



UNIVERSIDAD NACIONAL DEL ALTIPLANO

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE TURISMO



EL PATRIMONIO CULTURAL INMATERIAL COMO FACTOR ESENCIAL DE DIVERSIFICACIÓN DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA CULTURAL DE LA CIUDAD DE PUNO

TESIS

PRESENTADA POR:

Bach. YANEHT LUZ CENTELLA ZEA

PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

LICENCIADA EN TURISMO

PUNO – PERÚ

2021



DEDICATORIA

*La tesis está dedicada a Dios por las
bendiciones que me concede, por
guiarme y su amor infinito.*

*A mi madre que ha estado conmigo a
cada paso que doy, dándome
fortaleza apoyándome para
continuar y
alcanzar mis metas.*

*A mi padre y a mis hermanos que, con
su confianza y fe en mí, me dan
ánimos y me impulsan a no
defraudarlos.*



AGRADECIMIENTOS

Un eterno agradecimiento a mi mamá Lucia Zea y mi papá Percy Centella quienes me dieron su apoyo incondicional, a esta casa superior de estudios que me instruyó en mi formación académica para mi vida profesional, a los docentes de la Escuela Profesional de Turismo, jurados y director de tesis por apoyarme a concretar la investigación.



ÍNDICE GENERAL

	Pág.
DEDICATORIA	
AGRADECIMIENTOS	
ÍNDICE GENERAL	
ÍNDICE DE FIGURAS	
ÍNDICE DE TABLAS	
ÍNDICE DE ACRÓNIMOS	
RESUMEN	10
ABSTRACT.....	11
CAPÍTULO I	
INTRODUCCIÓN	
1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	14
1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	16
1.2.1. Problema general	16
1.2.2. Problemas específicos.....	16
1.3. HIPÓTESIS DE INVESTIGACIÓN	16
1.3.1 Hipótesis general	16
1.3.2 Hipótesis específicos	16
1.4. JUSTIFICACIÓN DEL ESTUDIO.....	16
1.5. OBJETIVO DE LA INVESTIGACIÓN.....	18
1.5.1. Objetivo general.....	18
1.5.2. Objetivos específicos	18
CAPÍTULO II	
REVISIÓN DE LITERATURA	
2.1. ANTECEDENTES.....	19
2.1.1. A nivel internacional.....	19
2.1.2. A nivel nacional.....	22



2.1.3. A nivel local	25
2.2. MARCO TEÓRICO	27
2.2.1. Patrimonio cultural inmaterial	27
2.2.1.1. Expresiones y manifestaciones del patrimonio cultural inmaterial...	32
2.2.1.2. Gestión turística del patrimonio cultural inmaterial.....	33
2.2.1.3. Gestión de las industrias culturales	35
2.2.1.4. Inventario de recursos turísticos de folclore y acontecimientos programados	38
2.2.2. Diversificación de la actividad turística cultural	39
2.2.2.1. Diversificación turística	39
2.2.2.2. Actividad turística cultural	41
2.2.2.3. Motivación y experiencia turística	43
2.2.2.4. Turismo y turista cultural	47
2.2.2.5. El producto turístico cultural.....	51
CAPÍTULO III	
MATERIALES Y MÉTODOS	
3.1. MÉTODO MIXTO	54
3.2. TIPO Y DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN	54
3.2.1. Tipo.....	54
3.2.2. Diseño	54
3.3. POBLACIÓN Y MUESTRA DEL ESTUDIO	54
3.3.1. Población	54
3.3.2. Muestra	55
3.4. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS.....	55
3.4.1. Técnicas	55
3.4.2. Instrumentos	55
3.5. PROCEDIMIENTO Y ANÁLISIS DE DATOS	55



CAPÍTULO IV

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1. DETERMINAR LAS EXPRESIONES DEL PATRIMONIO CULTURAL INMATERIAL QUE SON ESENCIALES PARA LA DIVERSIFICACIÓN DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA CULTURAL DE LA CIUDAD DE PUNO	58
4.2. DESCRIBIR LAS CARACTERÍSTICAS QUE PRESENTA LA ACTIVIDAD CULTURAL DE LA CIUDAD DE PUNO PARA EL DESARROLLO DEL TURISMO CULTURAL	70
4.3. CONOCER EL DESARROLLO DE LA ACTIVIDAD CULTURAL EN PUNO DESDE LA EXPERIENCIA DEL TURISTA.....	73
4.4. DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS.....	80
V. CONCLUSIONES.....	83
VI. RECOMENDACIONES	84
VII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	85
ANEXOS.....	90

ÁREA: GESTIÓN DE DESTINOS TURÍSTICOS

TEMA: PATRIMONIO CULTURAL

FECHA DE SUSTENTACIÓN: 23 de junio del 2021



ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Características del patrimonio cultural inmaterial.....	31
Figura 2 Características del patrimonio cultural inmaterial.....	52
Figura 3 Componentes del producto turístico cultural - oferta.....	53
Figura 4 Categorización de recursos turísticos	56
Figura 5 Fiestas religiosas y patronales	73
Figura 6 Ferias artesanales.....	74
Figura 7 Eventos culturales al aire libre	75
Figura 8 Presentación de danzas	77
Figura 9 Feria de libros.....	78
Figura 10 Exposiciones de arte y pintura.....	79



ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Criterios de evaluación	56
Tabla 2 Criterios de evaluación con ponderados	57
Tabla 3 Estadística descriptiva	57
Tabla 5 Patrimonio cultural inmaterial como atractivos turísticos	58
Tabla 6 Patrimonio cultural inmaterial como recurso turístico	60
Tabla 7 Criterios de evaluación de la Festividad Virgen de la Candelaria.....	62
Tabla 8 Criterios de evaluación de la Feria de las Alasitas	64
Tabla 9 Criterios de evaluación del Año Nuevo Andino.....	65
Tabla 10 Criterios de evaluación de la Feria Wawa Qhatu	67
Tabla 11 Criterios de evaluación de la Escenificación Manco Capac y Mama Ocllo...	68
Tabla 12 Características de la actividad cultural de Puno	70
Tabla 13 Jerarquización de los recursos turísticos – patrimonio inmaterial.....	80



ÍNDICE DE ACRÓNIMOS

AT	: Actividad Turística
ATC	: Actividad Turística Cultural
EC	: Evento Cultural
LGT	: Ley General del Turismo
LPC	: Ley del Patrimonio Cultural
MIDECU	: Ministerio de Cultura
MINCETUR	: Ministerio de Comercio Exterior y Turismo
PCM	: Patrimonio Cultural Material
PCI	: Patrimonio Cultural Inmaterial



RESUMEN

Las expresiones del patrimonio cultural inmaterial son esenciales para la diversificación de la actividad turística cultural de la ciudad de Puno, por cuanto las manifestaciones y expresiones culturales de Puno son recursos turísticos de alto valor y potencialidad turística; siendo atractivos turísticos promocionados, convirtiéndose en un producto turístico cultural que busca satisfacer motivaciones y expectativas, percibidos como una experiencia turística por parte de los visitantes. En ese entender, la investigación tuvo como objetivo determinar las expresiones del patrimonio cultural inmaterial que son esenciales para la diversificación de la actividad turística cultural de la ciudad de Puno. Con respecto al método, el estudio es de enfoque cuantitativo, tipo descriptivo, de diseño no experimental. Referente a los resultados, la ciudad de Puno cuenta con 5 recursos turísticos categorizados en acontecimientos programados y folclore, y que, al estar en el centro de soporte turístico, estos recursos son considerados como atractivos turísticos por la existencia de facilidades, instalaciones, equipamiento y servicios turísticos. Cabe resaltar que la Festividad de la Virgen de la Candelaria declarada como Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad por la UNESCO en noviembre del 2014, es el único acontecimiento cultural e inmaterial que ofertan las agencias de viajes. Respecto a la Feria de las Alasitas, este atractivo turístico de tipo ferias y mercados, tiene la declaratoria de Patrimonio Cultural de la Nación y por su singularidad genera la atracción de turistas culturales. En cuanto al Año Nuevo Andino, este evento cultural es promocionado todos los años en el calendario turístico de PROMPERÚ. Referente a la Escenificación de la salida de Manco Capac y Mama Ocllo, este acontecimiento programado durante la semana del aniversario de la ciudad de Puno diversifica la actividad turística. Finalmente, la Feria de Wawa Qhatu, es una feria artesanal que poco a poco va creciendo y generando atracción de turistas.

