verdades vitales que asumen diversas y renovadas formas históricas”.

2.4.23. Turismo

Según la Organización Mundial de Turismo (2008), es un “fenómeno social, cultural y económico relacionado con el movimiento de las personas a lugares que se encuentran fuera de su lugar de residencia habitual por motivos personales o de negocios/profesionales”.

2.4.24. Turismo Cultural

La Organización Mundial del Turismo (como se citó en Santana, 2003), “es un movimiento de personas esencialmente por una motivación cultural, tal como el viaje de estudios, representaciones artísticas, festivales u otros eventos culturales, visitas a lugares y monumentos, folklore, arte o peregrinación”.

2.4.25. Turista

Según el Congreso de la República del Perú (2009), un turista, “es cualquier persona que viaja a un lugar diferente al de su residencia habitual, que se queda por lo menos una noche en el lugar que visita; cuyo principal motivo de viaje es el ocio, negocios, peregrinaciones, salud, u otra”.

2.4.26. Valores

Para Morales (2011), “se conocen como valores aquellos principios y cualidades que nos identifican y definen como individuos e integrantes de un grupo o comunidad”.

CAPÍTULO III.

PLANTEAMIENTO DE LA HIPÓTESIS

Y VARIABLES

3.1. Hipótesis

La Cultura Turística influye de manera significativa en el desarrollo del Turismo Cultural en la ciudad de Cajamarca, dado que forma las bases para el desarrollo del turismo cultural.

3.2. Variables

3.2.1. Variable Independiente

Cultura Turística

3.2.2. Variable Dependiente

Turismo Cultural

3.3. Operacionalización de los componentes de la hipótesis

VARIABLE	DEFINICIÓN	DIMENSIONES	INDICADORES	INSTRUMENTO
VI. Cultura Turística	Carbajal (2017), hace referencia a fomentar la buena atención a todos los turistas, promover la protección del patrimonio nacional, fortaleciendo así la identidad peruana. Esto se va a conseguir a través de la obtención de conocimientos culturales por parte de la población (históricos y geográficos, recursos turísticos y valores culturales); así como de conciencia turística dando a conocer el orgullo que se tiene por la ciudad, fomentando la responsabilidad en la protección del patrimonio y hábitos de sostenibilidad cultural; finalmente también se incluye la superestructura referente a las regulaciones culturales y políticas sostenibles culturales que deben ser aplicadas en la ciudad.	<p>1. Conocimientos Culturales</p> <p>2. Conciencia Turística</p> <p>3. Superestructura cultural</p>	<p>1.1.Históricos y geográficos 1.2.Recursos turísticos 1.3.Valores Culturales</p> <p>2.1.Orgullo por la ciudad 2.2.Responsabilidad en la protección del patrimonio 2.3. Hábitos de Sostenibilidad Cultural</p> <p>3.1. Entidades culturales 3.2.Regulaciones culturales 3.3. Políticas sostenibles culturales</p>	<p>1.1.1.Encuesta 1.2.1.Encuesta 1.3.1. Encuesta</p> <p>2.1.1. Encuesta 2.2.1.Encuesta y entrevista 2.3.1. Entrevista</p> <p>3.1.1. Entrevista y encuesta 3.2.1. Entrevista 3.3.1. Entrevista</p>
VD. Turismo Cultural	Para la Organización Mundial del Turismo (como se citó en Santana, 2003), es un movimiento de personas esencialmente por una motivación cultural, tal como el viaje de estudios, representaciones artísticas, festivales u otros eventos culturales, visitas a lugares y monumentos, folklore, arte o peregrinación; lo cual se hace de manifiesto mediante los recursos culturales (patrimonio tangible, patrimonio intangible y las actividades culturales que se desarrollan en la ciudad), también se incluye la superestructura que se refiere a las entidades culturales, regulaciones turísticas, políticas turísticas y la sostenibilidad turística que posee y se manifiesta en la ciudad.	<p>a. Recursos Culturales</p> <p>b. Superestructura turística</p>	<p>a.1. Patrimonio Tangible a.2. Patrimonio Intangible a.3. Actividades Culturales</p> <p>b.1. Entidades turísticas b.2. Regulaciones turísticas b.3. Políticas turísticas b.4. Sostenibilidad turística</p>	<p>a.1.1. Encuesta y entrevista a.2.1. Encuesta y entrevista a.3.1. Encuesta y entrevista</p> <p>b.1.1. Entrevista b.2.1. Entrevista b.3.1. Entrevista b.4.1. Entrevista</p>

CAPÍTULO IV. MARCO METODOLÓGICO

4.1. Ubicación geográfica y reseña histórica

4.1.1. Ubicación geográfica

En su escrito “Conociendo Cajamarca”, el Instituto Nacional de Estadística e Informática (2001) comenta que:

La ciudad de Cajamarca se encuentra ubicada a 7° 09' 26'' Latitud Sur y 78° 31' 31'' Longitud Oeste de Greenwich.

Limita al norte con la provincia de Hualgayoc, al este con las provincias de Celendín, San Marcos y Cajabamba, al sur con el departamento de La Libertad y al oeste con las provincias de Contumazá y San Pablo.

4.1.2. Reseña histórica

En su escrito “Conociendo Cajamarca”, el Instituto Nacional de Estadística e Informática (2001) comenta que:

Se puede afirmar que Cajamarca es una ciudad grande y hermosa, como decían los cronistas en el siglo XVIII. Es aquí donde se puso punto final al esplendoroso Imperio de los Incas, a la vez que empezó la era del colonialismo español.

Quienes visiten Cajamarca no podrán dejar de revivir una escena que marcó sombríamente el destino del Tahuantinsuyo. El 15 de noviembre de 1532, el conquistador Francisco Pizarro llegó hasta la actual Plaza de Armas. Allí esperó a Atahualpa, el último monarca de la dinastía inca, quien se encontraba reposando en lo que ahora se conoce como Baños del Inca.

Al día siguiente, Atahualpa hizo su ingreso a la Plaza en medio de la multitud y un aparato ceremonial esplendoroso. Lo recibió el padre Vicente Valverde, quien le mostró la Biblia. Atahualpa arrojó el libro sagrado al suelo porque no entendía de qué se trataba y, entonces,

los soldados españoles irrumpieron en la plaza infringiendo una aplastante derrota al ejército imperial, que huyó despavorido ante la sorpresa que provocaron las armas de fuego y las caballerías.

Atahualpa fue juzgado como hereje y condenado a morir ahorcado, aunque esa pena fue conmutada por la del garrote. Atahualpa se dio cuenta de la ambición de los castellanos, en el cuarto donde estaba preso se empinó y estirando su brazo hacia arriba, le ofreció a Pizarro comprar su libertad llenando ese cuarto de oro y dos contiguos de plata, hasta donde alcanzara su brazo.

Atahualpa pagó el rescate, pero de todos modos murió bajo la pena del garrote, cuando el sol entraba en el ocaso, y el imperio de los incas también, como una sombría metáfora y una síntesis desesperanza, al siguiente día empezaba una nueva historia, la del colonialismo español que duró 300 años.

4.2. Diseño de la investigación

En la investigación se utilizó el método no experimental, ya que sólo se ha describió el fenómeno observado y por ende no se manipuló las variables. Asimismo, se realizó a través del método analítico, porque se ha descompuesto en cada de sus partes de la cultura turística y del turismo cultural. Todo esto a través de las técnicas e instrumentos que a continuación se mencionan:

4.2.1. Técnicas

4.2.1.1. Entrevista: aplicada a los representantes de las principales entidades de los sectores cultura y turismo de la ciudad de Cajamarca.

4.2.1.2. Encuesta: aplicada a 271 pobladores de la ciudad de Cajamarca.

4.2.2. Instrumentos:

4.2.1.1. Guía de entrevista: la cual contiene la relación de las preguntas aplicadas a los principales representantes del sector cultura y turismo de la ciudad de Cajamarca.

4.2.2.1. Cuestionario de preguntas: en el cual están plasmadas las interrogantes aplicadas a los pobladores de la ciudad de Cajamarca.

4.3. Métodos de investigación

4.3.1. Método Analítico

Para Hurtado y Toro (2006), “es aquel que descompone la realidad en múltiples factores o variables, cuyas relaciones y características son estudiadas mediante fórmulas estadísticas. Muchas veces estudian sólo partes de la realidad, determinada población o solo ciertas variables”.

Utilizado para analizar si la población posee cultura turística y lo demuestra a través de sus actos y a la vez para saber cómo esto influye en el desarrollo del turismo cultural en la ciudad de Cajamarca.

4.3.2. Método Descriptivo

Para Sabino (1992), la investigación de tipo descriptiva “trabaja sobre realidades de hechos, y su característica fundamental es la de presentar una interpretación correcta. Para la investigación descriptiva, su preocupación primordial radica en descubrir algunas características fundamentales de conjuntos homogéneos de fenómenos”.

Utilizado para conocer y describir las características, todo lo que implica y la importancia de la cultura turística y el desarrollo del turismo cultural en la ciudad de Cajamarca.

4.4. Universo, población, muestra, unidades de investigación

4.4.1. Universo

Población del distrito de Cajamarca.

4.4.2. Población

Habitantes de la zona urbana del distrito de Cajamarca (Ver Anexo A) = **182,772**

Tabla 1

Número de habitantes de la zona urbana del distrito de Cajamarca

Edades	Hombres	Mujeres	Total
Menores de 1 año	1548	1542	3090
De 1 a 4 años	6645	6395	13040
De 5 a 9 años	8248	8129	16377
De 10 a 14 años	7511	7568	15079
De 15 a 19 años	7569	7867	15436
De 20 a 24 años	8815	9301	18116
De 25 a 29 años	8177	9214	17391
De 30 a 34 años	7484	8715	16199
De 35 a 39 años	6656	7635	14291
De 40 a 44 años	5643	6400	12043
De 45 a 49 años	4526	5263	9789
De 50 a 54 años	3732	4566	8298
De 55 a 59 años	3052	3695	6747
De 60 a 64 años	2495	2636	5131
De 65 a más años	5159	6586	11745
TOTAL			182772

Nota. Datos tomados del Instituto Nacional de Estadística e Informática – *CENSO 2017

4.4.3. Muestra

En este estudio la muestra es de tipo probabilística, al respecto, Hernández (2014) nos dice que, en las muestras probabilísticas, “todos los que conforman la población tienen la oportunidad de ser elegidos para la muestra, considerando las características similares y el tamaño de la muestra, y esta selección será de manera aleatoria”. A continuación, se describirá la fórmula y el cálculo para obtener el tamaño de la muestra en poblaciones finitas:

$$n = \frac{k^2 * p * q * N}{(e^2 * (N - 1)) + k^2 * p * q}$$

$$n = \frac{1.65^2 * 0.5 * 0.5 * 182772}{(5^2 * (182772 - 1)) + 1.65 * 0.5 * 0.5}$$

$$n = 271$$

- **N:** es el tamaño de la población o universo. **(182,772 personas)**
- **k:** depende del nivel de confianza que asignemos. El nivel de confianza indica la probabilidad de que los resultados de nuestra investigación sean ciertos. **(90% = 1.65)**
- **e:** es el error muestral deseado. El error muestral es la diferencia que puede haber entre el resultado que obtenemos preguntando a una muestra de la población y el que obtendríamos si preguntáramos al total de ella. **(5%)**
- **p:** constante de la proporción de individuos que poseen en la población la característica de estudio. Este dato es generalmente desconocido y se suele suponer que $p=q=0.5$ que es la opción más segura. **(0.5)**
- **q:** constante de la proporción de individuos que no poseen esa característica, es decir, es $1-p$. **(0.5)**
- **n:** es el tamaño de la muestra (número de encuestas que vamos a hacer).

4.4.4. Unidades de investigación

UNIDADES DE OBSERVACIÓN	UNIDADES DE ANÁLISIS
Conocimientos históricos y geográficos de los habitantes de la ciudad de Cajamarca.	Condición de los conocimientos históricos y geográficos de los habitantes de la ciudad de Cajamarca, a través de encuestas.
Recursos turísticos de la ciudad de Cajamarca.	Grado de conocimientos referente al concepto de recursos turísticos y con los que cuenta la ciudad de Cajamarca, mediante encuestas.
Valores culturales de los habitantes de la ciudad de Cajamarca.	Niveles de identidad, respeto por el patrimonio y práctica de tolerancia y empatía de los ciudadanos con los demás habitantes de la ciudad de Cajamarca, a través de encuestas.
Orgullo por la ciudad por parte de los habitantes de Cajamarca.	Nivel de orgullo que los habitantes de Cajamarca sienten por la ciudad, mediante encuestas.
Responsabilidad en la protección del patrimonio por parte de los habitantes de la ciudad de Cajamarca.	Grado de compromiso por parte de los habitantes de la ciudad de Cajamarca para proteger el patrimonio, a través de encuestas y entrevistas.
Hábitos de sostenibilidad cultural por parte de las autoridades relacionadas al rubro de la ciudad de Cajamarca.	Condición de los hábitos de sostenibilidad cultural aplicados por las autoridades, mediante entrevistas.
Regulaciones culturales y políticas sostenibles culturales.	Estado de las regulaciones y políticas culturales, y su aplicación en la ciudad de Cajamarca; a través de entrevistas, registrando un análisis documental.
Patrimonio tangible e intangible de la ciudad de Cajamarca.	Grado de conocimiento por parte de la población respecto al patrimonio tangible e intangible, así como el cuidado que las autoridades tienen sobre esto; mediante encuestas y entrevistas.
Actividades culturales que se realizan en la ciudad de Cajamarca.	Nivel de participación de la población en actividades culturales y programación de estas por parte de las autoridades del rubro, a través de encuestas y entrevistas.
Entidades culturales de la ciudad de Cajamarca.	Grado de conocimiento por parte de la población sobre las entidades culturales de la ciudad de Cajamarca, mediante encuestas.
Regulaciones y políticas turísticas que ayuden al desarrollo del turismo cultural en la ciudad de Cajamarca.	Estado de las regulaciones y políticas turísticas, y su aplicación en la ciudad de Cajamarca; a través de entrevistas, registrando un análisis documental.
Sostenibilidad turística desarrollada en la ciudad de Cajamarca.	Nivel de impacto de la sostenibilidad turística aplicada en Cajamarca, mediante entrevistas.

4.5. Técnicas e instrumentos de recopilación de información

4.5.1. Técnicas

4.5.1.1. Entrevista.

Aplicada a los principales representantes del sector cultura y turismo de la ciudad de Cajamarca, para determinar el trabajo realizado para generar y desarrollar cultura turística y turismo cultural.

4.5.1.2. Encuesta.

Aplicada a la población de la ciudad de Cajamarca para poder determinar su nivel de cultura turística, su participación en actividades culturales y su práctica de valores culturales.

4.5.2. Instrumentos

4.5.2.1. Guía de entrevista (Anexo B)

4.5.2.2. Cuestionario de preguntas (Anexo C)

4.6. Técnicas para el procesamiento y análisis de la información

4.6.1. Entrevista

Procesada mediante la transcripción y su respectivo análisis.

4.6.2. Encuesta

Clasificación y ordenación de tablas y/o cuadros, codificadas y tabuladas mediante el programa Microsoft Office a través de la hoja de cálculos en Excel que permitió tener la

representación gráfica, y posteriormente hacer la interpretación y el análisis correspondiente de cada uno de los gráficos.

4.7. Equipos y materiales

Tabla 2

Lista de equipos y materiales usados en la investigación

ITEM	CANTIDAD
A. Equipos	
Computadora	1 UND
Internet	1 UND
Impresora	1 UND
B. Materiales	
Impresiones	300 UND
Copias	400 UND

Nota. El cuadro presenta los equipos y materiales que han sido utilizados en la investigación.

Fuente: la autora de la investigación.

CAPÍTULO V.

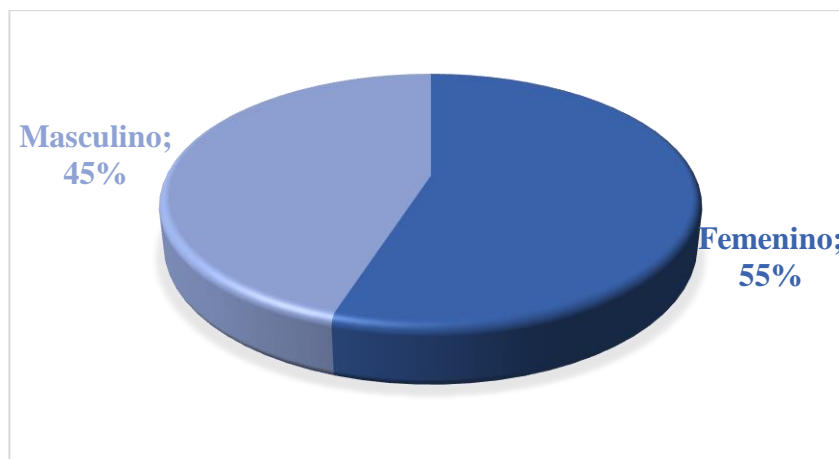
RESULTADOS Y DISCUSIÓN

5.1. Resultados

De acuerdo con la recolección y procesamiento de datos obtenidos a partir de la aplicación de encuestas a los pobladores de la ciudad y las entrevistas a las autoridades de las diversas entidades de los rubros cultura y turismo sobre la Cultura Turística y Turismo Cultural en la ciudad de Cajamarca; 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 con las frecuencias porcentuales de cada ítem; los cuales se presentan a continuación:

Figura 1

Género de los encuestados



Nota. La figura muestra las cifras del género de las personas encuestadas.

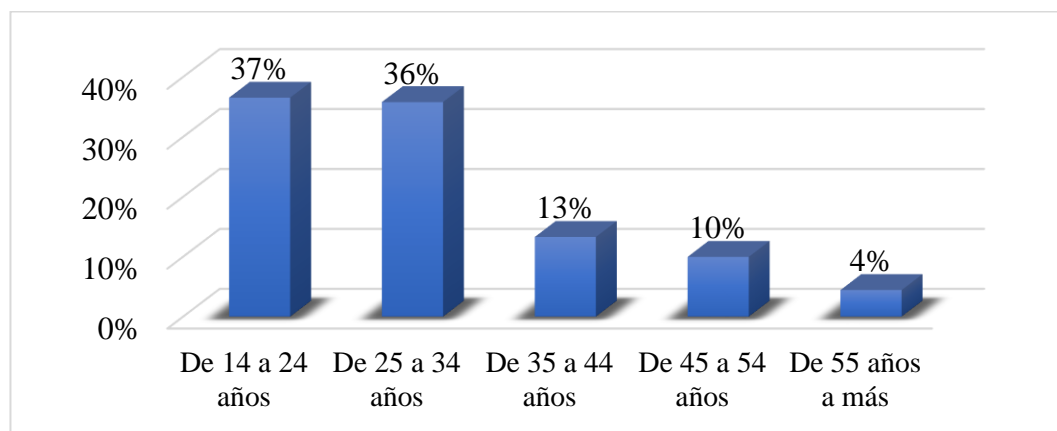
Fuente: la autora de la investigación.

Según la Figura 1, denominada “Género de los encuestados”, el 45% de las personas encuestadas representa al género masculino y el 55% al género femenino.

Como se observa en la figura, el porcentaje de población femenina de la ciudad de Cajamarca, es mayor al porcentaje de población masculina, lo que permite deducir que se puede tener mayor apoyo en un futuro para la realización de actividades referentes al desarrollo de la cultura turística y del turismo cultural por parte de las féminas, además que estas suelen estar más ligadas e interesadas a estos rubros; pero no por ello se debe dejar de lado al buen porcentaje de varones que apoyan a la cultura, pues como se sabe existe una gran cantidad de varones artistas en cerámica (como en la Ruta Mollepampa), músicos, los cuales participan en los diversos festivales de música.

Figura 2

Edad de los encuestados



Nota. La figura muestra las cifras de la edad de las personas encuestadas.

Fuente: la autora de la investigación.