Palabras Clave: Patrimonio, cultura, turismo, actividad turística, diversificación



ABSTRACT

The expressions of the intangible cultural heritage are essential for the diversification of the cultural tourism activity of the city of Puno, since the manifestations and cultural expressions of Puno are tourist resources of high value and tourist potential; being promoted tourist attractions, becoming a cultural tourist product that seeks to satisfy motivations and expectations, perceived as a tourist experience by visitors. In this understanding, the research aimed to determine the expressions of the intangible cultural heritage that are essential for the diversification of the cultural tourism activity of the city of Puno. Regarding the method, the study is of a quantitative approach, descriptive type, of non-experimental design. Regarding the results, the city of Puno has 5 tourist resources categorized into programmed events and folklore, and that being in the tourist support center, these resources are considered tourist attractions due to the existence of facilities, facilities, equipment and services tourist It should be noted that the Festival of the Virgen de la Candelaria declared as Intangible Cultural Heritage of Humanity by UNESCO in November 2014, is the only cultural and intangible event offered by travel agencies. Regarding the Alasitas Fair, this tourist attraction of the type fairs and markets, has the declaration of Cultural Heritage of the Nation and due to its uniqueness it generates the attraction of cultural tourists. As for the Andean New Year, this cultural event is promoted every year in the PROMPERÚ tourist calendar. Regarding the staging of the departure of Manco Capac and Mama Ocllo, this event scheduled during the week of the anniversary of the city of Puno diversifies the tourist activity. Finally, the Wawa Qhatu Fair is an artisan fair that little by little is growing and attracting tourists.

Key Words: Heritage, culture, tourism, tourist activity, diversification



CAPÍTULO I

INTRODUCCIÓN

En el campo del turismo es importante investigar para dar respuesta a las preguntas desde el mundo del turismo y plantear soluciones a los problemas que aqueja el sector turístico. Motivo por el cual, la investigación aporta con nuevos hallazgos y aportes del patrimonio cultural inmaterial de la ciudad de Puno, para la diversificación de la actividad turística cultural, y de esta manera contribuye con el desarrollo del turismo cultural de la ciudad de Puno. Las expresiones del patrimonio cultural inmaterial de la ciudad de Puno son los recursos culturales de categoría de acontecimientos programados y folclore que diversifican la actividad turística cultural del principal centro de soporte del destino turístico Lago Titicaca, dichos recursos turísticos culturales están dados por la Festividad Virgen de la Candelaria, Feria de las Alasitas, Año Nuevo Andino, Feria de Wawa Qhatu y la Escenificación de la Salida de Manco Capac y Mama Ocllo; estos atractivos turísticos están considerados dentro del Plan Estratégico Regional de Turismo – PERTUR Puno, por lo tanto, este patrimonio cultural inmaterial se transmite de generación en generación, es recreado constantemente por las comunidades y población de la ciudad de Puno, de los grupos en función de su entorno, su interacción con su historia, infundiéndoles un sentimiento de identidad y continuidad, contribuyendo así la conservación y promoción de estas expresiones culturales. Respecto a los recursos turísticos culturales como patrimonio inmaterial, tenemos el Concurso Regional de Sikuris, Entrada Universitaria Laykakota, Festival de Animación Ajayu y Feria de Artesanía Lupaka, por recursos turísticos, se entiende a las expresiones de la naturaleza, riqueza arqueológica, expresiones históricas materiales e inmateriales de gran tradición y valor que constituyen la base del producto turístico, en ese entender estos recursos tienen un alto valor y potencialidad turística. En



cuanto a las características de la actividad cultural de La ciudad de Puno, se clasifican en eventos musicales, folclóricos, artísticos, literarios y conmemorativos, cuya tipología son conciertos, festivales, fiestas tradicionales, patronales y religiosas, exposiciones de arte, pintura y obras teatrales, presentación de danzas, aniversarios y fiestas conmemorativas que realizan en espacios culturales como el teatro municipal, ambientes de la casa de la cultura, CETPRO de arte y cultura, ambientes de la dirección desconcentrada de cultura y diversos espacios públicos, que desde la perspectiva de la oferta, el producto turístico cultural está asociado a componentes tangibles como el turismo patrimonial, infraestructura, y equipamiento, mientras que desde el punto de vista de la demanda, está más relacionado con componentes intangibles: elementos que pueden ser creados, extendidos o desarrollados más ampliamente. Y por los componentes intangibles del producto turístico cultural. En definitiva, el patrimonio inmaterial de la ciudad de Puno diversifica la actividad turística por cuanto tenemos podemos definir al turista cultural como aquel que tiene una serie de motivaciones patrimoniales y culturales que le mueven a escoger un lugar para conocerlo. Es decir, que busca conocer en su visita el patrimonio histórico y natural de la ciudad; trama urbana, murallas, calles, plazas, museos, así como otras manifestaciones como son: paisajes, fiestas, gastronomía, folklore u otras representaciones culturales contemporáneas: conciertos, exposiciones de arte, etc. En ese entender, la tesis está estructurado en los siguientes capítulos:

- CAPÍTULO I: Contiene el planteamiento del problema, justificación, objetivos e hipótesis de investigación.
- CAPÍTULO II: Comprende los antecedentes y marco teórico.
- CAPÍTULO III: Abarca la metodología y materiales de la investigación.
- CAPÍTULO IV: Resultados y discusión de los resultados.



1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

El turismo es una de las industrias más importantes del mundo. El Consejo Mundial de Viajes y Turismo (WTTC) calcula que genera aproximadamente 12% del Producto Bruto Neto mundial. Las previsiones apuntan a su crecimiento ininterrumpido, por lo que será un factor con una repercusión cada vez mayor en la planificación y la gestión del Patrimonio Mundial de la UNESCO.

Nadie ignora las ventajas que ofrece el turismo. Las entradas, las concesiones y las donaciones suministran fondos para las tareas de restauración y conservación del patrimonio. Los visitantes se convierten a veces en amigos del patrimonio cultural y promueven así el apoyo internacional. Los operadores y las cadenas de hoteles deben participar en la gestión del patrimonio mediante contribuciones financieras, colaborando en las tareas de vigilancia o aleccionando a sus clientes en prácticas de turismo sostenible. Por último, el turismo puede promover los valores culturales al apoyar la artesanía local o generar actividades económicas alternativas

Al respecto, los visitantes extranjeros que realizan turismo cultural en Perú registran un gasto promedio de 1,633 dólares y permanecen once días recorriendo tres regiones, revela el Perfil del Turista Extranjero 2017, elaborado por la Comisión de la Promoción de Perú para la Exportación y el Turismo (Promperú). De acuerdo a la investigación de Promperú, en el 2017 el gasto promedio de los visitantes extranjeros interesados en turismo cultural significó 88 dólares más que el gasto del vacacionista promedio. Del total de visitantes interesados en la cultura peruana, el 51% llegó al país por cuenta propia y tuvo un gasto promedio de 1,203 dólares; mientras que el 49% que contrató un paquete turístico tuvo un gasto promedio de 2,081 dólares.

En cuanto a los aspectos negativos hacia el patrimonio cultural, son bien conocidos los inconvenientes que acarrea el turismo. La gestión de un turismo en rápido



desarrollo es un proceso que exige tiempo y políticas claras, un diálogo permanente con las partes interesadas y una vigilancia constante.

Si bien el turismo puede contribuir a los esfuerzos de protección y restauración del patrimonio, tal vez resulte difícil alcanzar un justo equilibrio entre el beneficio económico y los efectos indeseables. Los actores del turismo saben que conservar la atracción de un destino turístico exige su renovación periódica. En el caso del patrimonio cultural inmaterial, son conscientes además de que pesa sobre ellos la obligación de valorar y preservar las expresiones culturales. Esta responsabilidad plantea complejas cuestiones cuando toca decidir hasta qué punto es posible introducir el patrimonio cultural inmaterial a un turismo en aumento. Un problema adicional consiste en asegurar que una parte del ingreso generado por el turismo permanezca dentro de la comunidad como un medio de estimular los esfuerzos locales de valoración y conservación.

En ese contexto, en el Perfil del Turista extranjero 2017 describe que el comportamiento del vacacionista extranjero en el Perú que realizó actividades culturales se refleja en la visita de sitios arqueológicos, museos, inmuebles históricos y visita de comunidades nativas o campesinas. Respecto al turista extranjero que arriba a Puno durante el periodo 2017, a nivel cultural, visitaron comunidades nativas y andinas, realizaron paseos por la ciudad, caminatas a parques y plazuelas de la ciudad, visitas a la catedral y museo Carlos Dreyer. Por lo descrito, es evidente que la actividad turística cultural de la ciudad de Puno se desarrolla solo con base al patrimonio cultural material, ignorándose las expresiones o manifestaciones culturales inmateriales que normalmente se desarrollan en distintos espacios culturales de Puno.



1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

1.2.1. Problema general

¿Qué expresiones del patrimonio cultural inmaterial son esenciales para la diversificación de la actividad turística cultural de la ciudad de Puno?

1.2.2. Problemas específicos

- ¿Cuáles son las características que presenta la actividad cultural de la ciudad de Puno para el desarrollo del turismo cultural?
- ¿De qué manera se desarrolla la actividad cultural en Puno desde la experiencia del turista?

1.3. HIPÓTESIS DE INVESTIGACIÓN

1.3.1 Hipótesis general

Las expresiones del patrimonio cultural inmaterial de la ciudad de Puno son recursos turísticos esenciales para la diversificación de la actividad turística cultural

1.3.2 Hipótesis específicos

- Las características que presenta la actividad cultural de la ciudad de Puno para el desarrollo del turismo cultura es diversificada.
- La actividad cultural en Puno desde la experiencia del turista se desarrolla con base al patrimonio inmaterial.

1.4. JUSTIFICACIÓN DEL ESTUDIO

En el campo del turismo es importante investigar para dar respuesta a las preguntas desde el mundo del turismo y plantear soluciones a los problemas que aqueja el sector turístico. Motivo por el cual, la investigación aporta con nuevos hallazgos y aportes del patrimonio cultural inmaterial de la ciudad de Puno, para la diversificación



de la actividad turística cultural, y de esta manera contribuye con el desarrollo del turismo cultural de la ciudad de Puno. Las expresiones del patrimonio cultural inmaterial de la ciudad de Puno son los recursos culturales de categoría de acontecimientos programados y folclore que diversifican la actividad turística cultural del principal centro de soporte del destino turístico Lago Titicaca, dichos recursos turísticos culturales están dados por la Festividad Virgen de la Candelaria, Feria de las Alasitas, Año Nuevo Andino, Feria de Wawa Qhatu y la Escenificación de la Salida de Manco Capac y Mama Ocllo; estos atractivos turísticos están considerados dentro del Plan Estratégico Regional de Turismo – PERTUR Puno, por lo tanto, este patrimonio cultural inmaterial se transmite de generación en generación, es recreado constantemente por las comunidades y población de la ciudad de Puno, de los grupos en función de su entorno, su interacción con su historia, infundiéndoles un sentimiento de identidad y continuidad, contribuyendo así la conservación y promoción de estas expresiones culturales. Respecto a los recursos turísticos culturales como patrimonio inmaterial, tenemos el Concurso Regional de Sikuris, Entrada Universitaria Laykakota, Festival de Animación Ajayu y Feria de Artesanía Lupaka, por recursos turísticos, se entiende a las expresiones de la naturaleza, riqueza arqueológica, expresiones históricas materiales e inmateriales de gran tradición y valor que constituyen la base del producto turístico, en ese entender estos recursos tienen un alto valor y potencialidad turística. En cuanto a las características de la actividad cultural de La ciudad de Puno, se clasifican en eventos musicales, folclóricos, artísticos, literarios y conmemorativos, cuya tipología son conciertos, festivales, fiestas tradicionales, patronales y religiosas, exposiciones de arte, pintura y obras teatrales, presentación de danzas, aniversarios y fiestas conmemorativas que realizan en espacios culturales como el teatro municipal, ambientes de la casa de la cultura, CETPRO de arte y cultura y ambientes de la



dirección desconcentrada de cultura, que desde la perspectiva de la oferta, el producto turístico cultural está asociado a componentes tangibles como el turismo patrimonial, infraestructura, y equipamiento, mientras que desde el punto de vista de la demanda, está más relacionado con componentes intangibles. Y por los componentes intangibles del producto turístico cultural. En definitiva, el patrimonio inmaterial de la ciudad de Puno diversifica la actividad turística por cuanto tenemos podemos definir al turista cultural como aquel que tiene una serie de motivaciones patrimoniales y culturales que le mueven a escoger un lugar para conocerlo. Es decir, que busca conocer en su visita el patrimonio histórico y natural de la ciudad; trama urbana, murallas, calles, plazas, museos, así como otras manifestaciones como son: paisajes, fiestas, gastronomía, folklore u otras representaciones culturales contemporáneas: conciertos, exposiciones de arte, etc.

1.5. OBJETIVO DE LA INVESTIGACIÓN

1.5.1. Objetivo general

Determinar las expresiones del patrimonio cultural inmaterial que son esenciales para la diversificación de la actividad turística cultural de la ciudad de Puno.

1.5.2. Objetivos específicos

- Describir las características que presenta la actividad cultural de la ciudad de Puno para el desarrollo del turismo cultural.
- Conocer el desarrollo de la actividad cultural en Puno desde la experiencia del turista.



CAPÍTULO II

REVISIÓN DE LITERATURA

2.1. ANTECEDENTES

2.1.1. A nivel internacional

Chávez y Polanco (2018) en el artículo científico “Turismo y patrimonio cultural inmaterial: desafíos de revitalización y salvaguarda. Caso de estudio: mercado de San Francisco de Quito”. El presente artículo analiza cómo el turismo, a partir de la reinención de un producto turístico, puede aportar o no a la revitalización y salvaguarda del Patrimonio Cultural Inmaterial. La metodología se basa en un análisis de datos cualitativos y cuantitativos obtenidos de actores claves dentro del Mercado San Francisco. Esto permitió determinar que el turismo cultural, gestionado desde el sistema turístico y sus actores, tiene como resultado la revitalización y salvaguarda de las prácticas culturales vulnerables. Sin embargo, en la investigación no se visibiliza la efectividad y la sinergia entre turismo cultural y revitalización dentro de dinámicas institucionales y comerciales del mercado, pues la importancia que se otorga a la generación de productos turísticos con valor comercial es mayor a las prácticas culturales que se muestran en el mismo.

Gonzalez (2017) en la tesis de doctorado “La puesta en valor turístico del patrimonio histórico y cultural: en el caso de Pachuca de Soto, Hidalgo, México”. La investigación analiza la oportunidad que tiene el patrimonio histórico y cultural para ponerlo en valor a Pachuca de Soto, incorporándolo como un elemento de atracción turística que permite conocerlo y disfrutarlo. El estudio tuvo como objetivo analizar la puesta en valor, analizar la importancia de los hechos históricos, identificar los bienes patrimoniales y definir su potencialidad turística. La metodología utilizada en la tesis es



mediante las fuentes primarias y secundarias. La Investigadora concluye que el patrimonio requiere de la intervención inmediata del Estado, en cuanto al rescate, uso adecuado y difusión con participación colectiva, ordenada, responsable, y sustentable, basada en un modelo dinamizador del patrimonio histórico y cultural.

Rodríguez y Solís (2016) en el artículo científico “Turismo y Patrimonio cultural inmaterial: Alternativa de complementariedad para el desarrollo de los territorios rurales”, este trabajo analiza la inserción de la actividad turística en el marco de la nueva conceptualización de desarrollo rural. Principalmente, invita a reflexionar sobre los elementos potenciales que guarda la actividad económica, y que bien aprovechados por los diferentes agentes que confluyen resultan de suma ventaja para este tipo de entornos. En particular, se refiere a las diferentes expresiones culturales como valores indisolubles e interdependientes que surgen como recursos y estrategias oportunas, atractivas y fácilmente aprovechables en el desarrollo de ofertas turísticas poco diversificadas y exploradas. Concluyen que la actividad turística sigue siendo potencial pese el gran auge que ha tenido, ya que hay productos culturales que no se aprovechan adecuadamente por las comunidades rurales. Sin duda, estos argumentos se justifican cuando se sabe que existe abundante y valioso patrimonio cultural, conformado por una amplia gama de expresiones y manifestaciones, que en el tiempo han venido a representar símbolos de identidad para los pobladores de los entornos rurales.

Mínguez (2007) en la tesis de doctorado “Patrimonio cultural y turismo en los reales sitios de la comunidad de Madrid y sus incidencias en el territorio”. La tesis se centra en el estudio de las relaciones existentes entre la actividad turística y los sitios de Aranjuez, El Pardo y San Lorenzo, tres destinos de larga trayectoria turística y excursionista; asimismo, se estudian las formas en las que dicha relación se plasma en el territorio, dando lugar a espacios turísticos. La investigación tiene como propósito



conocer cómo la función turística se inserta en unos espacios patrimoniales diferenciados por poseer un estatus jurídico especial y un modelo de gestión particular, al tiempo que se busca conocer cómo dicha actividad se relaciona con el territorio y cuáles son sus impactos. En cuanto a la metodología, utiliza las fuentes primarias y secundarias para la elaboración del contexto teórico; posteriormente para poder realizar la recolección de datos, la tesista utiliza fichas de inventarios y la técnica de observación directa cualitativa. La Investigadora concluye que en toda la investigación ha estado presente la idea de que los bienes patrimoniales actúan como recursos turísticos y por lo tanto son generadores de riqueza, un paradigma que está, desde hace una década, asociado al principio de sostenibilidad y que en la actualidad está teniendo presente el principio de autenticidad. Dicho principio se encuentra vinculado a la necesidad existente de asegurar la identidad histórica y la esencia de los distintos tipos de bienes patrimoniales, tanto si son monumentales como paisajísticos y/o naturales, hecho que adquiere especial importancia en los Reales Sitios por sus características físicas e históricas.

Esteban (2007) en la tesis “La demanda del turismo cultural y su vinculación con el medio ambiente urbano: los casos de Madrid y Valencia”. El propósito de esta investigación es estudiar la motivación, la imagen, el perfil sociodemográfico, las opiniones y los modelos de consumo de los turistas culturales interesados en la cultura contemporánea de las ciudades de Madrid y Valencia, desde una perspectiva post-moderna basada en la pluralidad cultural. La investigación es cuantitativa aplica una encuesta que está diseñada para producir información numérica y medir las variables. Fundamentalmente concluye que el turista que visita atracciones culturales contemporáneas parece estar mucho más motivado por aspectos intangibles de la experiencia turística urbana que por elementos tangibles. De acuerdo a los datos



obtenidos en la parte empírica, la principal motivación de este turista cultural es experimentar el ambiente de la ciudad, y por tanto dentro del marco teórico del círculo externo que define el turismo cultural propuesto en esta tesis doctoral. Este círculo externo, está compuesto por los artefactos del presente y del futuro como son las artes y las industrias creativas, mientras que el círculo interno se refiere a los artefactos del pasado como el patrimonio cultural.