En la Figura 2 denominada “Edades de los encuestados”, se aprecia el rango de edad de la población de la ciudad de Cajamarca, el 37% que va desde los 14 a 24 años, seguido de un 36 % de las edades 25 a 34 años, 13% que va desde los 35 a 44 años, 10% de 45 a 54 años y finalmente un 4% de las edades que va de 55 años a más. De acuerdo con la figura se estima que más de 73% de la población es joven.

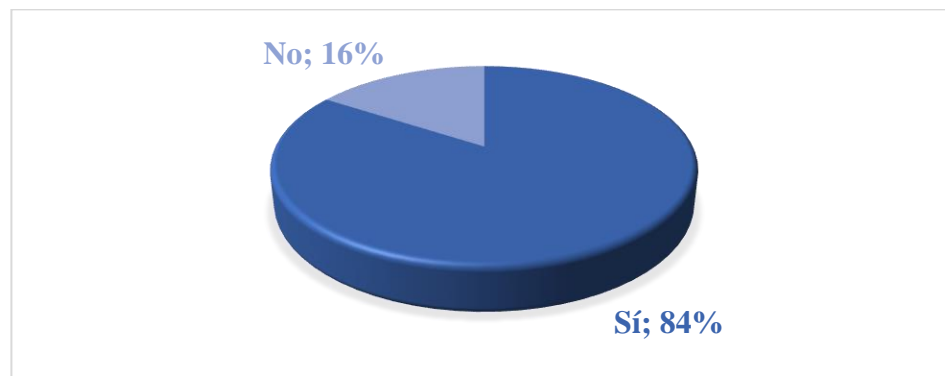
Esto quiere decir que en su mayoría, la población encuestada son estudiantes de nivel secundario, universitarios, técnicos, egresados, por ende, tienen conocimientos más actualizados sobre los diversos temas como turismo, cultura, economía, tecnología, entre otros; son personas consideradas como más críticas y que suelen apoyar más la cultura y el arte, por ello, es una parte de la población muy importante para el desarrollo de la cultura turística y del turismo cultural en la ciudad de Cajamarca.

A continuación, el análisis de los resultados obtenidos se presenta de acuerdo con las dimensiones planteadas en la investigación, basadas en las variables Cultura Turística y Turismo Cultural.

1. Conocimientos Culturales

Figura 3

Conoce la historia del origen de Cajamarca y su geografía



Nota. La figura muestra las cifras de las personas encuestadas que conocen o no la historia de Cajamarca y su geografía.

Fuente: la autora de la investigación.

Con la finalidad de poder determinar si la población conoce o no la historia del Origen de la ciudad de Cajamarca y su geografía es que se aplicó la pregunta de la Figura 3 denominada

“Conoce la historia del origen de Cajamarca y su geografía”, y se obtuvieron los resultados siguientes:

El 84% de la población conoce la historia del origen de Cajamarca y su geografía, lo cual representa un gran porcentaje y demuestra que los ciudadanos manejan datos fidedignos de la historia y origen de la ciudad, poseen una mayor interpretación de su espacio cultural, lo que significa que pueden brindar mayor y mejor información sobre lo sucedido en la historia al turista tanto nacional como extranjero, pueden tener un mayor arraigo de identidad cultural con la ciudad, por ende pueden cuidar y proteger el patrimonio que los rodea; de esta manera pueden reforzar la Cultura Turística que pueden ya tener, así como la conciencia turística, lo cual va a permitir el mejor desarrollo cultural y turístico.

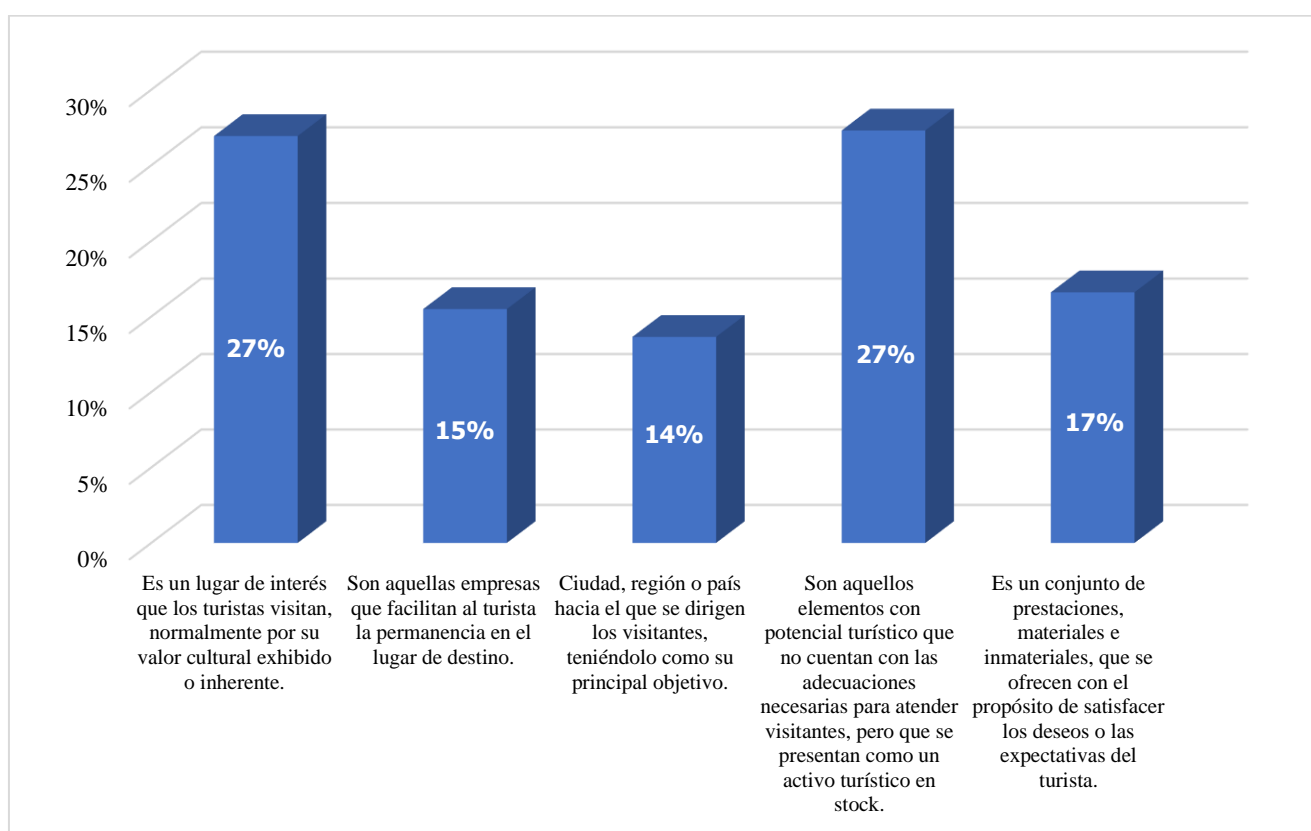
Así mismo, hay un 16% de la población que no la conocen, lo cual es lamentable y muchas veces esto ocasiona que no se respete, cuide ni proteja el patrimonio que compone la historia; si bien es un porcentaje pequeño, es preocupante, pues todos deberían conocer la historia, por lo menos lo elemental; para de esta manera poder brindar información sobre la cultura al turista y a futuras generaciones.

Por otro lado, de acuerdo con lo mencionado por Segundo Manuel Rodríguez Gutiérrez, Subgerente de Cultura de la Municipalidad Provincial de Cajamarca, es resaltante el hecho de que cambiaran el nombre de “Cantata – Encuentro de dos mundos” al de “Semana del Mestizaje”, a la actividad realizada para conmemorar la captura de Atahualpa. La anterior denominación se prestaba para malentendidos e incomodidades en las personas que saben la historia, ya que en la Cantata se distorsionaba la historia, lo cual perjudicaba a la ciudad y pobladores al momento de contrastarla con libros, y confundía a los turistas, dando así una mala imagen de la ciudad, de las autoridades encargadas de esta actividad y de los pobladores.

Es importante destacar esta acción, pues compromete a las autoridades e historiadores a reforzar la obtención de información verás para poder difundirla de la mejor manera a todos los ciudadanos para que estos luego puedan brindarla a los turistas, y así poder fortificar la Cultura Turística en la ciudad.

Figura 4

Concepto de Recurso Turístico



Nota. La figura muestra las cifras de las personas encuestadas que respondieron a la pregunta sobre el concepto de Recurso Turístico.

Fuente: la autora de la investigación.

En la Figura 4 denominada “Concepto de Recurso Turístico”, el 27% de los encuestados tomaron como concepto de Recurso Turístico la opción A (Es un lugar de interés que los turistas

visitan, normalmente por su valor cultural exhibido o inherente, su significancia histórica, su belleza, ofrece ocio, aventura y diversión); esto da a entender que es un porcentaje considerable que confunde el concepto de Atracción Turística con el de Recurso Turístico, si bien son conceptos parecidos, es importante que la población sepa diferenciarlos para que puedan brindar una buena información al turista.

El 15% optó por el valor B (Son aquellas empresas que facilitan al turista la permanencia en el lugar de destino (alojamiento, restauración, esparcimiento, desplazamiento, etc.); el cual, claramente, es el concepto de Planta Turística; esto se debe clarificar para que no existan malentendidos y la población esté bien informada.

El 14% conceptualiza a Recurso Turístico con el valor C (Ciudad, región o país hacia el que se dirigen los visitantes, teniéndolo como su principal objetivo); que viene a ser un Destino Turístico, el cual viene siendo la ciudad o país de destino que se pretende conocer, más no un lugar específico.

El 27%, tomó el valor D (Son aquellos elementos con potencial turístico que aún no cuentan con las adecuaciones necesarias para atender visitantes, pero que se presentan como un activo turístico en stock); que es el concepto de Recurso Turístico, esto demuestra que hay un porcentaje considerable de la población que sí conoce lo que es un Recurso Turístico, lo que es de gran beneficio, pues va a permitir que se brinde la información correcta al turista a todo aquel que pregunte por un lugar así.

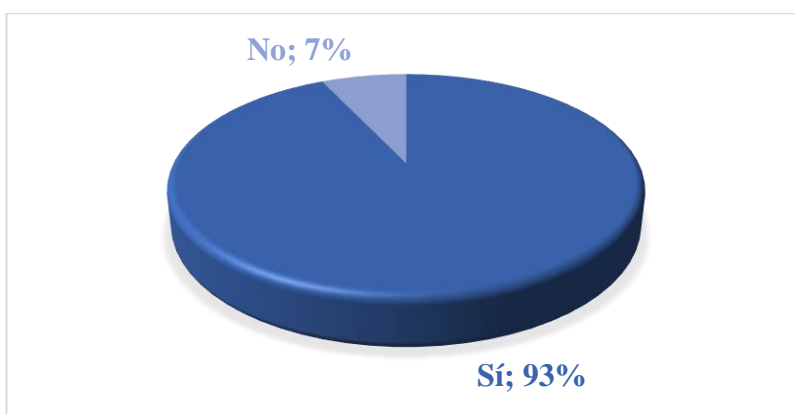
Finalmente, el 17%, seleccionó el valor E (Es un conjunto de prestaciones, materiales e inmateriales, que se ofrecen con el propósito de satisfacer los deseos o las expectativas del turista); que es el concepto de Producto Turístico.

Se concluye que el 27% de la población conoce lo que es un Recurso Turístico y lo sabe diferenciar, y que el 44% de la población tiene nociones vagas de lo que puede ser pero que aún lo

confunde con Atracción Turística o Destino Turístico; es decir, aún se tiene poco conocimiento cultural y se debe trabajar arduamente en eso, lo cual es labor de las autoridades competentes y también es parte del interés que la población pueda tener por el tema, para brindar información correcta y asertiva al turista y a generaciones futuras.

Figura 5

Identidad con Cajamarca



Nota. La figura muestra las cifras de las personas encuestadas que se identifican o no con Cajamarca.

Fuente: la autora de la investigación.

“La identidad cultural de un pueblo viene definida históricamente a través de múltiples aspectos en los que se plasma su cultura, como la lengua, instrumento de comunicación entre los miembros de una comunidad, las relaciones sociales, ritos y ceremonias propias, o los comportamientos colectivos, esto es, los sistemas de valores y creencias. Un rasgo propio de estos elementos de identidad cultural es su carácter inmaterial y anónimo, pues son producto de la colectividad”. (González Varas, 2000).

En torno a ello, los resultados de la Figura 5 denominada “Identidad con Cajamarca”, muestran que el 93% de la población cajamarquina se identifica con la ciudad, lo cual, es algo realmente bueno, pues afianza la teoría de que la población cuida y protege el patrimonio cultural; significa que existe el sentido de pertenencia a un pueblo o lugar, que va a perdurar en el tiempo, es por ello que es de vital importancia no dejar de lado la verdadera esencia, el sentido de ser, el origen, la historia y los valores culturales. Existe un 7% de la población que manifestó no sentirse identificado con la ciudad, lo cual incide directamente con la falta de arraigo y por tanto con el abandono y deterioro de la ciudad.

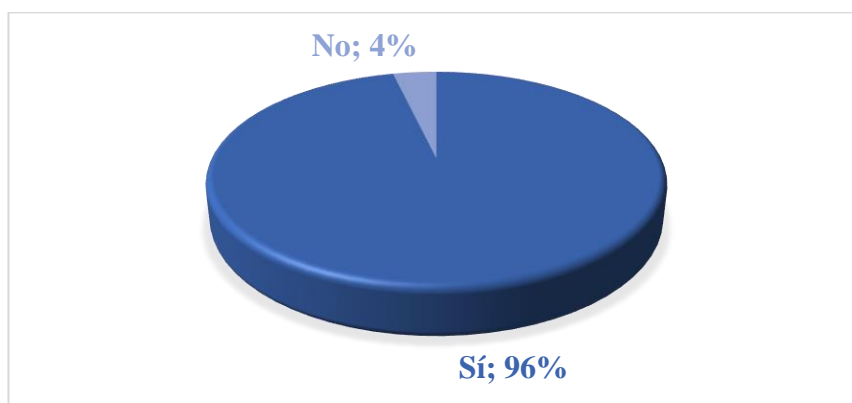
De acuerdo a lo mencionado por Segundo Manuel Rodríguez Gutiérrez, Subgerente de Cultura de la Municipalidad Provincial de Cajamarca, vienen realizando conversatorios para poder cimentar la identidad cultural en la población, así también, actualmente se están planeando dos proyectos de gran envergadura en el ámbito cultural, y si se llegan a desarrollar van a permitir una mejor gestión cultural, pero sobre todo que la población pueda generar una verdadera identidad por lo suyo y poco a poco desarrollar una cultura turística óptima, para beneficio del propio poblador como para el turista. Estos proyectos son: a. Buscar revalorar la cultura Cajamarca, cultura local, idioma, idiosincrasia, iconografía, etc., se promueve la identidad cultural y se quiere posicionar como un espacio de turismo. Pocos conocen Huacaloma, Layzón, y se tienen que aperturar nuevas rutas turísticas enfocadas a ello. b. Buscar reconocimiento como patrimonio cultural para la festividad de las Cruces, los Chunchos de Baños del Inca y para Chetilla como pueblo originario. Todo esto es destacable, pero se espera que puedan ser ejecutados de la mejor manera para que pueda ser de beneficio para la ciudadanía.

Así también, cabe mencionar que de acuerdo con lo mencionado por el Mg. Cs. Antonio Terán Vigo, ex director de la Escuela Académico Profesional de Turismo y Hotelería de la Universidad Nacional de Cajamarca y actual docente en la misma, en la cual su responsabilidad es netamente académica y de formación profesional, brindando a los estudiantes cursos, talleres y demás para acrecentar su conocimiento y conciencia hacia el patrimonio e identidad, y así brindar a la sociedad profesionales de alto nivel.

Por otro lado, se identifica que el 7% de la población no se identifica con la ciudad, si bien es un porcentaje bajo, es lamentable que aún existan personas que no se sienten identificadas con la ciudad, su historia y patrimonio, lo que puede generar el poco o nulo cuidado de monumentos y lugares turísticos; muchas veces esto sucede por desconocimiento de la historia o falta de interés en conocerla.

Figura 6

Respeto al Patrimonio Cultural



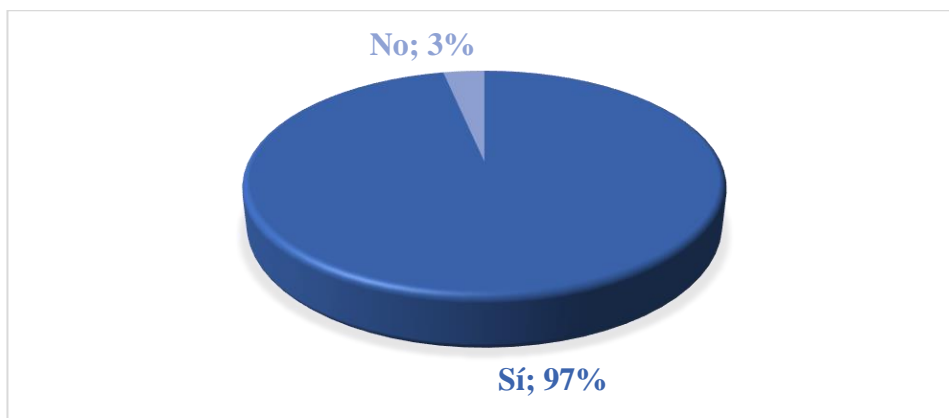
Nota. La figura determina las cifras de las personas encuestadas que muestran respeto o no por el Patrimonio Cultural.

Fuente: la autora de la investigación.

Respecto a la interrogante de la Figura 6 denominada “Respeto al Patrimonio Cultural”, el 96% de los encuestados manifestó que sí respeta el patrimonio cultural que se encuentra en la ciudad de Cajamarca, lo que se puede corroborar, en cierto modo, con el porcentaje de personas que se identifican con la ciudad, de acuerdo con la tabla anterior (93%).

Es importante destacar esta pequeña diferencia, pues si bien hay margen de 3% que dice no estar identificada con Cajamarca, sí respetan su patrimonio; pues el respeto se antepone, ante todo. Esto es muy valioso, pues demuestra que la población (en su mayoría), posee valores culturales cimentados, y se ven reflejados en el cuidado y protección del patrimonio cultural que los rodea. Además, es importante respetar y cuidar el patrimonio cultural, porque constituye el conjunto de diferentes rasgos que nos aportan identidad y cohesión social como individuos respecto a la colectividad cajamarquina.

Así mismo, se encuentra dentro de los resultados que un 4% de la población no muestra respeto por el patrimonio cultural, que puede que sea un porcentaje pequeño, pero que en masa representaría una cantidad de personas un poco elevada y que puede ocasionar problemas como la destrucción de monumentos, edificaciones y demás.

Figura 7*Práctica de la tolerancia y la empatía*

Nota. La figura determina las cifras de las personas encuestadas que practican o no la tolerancia y empatía con sus vecinos.

Fuente: la autora de la investigación.

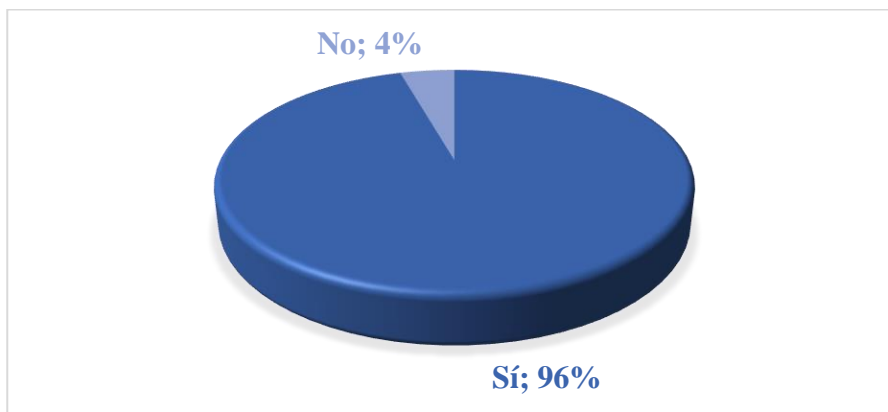
De acuerdo con los resultados obtenidos en la Figura 7 denominada “Práctica de la tolerancia y la empatía”, el 97% de la población afirma practicar la tolerancia y la empatía con sus vecinos, lo cual demuestra que poseen valores culturales, y se puede inferir que ellos inculcan a sus familiares y amigos a desarrollar estos valores; lo cual es una base para generar e infundir la cultura turística en los ciudadanos, también da a conocer que así como practican estos valores con personas de su entorno, lo hacen con los turistas y visitantes de una manera amable y adecuada.

Por otro lado, se presenta que un 3% de la población cajamarquina, no practica la tolerancia ni la empatía con sus vecinos, esto significa que, aunque sea un porcentaje pequeño, aún se debe trabajar para lograr la práctica de valores culturales en la ciudadanía, de esta manera se generará una mejor convivencia.

2. Conciencia Turística

Figura 8

Orgullo de ser cajamarquino



Nota. La figura determina las cifras de las personas encuestadas que siente orgullo o no de ser cajamarquinos.

Fuente: la autora de la investigación.

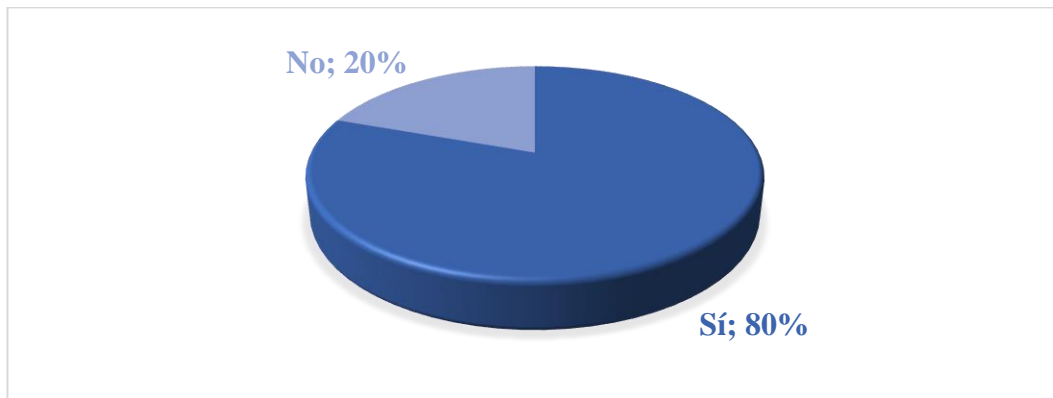
El sentir orgullo por pertenecer a un lugar es una de las partes más importantes de la cultura turística, esto permite que se puedan desarrollar muchos más valores, tener una mejor convivencia y, sobre todo, dar un mejor trato al turista, pues se conoce, respeta y se siente orgullo por el lugar en que se ha nacido y el que puede difundir de manera adecuada a los visitantes.

De acuerdo con la encuesta realizada respecto a la Figura 8 denominada “Orgullo por ser cajamarquino”, el 96% de la población, manifestó que se siente orgulloso de ser cajamarquino, lo que permite desarrollar tanto la identidad cultural como la cultura turística de una manera óptima y adecuada, en pro de la cultura, el turismo y de la buena imagen de la propia ciudad ante los turistas nacionales y extranjeros.

Mientras que el 4% de los ciudadanos manifestaron que no se sienten orgullosos de ser cajamarquinos, algunos porque no han vivido siempre en la ciudad (migraron por estudios o trabajo por algún tiempo), o porque no sienten esa conexión con la historia y todo lo que representa la ciudad; lo cual representa un punto de partida para poder reforzar esto en ellos y en todos aquellos que no sienten ese orgullo y conexión por su ciudad, ya que eso va a permitir que estos se identifiquen, quiera, cuiden y protejan al patrimonio cultural que compone Cajamarca.

Figura 9

Responsabilidad de proteger el patrimonio



Nota. La figura determina las cifras de las personas encuestadas sienten que tiene la responsabilidad o no de proteger el patrimonio.

Fuente: la autora de la investigación.

La responsabilidad en la protección del patrimonio es un punto importante de la conciencia turística (que es parte de la cultura turística), que se debe desarrollar en toda la ciudadanía, ir cimentándola desde la infancia y hacerla parte de la vida cotidiana, es válido destacar que esto no solo les concierne a las autoridades competentes, sino también a la población en general.

Es por ello, que se incluyó en las encuestas esta interrogante que se representa en la Figura 9 denominada “Responsabilidad de proteger el patrimonio”, en la cual el 80% de los cajamarquinos consideraron que sí es su responsabilidad la protección del patrimonio de la ciudad; pero, es lamentable que el 20% de la población no sienta que sea su responsabilidad, pues manifestaron que esa es responsabilidad solo de las autoridades, por lo que no se preocupan por ello.

Por otro lado, en la entrevista realizada a Édgar Melqui Chuquimango Idrugo, Subgerente de Turismo de la Municipalidad Provincial de Cajamarca, este menciona que, dentro de sus responsabilidades está el brindar asistencia a los guías turísticos para una buena promoción de Cajamarca y a los turistas para que cuiden el patrimonio; todo esto es muy importante, pues se genera una adecuada y mayor promoción de la ciudad y a las vez pretenden que no solo la población cajamarquina cuide el patrimonio sino también el turista, lo cual genera una gran conciencia turística y por ende una adecuada cultura turística.

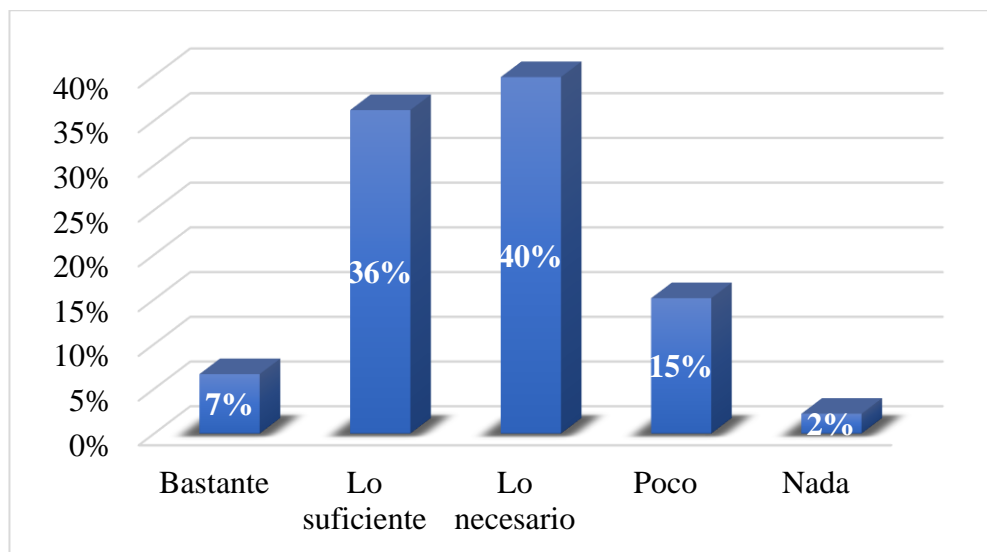
Así mismo, el director de la Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo, Édgar Abanto Zegarra, menciona que realiza trabajos con instituciones educativas de formación básica en la importancia, conservación, cuidado y protección del patrimonio en general que son actividades referentes a la Cultura Turística; esto es de suma importancia, ya que desde pequeños los niños deben aprender sobre esto para poder generar en ellos conciencia e identidad por su ciudad, además del trabajo con alumnos de nivel básico, se debería también trabajar con comunidades, barrios, y estudiantes de nivel superior, que muchas veces durante su etapa de colegio no tuvieron acceso a esta información y por ende no saben la importancia que el patrimonio tiene, mucho menos cómo cuidarlo.

De acuerdo con lo comentado en la entrevista al Mg. Cs. Antonio Terán, exdirector y actual docente de la Escuela Académico Profesional de Turismo y Hotelería de la Universidad Nacional de Cajamarca, se determina que, durante su periodo como director, se realizaron diversas actividades en pro del cuidado del patrimonio, a través del conocimiento de este, mediante la participación de los estudiantes y docentes en reuniones de trabajo, comités, y brindando asesoría técnica en conjunto con las instituciones públicas y privadas.

Finalmente, el arqueólogo y docente de la Escuela Taller San Antonio de Cajamarca, Ricardo Raúl Alburqueque Timana, a través de su entrevista, permite reflexionar sobre su responsabilidad respecto a la protección del patrimonio, pues es algo muy crítico, ya que, se enfoca en el análisis de la realidad del patrimonio actual y cómo es que a través de su enseñanza se puede convertir a los estudiantes y futuros estudiantes en profesionales más pensantes y críticos, y da las herramientas para mejorar la gestión del patrimonio. Es significativo destacar que el arqueólogo ha desarrollado cursos sobre patrimonio cultural, arqueología y gestión cultural, así como charlas, conversatorios y conferencias, todo esto es muy importante pues, permite y permitirá que la población (no solo la ligada al rubro), pueda estar mejor informada sobre la cultura, el patrimonio y cómo es que se gestiona, y a la vez va a consentir que esta participe en el cuidado y protección, esto es de suma importancia para desarrollar la cultura turística a través de la conciencia que esta tome.

Figura 10

¿Cómo protege el patrimonio?



Nota. La figura muestra las cifras de las personas encuestadas que manifiestan cómo protegen el patrimonio.

Fuente: la autora de la investigación.

La manera en cómo se protege el patrimonio cultural perteneciente a un lugar (sea o no el de residencia), demuestra la educación de cada persona y nos da a conocer los hábitos de sostenibilidad cultural que posee la población.

En esta interrogante que se presenta en la Figura 10 denominada “¿Cómo protege el patrimonio”, se tiene como resultado que el 7% de la población manifestó que protege “bastante” al patrimonio, el 36% “lo suficiente” y el 40% “lo necesario”, lo que da un total de 83% de la población que de una u otra manera cuida el patrimonio, lo cual es una cifra muy alentadora para la conservación en el tiempo del patrimonio cultural.

Sin embargo, el 15% manifestó que protege “poco” al patrimonio y el 2%, “nada”; haciendo un total del 17% que está poco interesado en el cuidado y protección del patrimonio cultural y da pie a mejorar esa cifra con un trabajo conjunto, en beneficio de todos los involucrados en el rubro.

El arqueólogo y docente, Ricardo Raúl Alburqueque Timana, menciona que, en cuanto a estrategias de conservación e implementación, la Escuela Taller San Antonio, realiza diversos proyectos que tienen por finalidad la restauración, conservación y uso social del patrimonio cultural, lo cual es de sumo valor, pues permitirá que este patrimonio perdure en el tiempo para la historia y como vestigio para las futuras generaciones, generando en ellas conciencia e identidad.

3. Superestructura cultural

La superestructura es el conjunto de órganos e instituciones integrantes de una sociedad y que responden a determinadas estructuras ideológicas, políticas y jurídicas, es decir, ideas que ostenta una sociedad y que surgen de la base económica que manifiesta, de acuerdo con esta definición, es que en las entrevistas se menciona la superestructura en el ámbito cultural, a lo que las autoridades mencionan lo siguiente:

Para el Subgerente de Cultura, Segundo Manuel Rodríguez Gutiérrez, es importante mencionar y destacar que se están ejecutando diversos proyectos en gestión cultural que permitan la sostenibilidad, pocos son los entes que se preocupan por la sostenibilidad cultural y es grato saber que esta subgerencia lo hace, con el fin único de apoyar la cultura y todos sus involucrados. Entre estos proyectos están: el Fondo Editorial que se desarrolla como un fondo fijo y permite la publicación de diversos libros, más no la venta de ellos, porque la Municipalidad al ser un ente público, no lo puede hacer; otro ejemplo claro es el proyecto de la Casa Espinash que ya es sostenible, se puede observar que se tiene todo implementado, además existe desarrollo económico,

pues se cuenta con gestión y personal, además se venden los cuadros que se exponen ahí; así mismo, el proyecto Koriwasi que impulsa a joyeros independientes y que se lograron vender su material; y el Museo de la Marioneta que, si bien es de propiedad privada, la subgerencia lo impulsa y promociona para generar ingresos tanto para los propietarios como para la subgerencia y de esta manera se contribuye con el desarrollo de la cultura a través de sus museos y casonas. La sostenibilidad es una parte muy importante de la superestructura cultural y que se debe impulsar en todas las entidades que tengan relación con el rubro, ya sean públicas o privadas, para que se pueda contribuir de la mejor manera posible.

La Escuela Académico Profesional de Turismo y Hotelería, a través de su ex directo y docente, Antonio Terán Vigo, menciona que actualmente el Estado peruano cuenta con políticas culturales, con una proyección hasta el 2030, lo cual permitirá que todas las instituciones involucradas trabajen en conjunto para la mejora de la cultura. En el documento se realiza un buen diagnóstico de cómo se está llevando a cabo el tema cultural y cómo es que se va generando el génesis de la cultura y se va desarrollando en el Perú, en cuánto a su aplicación, sí se está realizando, pero no los esfuerzos no son los suficientes, las instituciones aún no trabajan del todo en conjunto, lo cual no permite dirigir mejor en un solo sentido todos los esfuerzos. Así mismo, a nivel de escuela han tratado de incentivar y fortalecer la identidad, conservación y cuidado al patrimonio cultural, lo cual se ve reflejado en las diversas investigaciones que han realizado y realizan los estudiantes y egresados, lo cual es una gran contribución para la cultura y el turismo en la ciudad de Cajamarca.

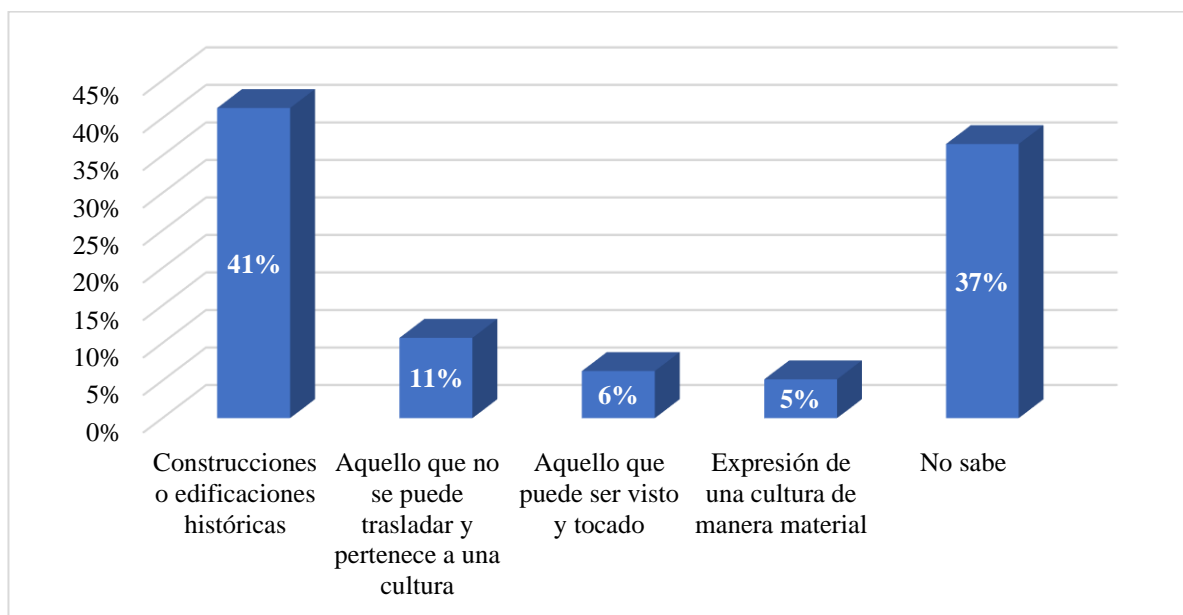
El arqueólogo y docente en la Escuela Taller San Antonio de Cajamarca, Ricardo Raúl Alburquerque Timana, comentó que hace poco (2 años), se han implementado en el país, esto es muy lamentable, sobre todo por razones (nada justificables) de que no se hayan desarrollado, pues son básicamente por corrupción, porque las autoridades prefieren no invertir en cultura, pues muchas veces consideran que no es importante, claro que no es el único sector que está dejado de lado. Por

otro lado, menciona que actualmente se viene aplicando la Política Nacional de Cultura al año 2030, que consiste en concientizar a la ciudadanía para brindar apoyo al sector y ver cómo se desarrolla hasta el año 2030, lo cual permitirá que a partir de ese año se debata la estructura de la política cultural de la nación. Esto permite formar diversas perspectivas esperanzadoras, y se espera que la metodología de trabajo planteada funcione, de lo contrario se habrá perdido mucho tiempo. Además, cabe mencionar que no se aplican políticas culturales, muchas veces por ignorancia junto a no voluntad política y una invisible sensibilidad y conciencia de parte de la propia comunidad. En pocas palabras, falta de educación.

4. Recursos Culturales

Figura 11

Concepto personal de Patrimonio Tangible



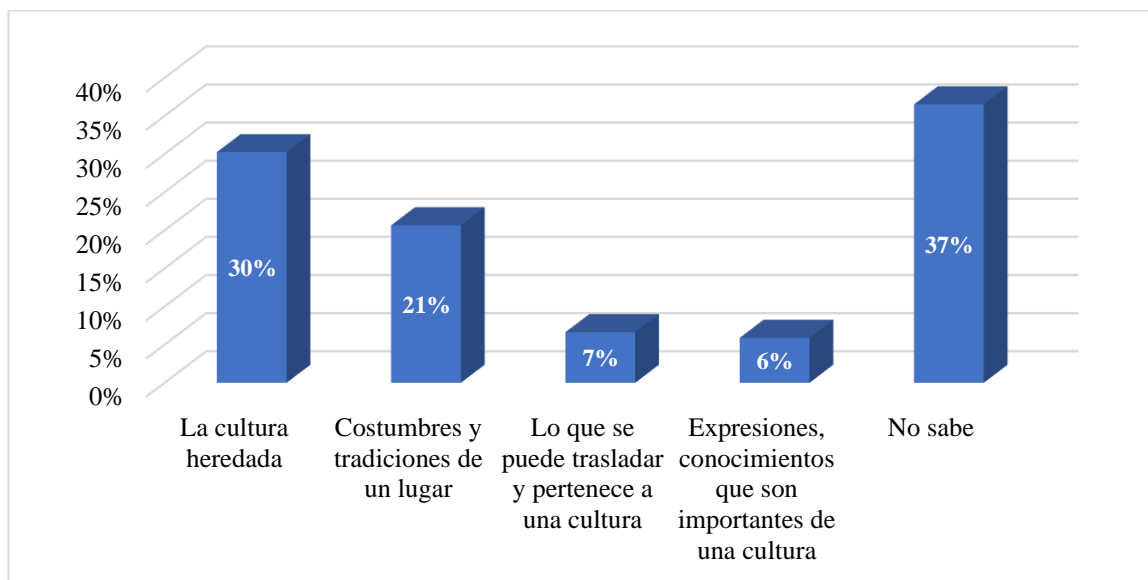
Nota. La figura muestra las cifras de las personas encuestadas que dieron un concepto personal de Patrimonio tangible.

Fuente: la autora de la investigación.

El concepto más simple sobre Patrimonio Tangible es que este “se compone de los bienes muebles e inmuebles hechos por las sociedades de nuestro pasado”, y se considera que es algo que se debe conocer para poder generar en la población una buena cultura turística y desarrollar el turismo cultural en la ciudad. Ante ello, se planteó la interrogante a desarrollar por los encuestados sobre su concepto personal de patrimonio tangible, lo que se agrupó en 5 denominaciones detalladas a continuación:

En el desarrollo de la interrogante que se representa en la Figura 11 denominada “Concepto personal de Patrimonio Tangible”, el 41% mencionó que consideran que el patrimonio tangible representa las “Construcciones o edificaciones históricas” (A); para el 11% es “Aquello que no se puede trasladar y pertenece a una cultura” (B); según el 6% de los encuestados es “Aquello que puede ser visto y tocado” (C); para el 5% una “Expresión de una cultura de manera material” (D); y finalmente, el 37% de los encuestados mencionó que “No sabe” (E), lo que es un patrimonio tangible.