2.1.2. A nivel nacional

Zavaleta (2017) en la tesis de pregrado “Patrimonio cultural inmaterial en la Provincia de Santiago de Chuco para el desarrollo del turismo cultural en el año 2017”. La finalidad de la tesis fue determinar los elementos del patrimonio cultural inmaterial que posee la provincia de Santiago de Chuco para el desarrollo del turismo cultural, año 2017 a través de fichas de observación aplicado a cada elemento patrimonial y entrevistas a pobladores de Santiago de Chuco conocedores en el tema. Para ello se realizó una investigación no experimental, transversal de tipo descriptivo simple donde se exploró cuidadosamente cada elemento patrimonial para después describirlo y saber cuan apto es la provincia de Santiago de Chuco para desarrollar el turismo cultural, el instrumento utilizado fueron las fichas de observación aplicado a 55 elementos patrimoniales y como complemento las entrevistas realizada a 14 informantes, los resultados fueron dados a conocer a través de tablas tanto en elementos patrimoniales como para plasmar las entrevistas. El análisis de los resultados permitió concluir que existen 13 danzas, 2 tipos de música, 20 fiestas patronales, 14 tradiciones culinarias y 6 fichas de técnicas tradicionales, además también se aplicó 14 entrevistas a diferentes informantes, mostrando que existe un buen número de elementos patrimoniales que ayudarían al desarrollo del turismo cultural de la provincia de Santiago de Chuco con ayuda de inversionistas, empresarios y profesionales.



Laurente (2016) en la tesis de pregrado “El patrimonio cultural para el desarrollo del turismo en el distrito de Quilcas – 2015”. El objetivo de la tesis fue identificar y describir el patrimonio cultural material e inmaterial existentes en el distrito de Quilcas, el investigador considera que el patrimonio cultural de Quilcas es conocido solamente por la población, pero se desconoce que con una buena orientación técnica estos podrían adquirir un valor económico. Este patrimonio cultural material e inmaterial tendría una utilidad para desarrollar el turismo en esta localidad. La metodología que utiliza es el tipo descriptivo como método general, y el etnográfico como método específico los cuales, le sirvió para el análisis y la interpretación del patrimonio cultural el primer paso fue identificar el patrimonio cultural, para usó la técnica de la observación y entrevista. El tesista concluye que el distrito de Quilcas cuenta con los recursos turísticos óptimos para poder desarrollar, generar y promover el turismo sostenible, pero por el escaso conocimiento de las autoridades locales, la falta de capacitaciones en temas de turismo hacia la población no se promueve y oferta el patrimonio cultural material e inmaterial, requiriendo un tratamiento técnico, cultural y económico para generar puestos de trabajo, la creación de pequeñas y medianas empresas dedicadas al turismo y así obtener ingresos significativos para la población quilqueña.

Velásquez (2017) en la tesis “Propuesta de una ruta temática cultural y su relación en el fortalecimiento del turismo interno en el distrito de Ancón - Región Lima – 2017”. La presente 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. El estudio tuvo objeto el Determinar 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 y Determinar



la relación entre las manifestaciones culturales del distrito de Ancón y la motivación del visitante. La tesis es de enfoque cuantitativo, tipo descriptivo – diseño no experimental.

Huillca (2017) en la tesis “Turismo cultural en el centro histórico de Lima desde la perspectiva de los visitantes nacionales, 2017”. La investigación plantea como objetivo general determinar las características del turismo cultural en el Centro Histórico de Lima, desde la perspectiva de los visitantes nacionales en el año 2017. El diseño de la investigación fue de tipo no experimental básico, ya que sólo se recolecta datos y se describe la situación actual del turismo cultural en el Centro Histórico de Lima en el distrito de Lima desde la perspectiva de los visitantes nacionales, mediante una encuesta. Y como conclusión final se obtuvo que la variable turismo cultural se presenta a través de desplazamiento, turista y sistema en las cuales están el transporte, alojamiento, motivaciones culturales, satisfacciones culturales, actividades culturales y manifestaciones culturales que siempre existen dentro de una sociedad.

Alberca (2014) en la tesis “Potencial turístico de Ayabaca como destino cultural. Una nueva metodología – 2013”. El tesista indica que el desarrollo de un destino debe basarse en su potencial turístico, esto, para que el destino y sus actores crezcan y se desarrollen de forma segura. El turismo es una actividad compleja, por ello, el trabajo permitió estudiar al destino considerando aquellos aspectos de influencia directa o indirecta en la experiencia turística. El objeto de estudio fue el distrito de Ayabaca, localidad que se encuentra ubicada en la Región Piura a 2715 msnm y que goza de una riqueza cultural importante. Se aplicó una metodología de enfoque mixto en la que se considera ítems eje (10), y que permitió evaluar el potencial del destino, así como identificar sus puntos débiles. Referente a los objetivos, el estudio determina el potencial turístico del distrito de Ayabaca como destino cultural y diseñar una metodología que permita la medición del potencial turístico del distrito de Ayabaca. El



investigador concluye que Ayabaca cuenta con la capacidad, en líneas generales, y tras la ponderación y análisis de los elementos incluidos en la metodología, de desarrollarse como un destino turístico de corte cultural (en especial religioso). Para ello, no obstante, habrá de mejorar sus accesos, la seguridad en la periferia de la ciudad, la cobertura de servicios de luz y agua, así como la calidad de los servicios ofertados.

2.1.3. A nivel local

Salas (2018) en la tesis de posgrado “Reinvención de la cultura en la actividad turística del mundo andino quechua”. El objeto de la investigación lleva a entender la reinvención de la cultura dentro de los servicios turísticos. El problema de investigación se centra en explicar bajos el binomio cultura y turismo como elementos de relación, a través de la reinvención, mediante la creatividad y la mercantilización cultural, considerando que el carácter de la reinvención de la cultura seda en distintas dimensiones; organizacionales, tradición oral, mito rito, producción, artesanía, comida, bebida y manejo de espacios tradicionales. La metodología utilizada es cualitativa, basada en el diseño etnográfico, y construir significados a través de categorías determinadas y por reconocer. Concluyentemente, el tesista indica que la mercantilización de la cultura, se forma de acuerdo al producto cultural, mediante el etnomarketing, la oferta de servicios turísticos, construcción de un discurso cultural, la atención de los servicios turísticos y la conducta de los turistas ante los servicios.

Calcina (2017) en la tesis “Planificación estratégica para el fomento del desarrollo turístico sostenible cultural del distrito de Pucará, 2016”. El objetivo principal de la presente investigación es Proponer la Planificación Estratégica para Fomento del Desarrollo Turístico Sostenible Cultural del distrito de Pucara 2016, Estableciendo lineamientos para un turismo sostenible, que permita mejorar las



condiciones de vida de sus habitantes y conservar la riqueza arqueológica y cultural. La metodología para el presente estudio es de carácter descriptivo correlacional. Los instrumentos que se utilizaron para recoger información y obtención de datos se utilizó el cuestionario de la encuesta, se aplicaron 57 encuestas a entes directos e indirectos del turismo del Distrito de Pucara de la Región de Puno. Como resultado concluye el presente estudio, el 94,7 % de los encuestados cree que el turismo es una alternativa de desarrollo para Pucara, 70,4% cree que los visitantes vienen por la cultura, con 61,4% de las instituciones no cuentan con un plan estratégico de desarrollo turístico, el 64,9% entiende por sostenibilidad Cultural es preservar la identidad cultural, el 42,1% cree que su entidad ha contribuido al desarrollo del turismo regularmente. Ante todo el 100% tiene la predisposición a organizarse para recuperar y preservar la cultura de Pucara.

Chura y Tito (2017) en la tesis “Proceso de desarrollo turístico y percepción de los pobladores del distrito de Pucará – 2012” indican que el proceso de desarrollo turístico y la percepción de la población local del distrito de Pucará con respecto a la actividad turística, son conceptos que pueden ser medidos, el primero previa revisión bibliográfica hasta llegar al momento del diagnóstico y análisis de la situación actual de la actividad turística. Posteriormente la población del distrito de Pucará podrá percibir positiva o negativamente la forma en que puede encaminarse la actividad turística en la zona; si el turismo beneficia a la gran mayoría o solamente a una minoría. En caso beneficiara a todos podrán plantear alternativas de mejora o tratar de solucionar los efectos negativos del turismo en el distrito, fomentando de esta manera una participación activa de toda la población trabajando de la mano con las instituciones vinculadas al sector turismo. Con respecto a la metodología El método aplicar en la presente investigación es descriptivo y explicativo, por ser un conjunto de procedimientos que permite especificar el problema de estudio, someterlo al análisis,



responder a las causas relaciones de las variables y la confirmación de hipótesis. Los investigadores concluyen que el proceso de desarrollo turístico en el distrito de Pucará es regular debido a que el turismo se ha desarrollado en menor proporción, no del todo esperado, son pocos los beneficiados y esto se debe a la falta de una adecuada gestión del turismo.