Se concluye que el 63% de la población conoce y tiene nociones del concepto real de Patrimonio Tangible, lo que representa un porcentaje alentador para la cultura y el turismo, pues sabe diferenciar conceptos y por lo tanto puede cuidar, proteger y respetar todo aquello que lo compone. Por otro lado, es lamentable saber que un 37% de los ciudadanos no conocen, ni siquiera de manera vaga, lo que es un patrimonio tangible; esto permite reflexionar ampliamente y hacer un mea culpa por la poca o nula información al respecto que se imparte ya sea, a través de los colegios o de las diversas instituciones que tienen que ver con el tema. Se debe trabajar arduamente en la propagación de información sobre cultura, turismo y patrimonio, educar desde pequeños a la población y crear conciencia en ellos.

Figura 12*Concepto personal de Patrimonio Intangible*

Nota. La figura muestra las cifras de las personas encuestadas que dieron un concepto personal de Patrimonio intangible.

Fuente: la autora de la investigación.

El concepto más acertado de Patrimonio Intangible es que “constituye el patrimonio intelectual y el sentido que hace única a una comunidad, como las tradiciones, la gastronomía, la herbolaria, la literatura, las teorías científicas y filosóficas, la religión, los ritos y la música, así como los patrones de comportamiento que se expresan en las técnicas, la historia oral, la música y la danza”; y se considera que es algo que se debe conocer para poder generar en la población una buena cultura turística y desarrollar el turismo cultural en la ciudad.

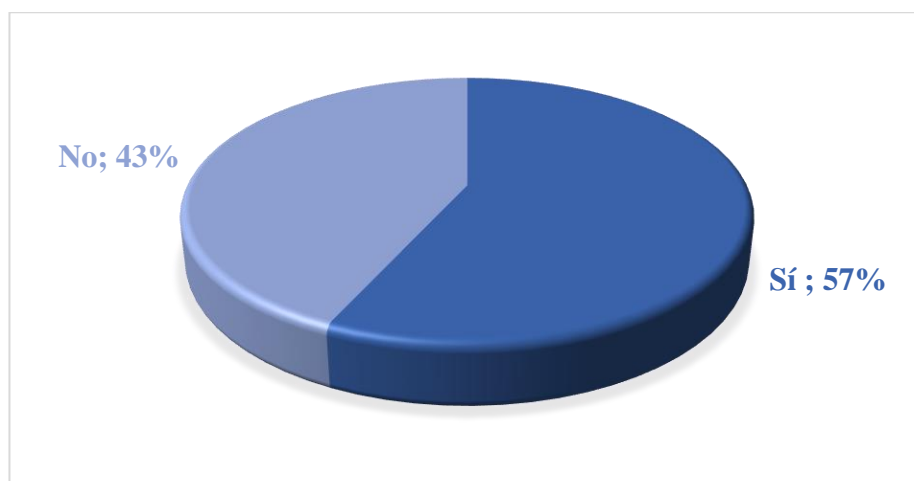
Es por ello, que se planteó la interrogante a desarrollar por los encuestados presentado en la Figura 12 denominado “Concepto personal de Patrimonio Intangible”, para lo cual, se agrupó en 5 denominaciones detalladas a continuación:

Para el 30% de la población, es “La cultura heredada” (A); el 21% opina que son las “Costumbres y tradiciones de un lugar” (B); según el 7% es “Lo que se puede trasladar y pertenece a una cultura” (C), para el 6% de los cajamarquinos, representa las “Expresiones, conocimientos que son importantes de una cultura” (D); y finalmente, el 37% de los encuestados “No sabe” (E), cómo conceptualizar este término.

Finalmente, el 63% de la población encuestada conoce y tiene nociones del concepto real de Patrimonio Intangible, lo que representa un porcentaje alentador para la cultura y el turismo, pues sabe diferenciar conceptos y por lo tanto puede cuidar, proteger y respetar todo aquello que lo compone, como las tradiciones, cultura viva, los conocimientos y demás. Por otro lado, es lamentable saber que un 37% de los ciudadanos no conocen, ni siquiera de manera vaga, lo que es un patrimonio intangible; esto permite reflexionar ampliamente y hacer un mea culpa por la poca o nula información al respecto que se imparte ya sea, a través de los colegios o de las diversas instituciones que tienen que ver con el tema. Se debe trabajar arduamente en la propagación de información sobre cultura, turismo y patrimonio, educar desde pequeños a la población y crear conciencia en ellos.

Figura 13

Participa de talleres, cursos y/o charlas sobre cultura



Nota. La figura muestra las cifras de las personas encuestadas que manifiestan si participan o no en talleres, cursos y/o charlas sobre cultura.

Fuente: la autora de la investigación.

La participación en talleres, cursos y/o charlas sobre cultura es importante, puede que lo sea más para aquellos que pertenecen al rubro, como estudiantes, profesionales, autoridades, empresarios o afines; pero también lo es para la población en general, para que puedan conocer mejor su realidad e importancia cultural.

Respecto a esto, los resultados de la encuesta en la Figura 13 denominada “Participa de talleres, cursos y/o charlas sobre cultura”, demuestran que el 57% de la población cajamarquina sí participa y están atentos a cualquier evento referente; mientras que el 43% no participa, esto refleja un alto porcentaje en el que se debe trabajar e incentivar en su participación.

En la entrevista realizada al Subgerente de Turismo, Édgar Melqui Chuquimango Idrugo; él menciona que dentro de sus responsabilidades está el promover las actividades turísticas y culturales mediante la participación en eventos nacionales e internacionales, lo cual es de gran

beneficio para la promoción e imagen de la ciudad. Además, se realizan capacitaciones y asistencias técnicas y el apoyo para que participen grupos artísticos en actividades nacionales y que accedan a proyectos de apoyo como el Turismo Emprende, en coordinación con las otras subgerencias; lo cual permite que la población esté más informada y pueda desarrollar sus capacidades en el ámbito turístico y cultural, en pro del desarrollo profesional de ellos mismo y de la ciudad.

Por otro lado, respecto a la entrevista realizada al director de la DIRCETUR, Édgar Abanto Zegarra; nos menciona que básicamente se encarga de realizar charlas y capacitaciones de los prestadores de servicios turísticos y sobre normatividad en turismo de aventura, lo cual es de gran importancia, pero se debería trabajar en más actividades referentes a la cultura y al turismo, como el turismo cultural, pues si bien él menciona que no es de su competencia, debería serlo, ya que es parte de su sector.

Durante su gestión, el ex director de la Escuela Académico Profesional de Turismo y Hotelería, Antonio Terán Vigo; ha realizado diversas actividades en manera conjunta con instituciones públicas y privadas relacionadas al sector turismo y cultura, como talleres y capacitaciones, esto en beneficio tanto de los propios alumnos como de la comunidad en general que estén o no ligados al rubro cultural y turístico; así como de la ciudad para mejorar su imagen ante todos los turistas.

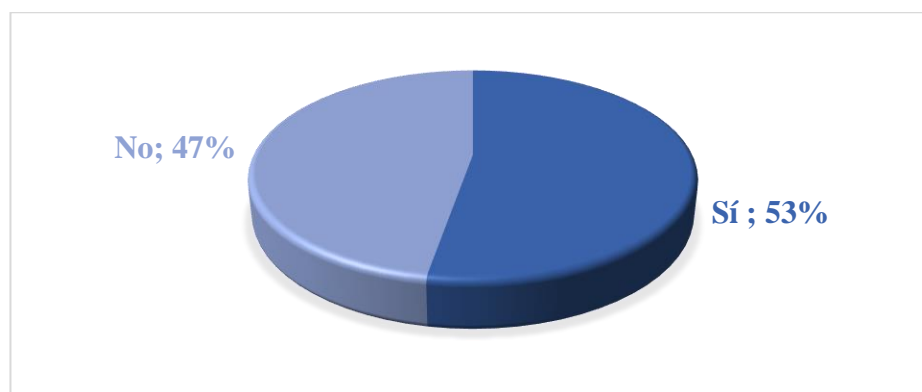
El arqueólogo y docente de la Escuela Taller San Antonio de Cajamarca, Ricardo Raúl Alburqueque Timana, comentó que gracias a la riqueza cultural que posee la ciudad, se han desarrollado muchas actividades como el “día del logro”, “Iscocongá vive”, etc.; actualmente, se está trabajando en el Proyecto de Investigación Arqueológica de la Colina Santa Apolonia, esto permite la sensibilización con la participación de varias organizaciones culturales de Cajamarca, dinamizar el espacio patrimonial creando un escenario de interpretación cultural. Todo esto permite

la difusión de la cultura, en general, todas estas actividades han sido destacables por la dedicación que le ha dado al trabajo cada uno de los responsables y las instituciones comprometidas. Además, menciona que ha brindado cursos de taller sobre patrimonio cultural, arqueología y gestión cultural en el marco de las actividades hacia la comunidad que brinda el CETPRO Escuela Taller San Antonio de Cajamarca como los “Cursos Cortos” sobre patrimonio. Como miembro actual del Proyecto Arqueológico Caxamarca también ha brindado diversas charlas, conversatorios y conferencias gracias a la iniciativa de diversas organizaciones culturales y de la educación en Cajamarca. Actualmente es parte del Proyecto Comunitario Qayaqpuma, una iniciativa independiente que busca la protección del Apu desde la educación patrimonial, artística y técnica, impulsando el turismo sostenible y trabajando participativamente de la mano con la comunidad. En el marco de este proyecto se van a realizar talleres ligados a la preservación del patrimonio arqueológico y sobre usos y conservación de este, así mismo campañas de limpieza al sitio con la comunidad y caminatas. Lo cual es de gran relevancia, pues permite la participación de la población en general, ya que genera interés y preocupación, lo cual ocasiona que puedan desarrollar cultura turística en beneficio de todos, incluso del turista.

La realización de estas actividades no solo es de beneficio para los pobladores de la ciudad de Cajamarca, las entidades del rubro, estudiantes y profesionales, sino también va a permitir un mejor desarrollo de la Cultura Turística y Turismo Cultural, lo cual va a admitir el posicionamiento de la ciudad como un destino turístico cultural.

Figura 14

Visita museos, casonas o edificaciones



Nota. La figura muestra las cifras de las personas encuestadas que manifiestan si visitan o no museos, casonas o edificaciones en la ciudad.

Fuente: la autora de la investigación.

Las visitas a museos, casonas o edificaciones representan una muestra clara de que a la población le interesa la historia y la cultura, y se ve reflejada en el grado de cultura turística que se posee y en el desarrollo del turismo cultural en la ciudad.

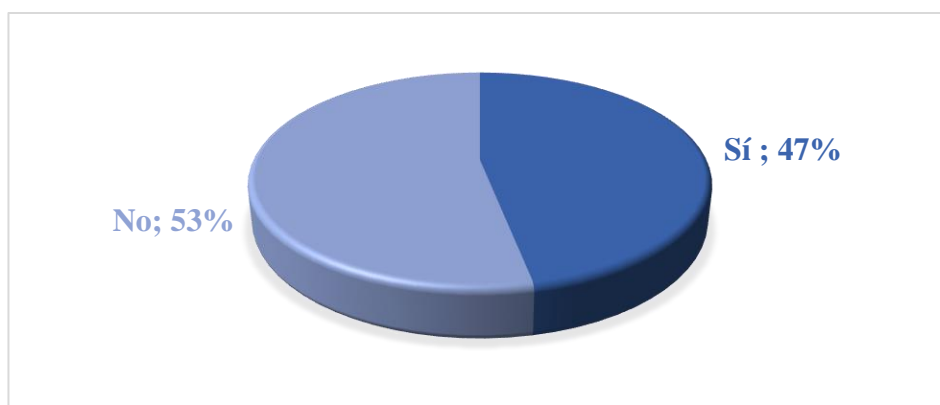
En la encuesta se incluyó esta interrogante y se presenta en la Figura 14 denominada “Visita museos, casonas o edificaciones”, que arroja como resultados los siguientes: el 53% de la población sí visita estos lugares, pues cree que son importantes y de gran interés; pero el 43% no realiza este tipo de visitas, pues manifiesta que no se encuentran en buen estado y no les genera interés. Esto debe generar una gran reflexión sobre todo a las autoridades encargadas en el cuidado y acondicionamiento de estos lugares y a los propietarios de las casonas privadas, para tener un mejor cuidado y presentar a los visitantes un lugar de interés.

El arqueólogo y docente, Ricardo Raúl Alburqueque Timana, de la Escuela Taller San Antonio de Cajamarca, comentó que, dentro de la Ley General del Patrimonio Cultural, los

manuales de conservación y restauración, así como en los reglamentos y también en documentos internacionales; existen múltiples procesos estratégicos para la conservación en museos, casonas y edificaciones patrimoniales. La Escuela Taller San Antonio de Cajamarca está realizando diversos proyectos los cuales tienen como finalidad, la restauración, conservación y uso social del patrimonio cultural para Cajamarca. Y uno de ellos es por ejemplo la Casona Toribio Casanova; con apoyo de la AECID (Asociación Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo), la Municipalidad Provincial de Cajamarca y otros aliados estratégicos, se ha llegado a una articulación importante para poner en valor a través de la investigación, restauración, conservación y uso social de la Casona, lo que representa un gran avance en el cuidado de este lugar. Así mismo, se quiere crear un Centro Cultural como se tiene actualmente en la Casona Espinach, que siga abriendo espacios de intercambio de conocimientos y de cultura en general para la comunidad.

Figura 15

Participa de espectáculos, exposiciones, muestras y/o conferencias culturales



Nota. La figura muestra las cifras de las personas encuestadas que manifiestan si participan o no de espectáculos, exposiciones, muestras y/o conferencias culturales.

Fuente: la autora de la investigación.

La participación de espectáculos, exposiciones, muestras y/o conferencias culturales está orientado principalmente a estudiantes, autoridades o interesados del rubro, pues se piensa que solo ellos entienden los temas; pero no se debe olvidar que todos pueden participar y de hecho todos lo hacen, en especial en espectáculos culturales que en su mayoría son concierto de música y/o danza típica. Es importante involucrar más a la población en estas demostraciones culturales, es por lo que se incluyó esta pregunta en la encuesta, para saber cuántas personas participan en la actualidad.

En la Figura 15 denominada “Participa de espectáculos, exposiciones, muestras y/o conferencias culturales”, el 47% de la población participa activamente de alguna de estas manifestaciones culturales, y el 53% no lo hace, por lo que se tiene que empezar a generar más interés.

De acuerdo con lo mencionado por el exdirector y docente de la Escuela Académico Profesional de Turismo y Hotelería de la Universidad Nacional de Cajamarca, Antonio Terán Vigo, se han desarrollado diversidad de conferencias organizadas por los mismos estudiantes; todo esto da muestra del gran interés que tienen por el mejoramiento profesional y personal de todos los estudiantes y egresados de la escuela, así como el mejoramiento de la ciudad en el ámbito cultural y turístico.

En cuanto a este aspecto, el Subgerente de Cultura, Segundo Manuel Rodríguez Gutiérrez, menciona que se han realizado exposiciones de pintura, teatro, festivales de Concurso de caballo de paso en el Qhapaq Ñan, concursos nacionales de marinera, de Cashua, el festival de los bollos, presentación de libros. Se brinda apoyo a diversas actividades que realizan grupos culturales, además hasta el momento se ha dado apoyo a más de 20 grupos artísticos; lo que significa un refuerzo a la cultura y su desarrollo en la ciudad, partiendo con el apoyo a algunos de los principales

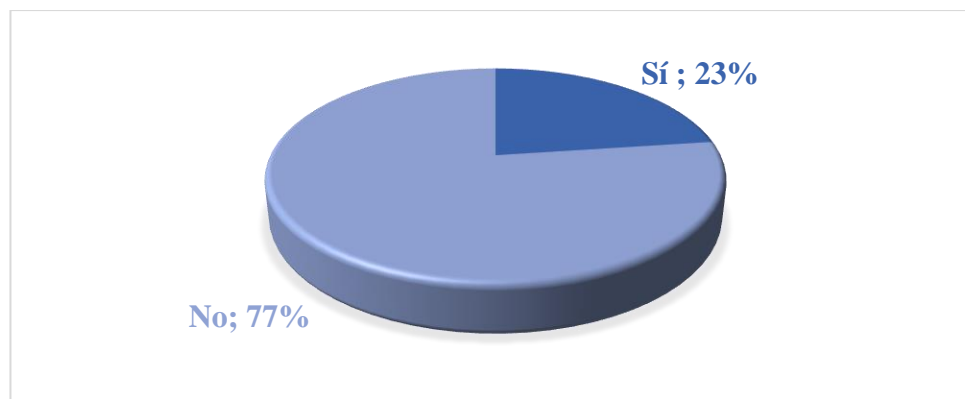
involucrados en esto, los artistas, que en muchas ocasiones son dejado de lado y si reciben algún tipo de apoyo, este es mínimo. Así mismo, el desarrollo de actividades referentes al Carnaval para conocer su origen y sobre todo cómo es que se puede convertir en una actividad turística sostenible es de gran importancia.

Por otro lado, el arqueólogo y docente de la Escuela Taller San Antonio de Cajamarca, Ricardo Raúl Alburqueque Timana, comenta que se han ejecutado múltiples exposiciones, espectáculos, conferencias en relación con la cultura, como el “Día del Logro”, en donde se exponen trabajos artísticos en base a las especialidades de la Escuela, concursos y exposición de plantas ornamentales, exposiciones gastronómicas, ferias, actividades artísticas y festivas como “Iscocongá Vive”, en donde se difundió una parte de la vasta riqueza cultural de los cajamarquinos en base a las excavaciones arqueológicas realizadas en el sitio arqueológico de Iscocongá por parte del Proyecto Caxamarca, lo cual demuestra la riqueza inigualable que posee la ciudad, por lo que varias instituciones y organizaciones locales se esfuerzan por difundir y promocionar la cultura y empoderarla para que la población se pueda identificar y tomar conciencia de su gran importancia.

5. Superestructura turística

Figura 16

Conoce las entidades culturales de la ciudad y a nivel nacional



Nota. La figura muestra las cifras de las personas encuestadas que manifiestan si conocen o no las entidades culturales de la ciudad y a nivel nacional.

Fuente: la autora de la investigación.

El conocimiento de las entidades culturales con las que cuenta la ciudad y la nación es mayormente para estudiantes y entidades relacionadas, pero sería conveniente que la población tenga conocimiento al menos básico al respecto, lo cual es labor de las entidades correspondientes, la propagación de esta información de manera adecuada y oportuna para beneficio del colectivo.

De acuerdo con la encuesta aplicada y según lo detallado en la Figura 16 denominada “Conoce las entidades culturales de la ciudad y a nivel nacional”, el 77% de la población no conoce estas instituciones, por lo que se debe trabajar en informar adecuada y oportunamente, para acrecentar su cultura general respecto a esto; y solo el 23% sí las conoce, lo cual representa una cifra un poco alentadora y que se debe reforzar poco a poco, de esta manera se generará mayor conocimiento y conciencia al momento de elaborar algún proyecto, actividad o reclamo si es que fuese el caso.

Según comentó el Subgerente de Turismo, Édgar Melqui Chuquimango Idrugo, existen políticas sostenibles en turismo a nivel internacional pero que lamentablemente recién se están empezando a aplicar algunas en la ciudad ya que, no se fomentaba toda la información sobre la importancia de la actividad turística, esto se ve reflejado en el poco apoyo a este sector y la poca conciencia y cultura turística por parte de la población. Se debe trabajar arduamente en este aspecto, pues el desarrollo adecuado y cimentado de esta actividad va a permitir que, con el tiempo, Cajamarca se pueda convertir en un destino turístico sostenible. Son diversos componentes para que exista sostenibilidad en el tiempo del destino, como el destino como tal, el recurso o atractivo turístico y la sociedad. Por ejemplo, en Llushcapampa, se tiene toda la intención de desarrollar el turismo, pues tiene mucho que ofrecer, pero no les conviene económicamente, por lo tanto, no es sostenible en el tiempo, ya que no hay una compactación con las entidades.

El Subgerente de Cultura, Segundo Manuel Rodríguez Gutiérrez, mencionó que las políticas en cultura se manifiestan en el uso de museos, espacios públicos y desarrollo económico. La cultura permite el enriquecimiento cultural, aunque no se ve muy reflejado económicamente. Hay apoyo a los artistas, pues muy pocos son los que viven del arte, lo cual es terrible, pues de ellos también depende el desarrollo de la cultura en la ciudad.

Para el director de DIRCETUR, Édgar Abanto Zegarra, no se aplica una política sostenible como tal, pero existe una visión de desarrollo del turismo, para ello se identifica el patrimonio material e inmaterial, se desarrollan campañas de sensibilización para que el turista sepa cuidar y conservar los recursos turísticos, para preservar el entorno natural, sin que se destruya el patrimonio. Además, se desarrollan campañas de cuidado de biodiversidad del entorno, lo cual es de gran beneficio y envergadura para el desarrollo del turismo y a futuro del turismo cultural.

Finalmente, para Ricardo Raúl Alburquerque Timana, arqueólogo y docente en la Escuela Taller San Antonio de Cajamarca, hasta hace dos años atrás no existía una política general de la nación o políticas culturales que orienten el desarrollo de la cultura en el Perú. Lo que si hubo fueron iniciativas para debatir una propuesta de política cultural y la difusión del propio conocimiento cultural. Actualmente se tiene la Ley del Patrimonio Cultural de la Nación (Ley N°28296), una ley que regula el uso, la preservación, el desarrollo, la recuperación, el fomento y la difusión de las lenguas originarias del Perú (Ley N° 29735), etc. Leyes que no están dentro de una política cultural como tal, por lo que la regulación, el monitoreo y la misma aplicación de estas leyes en el Perú son bastante desiguales. ¿Por qué no ha existido desde hace mucho tiempo una política que desarrollen al sector en el Perú? Principalmente ha sido por corrupción e intereses particulares que no les convenía el desarrollo de la cultura, porque eso también genera un desarrollo en la educación y por consiguiente en los demás sectores. No hay políticas culturales porque no se quiere brindar financiamiento para el fomento y la promoción de la cultura, las políticas y su aplicación demandan de un presupuesto que tiene que estar consignado.

Actualmente se puede ver como el sector cultura y educación siempre han sido los últimos sectores que no han disfrutado de un presupuesto por parte del Estado por muchos años y actualmente son los más golpeados, muy aparte de hablar del sector salud. Por otro lado, en cuanto a políticas sostenibles en turismo, estas sí existen y se vienen aplicando, están estipuladas dentro de la Ley de Turismo N°29408, ya que regula el desarrollo sostenible de la actividad turística, manejando también de manera sostenible los recursos turísticos culturales o naturales que puedan verse afectados directa o indirectamente por un turismo no responsable. Además, en la misma ley se estipula la aplicación de acciones para el desarrollo sostenible de la sociedad a través del turismo, ya que promueve e incentiva la actividad turística.

Adicional a lo mencionado anteriormente, es destacable el hecho de que se apoye a los diversos involucrados en la actividad turística y cultural para su participación en concursos y/o proyectos, si se logran desarrollar de manera adecuada, esto va a permitir que el turismo también se desarrolle, sobre todo el turismo cultural que actualmente no se lleva a cabo de la manera más adecuada ni informada. Si en un corto plazo, el turismo cultural encuentra su cimentación, permitirá que muchas actividades referentes a la cultura (como lo gastronómico, arquitectónico, religioso, etc.), se puedan desarrollar y con el tiempo pueda ser sostenible y permita generar más puestos de trabajo.

Por otro lado, lamentablemente la DIRCETUR no ejecuta proyectos referentes al turismo cultural o al turismo en general, solo realizan actividades o brindan apoyo a aquellos que sí ejecutan proyectos, lo cual es muy lamentable, pues como institución deberían hacerlo y trabajar en conjunto con otras instituciones como la Dirección Desconcentrada de Cultura y la Municipalidad, todo en pro del enriquecimiento cultural, generar identidad y conciencia en la población y sobre todo, al generar proyectos como tal en el ámbito turístico, esto permitirá que esta actividad se desarrolle de mejor manera, generando un posicionamiento de la ciudad a nivel nacional e internacional, proporcionar más trabajos y por ende una mejor calidad de vida a la población.

5.2. Discusión

De acuerdo con los resultados obtenidos a través de las encuestas realizadas a la población y las entrevistas dirigidas hacia las principales autoridades del sector cultura y turismo de la ciudad, se confirma la hipótesis planteada en la investigación, que la Cultura Turística influye de manera sustancial en el desarrollo del Turismo Cultural, lo cual responde a la pregunta general de la formulación del problema planteado; sin embargo, en la ciudad aún se debe trabajar tanto en la cimentación y desarrollo de la Cultura Turística como en el desarrollo del Turismo Cultural, lo cual se evidencia a continuación:

Según lo analizado en la tabla 3, el 16% de los encuestados no conocen la historia del origen de Cajamarca y su geografía, lo que se aúna al hecho de que el 7% no se siente identificado con la ciudad (tabla 5), el 4% manifestó que no respeta al patrimonio cultural (tabla 6) y que el 4% tampoco se siente orgulloso de ser cajamarquino (tabla 8); si bien son porcentajes relativamente bajos en cuanto al número total de encuestados, dan muestras que hay trabajo por hacer en cuanto al reforzamiento de estos temas, pues muchas veces la parte negativa se manifiesta a través del accionar de la población, como el descuido o deterioro del patrimonio cultural, la poca empatía con los vecinos y con el turista, el poco compromiso para el cuidado y protección del patrimonio cultural; como bien se ve reflejado en la tabla 7 (3% no practica la tolerancia ni la empatía), en la tabla 9, donde el 20% de los encuestados consideran que no es su responsabilidad la protección del patrimonio. Es importante destacar esta información, pues demuestra que hay un buen porcentaje de la población que no practica la cultura turística, ya que, si no se conoce la historia, no se posee identidad ni se siente orgullo por la ciudad por ende no se practican los diferentes valores culturales, no se puede alcanzar el desarrollo de la cultura turística. Así mismo, hay que destacar la labor que está realizando la Subgerencia de Cultura de la Municipalidad Provincial de Cajamarca, la Escuela Académico Profesional de Turismo y Hotelería, así como la Escuela Taller San Antonio de Cajamarca; que se preocupan y trabajan en pro de la cultura, desde la formación de profesionales del rubro hasta los artistas consolidados de la ciudad, que en conjunto realizan actividades para cimentar la identidad, la mejora de la cultura, y el cuidado del patrimonio cultural; así también se puede mencionar a la Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo que trabaja con alumnos de nivel primario y secundario, en la importancia y conservación, cuidado y protección del patrimonio en general que son actividades referentes a la Cultura Turística.

Por otro lado, referente al Turismo Cultural, en la tabla 4 se refleja que solo el 27% de las personas encuestadas sabe lo que es un recurso turístico, lo cual da a conocer la falta no solo de

cultura turística, sino de conocimientos turísticos básicos para orientar de la mejor manera posible al turista que llegue a la ciudad, además solo el 37% de los encuestados (tabla 11 y tabla 12), saben lo que es patrimonio tangible e intangible, lo cual es sumamente preocupante, pues si no saben lo que es, no lo pueden respetar o valorar, mucho menos cuidar. Dentro de este porcentaje se encuentran estudiantes y profesionales del rubro, población en general y algunos prestadores de servicios turísticos; lo cual es lamentable, sobre todo en referencia a los prestadores de servicio, ya que son ellos los que deberían saber el significado del patrimonio tangible e intangible, pues no pueden brindar un buen servicio si no conocen lo que están ofreciendo al turista. Así mismo, cabe mencionar que la Subgerencia de Turismo de la Municipalidad Provincial de Cajamarca está trabajando en la promoción turística y el cuidado del patrimonio, pero actualmente no existe ningún proyecto o actividad referente al desarrollo del Turismo Cultural debido a que sería un trabajo mucho más amplio y que debería ser ejecutado en conjunto con otras instituciones como la Dirección Desconcentrada de Cultura y la Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo que por el momento se enfoca en capacitaciones a prestadores de servicios turísticos y en el desarrollo del turismo de aventura, dejando de lado uno de los tipos de turismo que en la actualidad está generando mayor afluencia turística en el mundo que es el turismo cultural, que si se llegara a desarrollar sería de gran beneficio para la ciudad.

Además, se debe destacar que según la tabla 13, el 57% de la población participa en talleres, cursos y/o charlas culturales; en cuanto a la participación en eventos culturales (tabla 15), es solo del 47%; lo cual da a entender que este tipo de actividades no es mucho interés para la población, quizá por falta de conocimiento o de promoción de éstas. Así mismo, de acuerdo con la tabla 14, solo el 47% realiza visitas a casonas, edificaciones o museos de la ciudad; pues mencionan que son poco promocionadas y sus instalaciones no son de gran atracción, por lo que las autoridades deben

trabajar arduamente en este aspecto, ya que, si la población residente no muestra interés por este tipo de visitas y/o eventos culturales, puede que el turista tampoco.

Ante todo lo expuesto anteriormente, se puede determinar que los conocimientos culturales con los que cuentan los pobladores de la ciudad de Cajamarca, en su gran mayoría son básicos, como los conocimientos históricos y geográficos, lo que significa el recurso turístico (aunque algunos aún lo confunden) y el hecho de que se cuenta con valores culturales que deben ser explotados al máximo para tener resultados visibles en el cuidado del patrimonio y la bienvenida que se le puede dar al turista; también se puede dar a conocer que la conciencia turística de la población de manera general es buena y realmente la poseen, pues sienten orgullo por la ciudad y esto se refleja a través de la responsabilidad que toma en la protección del patrimonio, además es necesario considerar los hábitos de sostenibilidad cultural que se están aplicando en la ciudad por parte de las autoridades como bien se han determinado en la presentación de los resultados, que si bien son pocos, con el pasar del tiempo pueden ser más; en cuanto a la superestructura existente que propicia la cultura turística en la ciudad de Cajamarca, son las diversas políticas y regulaciones culturales dadas por el Estado peruano, que si bien recién están siendo aplicadas, son prometedoras si se las ejecutan de manera adecuada, lo cual depende del trabajo en cada entidad y entre ellas; los recursos culturales con los que cuenta la ciudad para el desarrollo del Turismo Cultural son amplios, pues se cuenta con patrimonio tangible e intangible de gran valor e importancia en los cuales se debe trabajar día a día para que no sean olvidados con el pasar del tiempo, sino que sean más conocidos tanto por locales como por visitantes, para ello se elaboran diversas actividades culturales que aunque por la situación actual han disminuido, las autoridades siguen trabajando arduamente, sobre todo la Subgerencia de Cultura.

Así mismo, cabe mencionar que para que se pueda lograr desarrollar de manera adecuada y oportuna tanto la Cultura Turística como el Turismo Cultural, es vital poder reforzar una

verdadera y cimentada identidad en los cajamarquinos, lo cual se puede lograr poniendo en valor la memoria colectiva mediante la recopilación de información de diversos escritos y valorando a los adultos mayores de la ciudad como fuente de conocimiento y esencia de la identidad; conocer el porqué de las tradiciones, costumbres y el folclore para poder valorarlas, protegerlas y defenderlas con el pasar de los años; fomentar la identidad cultural en el sistema educativo, desde los más pequeños hasta los más grandes, para que sepan la importancia de su herencia cultural; fomento y dinamización de jornadas culturales, en donde las autoridades competentes ahonden en la difusión y que se evite la pérdida de las tradiciones, tanto para la población como para el turista; considerar a la identidad como un aporte social, pues así se puede hacer partícipe a la población de todo tipo de actividades culturales como el principal actor y de esta manera reforzar el sentido de pertenencia.

Finalmente, cabe enunciar que la investigación ha sido contrastada a través de los resultados obtenidos de las entrevistas y encuestas aplicadas referente a lo mencionado tanto por la OMT, la Secretaría de Turismo y México y García en cuanto a conceptos y tendencias en general, ante lo cual se puede determinar que la Cultura Turística tiene un amplio camino por recorrer a nivel internacional, sobre todo a nivel nacional para que se pueda desarrollar de manera adecuada y que esto forme parte del interés constante de la población para que luego sirva de beneficio para esta; referente a al Turismo Cultural, en otros países está posicionado gracias justamente al interés de su población por desarrollarlo, pues saben que es uno de los tipos de turismo que puede atraer a más visitantes si se lo presenta de manera atractiva, en cuanto a nivel nacional hay ciudades que ya vienen desarrollando el Turismo Cultural desde hace algunos años lo cual permite tener precedentes de esto para la próxima ejecución y desarrollo de este en la ciudad de Cajamarca, pues es posible, solo es cuestión de interés, de contar con información y sobre todo formación y capacitación.

CAPÍTULO VI.
PROPUESTA.

6.1. Presentación de la propuesta



**PROGRAMA DE
FORTALECIMIENTO
DE LA CULTURA
TURÍSTICA Y EL
DESARROLLO DEL
TURISMO CULTURAL
EN LA CIUDAD DE
CAJAMARCA**

INTRODUCCIÓN

La cultura turística es un concepto que se está desarrollando con mucha fuerza en la última década, su objetivo primordial radica en enfocar el modelo turístico a una relación en donde los resultados y el éxito en la recepción y atención del turista sea reflejo del desarrollo sustentable del turismo, basado en el continuo mejoramiento de la calidad de vida de la población.

Por otro lado, el turismo cultural se ha convertido en un reto para muchos destinos por su atractivo y poder diferenciador; su atractivo económico radica en diversos aspectos, por lo que existe un consenso alrededor de la idea de que el turismo cultural no está tan sometido a la temporalidad o la moda, lo cual constituye su principal fuerza, es por lo que destaca; además, contribuye al desarrollo económico de un destino, pero también a la integración social y al acercamiento entre los diferentes pueblos; su falta de estacionalidad fomenta que el empleo asociado al turismo cultural sea más estable que en otros segmentos.

Ambos conceptos se relacionan estrechamente, debido a que el afianzamiento de la cultura turística puede permitir el desarrollo del turismo cultural en la ciudad de Cajamarca, que cuenta con diversos elementos del patrimonio cultural.



CONTEXTO DEL SECTOR TURISMO

Al inicio fueron las élites y los marginales, con tiempo y algo de capital, los que recorrieron el mundo, algo pequeño y limitado por la falta de medios de transporte. Con el pasar del tiempo, se abrieron y despejaron los caminos, se desarrollaron las infraestructuras, tras ello fueron llegando los turistas de masas.

Organización Mundial de Turismo, menciona que el turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año con fines de ocio, por negocios y otros.

Es dentro de esta conceptualización que encontramos cómo la cultura, en el más amplio sentido, es un pilar trascendental de la actividad turística, es así que al hablar de la "Cultura Turística" estaremos haciendo referencia a la participación de las personas en la búsqueda de mejores condiciones para hacer posible la actividad turística; lo que implica el compromiso de conocerla para contribuir a su fortalecimiento y poder obtener de ella los beneficios que es capaz de generar, dedicándole la atención necesaria para convertirla en la actividad sustentable que debe ser.

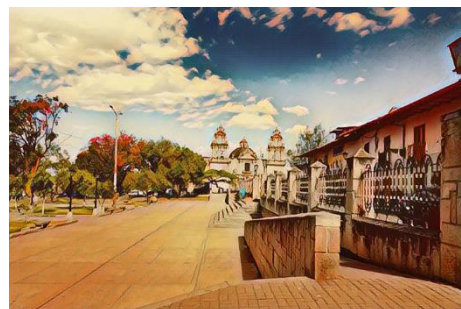
Por otro lado, el turismo cultural se ha convertido en un reto para muchos destinos por su atractivo y poder diferenciador; su atractivo económico radica en diversos aspectos, por lo que existe un consenso alrededor de la idea de que el turismo cultural no está tan sometido a la temporalidad o la moda, lo cual constituye su principal fuerza, es por lo que destaca.



En el ámbito nacional, es evidente que los recursos culturales son uno de los principales factores impulsores del turismo en el Perú. Los sitios arqueológicos y los museos relacionados con el patrimonio cultural inmaterial a los que la UNESCO ha conferido el título de Patrimonio Mundial, son destinos turísticos tradicionales en donde se celebra una gran variedad de actos, como festivales o eventos deportivos.



Por otro lado, la ciudad histórica de Cajamarca, cuenta con un valor singular, posee reconocimientos de carácter nacional y continental como Patrimonio Histórico y Cultural de las Américas, capital del carnaval peruano; esto se debe al haber sido escenario de acontecimientos históricos de gran envergadura y que marcaron rupturas, discontinuidades y el nacimiento de nuevos procesos humanos, históricos, culturales, económicos, religiosos, tecnológicos. Por lo cual, es fundamental mencionar la importancia que tiene el poseer cultura turística para poder generar en la ciudad un turismo cultural cimentado, ofreciendo al turista una experiencia mágica y realista; ya que como población transmitimos mucho, esto se observa a través de la educación que es la base para desarrollar una mejor región, una mejor ciudad, la familia constituye el cimiento para el aprendizaje de la cultura, la enseñanza va de generación en generación y el centro educativo debería tener el rol de fortalecer esa cultura y así afianzar la identidad cultural de cada pueblo.



PROGRAMA DE FORTALECIMIENTO DE LA CULTURA TURÍSTICA Y EL DESARROLLO DEL TURISMO CULTURAL EN LA CIUDAD DE CAJAMARCA

“Querer al patrimonio es poner en realce sus valores, quizá pequeños, pero potencialmente enormes; por lo cual es importante conocer el patrimonio que nos rodea, para cuidarlo y protegerlo”.

1. Misión:

Brindar una experiencia turística auténtica de los atractivos y población local, con una gestión eficiente y planificada, promoviendo el fortalecimiento de la cultura turística y el desarrollo de turismo cultural en beneficio del visitante y de la comunidad residente.

2. Visión:

Ser un destino turístico referente a nivel regional y nacional, reconocido por su actividad turística cultural, con participación activa de la comunidad local y atractivo para los visitantes responsables con el entorno para el 2025.

3. Valores:

- Respeto por el patrimonio.
- Valoración del patrimonio.
- Protección y conservación del patrimonio.
- Equidad de oportunidades.
- Vocación de servicio para con el visitante.



4. Objetivos:

4.1. General:

Lograr el fortalecimiento de la Cultura turística y el desarrollo del Turismo Cultural en la ciudad de Cajamarca, a través de un aprovechamiento eficiente de sus potencialidades culturales.

4.2. Específicos:

- Concebir la actividad turística de la ciudad de Cajamarca sobre prácticas responsables que garanticen la sostenibilidad de su patrimonio cultural.
- Capacitar a los recursos humanos implicados en el desarrollo turístico cultural de la ciudad de Cajamarca.
- Proyectar una oferta integral, diversificada y sostenible de la ciudad de Cajamarca, basada en principios de respeto a su cultura y tradiciones, a su vez desarrollar la promoción de los recursos turísticos patrimoniales para la dinamización de estos como destino cultural.

5. Justificación:

La ciudad de Cajamarca cuenta con diversos recursos y atractivos turísticos culturales, y por ende posee un gran potencial de desarrollo de estos, que permitirán que no solo sea considerada con un lugar que oferta atractivos natural en su gran mayoría y pueda convertirse en un destino de visita interesante para el turista local, nacional y extranjero.



Sin embargo, debido a las diversas deficiencias que se tienen en cultura turística y turismo cultural, y que se han descubierto durante la elaboración del trabajo de investigación, es que se presenta una propuesta para el desarrollo de estos temas, denominado: “Programa de fortalecimiento de la cultura turística y el desarrollo del turismo cultural en la ciudad de Cajamarca”, en el cual se presentará las diversas acciones que deberían ser ejecutadas por las diversas entidades relacionadas al rubro cultural y turístico, para el fortalecimiento de estas actividades y convertir a Cajamarca un destino cultura y turístico sostenible y reconocido.