2.2. MARCO TEÓRICO

2.2.1. Patrimonio cultural inmaterial

La concepción de patrimonio cultural ha variado con el paso de los años, en este sentido, “el factor determinante que define lo que actualmente entendemos por patrimonio, es su carácter simbólico, su capacidad para representar simbólicamente una identidad” (Prats, 1997). Así pues, desde una visión estática ha pasado a erigirse como un elemento vivo de la cultura, que se encuentra “no solo en el aspecto monumental arquitectónico, sino también en elementos sustanciales y vivos comprendidos por tradiciones orales, lenguas y dialectos, la memoria colectiva y otros valores llamados intangibles” (Espinosa, 2013). Esos valores llamados intangibles son los que componen el Patrimonio Cultural Inmaterial, y a diferencia de los tangibles, su comprensión, análisis y estudio implica el acercamiento hacia el mundo de los sentidos, signos y símbolos propios de la cultura. Así pues, “la definición adoptada por la Unesco en el año 2003 sobre lo que es el Patrimonio Cultural Inmaterial guarda relación con aquello que desde la Antropología se denomina cultura y que otros la asocian con la memoria por el hecho de que sus contenidos son trasmitidos de generación en generación, de manera preferentemente oral” (UNESCO, 2012). Como bien menciona la Unesco, el Patrimonio Cultural Inmaterial lleva estrecha relación con la cultura, tanto sus prácticas como producciones, pues todas ellas necesitan de procesos de asimilación, endoculturación y transmisión para ser interiorizados y practicados por una comunidad,



familia, barrios, etnias, etc. Por ende, el factor clave está en la importancia de la transmisión generacional para su permanencia en el tiempo. Así mismo, el patrimonio cultural intangible puede ser concebido como una construcción simbólica de las sociedades que toma como base muchas veces la naturaleza y su entorno, este es el caso de los conocimientos ancestrales sobre medicina que poseen los afrodescendientes, los campesinos, los indígenas de la Sierra y los montubios de la Costa, ya que son el resultado de la experiencia que estas sociedades han tenido y tienen con su entorno.

El patrimonio cultural es una construcción social, que enlaza el ayer, el hoy y el mañana. Un bien patrimonial tiene su origen en el pasado, pero gracias al paso intergeneracional, logra llegar hasta nuestros días, donde puede ser re-elaborado o re-significado. De este modo, mientras guarde sentido y gran significado para el grupo social que lo recibe, lo porta, lo cuida y lo transmite a las futuras generaciones, seguirá siendo algo compartido (UNESCO, 2012).

En virtud de lo anterior, el patrimonio puede comprender tanto objetos como saberes plasmados en técnicas, prácticas, creencias y rituales. En otras palabras, el patrimonio engloba un conjunto de pertenencias tangibles e intangibles que un determinado grupo cultural considera como valiosas, por ser parte, de una herencia compartida con el resto de la comunidad y que otorga un sentido de identidad a quienes lo poseen.

En la delimitación de lo patrimonial, se debe tomar en cuenta que el dinamismo se presenta como un factor esencial, pues esto evitará caer en la simplificación y en el error de reducir el patrimonio al pasado y a la conservación de objetos o costumbres casi intactas, ya inutilizadas y sin ninguna función social. En razón, un enfoque equivocado sería suponer que el patrimonio cultural comprende solo los elementos que son exclusivos de un pueblo o grupo social que habita un territorio rural en particular



(UNESCO, 2012).

Para comprender mejor lo indicado, basta recordar que una constante en la raza humana desde su existencia ha sido la movilización y desplazamiento por diferentes territorios, lo que ha implicado diferentes formas de contacto de índole intercultural. De igual manera, ocurre cuando un turista regresa a su hogar después de haber realizado un viaje, retoma otras experiencias y visiones de lo que es el mundo y la vida, por ende, algunas de ellas serán asimiladas con adaptaciones al contexto cultural en que vive. Por consiguiente, el patrimonio hay que vincularlo a la herencia de hechos culturales, que un grupo considera como bienes propios, que son compartidos por una comunidad y actúan como referentes identitarios de la misma. El reconocimiento por parte de la colectividad que produce un determinado bien cultural y su valoración como tal, implica un proceso muchas veces inconsciente de jerarquización y selección entre una amplia variedad de hechos culturales (UNESCO, 2012).

En consecuencia, el patrimonio cultural nos remite a nuestras raíces, a la búsqueda del legado ancestral. Si bien su origen se halla en el pasado, no todo lo que procede de allí se mantiene, es decir, la herencia está sujeta a renovaciones y resignificaciones, lo que se evidencia en cambios en la función social, la forma o el estilo, el simbolismo, los elementos materiales que intervienen en su elaboración, entre otros. De tal manera, que algunos elementos se les atribuye distinto sentido y si no se refrescan se tienden a perder para siempre.

En suma, el patrimonio cultural se puede dividir en patrimonio material o tangible y patrimonio inmaterial o intangible, aunque en la realidad concreta hay una permanente interrelación y reciprocidad entre ambos y el ambiente en que se construyeron. En la realidad concreta es difícil marcar el límite entre lo material y lo intangible. La distinción entre ambos tipos de bienes se realiza con fines taxonómicos a



la hora de ordenar y clasificar datos culturales. Un ejemplo de patrimonio material o tangible puede ser todo aquello que se encuentra legado en soporte físico y patrimonio inmaterial o intangible aquello que se encuentra legado a través de significados culturales (Ministerio de Cultura, 2009).

En el patrimonio material a su vez se distinguen dos tipos diferentes de bienes: los “muebles”, denominados así debido a su carácter de objetos móviles. Por consiguiente, corresponde a los objetos artísticos, etnográficos y documentos visuales de valor histórico escritos o gráficos y, los “inmuebles”, que corresponden a aquellos bienes que no cambian de lugar donde fueron erigidos, como los bienes arquitectónicos y algunos arqueológicos (Ministerio de Cultura, 2009).

Por otra parte, el patrimonio intangible, se cifra en la oralidad y engloba los saberes y conocimientos, las prácticas sociales, las técnicas con que se elaboran ciertos objetos. Según la Convención para la Salvaguarda del Patrimonio Cultural Inmaterial de la Organización de las Naciones Unidas para la Educación y la Cultura celebrada en el año 2003 se anota la siguiente definición: El patrimonio cultural no se limita a monumentos y colecciones de objetos, sino que comprende también tradiciones o expresiones vivas heredadas de nuestros antepasados y transmitidas a nuestros descendientes, como tradiciones orales, artes del espectáculo, usos sociales, rituales, actos festivos, conocimientos y prácticas relativos a la naturaleza y el universo, y saberes y técnicas vinculados a la artesanía tradicional (UNESCO, 2012).

La UNESCO de igual forma menciona las siguientes características que permitirán orientar de mejor manera, la comprensión del concepto y que demuestra la evolución del mismo en el tiempo:

Tradicional contemporáneo y viviente en un mismo tiempo	Integrador	Representativo	Basado en la comunidad
<ul style="list-style-type: none">• El patrimonio cultural inmaterial no solo incluye tradiciones heredadas del pasado, sino también usos rurales y urbanos contemporáneo característico de diversos grupos culturales.	<ul style="list-style-type: none">• El patrimonio cultural inmaterial no se presta a preguntas sobre la pertenencia de un determinado uso a una cultura, sino que contribuye a la cohesión social fomentando un sentimiento de identidad y responsabilidad que ayuda a los individuos a sentirse miembros de una o varias comunidades y de la sociedad en general.	<ul style="list-style-type: none">• El patrimonio cultural inmaterial no se valora simplemente como un bien cultural, a título comparativo, por su exclusividad o valor excepcional. Florece en las comunidades y depende de aquellos cuyos conocimientos de las tradiciones, técnicas y costumbres se transmiten al resto de la comunidad, de generación en generación, o a otras comunidades.	<ul style="list-style-type: none">• El patrimonio cultural inmaterial solo puede serlo si es reconocido como tal por las comunidades, grupos o individuos que lo crean, mantienen y transmiten. Sin este reconocimiento, nadie puede decidir por ellos que una expresión o un uso determinado forma parte de su patrimonio.

Figura 1 Características del patrimonio cultural inmaterial

Nota. La figura muestra las características del patrimonio inmaterial tradicional, integrador, representativo y comunidad. Fuente: UNESCO (2012).

Por otra parte, la Ley N° 28296, Ley General del Patrimonio Cultural de la Nación promulgada en el año 2004, define el patrimonio cultural inmaterial como: Las creaciones de una comunidad cultural fundadas en las tradiciones, expresadas por individuos de manera unitaria o grupal, y que reconocidamente responden a las expectativas de la comunidad, como expresión de la identidad cultural y social, además de los valores transmitidos oralmente, tales como los idiomas, lenguas y dialectos autóctonos, el saber y conocimiento tradicional, ya sean artísticos, gastronómicos, medicinales, tecnológicos, folclóricos o religiosos, los conocimientos colectivos de los pueblos y otras expresiones o manifestaciones culturales que en conjunto conforman nuestra diversidad cultural.