6. Beneficios de la propuesta:

- La población podrá cimentar mejor su identidad con la ciudad.
- Se podrá generar en la población cultura turística.
- Se desarrollarán alternativas turísticas relacionadas a la cultura.
- Se potenciará el turismo cultural.
- Se generarán nuevos puestos de trabajo.
- Mejora en la calidad de vida de la población.
- Aumento en los arribos de turistas.
- Posicionar a Cajamarca como destino de turismo cultural reconocido y sostenible en el tiempo.
- Mejoras en la conservación y protección del patrimonio cultural.



7. Análisis FODA:

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> • Ubicación geográfica privilegiada por su accesibilidad. • Diversidad patrimonial cultural dada por recursos tangibles e intangibles de gran potencial turístico y en consonancia con las tendencias de la demanda. • Poseer valor histórico con relación a la llegada de los españoles. • Existencia de una programación cultural mensual. • Contar con talento artístico. • Características hospitalarias por parte de la población. • Contar con aeropuerto. 	<ul style="list-style-type: none"> • Tendencia del mercado nacional e internacional orientada al aspecto cultural. • Reconocimientos internacionales como Patrimonio Histórico y Cultural de las Américas. • Interés del gobierno por la consolidación de ofertas relacionadas con la historia, cultura y patrimonio. • Fácil accesibilidad por vía aérea y terrestre. • Acceso a la tecnología. • Instituciones que brinden capacitaciones. • Política nacional favorable para el desarrollo turístico cultural.
DEBILIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> • Delimitadas opciones turísticas integradoras del patrimonio cultural tangible e intangible. • Ineficiente utilización y proyección a la revitalización del patrimonio cultural intangible. • Deficiente promoción con base del conocimiento histórico – cultural. • Valoración regular de la calidad constructiva de la ciudad. • No se aprovecha del todo la programación cultural de la ciudad. • Insuficiente integración laboral entre el sector turismo y el cultural. • Débil sentido de pertenencia por parte de la población hacia el patrimonio cultural. 	<ul style="list-style-type: none"> • Impactos de la crisis económica mundial. • Inestabilidad económica, social y política del país. • Falta de conocimiento del patrimonio de la ciudad. • Existencia de factores que inciden en el deterioro de las edificaciones culturales. • Falta de interés para la conservación del patrimonio.



8. Formulación de estrategias específicas para el Desarrollo Sostenible del Turismo Cultural

Las áreas de acción seleccionadas responden a los objetivos establecidos, y por ende a los puntos débiles que repercuten en el fortalecimiento de la cultura turística y el desarrollo turístico cultural de la ciudad, quedando definidas:

- a. Sostenibilidad Cultural.
- b. Capacitación
- c. Comunicación promocional y comercialización turística.

9. Recursos Materiales

El recurso material para la implementación del programa propuesto será proporcionado por cada entidad de acuerdo a cada Área de Acción detallada.

10. Recurso Financiero

El costo para la implementación del programa, será de S/.200.00, el cual deberá ser asumido por cada entidad responsable de cada Área de Acción.

11. Monitoreo y evaluación del programa

Tras el desarrollo de cada una de las actividades se debe convocar a una reunión a fin de evaluar los logros y/o dificultades obtenidas y tener en cuenta para tomar las medidas correctivas de manera inmediata a fin de lograr los objetivos planteados y aplicar una evaluación permanente para mejorar y diversificar la oferta turística de Cajamarca.



ÁREA DE ACCIÓN N° 1: SOSTENIBILIDAD CULTURAL

Objetivo estratégico: Convertir a la ciudad de Cajamarca en un destino turístico sostenible que valora y respeta sus recursos culturales, a través de prácticas responsables de los gestores locales y de la población; todo esto aunado al fortalecimiento de la Cultura Turística y el desarrolla el Turismo Cultural.

a. **Estrategia N° 1:** Facilitar a la población local el descubrimiento y estimación de los valores del patrimonio cultural.

a.1. Acciones:

- Realizar campañas de comunicación de los valores del patrimonio cultural a través de los diversos medios de comunicación y redes sociales.
- Promover actividades culturales que incrementen la identidad de la población local con sus valores y costumbres tradicionales.
- Potenciar la realización de talleres y encuentros informativos de la historia local y las tradiciones representativas de la ciudad.
- Coordinar visitas dirigidas a estudiantes de primaria, secundaria y superior, a los distintos espacios que contienen el patrimonio cultural y transmitir la importancia de su conservación.
- Integrar a los planes de estudio en las escuelas, proyectos relacionados con la historia local.



a.2. Entidades responsables:

- Dirección Desconcentrada de Cultura.
- Gerencia de Turismo, Cultura y Centro Histórico de la Municipalidad Provincial de Cajamarca.
- Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo – Cajamarca.

b. Estrategia N° 2: Proyectar el rescate y revitalización del patrimonio vivo de la ciudad.**b.1. Acciones:**

- Insertar en los folletos y plegables turísticos, las leyendas y tradiciones cajamarquinas.
- Divulgar las leyendas y tradiciones mediante representaciones concebidas a partir del talento artístico de la ciudad en las diversas actividades culturales.
- Revivir relatos del momento histórico de la llegada de los españoles, en actividades culturales; la cual puede ser denominada “Contando la verdadera historia”.

b.2. Entidades responsables:

- Dirección Desconcentrada de Cultura.
- Gerencia de Turismo, Cultura y Centro Histórico de la Municipalidad Provincial de Cajamarca.
- Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo – Cajamarca.



- c. **Estrategia N° 3:** Proyectar la rehabilitación, protección y conservación arquitectónica y artística de los inmuebles patrimoniales.

c.1. Acciones:

- Actualizar periódicamente el inventario y la valorización de los recursos turísticos.
- Estudiar y establecer la capacidad de carga turística en los recursos turísticos para proponer políticas de desarrollo turístico.
- Adecuar centros para los visitantes para la interpretación del patrimonio cultural.
- Coordinar con los principales actores sociales del territorio la realización de proyectos integrados de restauración y mantenimiento periódico del patrimonio cultural tangible, en el cual puede involucrarse la población.
- Reinvertir parte de los ingresos que genera la actividad turística de la ciudad, en la realización de proyectos para la rehabilitación y conservación de los inmuebles patrimoniales y de la infraestructura básica.

c.2. Entidades responsables:

- Dirección Desconcentrada de Cultura.
- Gerencia de Turismo, Cultura y Centro Histórico de la Municipalidad Provincial de Cajamarca.
- Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo – Cajamarca.

- d. **Estrategia N° 4:** Concientizar a la población local con visitas para lograr su implicación en la conservación del patrimonio cultural, acrecentando así su conciencia turística.



d.1. Acciones:

- Programar espacios donde se divulguen las prácticas sociales responsables con el patrimonio cultural, a través de los diversos medios de comunicación.
- Impulsar un proyecto comunitario con el fin de concientizar a la población de que el patrimonio es la base de la actividad turística y por ende, es necesaria su conservación, denominado “Yo cuido mi patrimonio”.
- Desarrollar espacios de intercambios que aporta la actividad turística a la localidad.

d.2. Entidades responsables:

- Dirección Desconcentrada de Cultura.
- Gerencia de Turismo, Cultura y Centro Histórico de la Municipalidad Provincial de Cajamarca.
- Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo – Cajamarca.

ÁREA DE ACCIÓN 2: CAPACITACIÓN

Objetivo estratégico: Garantizar la eficacia en la ejecución del Programa de Fortalecimiento de Cultura Turística y del Desarrollo del Turismo Cultural, a través de los recursos humanos implicados, asegurando el profesionalismo requerido.

- a. **Estrategia N° 1:** Formar y capacitar a los recursos humanos del desarrollo turístico; respecto a la cultura turística general sobre bases sostenibles y respetuosas de los valores patrimoniales.



a.1. Acciones:

- Elaborar un diagnóstico de las necesidades de capacitación para lograr una buena formación turística.
- Identificar las necesidades específicas de formación y capacitación de los actores involucrados en el desarrollo turístico de la ciudad.
- Elaborar capacitaciones que contengan las respuestas de las necesidades formativas de los actores institucionales, económicos y sociales del destino.
- Organizar seminarios de actualización sobre los cambios de la industria turística.
- Programar cursos de capacitación a los guías turísticos sobre cómo tratar al turista.
- Capacitar a todo el recurso humano de las entidades culturales y turísticas, sobre los valores del patrimonio cultural de la ciudad.
- Diseñar un sistema de gestión de la calidad en los operadores turísticos de la ciudad.
- Brindar procesos de capacitación sobre temas como cultura ciudadana, servicio al cliente, emprendimientos culturales, gestión de empresas turísticas, hotelería, entre otros.

a.2. Entidades responsables:

- Dirección Desconcentrada de Cultura.
- Gerencia de Turismo, Cultura y Centro Histórico de la Municipalidad Provincial de Cajamarca.
- Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo – Cajamarca.



ÁREA DE ACCIÓN 3: COMUNICACIÓN PROMOCIONAL Y COMERCIALIZACIÓN TURÍSTICA.

Objetivo estratégico: lograr una comunicación y comercialización turística efectiva en la ciudad de Cajamarca para que logre nuevos nichos de mercado y puntualizar su imagen de destino de Turismo Cultural.

a. Estrategia N° 1: Mejorar la información turística referente a los valores patrimoniales culturales como muestra de identidad.

a.1. Acciones:

- Elaborar nuevo material promocional que comuniquen e integren los valores del patrimonio cultural de la ciudad por medio escrito y por redes sociales.
- Diseñar un tipo y estilo de señalética representativa de la ciudad (con motivos culturales).
- Colocar paneles expositores en fachadas de infraestructuras patrimoniales que faciliten la información del lugar
- Realizar actividades de promoción directa de los recursos turísticos patrimoniales (seminarios, presentaciones, ferias, eventos, etc.).

a.2. Entidades responsables:

- Dirección Desconcentrada de Cultura.
- Gerencia de Turismo, Cultura y Centro Histórico de la Municipalidad Provincial de Cajamarca.



- Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo – Cajamarca

b. Estrategia N° 2: Desarrollar una oferta turística capaz de aprovechar e integrar todos los atractivos del patrimonio cultural tangible e intangible.

b.1. Acciones:

- Diseñar nuevos productos turísticos integradores del patrimonio cultural tangible e intangible; así como tener en cuenta los propuestos por profesionales en turismo de la ciudad.
- Insertar en las opciones turísticas los mitos y leyendas de la ciudad y la visita a los espacios que contienen la representación de los mismos. (Ejemplo: La leyenda de la Virgen de los Dolores)
- Proponer como opciones turísticas las principales ferias y eventos culturales tradicionales de la ciudad que pueden ocasionar repercusión internacional, a fin de explotarlos en toda su potencialidad turística.
- Proponer el fortalecimiento de las festividades tradicionales como expresión de la cultura popular.
- Realizar ferias artesanales en fechas importantes para la ciudad, que permitan a los artesanos difundir su arte.
- Ampliar la presencia en las instalaciones turísticas, de expresiones como la música, la danza, el teatro, entre otros; preservando la autenticidad de las tradiciones locales.



b.2. Entidades responsables:

- Dirección Desconcentrada de Cultura.
- Gerencia de Turismo, Cultura y Centro Histórico de la Municipalidad Provincial de Cajamarca.
- Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo – Cajamarca

c. Estrategia N° 3: Diseñar estrategias de promoción de la ciudad de Cajamarca como destino de Turismo Cultural, específicas para cada mercado potencial.

c.1. Acciones:

- Realizar estudios de los mercados potenciales del turismo cultural para el destino.
- Dirigir acciones de comunicación a cada mercado potencial de acuerdo con sus intereses y características.

c.2. Entidades responsables:

- Dirección Desconcentrada de Cultura.
- Gerencia de Turismo, Cultura y Centro Histórico de la Municipalidad Provincial de Cajamarca.
- Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo – Cajamarca.



CAPÍTULO VII. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

7.1. Conclusiones

- a. La Cultura Turística influye de manera significativa en el desarrollo del Turismo Cultural en la ciudad de Cajamarca; ya que, si la población en general, los estudiantes y profesionales del rubro cultural y turístico, los prestadores de servicios turísticos y las autoridades logran establecer una verdadera cultura turística, creando conciencia e inculcando la práctica de valores culturales, se podrá desarrollar un Turismo Cultural óptimo y adecuado en beneficio de todos los residentes y visitantes; es cuestión de un trabajo arduo y en conjunto entre todos los actores mencionados anteriormente, así como el compromiso de cada uno de ellos.

- b. Los habitantes de la ciudad de Cajamarca cuentan con diversos conocimientos culturales, entre ellos están los conocimientos históricos y geográficos (84% de la población); así mismo, un 27% conoce qué es un recurso turístico y sus características básicas, por lo que pueden dar referencia a los visitantes sobre todo lo que posee la ciudad en este aspecto; además de ellos, poseen valores culturales como la identidad y el respeto por la ciudad, así como la práctica de la tolerancia y la empatía con sus vecinos; lo cual permite que se pueda desarrollar de mejor manera la cultura turística y así también el turismo cultural. La población lo percibe y lo manifiesta a través de sus actos y transmisión de estos conocimientos de generación en generación.

- c. La población de la ciudad de Cajamarca en su gran mayoría posee conciencia turística que se refiere no solo a ser hospitalario con el visitante, tener buena actitud con ellos y con la comunidad sino también de ser conscientes que se debe conocer, valorar, cuidar y conservar todo aquello relacionado con la cultura y el turismo; la población lo hace de manifiesto pues muestra orgullo por la ciudad, asume la responsabilidad de la protección del patrimonio

cultural de la ciudad, y por parte de las autoridades se desarrollan actividades y talleres que respaldan esto, además de la ejecución de actividades sustentables en el tiempo, como por ejemplo la exposición que hay en la Casona Espinash.

- d. Existen diversas regulaciones y políticas culturales determinadas por el Estado peruano, las principales y que se viene aplicando desde hace años son la Ley del Patrimonio Cultural de la Nación, la Ley N°28296, que establece políticas nacionales de defensa, protección, promoción, propiedad y régimen legal y el destino de los bienes que constituyen el Patrimonio Cultural de la Nación; así también la Ley N° 29735 que regula el uso, la preservación, el desarrollo, la recuperación, el fomento y la difusión de las lenguas originarias en el país. Por otro lado, desde hace dos años aproximadamente, se ha planteado algunas regulaciones y políticas para su desarrollo en las regiones, en el caso de Cajamarca recién se han ido aplicando porque las autoridades prefieren no invertir en cultura, pues muchas veces consideran que no es importante; además de que las instituciones aún no trabajan del todo en conjunto, lo cual no permite dirigir en un solo sentido todos los esfuerzos. Cabe mencionar que actualmente se viene aplicando la Política Nacional de Cultura al año 2030, que consiste en concientizar a la ciudadanía para brindar apoyo al sector y ver cómo se desarrolla hasta el año 2030, lo cual permitirá que a partir de ese año se debata la estructura política cultural de la nación, esto permitirá formar diversas perspectivas esperanzadoras. Así mismo, se encuentra la de Ley General de Turismo N°29408 que regula el desarrollo sostenible de la actividad turística, manejando también de manera sostenible los recursos turísticos culturales o naturales que puedan verse afectados directa o indirectamente por un turismo no responsable.

- e. Respecto a los recursos culturales, los habitantes cajamarquinos en su gran mayoría desconocen lo que es un patrimonio tangible e intangible, quizá porque desde niños no se les inculcó esos conocimientos y por falta de interés, lo cual repercute en que no se cuente con cultura turística y en el casi nulo desarrollo del turismo cultural en la ciudad; por otro lado, existe un porcentaje considerable de la población que participa de diversas actividades culturales y realiza visitas turísticas culturales en la ciudad, lo cual da vistas esperanzadoras en el pronto desarrollo del turismo cultural en beneficio de todos los pobladores.
- f. Las entidades que regulan la actividad cultural y turística son poco conocidas por la población cajamarquina, en su mayoría conocen solo las principales como el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, el Ministerio de Cultura y la Dirección Desconcentrada de Cultura que casi todos reconocen como el INC; es decir, hace falta inculcar a la población en general con las principales entidades pues es parte de la cultura general que deben poseer. En cuanto a las regulaciones y políticas sostenibles en turismo recién se están empezando a aplicar ya que, no se ha fomentado información sobre la importancia de la actividad turística, esto se ve reflejado en el poco apoyo a este sector y la poca conciencia y cultura turística por parte de la población. Se debe trabajar arduamente en este aspecto, pues el desarrollo adecuado y cimentado de esta actividad va a permitir que, con el tiempo, Cajamarca se pueda convertir en un destino turístico sostenible.

7.2. Recomendaciones

a. Para las instituciones relacionadas a la Cultura y Turismo

Se recomienda a la Subgerencia de Cultura de la Municipalidad Provincial de Cajamarca poner en marcha lo más pronto posible, los proyectos que tienen planteados sobre la revaloración de la cultura Cajamarca y la identidad cultural, para de esta manera generar en la población cajamarquina en un corto plazo mayor conciencia y por ende acrecentar su nivel de cultura turística; por otro lado, también se le recomienda se involucre un poco más en el desarrollo del turismo cultural en la ciudad, si bien este aspecto es competencia del ámbito turístico, también involucra a la subgerencia. Mejor y mayor aplicación de las políticas culturales existentes. Adicional a ello, brindar más apoyo a los artistas cajamarquinos, no solo a un grupo, sino a todos, pues ellos son los principales actores de la cultura viva de la ciudad.

A la Subgerencia de Turismo de la Municipalidad Provincial de Cajamarca, se le sugiere implementar y aplicar de manera más efectiva las políticas sostenibles en turismo; así mismo, ejecutar proyectos o propuestas con relación al desarrollo del turismo cultural en Cajamarca, partiendo desde la teoría mediante capacitaciones a los involucrados, hasta poder llevarlos a cabo en beneficio del turismo y cultura de la ciudad. También se recomienda un mayor fomento de los lugares turísticos patrimoniales de Cajamarca, para que toda la población los conozca y esta recomiende a los turistas.

Se le sugiere a la Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo – Cajamarca, que las actividades sobre Cultura Turística que realizan con instituciones de nivel básico sean de mayor envergadura, para que esto se pueda reflejar en el comportamiento de la población, además que no sea un trabajo solo con instituciones educativas de nivel básico, sino también de nivel superior y con las empresas relacionadas al rubro cultural y turístico, así como con la

población en general, a través de charlas o conversatorios públicos. Por otro lado, se recomienda mayor desarrollo de actividades relacionadas al turismo (no solo promover el turismo de aventura), sobre todo fomentar y acrecentar el turismo cultural que tiene mucho potencial en la ciudad de Cajamarca, también un mayor apoyo a los artesanos locales con los que trabajan actualmente.

A la Escuela Académico Profesional de Turismo y Hotelería de la Universidad Nacional de Cajamarca, se le recomienda seguir trabajando arduamente en pro de la mejora educativa de futuros profesionales, coordinando actividades con todas las instituciones públicas y privadas relacionadas al turismo; así mismo, fomentar más el desarrollo de investigaciones referentes a la cultura turística y turismo cultural, que poco se vienen trabajando en la ciudad, para de esta manera generar mayor conocimiento y conciencia en la población y en el turista.

Al CETPRO Escuela Taller “San Antonio de Cajamarca”, a través del Arq. Ricardo Albuquerque, continuar con el desarrollo de cursos cortos que se vienen desarrollando hasta el momento; dictar y poner a disposición de la población cajamarquina más cursos referentes a la cultura, turismo, patrimonio (cuidado y conservación), identidad, etc., que ayude a generar mayor conciencia en los ciudadanos y sobre todo que permita que estos puedan valorar, cuidar y promover el patrimonio.

A la Dirección Desconcentrada de Cultura – Cajamarca, desarrollar más trabajos en pro de la cultura y de la protección del patrimonio en la ciudad; así mismo, brindar información y facilidades en el desarrollo de actividades académicas a estudiantes y profesionales que lo requieran, ya que para la presente investigación no hubo ninguna respuesta de parte de la directora, la Arq. Judith Padilla.

b. Para los estudiantes y profesionales en turismo

Elaborar prácticas preprofesionales (intermedias y avanzadas), enfocadas a la cultura y al desarrollo de la cultura turística y turismo cultural en la ciudad, dirigida hacia instituciones de nivel básico, a los prestadores de servicios turísticos y a la población en general.

Desarrollar investigaciones, proyectos y/o programas en beneficio de la cultura y el turismo, así como del patrimonio cultural que en varias ocasiones es dejado de lado, que estén dirigidas a todos los involucrados en la actividad turística, local y regionalmente.

c. Para la población en general

La población debe involucrarse más en actividades relacionadas a la cultura y al turismo, pues es parte de la vida diaria. Así mismo, debe ser consciente de la importancia que tiene el patrimonio para poder cuidarlo y protegerlo, fomentando así en generaciones futuras el amor y respeto por lo suyo y que estas puedan conocer lo que se posee históricamente hablando.

Práctica de valores como la identidad, respeto, tolerancia y empatía tanto con el patrimonio como con los demás ciudadanos, así como con el turista, para de esta manera generar una buena imagen y acrecentar el turismo.

REFERENCIAS

- Amaya, C. M. (2006). Relaciones entre el turismo y la cultura: turismo cultural y cultura turística en México y en Colima. *Estudios sobre las Culturas Contemporáneas*, XII. <https://www.redalyc.org/pdf/316/31602402.pdf>
- Antitupa, A., y Vargas, L. (2017). *Cultura turística y su contribución al desarrollo turístico en la ciudad de Puerto Maldonado 2015* [tesis de pregrado, Universidad Amazónica de Madre de Dios]. Repositorio Institucional de la Universidad Amazónica de Madre de Dios. <http://repositorio.unamad.edu.pe/handle/UNAMAD/226>
- Bembibre, C. (2010). *Costumbres*. Definición ABC. <https://www.definicionabc.com/social/costumbres.php>
- Bermejo, J. (2011). *Empatía y ecpatía*. José Carlos Bermejo. <https://www.josecarlosbermejo.es/empatia-y-ecpatia/>
- Bertram, G. (2002). El Turismo de masas: un concepto problemático en la historia del siglo XX. *Historia contemporánea*, 25. <https://ojs.ehu.eus/index.php/HC/article/viewFile/5928/5608>
- BLOGGER. (30 de abril de 2017). *Organismos Internacionales de Turismo*. <http://introduccionalturismo2017.blogspot.com/2017/04/organismos-internacionales-de-turismo.html>
- Brizuela, K. (2011). *Potencialidades del Turismo Cultural. Estudio de caso: El Camino del Inca en el Corredor del Valle del Bermejo* [tesis de pregrado, Universidad Nacional de Quilmes]. Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto de la Universidad Nacional de Quilmes. <http://ridaa.unq.edu.ar/handle/20.500.11807/151>
- Capra, F. (2002). *Las Conexiones Ocultas, implicaciones sociales, medioambientales, económicas y biológicas de una nueva visión del mundo*. Editorial Anagrama. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/libro?codigo=226116>

- Carbajal, A. (2017). *Importancia Cultura Turística*. Turismo en Perú. <https://www.turismoenperu.com.pe/viajeros/la-importancia-de-la-cultura-turistica-para-peru/>
- Centro Internacional para el Estudio de la Conservación y Restauración de Bienes Culturales [ICCROM]. (2018). *¿Qué somos?*. <https://www.iccrom.org/>
- Congreso de la República del Perú. (21 de julio de 2004). *Ley General del Patrimonio Cultural de la Nación*. Diario Oficial El Peruano. <https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/560720/marcolegalokversiondigital.pdf.pdf>
- Congreso de la República del Perú. (18 de setiembre de 2009). *Ley General del Turismo*. Diario Oficial El Peruano. <https://elperuano.pe/>
- Congreso de la República del Perú. (2020). *Comisión de Cultura y Patrimonio Cultural*. <http://www.congreso.gob.pe/CuadrodeComisiones/>
- Consejo Internacional de Monumentos y Sitios [ICOMOS]. (2015). *¿Qué somos?*. <https://www.icomos.org/>
- Cuccia, T., & Rizzo, I. (2011). Tourism seasonality in cultural destination: empirical evidence from Sicily. *Tourism Management*, 32. <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0261517710000920>
- De Esteban, J. (2006). *La demanda del turismo cultural y su vinculación con el medio ambiente urbano: los casos de Madrid y Valencia* [tesis doctoral, Universidad Complutense de Madrid]. Instituto Universitario de Ciencias Ambientales. <http://webs.ucm.es/BUCM/tesis/cps/ucm-t29665.pdf>
- Echegoyen, J. *Historia de la Filosofía. Volumen 3: Filosofía Contemporánea*. Editorial Edinumen. <https://www.iberlibro.com/9788489756007/Historia-Filosofia-Iii-Contemporanea-Echegoyen-8489756007/plp>
- Frost, R. (2013). Toleration in Conflict: Past and Present. *Estudio Socio – Jurídicos* (15). <https://www.redalyc.org/pdf/733/73329808008.pdf>

- García, J. (2005). El origen de la especie. *Revista Española de Investigaciones Sociológicas*.
<http://www.reis.cis.es/REIS/html/index.html>
- Gastelo, D. (2010). *El recorrido Saña - Cajamarca como segmento de turismo histórico – cultural* [tesis de pregrado, Pontificia Universidad Católica del Perú]. Repositorio PUCP.
<http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/handle/20.500.12404/1436>
- Gobierno del Perú [GOB.PE]. (2015). Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. Lima, Perú: GOB.PE. Recuperado de <https://www.mincetur.gob.pe/enlaces-de-interes/gremios/>
- Gobierno del Perú [GOB.PE]. (2016). Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo. Lima, Perú: GOB.PE. Recuperado de <https://www.promperu.gob.pe/>
- Gobierno del Perú [GOB.PE]. (2016). *Dirección Desconcentrada de Cultura*.
<https://www.gob.pe/cultura/>
- Gobierno del Perú [GOB.PE]. (2019). *Biblioteca Nacional del Perú*. <https://www.bnp.gob.pe/>
- Gobierno del Perú [GOB.PE]. (2019). *Ministerio de Cultura*. <https://www.gob.pe/666-ministerio-de-cultura-que-hacemos>
- Gobierno del Perú [GOB.PE]. (2020). *Archivo General de la Nación*. Lima, Perú: GOB.PE. Recuperado de <http://agn.gob.pe/>
- Gobierno del Perú [GOB.PE]. (2020). *Ministerio de Comercio Exterior y Turismo*. Lima, Perú: GOB.PE. Recuperado de <https://www.gob.pe/725-ministerio-de-comercio-exterior-y-turismo-que-hacemos>
- Gobierno del Perú [GOB.PE]. (2020). Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo. Cajamarca, Perú: GOB.PE. Recuperado de <https://dircetur.regioncajamarca.gob.pe/portal/mn/1052020>

- González, M.; Castro, G. (Octubre de 2013). Formación de la cultura turística en las comunidades anfitrionas: Barrio Centro, Santa Clara, Cuba. *Revista de Cultura y Turismo*.
www.uesc.br/revistas/culturaeturismo
- González Varas, I. (2000). *Patrimonio Cultural – Conceptos, debates y problemas*.
<https://www.redalyc.org/pdf/675/67500705.pdf>
- Grefe, X. (2002). *Les rapports entre l'offre culturelle et le public touristique une opportunité pour la culture, le tourisme et l'économie* [tesis de maestría, Universitat Girona]. Dialnet.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3302338>
- Gudiño, M. (2013). *Turismo cultural en Michoacán: un análisis del impacto económico y de la satisfacción turística* [tesis de pregrado, Universidad de Santiago de Compostela]. Dialnet.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/tesis?codigo=122372>
- Hernández, R. (2014). *Metodología de la Investigación*. McGraw-Hill/Interamericana Editores S.A. de C.V. https://www.uv.mx/personal/cbustamante/files/2011/06/Metodologia-de-la-Investigaci%C3%83%C2%B3n_Sampieri.pdf
- Hurtado, I.; y Toro, J. (2006). *Paradigmas y métodos de investigación en tiempos de campo*. Episteme Consultores y Asociados C.A. <https://epinvestsite.files.wordpress.com/2017/09/paradigmas-libro.pdf>
- Instituto Internacional para la conservación de obras Históricas y Artísticas [IIC]. (1959) *¿Qué somos?*.
<https://www.iiconservation.org/>
- Instituto Nacional de Estadística e Informática [INEI]. (2001, enero). *Conociendo Cajamarca*.
https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digiales/Est/Lib0409/Libro.pdf
- López, D. (2017). *Propuesta de una ruta temática cultural y su relación en el fortalecimiento del turismo interno en el distrito de Ancón - región Lima – 2017* [tesis de pregrado, Universidad San Martín de Porres]. Repositorio de la Universidad San Martín de Porres.

<http://repositorio.usmp.edu.pe/handle/usmp/3640>

López, M. (2018). *Página de la Secretaría de Cultura de Jalisco*. <https://sc.jalisco.gob.mx/patrimonio-cultural>

Maestromey, M.; y Wilches, S. (2007). Los recursos culturales bajo la óptica contable. *En Contexto*. <https://www.redalyc.org/jatsRepo/5518/551859777006/html/index.html>

Malinowski, B. (1961). *A scientific theory of culture and other essays*. Galaxy Book. https://monoskop.org/images/f/f5/Malinowski_Bronislaw_A_Scientific_Theory_of_Culture_and_Other_Essays_1961.pdf

Mamani, E. (2015). *Identidad Cultural para construcción de ciudadanía en estudiantes de educación secundaria – Carabaya – Puno* [tesis de maestría, Universidad San Ignacio de Loyola] Repositorio USIL. <http://repositorio.usil.edu.pe/handle/USIL/2076>

Mayo, A. (2017). *Cultura turística como factor de desarrollo sustentable en la colonia Juan N. Álvarez, Municipio de Copala, Guerrero* [tesis de maestría, Universidad Autónoma de Guerrero]. Repositorio Institucional de Ciencia Abierta. <http://ri.uagro.mx/handle/uagro/467>

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo [MINCETUR]. (2017). *MINCETUR promovió cultura turística durante gran desfile cívico en homenaje a la ciudad de Cusco 2017*. <https://www.mincetur.gob.pe/mincetur-promovio-cultura-turistica-durante-gran-desfile-civico-en-homenaje-a-la-ciudad-de-cusco-2017/>

Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio [MCAP]. (2017). *Política Nacional de la Cultura: 2017-2022*. <https://www.cultura.gob.cl/politicas-culturales/nacional/>

Molano, O. (2007). *Identidad Cultural: un concepto que evoluciona*. Revista Ópera (7). <https://www.redalyc.org/revista.oa?id=675>

Morales, A. (2011). *Valores*. Toda Materia. <https://www.todamateria.com/valores/>

- Municipalidad Provincial de Cajamarca [MPC]. (2017). *Gerencia de Turismo, Cultura y Centro Histórico*. Cajamarca, Perú: MUNICAJ. Recuperado de <https://www.municaj.gob.pe/>
- Ocampo, J. (2013). *El nivel de cultura turística de los habitantes del distrito de Miraflores en Lima, Perú, en cuanto al conocimiento que tienen sobre los recursos patrimoniales culturales del distrito y su percepción respecto al comportamiento que tienen hacia el turista* [tesis de pregrado, Universidad San Ignacio de Loyola]. Repositorio USIL. http://repositorio.usil.edu.pe/bitstream/USIL/2294/2/2013_Ocampo.pdf
- Organización de la Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura [UNESCO]. (2005). *Convención sobre la protección y promoción de la diversidad de la expresiones culturales*. <http://www.unesco.org/new/es/culture/themes/cultural-diversity/cultural-expressions/the-convention/convention-text>
- Organización de la Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura. [UNESCO]. (2019). *Misión*. <https://es.unesco.org/>
- Organización Mundial de Turismo. [OMT]. (2008). *UNWTO*. <https://www.unwto.org/>
- Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos [OCDE]. (2009). *El Impacto de la Cultura en el Turismo*. https://www.academia.edu/2411602/El_Impacto_de_la_Cultura_en_el_Turismo?auto=download
- Palma, J. (2013). *El patrimonio cultural, bibliográfico y documental de la humanidad. Revisiones conceptuales, legislativas e informativas para una educación sobre patrimonio* [tesis de pregrado, Universidad Nacional Autónoma de México]. Scielo. http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0185-16592013000300003

- Quispe, G. M., y Ayaviri, V. D. (2016). Medición de la satisfacción del cliente en organizaciones no lucrativas de cooperación al desarrollo. *Revista empresarial*.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5580337>
- Rodríguez, J. (2012). *Trastorno de identidad, factor común en los alumnos “problema” de bachillerato* [tesis de pregrado, Universidad de la Américas Puebla]. Biblioteca UDELAP.
http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/mocl/rodriguezsj/
- Rodríguez, M. (2017). *Conciencia turística de los pobladores aledaños de los Humedales de Ventanilla, Callao en el año 2017* [tesis de pregrado, Universidad César Vallejo]. Repositorio Universidad César Vallejo.
http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/7016/Rodriguez_RM.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Saavedra, A. (2018). *Programa educativo en cultura turística para docentes y alumnos del nivel secundario del I.E. Federico Villarreal* [tesis de pregrado, Universidad Señor de Sipán]. Repositorio Universidad Señor de Sipán. <http://repositorio.uss.edu.pe/handle/uss/4566>
- Sabino, C. (1992). *El proceso de investigación*. Lumen.
https://metodoinvestigacion.files.wordpress.com/2008/02/el-proceso-de-investigacion_carlos-sabino.pdf
- Santana, A. (octubre de 2003). Turismo cultural, culturas turísticas. *Horizontes Antropológicos*.
<https://www.researchgate.net/publication/26369087Turismo-cultural-culturas-turisticas/>
- Santos, M. A. (2016). Calidad y satisfacción: el caso de la Universidad de Jaén. *Revista de la educación superior*. <https://resu.anuies.mx/ojs/index.php/resu>
- Secretaría de Estado de Cultura y Educación. (1968). *Anales del Primer Congreso de la Tradición*.
http://lanube.unsam.edu.ar/cgi-bin/koha/opac-detail.pl?biblionumber=1651&shelfbrowse_itemnumber=2012

- Secretaría de Turismo [ST]. (2014). *¿Qué somos?..* <https://www.gob.mx/sectur>
- Sosa de la Cruz, C. (2004). *Identidad Cultural y Conciencia Turística, pilares de desarrollo*. San Marcos.
- Spengler, O. (1966). *La decadencia de Occidente*. Espasa – Calpe.
[http://www.abrelojos.yolasite.com/resources/Libros/La%20decadencia%20de%20occidente%20\(TOMO%20I\).pdf](http://www.abrelojos.yolasite.com/resources/Libros/La%20decadencia%20de%20occidente%20(TOMO%20I).pdf)
- Tolosana, C. (1997). *Las máscaras de la identidad: claves antropológicas*. Ariel.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/libro?codigo=43146>
- Torrejón, A. (2014). *Conciencia turística*. Pulso Turístico.
http://www.pulsoturistico.com.ar/mas_informacion.asp?id=6860&titulo=Que-es-sensibilidad-o-conciencia-turistica
- Universidad del Desarrollo. (21 de enero de 2013). *Sustentabilidad Cultural*. Pulso.
<https://prensa.udd.cl/medios-y-prensa/sustentabilidad-cultural/>
- Uranga, M.; Rentería, D.; González, G. (2016). La práctica del valor del respeto en un grupo de quinto grado de educación primaria. *Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal*. <https://www.redalyc.org/>
- Viladevall, M. (2003). *Gestión del patrimonio cultural: realidades y retos*. Benemérita Universidad Autónoma de Puebla, Dirección General de Fomento Editorial.
<https://rio.upo.es/xmlui/bitstream/handle/10433/5165/Cuatzon%20Mora%2C%20Esther.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Watson, J. B. (1924). *Behaviorism*. W.W. Norton.
<https://www.worldcat.org/title/behaviorism/oclc/1376305>

LISTADO DE ABREVIATURAS

1. **AGN** – Archivo General de la Nación
2. **AHORA** - Asociación Peruana de Hoteles, Restaurantes y Afines
3. **APAVIT** - Asociación Peruana de Agencias de Viajes y Turismo
4. **APOTUR** - Asociación Peruana de Operadores de Turismo Receptivo e Interno
5. **ASOTUR** - Asociación de Operadores de Turismo Receptivo del Perú
6. **BNP** - Biblioteca Nacional del Perú
7. **CANATUR** - Cámara Nacional de Turismo
8. **DDC** - Dirección Desconcentrada de Cultura Cajamarca
9. **DIRCETUR** – Dirección Regional de Comercio Exterior y Turismo
10. **FUAAV** - Federación Universal de las Asociaciones de Agencias de Viajes
11. **IATA** - Asociación de Transporte Aéreo Internacional
12. **ICCROM** - Centro Internacional para el Estudio de la Conservación y Restauración de Bienes Culturales
13. **ICOMOS** – Consejo Internacional de Monumentos y Sitios
14. **IIC**: - Instituto Internacional para la conservación de obras Históricas y Artísticas
15. **MINCETUR** – Ministerio de Comercio Exterior y Turismo
16. **MINCUL** – Ministerio de Cultura
17. **OMT** – Organización Mundial de Turismo
18. **PROMPERU** – Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo
19. **UNESCO** - Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura
20. **WTTC** - Consejo Mundial de Viajes y Turismo

GLOSARIO

1. **Actividad Cultural:** Abarca los bienes y los servicios que encarnan o transmiten expresiones culturales, independientemente del valor comercial que puedan tener.
2. **Actividad Turística:** Es la actividad destinada a prestar a los turistas los servicios de alojamiento, intermediación, alimentación, traslado, información, asistencia, etc.
3. **Conciencia Turística:** Participación de las personas en la búsqueda de mejores condiciones para hacer posible una adecuada calidad en la actividad turística.
4. **Cultura:** Conjunto de modos de vida y costumbres, conocimientos, grado de desarrollo artístico, científico, industrial, en una época o grupo social.
5. **Cultura turística:** Fomentar la buena atención a todos los turistas, sean locales o extranjeros; promover la protección del patrimonio nacional, fortaleciendo así la identidad.
6. **Entidades Culturales:** Son aquellas cuya existencia depende de que haya una cultura. Esos entes culturales poseen existencia real, en el mismo sentido que la de cualesquiera otras entidades, sin diferencia categorial.
7. **Identidad Cultural:** Encierra un sentido de pertenencia a un grupo social con el cual se comparten rasgos culturales, como costumbres, valores y creencias.
8. **Patrimonio:** Aquel aspecto cultural al cual la sociedad le atribuye ciertos valores específicos los cuales, a grandes rasgos, podrían resumirse en históricos, estéticos y de uso.
9. **Patrimonio cultural:** Conjunto de bienes tangibles e intangibles, que constituyen la herencia de un grupo humano.
10. **Patrimonio Intangible:** Constituye el patrimonio intelectual y el sentido que hace única a una comunidad, como las tradiciones, gastronomía, literatura, teorías científicas y filosóficas, religión, ritos, historia oral, música y danza.
11. **Patrimonio Tangible:** Se compone de los bienes muebles e inmuebles hechos por las sociedades de nuestro pasado.

12. **Políticas culturales:** Orientaciones y decisiones que el Estado diseña y ejecuta con la finalidad de facilitar la consecución de objetivos considerados necesarios o deseables en el ámbito de la cultura.
13. **Recurso:** Conjunto de elementos disponibles para resolver una necesidad o llevar a cabo una empresa.
14. **Recurso cultural:** Todo vestigio del trabajo humano que constituya evidencia de la diversidad y variabilidad de las actividades y relaciones de individuos o sociedades y sus interrelaciones con el medio ambiente natural, en una perspectiva espacial y temporal.
15. **Sostenibilidad:** Es la consecuencia de un complejo patrón de organización que presenta cinco características básicas: interdependencia, reciclaje, sociedad, flexibilidad y diversidad.
16. **Superestructura:** Conjunto de órganos e instituciones integrantes de una sociedad y que responden a determinadas estructuras ideológicas, políticas y jurídicas, o sea, ideas que ostenta una sociedad y que surgen de la base económica que manifiesta.
17. **Turismo:** Fenómeno social, cultural y económico relacionado con el movimiento de las personas a lugares que se encuentran fuera de su lugar de residencia habitual por motivos personales o de negocios/profesionales.
18. **Turismo Cultural:** Movimiento de personas por estudios, representaciones artísticas, festivales u otros eventos culturales, visitas a lugares y monumentos, folklore, arte o peregrinación.
19. **Turista:** Cualquier persona que viaja a un lugar diferente al de su residencia habitual, que se queda por lo menos una noche en el lugar que visita.