Esta definición se encuentra en concordancia con la planteada por la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO, 2012) y según la Convención para la Salvaguardia del Patrimonio Cultural Inmaterial, se entiende por patrimonio cultural inmaterial a los usos, representaciones, expresiones, conocimientos y técnicas junto con los instrumentos, objetos, artefactos y



espacios culturales que les son inherentes que las comunidades, los grupos y en algunos casos los individuos reconozcan como parte integrante de su patrimonio cultural (Catacora, 2018).

Este patrimonio cultural inmaterial, que se transmite de generación en generación, es recreado constantemente por las comunidades y grupos en función de su entorno, su interacción con la naturaleza y su historia, infundiéndoles un sentimiento de identidad y continuidad y contribuyendo así a promover el respeto de la diversidad cultural y la creatividad humana. A los efectos de la presente Convención, se tendrá en cuenta únicamente el patrimonio cultural inmaterial que sea compatible con los instrumentos internacionales de derechos humanos existentes y con los imperativos de respeto mutuo entre comunidades, grupos e individuos y de desarrollo sostenible. Y se entiende por “salvaguardia” las medidas encaminadas a garantizar la viabilidad del patrimonio cultural inmaterial comprendidas la identificación, documentación, investigación, preservación, protección, promoción, valorización, transmisión básicamente a través de la enseñanza formal y no formal y revitalización de este patrimonio en sus distintos aspectos (Catacora, 2018).

2.2.1.1. Expresiones y manifestaciones del patrimonio cultural inmaterial

Según el Ministerio de Cultura del Perú (MIDECU, 2017) las expresiones y manifestaciones del patrimonio cultural inmaterial cumplen un papel importante en la sociedad porque otorgan a las comunidades que las practican un sentimiento de identidad y continuidad: identidad porque fortalecen los lazos de las personas con su propia memoria histórica y continuidad porque se inscriben en una cadena temporal ininterrumpida que proviene de tiempos lejanos a veces inmemoriales y se proyecta al futuro. En este sentido, la continuidad de las expresiones también es una



responsabilidad, pues compete a los portadores a mantener su vigencia para las generaciones venideras (MIDECU, 2017). A su vez, el conocimiento de las expresiones culturales contribuye a construir una ciudadanía abierta a la diversidad, promoviendo el intercambio de valores entre culturas y fortalece las relaciones entre los ciudadanos a partir del mutuo respeto (MIDECU, 2017).

El conjunto de expresiones que pertenecen al patrimonio cultural inmaterial es muy variado. Para facilitar su conocimiento y difusión, se ha propuesto una clasificación referencial para los procesos de registro e inventario, según los siguientes ámbitos:

- Lenguas y tradiciones orales.
- Fiestas y celebraciones rituales.
- Música y danzas.
- Expresiones artísticas y plásticas: arte y artesanía.
- Costumbres y normativas tradicionales.
- Formas de organización y de autoridades tradicionales.
- Prácticas y tecnologías productivas.
- Conocimientos, saberes y prácticas asociadas a la medicina tradicional y la gastronomía.
- Los espacios culturales de representación o realización de prácticas.

2.2.1.2. Gestión turística del patrimonio cultural inmaterial

Velasco (2017) manifiesta que la gestión turística del patrimonio cultural es la aplicación de conocimientos específicos para la adecuación de bienes de patrimonio cultural en recursos turísticos. El punto de partida es, en razón de los bienes de los que estamos hablando, la conservación de los mismos y la preservación del espíritu que representan. Pero esto ha de ser combinado con el hecho de que el patrimonio vive una



creciente presión para ser adaptado a un uso turístico, hecho relacionado con el progresivo aumento del turismo cultural. La utilización de algunos instrumentos básicos permitirá que los procesos de interacción entre el sector turístico y el sector del patrimonio cultural permitan, no solo encontrar el equilibrio entre ambos, sino mejorar el rendimiento de los dos sectores.

Durante las últimas décadas la preocupación efectiva por la cultura como dimensión importante en el desarrollo sostenible de los pueblos y la lucha contra la pobreza ha venido incrementándose en los ámbitos tanto nacional como internacional. La Conferencia Mundial sobre Políticas Culturales realizada en México, hacía ya hincapié en la importancia de humanizar el desarrollo, considerando como fin último a la persona; y que la cultura contribuye a fortalecer la independencia, la soberanía y la identidad de las naciones, siendo su constitución fundamental como marco del proceso de desarrollo (Velasco, 2017).

Para el turismo el patrimonio legitimado social y colectivamente, activado por los poderes establecidos, son los recursos turísticos que hacen referencia al patrimonio material e inmaterial. El recurso puesto en valor obtiene la capacidad de transformarse en oferta para satisfacer necesidades de la demanda, lo que conlleva a convertirse en producto turístico.

Norrild (2002) señala que el recurso no es válido por sí mismo, sino por su capacidad de transformación para satisfacer las necesidades de la demanda. Por lo tanto, el patrimonio turístico es el conjunto de bienes materiales e inmateriales que constituyen la materia prima que hace posible el desarrollo del turismo. Esa capacidad de transformación, de los recursos turísticos, está condicionada por su potencialidad como tal. La condicionalidad de potencial es el insumo para ser evaluado y valorado con perspectiva a ser puesta en valor. La potencialidad conjuntamente con la capacidad



de transformación de los recursos turísticos viene a constituir el patrimonio turístico. Al respecto, la OMT-Organización Mundial del Turismo sostiene que “el patrimonio turístico es el conjunto potencial (conocido o desconocido) de los bienes materiales o inmateriales a disposición del hombre y que pueden utilizarse, mediante un proceso de transformación, para satisfacer sus necesidades turísticas” (Leno, 1991, p.9).

La puesta en valor del potencial de un recurso turístico es la parte sustantiva del proceso de transformación en producto, para ser activado formalmente por el poder constituido y así garantizar su preservación. Así creo que debemos apostar por el desarrollo del turismo. El proceso de evaluación de la potencialidad turística de los recursos turísticos es un instrumento de gestión para el desarrollo del turismo (Rivera, 2017).

2.2.1.3. Gestión de las industrias culturales

El término industria creativa e industria cultural se usan a veces como sinónimo. En otras se argumenta que la industria cultural es de hecho una especialización de la industria creativa, pues algunas disciplinas de la industria culturales, como por ejemplo el diseño o la publicidad- no pueden considerarse como cultura. Evidentemente, uno de los elementos que contribuyen a la dificultad de conceptualizar qué son las industrias culturales proviene de la delimitación de los sectores que deben considerarse culturales.

El término industrias culturales se refiere a aquellos sectores que están directamente involucrados con la creación, producción y distribución de bienes y servicios que son de naturaleza cultural y que están usualmente protegidos por el derecho de autor (Quartesan, Romis y Lanzafame, 2007). El Instituto Iberoamericano del Patrimonio Natural y Cultural (2012) mencionan que la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura plantea una noción de industrias culturales asociada con el concepto de creación o de creatividad en una perspectiva



amplia. Y con el propósito de articular dimensiones tan abstractas como la cultura, el arte, la creatividad con otras tan concretas como la industria, la economía o el mercado. Vincula la definición de industrias culturales con el derecho de autor. Las industrias culturales son aquellas que se reproducen a escala industrial, utilizan como materia prima creaciones protegidas por derechos de autor y producen bienes y servicios culturales fijados sobre soportes tangibles.

Las industrias culturales están asociadas con todos los procesos cotidianos, con la construcción de la sociedad y aportan a la generación de procesos de conocimiento y aprendizaje profundos y duraderos que incluyen la transmisión de habilidades y herramientas.

Por otra parte, en términos pragmáticos, pueden definirse las industrias creativas y culturales como "toda una serie de creaciones simbólicas que, multiplicadas en numerosas copias en soportes materiales o inmateriales, van al encuentro de sus receptores" (Bustamante, 2003).

En ese contexto, habla de la gestión de las industrias culturales se refiere a la existencia de una serie de pasos metodológicos para llevar adelante objetivos. La gestión incluye, entre otros, un proceso administrativo que se desarrolla en el funcionamiento de alguna organización o que se emprende al querer concretar alguna idea y transformarla en proyecto. La administración dentro de la gestión debe resolver cómo hacer las tareas de cada una de las áreas de una organización con el fin de lograr sus objetivos. La teoría de la administración ha definido algunas funciones básicas para llevar adelante un proceso administrativo que incluye la planificación, organización, dirección y control.



- **Planificación:** proyecta los objetivos, las acciones y métodos para alcanzarlos. Se trata de visualizar y anticipar los problemas que se presentarán en la ejecución de los proyectos y la forma de resolverlos.
- **Organización:** esta función ordena los elementos que participan en la estructura de una organización para cumplir los objetivos, eficaz, eficiente y efectivamente, y llevar adelante la planificación acordada. Es necesario aquí asignar responsabilidades, dependencias y líneas de comunicación.
- **Dirección:** cuando se emprenden grandes tareas, sobre las cuales se organiza un sistema determinado, es necesario introducir la supervisión de las actividades diseñadas. Esto incluye, entre otras cosas, desarrollar las habilidades necesarias para el buen desempeño de las personas que llevan adelante las actividades.
- **Control:** se refiere a las acciones destinadas a verificar el cumplimiento de las actividades planificadas y se encarga de medir el rendimiento obtenido en relación con las metas fijadas. En caso de haber desviaciones, se determinan las causas y se corrige lo que sea necesario.

Estas funciones se incluyen en un proceso administrativo y forman un sistema complejo de entradas y salidas que necesitan ser administrados con una visión de proyección y desarrollo.

La gestión cultural implica desarrollar un proceso metodológico dirigido a cumplir los objetivos en el ámbito cultural, con una visión de transformación permanente. La gestión avanza sobre un proceso administrativo, más allá de la racionalización de los recursos, con una proyección y movimiento continuo tanto de los objetivos, planes, actividades y tareas emprendidas para cumplir el fin. La gestión cultural para producir cambios asociados principalmente al bienestar de las personas, a fomentar la creación, la expresión y el acceso artístico y cultural; en suma, a mejorar su



calidad de vida. Los cambios que se producen en la sociedad, deben ser acogidos por una gestión dinámica, que se visualiza como un proceso de avance continuo y se retroalimenta permanentemente de las transformaciones sociales.

Es importante que la gestión cultural avance en profundizar procesos de desarrollo, que se pueden entender como aquellos donde se produce un bienestar integral -material y espiritual- de los seres humanos. En este sentido, el desafío, o lo que está en juego, es potenciar la organización de las personas y agrupaciones para que actúen como protagonistas, asumiendo la cultura como un espacio de creación y participación permanente.

2.2.1.4. Inventario de recursos turísticos de folclore y acontecimientos programados

Según el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR, 2018). El inventario nacional de recursos turísticos constituye una herramienta de gestión que contiene información real, ordenada y sistematizada de los recursos turísticos que identifica el potencial turístico del país, permitiendo la priorización de acciones del sector público y privado para su conversión en productos turísticos que respondan a la necesidad y diversos segmentos de la demanda. Con respecto a la definición de recursos turísticos, la Ley N° 29408 Ley General del Turismo, define que son las expresiones de la naturaleza, riqueza arqueológica, expresiones históricas materiales e inmateriales de gran tradición y valor que constituyen la base del producto turístico. Asimismo, los recursos turísticos son bienes o elementos naturales, culturales y humanos, materiales o inmateriales, muebles o inmuebles, existentes en un territorio y que, por sus características especiales tienen un potencial turístico que podría captar el interés de los visitantes (MINCETUR, 2018).



En cuanto a los recursos turísticos de folclore y acontecimientos programados estas comprenden la Fase I de Categorización, que es la recopilación de información, proceso que ordena los datos clasificar los lugares, objetos, acontecimientos y otros de interés de los recursos turísticos del país, región o área determinada (MINCETUR, 2018).

- Folclore: Es el conjunto de tradiciones, costumbres, leyendas, poemas, artes, gastronomía, etc., del país, región o pueblo determinado. Hace referencia a los elementos o bienes intangibles de la cultura que han prevalecido hasta la actualidad. Categoría que va acorde a la Ley N° 28296, General del Patrimonio Cultural de la Nación, referido al Patrimonio Inmaterial en su clasificación Folclore (MINCETUR, 2018).
- Acontecimientos programados: Agrupa a todos los eventos organizados, actuales o tradicionales, públicos o privados, que atraen a los turistas como espectadores o actores (MINCETUR, 2018).

2.2.2. Diversificación de la actividad turística cultural

2.2.2.1. Diversificación turística

La diversificación turística se convierte en un canal privilegiado para resaltar la especificidad de cada territorio (Voleger y Hernández, 1999) por lo que “Se trata de una estrategia de singularización orientada a romper con la excesivamente estandarizada oferta de ocio de los destinos de turismo, mediante la incorporación de nuevos equipamientos recreativos y/o la especialización en segmentos de demanda específicos, que profundizan en el elemento motivacional como forma de diferenciación (Vera y Baños, 2010). Se entiende entonces que sin una diversificada oferta de actividades “complementarias”, la demanda turística que acude a los municipios rurales difícilmente aumentará la estancia media y la fidelidad al destino. Por todo ello, se tienen que



proveer actuaciones encaminadas hacia la implantación de actividades innovadoras que estimulen, entretengan, diviertan, pero también, formen y conciencien al turista (Díez, 2011).

En relación a ello, Troncoso (2011), sostiene que se ha generado nuevas formas de turismo acompañadas de una diversificación y segmentación de la oferta para satisfacer las demandas, induciendo a la creación de nuevas tendencias paradigmáticas con importantes retos, bautizadas como: turismo de naturaleza, ecoturismo, turismo rural, turismo alternativo y turismo social.

La diversificación turística implica cuatro ejes: Poner en valor los recursos y productos menos valorizados de un territorio con el objetivo de evitar una oferta concentrada y estacionalizada. Innovar en productos y servicios turísticos mediante el diseño de nuevos paquetes turísticos y la realización de benchmarking (análisis de la oferta de otros destinos para extraer un aprendizaje aplicable en el territorio). Abrir nuevos mercados y diversificar los canales de venta a través de estrategias comerciales adecuadas. Y Desarrollar zonas de especialización para que el turismo revierta en la cohesión territorial mediante la adaptación de la oferta a los nuevos hábitos turísticos del público actual. La diversificación turística busca así desarrollar una nueva estrategia para promover el poder de atracción de un territorio, diferenciarlo de sus competidores, y captar nuevos visitantes.

Existen dos tipos de diversificación. La diversificación relacionada, Es un tipo de diversificación que se basa en la búsqueda de sinergias entre las antiguas y las nuevas actividades de la empresa (Sotelo, 2018). Ésta se puede deber a una similitud tecnológica o a similitudes en los sistemas de comercialización. Por lo general, la intención es llegar a nuevos nichos del mercado y generar negocios que, hasta entonces, quedaban fuera de su ámbito de acción (Sotelo, 2018). “La diversificación relacionada



serían las integraciones verticales, que suponen para la empresa la entrada en negocios de los que se provee, por ejemplo fabricando las mercaderías necesarias para el proceso productivo de su antiguo producto y pasando así a ser su proveedor, lo que es conocido como integración hacia atrás, o bien convirtiéndose en su propio cliente al entrar en negocios en los que participaba su producto como la fabricación de nuevos bienes y servicios, o la distribución del mismo, lo que se conoce como integración hacia delante” (Sotelo, 2018). La nueva actividad estará colocada en la mitad de todo el embrollo en el mismo nivel de las actividades que ya tiene la empresa. Es decir, supone añadir productos o servicios sustitutivos o complementarios a la actividad de la empresa (Sotelo, 2018). Respecto a la diversificación no relacionada, La diversificación no relacionada supone la forma más radical de diversificación, ya que no existe ninguna relación entre las actuales y nuevas actividades de la empresa. Su objetivo es financiero, no busca aprovechar habilidades o buscar sinergias, sino que persigue una reducción del riesgo global de la empresa (Sotelo, 2018).

2.2.2.2. Actividad turística cultural

La Ley N° 29408, Ley General del Turismo, define a la actividad turística la prestación de servicios a los turistas como los servicios de alojamiento, intermediación, alimentación, traslado, información, asistencia o cualquier otro servicio relacionado directamente con el turismo. Por otra parte, la Organización Mundial del Turismo citado por Zulma (2019) define la actividad turística como las actividades que realizan los turistas durante sus viajes y estancias en lugares distintos a su entorno habitual por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año con fines de ocio u otros.

En cuanto se refiere a la concepción del término cultural, para fines investigativos y académicos, este vocablo está en estrecha relación con los eventos culturales, que para su mejor comprensión se considera importante hacer una



clasificación de los mismos a partir de los que se realizan con más frecuencia.

Una primera clasificación se podría hablar de tres tipos de eventos culturales: en un primer lugar los eventos culturales cuya misión es dar a conocer un bien cultural; los segundos serían aquellos eventos de otra índole, como pueden ser eventos deportivos o corporativos que utilizan la cultura como eje fundamental del mismo (por ejemplo, la ceremonia de apertura de unos juegos olímpicos) y, por último, los eventos culturales mixtos en los que se fusionan un evento cultural y un evento de otra tipología, como puede ser una cata de vinos junto con un concierto (Gómez, 2015).