ANEXOS

ANEXO A: POBLACIÓN DEL DISTRITO DE CAJAMARCA – CENSO 2017 – INEI

CUADRO N° 1: POBLACIÓN CENSADA, POR ÁREA URBANA Y RURAL; Y SEXO, SEGÚN PROVINCIA, DISTRITO Y EDADES SIMPLES

Provincia, distrito y edades simples	Total	Población		Total	Urbana		Total	Rural	
		Hombres	Mujeres		Hombres	Mujeres		Hombres	Mujeres
74 años	1 139	515	624	599	276	323	540	239	301
75 años	1 054	491	563	538	244	294	516	247	269
76 años	895	381	514	453	181	272	442	200	242
77 años	950	380	570	435	177	258	515	203	312
78 años	804	364	440	372	163	209	432	201	231
79 años	862	401	461	412	185	227	450	216	234
80 años	764	327	437	390	153	237	374	174	200
81 años	724	303	421	390	168	222	334	135	199
82 años	634	265	369	328	136	190	308	129	179
83 años	543	217	326	278	116	160	265	99	166
84 años	534	201	333	267	99	168	267	102	165
85 años	550	237	313	259	106	153	291	131	160
86 años	389	163	206	179	82	97	190	81	109
87 años	358	140	218	187	69	118	171	71	100
88 años	269	99	170	148	52	96	121	47	74
89 años	269	112	157	151	61	90	118	51	67
90 años	194	72	122	114	43	71	80	29	51
91 años	169	67	102	106	41	65	63	26	37
92 años	142	53	89	92	35	57	50	18	32
93 años	123	47	76	66	27	39	57	20	37
94 años	69	18	51	40	13	27	29	5	24
95 años	57	13	44	35	10	25	22	3	19
96 años	47	14	33	34	9	25	13	5	8
97 años	44	18	26	23	8	15	21	10	11
98 y más años	49	15	34	37	11	26	12	4	8
DISTRITO CAJAMARCA	218 741	104 808	113 933	182 971	87 259	95 712	35 770	17 549	18 221
Menores de 1 año	3 768	1 900	1 868	3 090	1 548	1 542	678	352	326
De 1 a 4 años	15 966	8 183	7 783	13 040	6 645	6 395	2 926	1 538	1 388
1 año	3 806	1 948	1 858	3 117	1 601	1 516	689	347	342
2 años	4 011	2 081	1 930	3 303	1 692	1 611	708	389	319
3 años	4 138	2 083	2 055	3 339	1 667	1 672	799	416	383
4 años	4 011	2 071	1 940	3 281	1 685	1 596	730	386	344

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática – *CENSO 2017

CUADRO N° 1: POBLACIÓN CENSADA, POR ÁREA URBANA Y RURAL; Y SEXO, SEGÚN PROVINCIA, DISTRITO Y EDADES SIMPLES

Provincia, distrito y edades simples	Total	Población		Total	Urbana		Total	Rural	
		Hombres	Mujeres		Hombres	Mujeres		Hombres	Mujeres
De 5 a 9 años	19 794	9 981	9 813	16 377	8 248	8 129	3 417	1 733	1 684
5 años	3 974	2 012	1 962	3 295	1 678	1 617	679	334	345
6 años	3 795	1 926	1 869	3 169	1 603	1 566	628	323	303
7 años	3 981	1 976	1 985	3 250	1 615	1 635	711	361	350
8 años	3 960	1 991	1 969	3 253	1 625	1 628	707	366	341
9 años	4 104	2 076	2 028	3 410	1 727	1 683	694	349	345
De 10 a 14 años	18 291	9 106	9 185	15 079	7 511	7 568	3 212	1 595	1 617
10 años	3 686	1 786	1 900	3 075	1 496	1 579	611	290	321
11 años	3 823	1 961	1 862	3 114	1 591	1 523	709	370	339
12 años	3 643	1 840	1 803	2 969	1 512	1 457	674	328	346
13 años	3 649	1 822	1 827	2 982	1 492	1 490	667	330	337
14 años	3 490	1 697	1 793	2 939	1 420	1 519	551	277	274
De 15 a 19 años	18 391	8 998	9 393	15 436	7 569	7 867	2 955	1 429	1 526
15 años	3 394	1 690	1 704	2 829	1 417	1 412	565	273	292
16 años	3 307	1 626	1 681	2 751	1 349	1 402	556	277	279
17 años	3 829	1 862	1 967	3 153	1 523	1 630	676	339	337
18 años	3 958	1 898	2 060	3 347	1 613	1 734	611	285	326
19 años	3 903	1 922	1 981	3 356	1 667	1 689	547	255	292
De 20 a 24 años	21 572	10 508	11 064	18 116	8 815	9 301	3 456	1 693	1 763
20 años	4 217	2 086	2 131	3 524	1 735	1 789	693	351	342
21 años	4 320	2 073	2 247	3 634	1 742	1 892	686	331	355
22 años	4 310	2 125	2 185	3 601	1 768	1 833	709	357	352
23 años	4 329	2 051	2 278	3 672	1 738	1 934	657	313	344
24 años	4 396	2 173	2 223	3 685	1 832	1 853	711	341	370
De 25 a 29 años	20 568	9 703	10 865	17 391	8 177	9 214	3 177	1 526	1 651
25 años	4 413	2 140	2 273	3 761	1 830	1 931	652	310	342
26 años	3 964	1 882	2 082	3 330	1 581	1 749	634	301	333
27 años	3 883	1 818	2 065	3 269	1 534	1 735	614	284	330
28 años	4 135	1 952	2 183	3 484	1 615	1 869	651	337	314
29 años	4 173	1 911	2 262	3 547	1 617	1 930	626	294	332
De 30 a 34 años	19 304	8 933	10 371	16 199	7 484	8 715	3 105	1 449	1 656
30 años	4 114	1 918	2 196	3 473	1 604	1 869	641	314	327
31 años	3 747	1 771	1 976	3 166	1 495	1 671	581	276	305
32 años	3 905	1 821	2 084	3 255	1 536	1 719	650	285	365
33 años	3 600	1 619	1 981	3 052	1 376	1 676	548	243	305
34 años	3 938	1 804	2 134	3 253	1 473	1 780	685	331	354

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática – *CENSO 2017

CUADRO N° 1: POBLACIÓN CENSADA, POR ÁREA URBANA Y RURAL; Y SEXO, SEGÚN PROVINCIA, DISTRITO Y EDADES SIMPLES

Provincia, distrito y edades simples	Total	Población		Total	Urbana		Total	Rural	
		Hombres	Mujeres		Hombres	Mujeres		Hombres	Mujeres
De 35 a 39 años	16 810	7 943	8 867	14 291	6 656	7 635	2 519	1 287	1 232
35 años	3 803	1 764	2 039	3 212	1 484	1 728	591	280	311
36 años	3 354	1 808	1 748	2 835	1 305	1 530	519	301	218
37 años	3 380	1 610	1 750	2 885	1 377	1 488	495	233	262
38 años	3 169	1 491	1 678	2 719	1 265	1 454	450	226	224
39 años	3 124	1 472	1 652	2 600	1 225	1 435	464	247	217
De 40 a 44 años	14 328	6 802	7 526	12 043	5 643	6 400	2 285	1 159	1 126
40 años	3 111	1 498	1 613	2 605	1 249	1 356	508	249	257
41 años	3 062	1 407	1 655	2 581	1 172	1 409	481	235	248
42 años	2 798	1 315	1 483	2 387	1 089	1 278	431	226	205
43 años	2 729	1 317	1 412	2 319	1 106	1 213	410	211	199
44 años	2 628	1 265	1 363	2 171	1 027	1 144	457	238	219
De 45 a 49 años	11 636	5 430	6 206	9 789	4 526	5 263	1 847	904	943
45 años	2 574	1 247	1 327	2 162	1 032	1 130	412	215	197
46 años	2 405	1 108	1 297	2 042	928	1 116	363	182	181
47 años	2 353	1 106	1 247	1 976	928	1 050	377	180	197
48 años	2 257	1 064	1 193	1 872	874	998	385	190	195
49 años	2 047	905	1 142	1 737	768	969	310	137	173
De 50 a 54 años	9 810	4 482	5 328	8 298	3 732	4 566	1 512	750	762
50 años	2 032	910	1 122	1 704	747	957	328	163	165
51 años	2 025	904	1 121	1 733	767	966	292	137	155
52 años	2 032	931	1 101	1 701	760	941	331	171	160
53 años	1 848	855	993	1 558	712	846	290	143	147
54 años	1 873	882	991	1 602	746	856	271	136	135
De 55 a 59 años	7 887	3 589	4 298	6 747	3 052	3 695	1 140	537	603
55 años	1 737	805	932	1 463	673	790	274	132	142
56 años	1 635	760	885	1 371	621	750	264	129	135
57 años	1 702	773	929	1 490	669	821	212	104	108
58 años	1 437	658	779	1 237	571	666	200	87	113
59 años	1 376	603	773	1 186	518	668	190	85	105
De 60 a 64 años	6 287	2 934	3 353	5 330	2 494	2 836	957	440	517
60 años	1 367	628	739	1 148	531	617	219	97	122
61 años	1 360	636	724	1 176	549	627	184	87	97
62 años	1 209	545	664	1 012	449	563	197	96	101
63 años	1 169	557	612	996	485	511	173	72	101
64 años	1 182	568	614	998	480	518	184	86	98

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática – *CENSO 2017

CUADRO N° 1: POBLACIÓN CENSADA, POR ÁREA URBANA Y RURAL; Y SEXO, SEGÚN PROVINCIA, DISTRITO Y EDADES SIMPLES

Provincia, distrito y edades simples	Total	Población		Total	Urbana		Total	Rural	
		Hombres	Mujeres		Hombres	Mujeres		Hombres	Mujeres
De 65 y más años	14 329	6 316	8 013	11 745	5 159	6 586	2 384	1 157	1 427
65 años	1 123	499	624	950	417	533	173	82	91
66 años	1 055	494	561	873	401	472	182	93	89
67 años	1 015	475	540	839	402	437	176	73	103
68 años	888	401	487	736	333	403	152	68	84
69 años	946	453	493	778	365	413	168	88	80
70 años	804	365	439	646	289	357	158	76	82
71 años	745	359	386	621	303	318	124	56	68
72 años	714	312	402	597	260	337	117	52	65
73 años	700	306	394	566	252	314	134	54	80
74 años	639	284	355	526	248	280	113	38	75
75 años	569	279	310	458	213	245	131	66	65
76 años	497	204	293	397	159	238	100	45	55
77 años	489	194	295	389	154	235	100	40	60
78 años	425	193	232	334	148	186	91	45	46
79 años	450	204	246	373	168	207	77	38	39
80 años	407	167	240	325	129	196	82	38	44
81 años	392	162	230	331	141	190	61	21	40
82 años	333	139	194	272	110	162	61	29	32
83 años	288	116	172	241	98	143	47	18	29
84 años	279	107	172	221	82	139	58	25	33
85 años	288	117	171	229	94	135	59	23	36
86 años	194	84	110	156	71	85	38	13	25
87 años	199	76	123	158	59	99	41	17	24
88 años	157	53	104	127	44	83	30	9	21
89 años	164	70	94	133	56	77	31	14	17
90 años	117	50	67	94	38	56	23	12	11
91 años	107	41	66	93	34	59	14	7	7
92 años	91	33	58	81	29	52	10	4	6
93 años	76	30	46	59	23	36	17	7	10
94 años	36	12	24	33	11	22	3	1	2
95 años	36	10	26	32	9	23	4	1	3
96 años	28	7	21	25	7	18	3	-	3
97 años	26	10	16	21	7	14	5	3	2
98 y más años	32	10	22	31	9	22	1	1	-

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática – *CENSO 2017

ANEXO B: MATRIZ DE CONSISTENCIA METODOLÓGICA

PROBLEMA	OBJETIVO	HIPÓTESIS	VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	METODOLOGÍA
<p>GENERAL</p> <p>¿Cómo influye la Cultura Turística en el desarrollo del Turismo Cultural en la ciudad de Cajamarca?</p> <p>ESPECÍFICOS</p> <ul style="list-style-type: none"> • ¿Cuáles son los conocimientos culturales con los que cuentan los pobladores de la ciudad de Cajamarca? • ¿Cómo es la conciencia turística de la población de la ciudad de Cajamarca? • ¿Cuál es la superestructura existente que propicia la cultura turística en la ciudad de Cajamarca? • ¿Cuáles son los recursos culturales de la ciudad de Cajamarca? • ¿Cuál es la superestructura existente en la ciudad de Cajamarca que permite el desarrollo del turismo cultural? 	<p>GENERAL</p> <p>Identificar la influencia de la Cultura Turística en el desarrollo del Turismo Cultural en la ciudad de Cajamarca 2019.</p> <p>ESPECÍFICOS</p> <p>c. Identificar los conocimientos culturales de los pobladores de la ciudad de Cajamarca.</p> <p>d. Determinar cómo es la conciencia turística de la población de la ciudad de Cajamarca.</p> <p>e. Describir la superestructura existente que propicien la cultura turística en la ciudad de Cajamarca.</p> <p>f. Mencionar los recursos culturales que posee la ciudad de Cajamarca.</p> <p>g. Definir cuál es la superestructura existente en la ciudad de Cajamarca que permite el desarrollo del turismo cultural.</p>	<p>GENERAL</p> <p>La Cultura Turística influye de manera sustancial en el desarrollo del Turismo Cultural en la ciudad de Cajamarca, dado que forma las bases para el desarrollo del turismo cultural.</p>	<p>VI. Cultura Turística</p> <p>VD. Turismo Cultural</p>	<p>1. Conocimientos Culturales</p> <p>2. Conciencia Turística</p> <p>3. Superestructura cultural</p> <p>a. Recursos Culturales</p> <p>b. Superestructura turística</p>	<p>1.1. Históricos y geográficos 1.2. Recursos turísticos 1.3. Valores Culturales</p> <p>2.1. Orgullo por la ciudad 2.2. Responsabilidad en la protección del patrimonio 2.3. Hábitos de Sostenibilidad Cultural</p> <p>3.1. Entidades culturales 3.2. Regulaciones culturales 3.3. Políticas sostenibles culturales</p> <p>a.1. Patrimonio Tangible a.2. Patrimonio Intangible a.3. Actividades Culturales</p> <p>b.1. Entidades turísticas b.2. Regulaciones turísticas b.3. Políticas turísticas b.4. Sostenibilidad turística</p>	<p>TIPO DE INVESTIGACIÓN: Investigación mixta y transversal</p> <p>MÉTODO: Analítico Descriptivo</p> <p>DISEÑO: Investigación No Experimental -Analítica - Descriptiva</p> <p>POBLACIÓN Y MUESTRA:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Población: 182,772 ciudadanos • Muestra: 271 pobladores <p>INSTRUMENTOS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Guía de entrevista • Cuestionario de preguntas <p>TÉCNICAS Y PROCEDIMIENTOS:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Técnicas: Encuesta. Entrevista. • Procedimientos: A través de Excel.

ANEXO C: GUÍA DE CUESTIONARIO

ENCUESTA

Encuesta sobre la influencia de Cultura Turística en el desarrollo del Turismo Cultural en la ciudad de Cajamarca 2019.

Indicación: Por favor conteste el presente cuestionario según su criterio.

1. Género:

a. Femenino

b. Masculino

2. Edad:

a. De 14 a 24

b. De 25 a 34

c. De 35 a 44

d. De 45 a 54

e. De 55 a más

❖ *Conocimientos culturales*

3. ¿Conoce la historia del origen de la ciudad de Cajamarca y su geografía?

a. Sí

b. No

4. ¿Cuál de las siguientes alternativas define mejor el concepto de recurso turístico?

a. Es un lugar de interés que los turistas visitan, normalmente por su valor cultural exhibido o inherente, su significancia histórica, su belleza, ofrece ocio, aventura y diversión.

- b. Son aquellas empresas que facilitan al turista la permanencia en el lugar de destino (alojamiento, restauración, esparcimiento, desplazamiento, etc.).
- c. Ciudad, región o país hacia el que se dirigen los visitantes, teniéndolo como su principal objetivo.
- d. Son aquellos elementos con potencial turístico que aún no cuentan con las adecuaciones necesarias para atender visitantes, pero que se presentan como un activo turístico en stock.
- e. Es un conjunto de prestaciones, materiales e inmateriales, que se ofrecen con el propósito de satisfacer los deseos o las expectativas del turista.

Mencione algunos que conozca

.....

❖ *Valores*

5. ¿Se siente identificado con la ciudad de Cajamarca??

- c. Sí
- b. No

6. ¿Es respetuoso con el patrimonio cultural?

- a. Sí
- b. No

7. ¿Practica la tolerancia y empatía con sus vecinos y demás ciudadanos de la ciudad así como con el turista?

- a. Sí
- b. No

❖ *Conciencia Turística*

8. ¿Se siente orgulloso de ser cajamarquino?

- a. Sí
- b. No

9. ¿Considera que tiene la responsabilidad de proteger el patrimonio de la ciudad de Cajamarca?

- a. Sí
- b. No

10. ¿Cómo considera que protege el patrimonio de la ciudad?

- a. Bastante
- b. Lo suficiente
- c. Lo necesario
- d. Poco
- e. Nada

❖ *Recurso Cultural*

11. Para usted, ¿qué es un patrimonio tangible?

.....

12. Para usted, ¿qué es un patrimonio intangible?

.....

❖ *Actividades Culturales*

13. ¿Participa de talleres, cursos y/o charlas sobre cultura?

a. Sí

b. No

14. ¿Realiza visitas a museos, casonas o edificaciones de la ciudad?

a. Sí

b. No

15. ¿Participa de espectáculos, exposiciones, muestras y/o conferencias culturales?

a. Sí

b. No

❖ *Superestructura*

16. ¿Conoce cuáles son las entidades culturales de la ciudad y a nivel nacional? Mencione algunas

a. Sí

b. No

.....

ANEXO D: GUÍA DE ENTREVISTA

a. *Conciencia Turística*

- Como funcionario, ¿cuál es su responsabilidad respecto a la protección del patrimonio cultural de la ciudad?

b. *Sostenibilidad Cultural*

- ¿Existen políticas sostenibles en cultura? ¿Se aplican?

c. *Actividades Culturales*

- Según su competencia, ¿ejecuta talleres, cursos y/o charlas sobre cultura? Mencione los más destacados.
- ¿Qué estrategias de conservación e implementación se tiene para museos, casonas o edificaciones de la ciudad?
- ¿Cuáles son los espectáculos, exposiciones, muestras y/o conferencias culturales más destacables que se han realizado y se piensan realizar?

d. *Superestructura*

- ¿Qué tipo de regulaciones y políticas turísticas existen y aplican?

e. *Sostenibilidad Turística*

- ¿Existen políticas sostenibles en turismo? ¿Se aplican?

ANEXO E: FOTOGRAFÍAS DE DOS ENTREVISTAS

Fotografía 01:

Entrevista al Subgerente de Turismo de la Municipalidad Provincial de Cajamarca, Édgar Melqui Chuquimango Idrugo.



Nota: Fotografía tomada en la Municipalidad Provincial de Cajamarca. Fuente: la autora de la investigación.

Fotografía 02:

Entrevista al Subgerente de Cultura de la Municipalidad Provincial de Cajamarca, Segundo Manuel Rodríguez Gutiérrez.



Nota: Fotografía tomada en la Municipalidad Provincial de Cajamarca. Fuente: la autora de la investigación.