Una segunda clasificación de Gómez (2015) acerca de los eventos culturales, parte de todos aquellos tipos de evento que utilizan como mensaje o fin, un producto cultural. En ese caso, la clasificación es la siguiente:

- Eventos musicales: son todos aquellos donde el mensaje a lanzar está compuesto por alguna de las artes que componen la música, ya se trate de un solo estilo o de la combinación de la música con alguna otra manifestación artística. Como pueden ser los festivales de música, conciertos, entre otros.
- Eventos cinematográficos: son todos aquellos que se caracterizan por tratar algún aspecto del cine. Alguno de los eventos que se pueden encontrar dentro de esta tipología son premios de cine, premiers o festivales internacionales entre otros.
- Eventos artísticos: son todos aquellos que toman como eje principal alguna corriente artística o los artistas que la conforman. Alguno de los eventos son teatro, danza, exposiciones, entre otros.
- Eventos folclóricos: son aquellos eventos que tienen como tema principal un componente folclórico. Dentro de esta tipología se encuentran por ejemplo las fiestas populares.



- Eventos literarios: son aquellos que se centran en una rama específica de la literatura, como puede ser un recital o feria del libro.
- Eventos conmemorativos: son aquellos eventos que reproducen algún elemento histórico de la cultura universal. Dentro de esta tipología se encuentran eventos como pueden ser actos oficiales o una exposición.
- Eventos multidisciplinarios: son aquellos eventos que combinan diferentes espectáculos dentro de las artes escénicas.

2.2.2.3. Motivación y experiencia turística

La motivación es un factor fundamental en la conducta del consumidor. Dubois (2000) clasifica la conducta del consumidor en tres círculos concéntricos. En un primer nivel, el individual, aparecen conceptos como las motivaciones, las percepciones, las experiencias pasadas y las actitudes. En el segundo nivel, el interpersonal, el entorno cercano como los grupos de referencia y opinión, influyen en las conductas del consumidor. Por último, en el tercer nivel, es decir el sociocultural, factores como la clase social, el estilo de vida o la cultura, son elementos clave que explican la diferente toma de decisiones por parte de los consumidores.

En ese sentido, se puede decir que la motivación es un estado de necesidad, una condición que ejerce una presión sobre el individuo que le insta a realizar ciertos tipos de acciones que considera como correctos, placenteros o agradables (Page, 2003) y que representa el comienzo para realizar cualquier investigación sobre la conducta del consumidor.

Dubois (2000) define la motivación como el proceso que hace que la gente se comporte de una manera u otra. En muchos libros y artículos de carácter científico, palabras como la motivación, la necesidad, el deseo, el impulso, la ventaja o el instinto han sido utilizadas de manera ambigua, confusa e intercambiable. De manera general, se



puede afirmar que todas estas palabras suponen un factor interno que hace que un individuo realice una acción específica a partir de una conducta determinada (Decrop, 2019).

Con respecto a la motivación turística, Williams y Buswell (2003) sostienen que son un reflejo de la libertad de elección, de la libertad de valoración y de la subjetividad intrínseca por acometer las acciones preferidas de cada uno. Mientras, Gnoth (2017) define la motivación turística como un factor de impulso interno, que lleva al turista a buscar objetos, situaciones y eventos propios de un lugar concreto. Krippendorf (2017), por su parte, afirma que la gente que viaja está haciendo una especie de investigación psicológica turística, que durante años ha sido estudiada mediante las encuestas de motivaciones. En consecuencia, se puede decir que las motivaciones son conceptos muy subjetivos puesto que cada persona viaja por una razón distinta. Cada motivación conlleva distintas conductas para lograr diferentes objetivos en función de las características personales de cada uno (Decrop, 2019). Incluso, un mismo individuo puede tener a veces varias motivaciones en un solo viaje que van cambiando en función de los distintos estados de ánimo, necesidades y circunstancias (Williams y Buswell, 2003).

En ese contexto, la motivación del turista cultural definido por Middleton (2014) son aquellas cuyas influencias internas y psicológicas afectan a la capacidad de elección de un individuo. Según McIntosh y Goeldner (2010), las motivaciones del turismo cultural han existido desde los siglos XVII Y XVIII, con aquellos aventureros que se desplazaban en viajes organizados y que estaban ávidos por encontrar nuevas experiencias y conocimientos de tipo cultural.

Cabe indicar que la cultura no es algo que le interesa a todo el mundo por igual. A unos, les interesa más, y a otros menos. Una investigación de Spielberg (2005) indica



que hay cinco grados diferentes de motivación en el turismo cultural:

- Un primer tipo de personas son aquellas que están muy motivadas por la cultura. Son generalmente individuos con ingresos altos y estudios superiores que viajan a una ciudad para asistir especialmente a sus teatros, a sus museos o a sus festivales culturales.
- El segundo tipo está motivado en parte por la cultura, es decir, personas que viajan a una ciudad por las posibilidades culturales que ofrece y también para ver a sus amigos o familiares.
- El tercer tipo es el de una persona para la que la cultura está adjunta a otra motivación principal. Es decir, el turista no se desplaza a una ciudad por una razón de índole cultural, sino de otro tipo, pero que durante su estancia organiza y asiste a actividades culturales.
- El cuarto tipo es el de aquél que Spielberg llama como turista cultural accidental. Ésta es una persona que no tiene la intención de participar o visitar ningún tipo de actividad cultural, pero que de manera casual acompaña a unos amigos o familiares a espacios culturales, o bien asiste a un evento cultural porque está cerca de su hotel o lugar de alojamiento. Es decir, no planifican sus actividades culturales, sino que son accidentales, fortuitas.
- Finalmente, existe un último grupo de personas que no asisten nunca a ninguna actividad cultural por falta de interés.

Por otro lado, coloquialmente, la palabra “experiencia” se refiere a las circunstancias o acontecimientos vividos por una persona. En turismo, sin embargo, el término se usa para señalar un tipo especial de producto turístico (Servicio Nacional de Turismo, s.f.), ahondando en la conceptualización, se identifican tres aproximaciones conceptuales: Primero Boorstin entiende la experiencia como un acto de consumo



popular, construida a partir de eventos prefabricados aptos para el consumo de masas. Segundo, Mc. Cannell considera, que la experiencia turística es una respuesta activa a las presiones que la vida cotidiana ejerce sobre las personas y que los turistas buscan experiencias auténticas para compensar estas tensiones. Complementa a esta visión la de Cohen, quien considera que la experiencia varía y depende de las particularidades de cada turista, ya que cada uno requiere experiencias diferentes según sus necesidades. Por último, Ryan sugiere que la experiencia turística es una actividad plurifuncional que no sólo se limita a contemplar, sino que incluye el resto de sentidos (Anton, Gonzáles, Martí, Fernández, Gala y García, 2007).

La diferencia entre un servicio turístico y una experiencia turística es que esta última actúa en un nivel subjetivo, involucrando directamente al visitante. Una consecuencia de ello es que, mientras la calidad de un servicio puede ser medida de manera más o menos objetiva (considerando variables como tiempo de duración, comodidad, higiene o cumplimiento de determinados estándares), la experiencia se asocia con procesos internos del turista y, por lo tanto, es más difícil de evaluar (SERNATUR, s.f.)

Para Verde (2016) una experiencia turística se caracteriza por:

- Articular bienes y servicios habituales (como traslados, comidas, alojamientos, servicio de guías, souvenirs, etc.) con otros menos comunes y específicamente elegidos para la ocasión. Así, la experiencia no reemplaza los servicios turísticos, sino que los integra en un todo que produce efectos en quienes la viven, aunque, naturalmente, una experiencia turística de calidad requiere servicios de calidad.



- Integrar múltiples sentidos, como el olfato, el oído, el tacto u otros, para sumergir al turista en el conjunto de estímulos que lo rodea e intensificar su vivencia.
- Apelar a diversas dimensiones humanas, como la física, la intelectual, la social, la espiritual y, especialmente, la emocional. En general, las experiencias más memorables y valoradas son aquellas que logran comprometer al visitante en varias dimensiones.
- Incorporar una narrativa, esto es, una historia o conjunto de ideas que dé significado, coherencia y organización a todos sus elementos. Bien lograda, dicha narrativa puede constituirse en un atractivo en sí misma, sea que se despliegue explícitamente en un texto escrito o en las palabras del guía, o bien, que esté implícita en la sucesión de actividades de la experiencia, en el carácter de la infraestructura o en la decoración de los espacios.
- Provocar interacciones con el entorno que vayan más allá de la sola contemplación. Dichas interacciones pueden producirse con el medio material (equipo, infraestructura, naturaleza, etc.) o social (guías, gente local, otros turistas, etc.), y a partir de ellas, el turista se involucra en el desarrollo de su propia experiencia lo que incrementa también su compromiso con lo que está viviendo.

2.2.2.4. Turismo y turista cultural

Para Goeldner y Brent (2011) el turismo está dado por todos “los procesos, actividades y resultados que surgen de la relación e interacción entre turistas, prestadores de servicios turísticos, gobiernos y comunidades anfitrionas, así como el entorno en el proceso de atraer y alojar a esos visitantes”; combinando servicios e industrias que permitirán vivir, adquirir una experiencia al visitante. Cooper (2007)



define al turismo como “un conjunto de personas, negocios, organizaciones y lugares que se combinan de alguna forma para proporcionar una experiencia de viaje”, y agrega, como una síntesis de su definición, que el turismo es una actividad multidimensional que ha de impactar muchas vidas (entendiéndose por ellas las de los locales y visitantes) y diversos ámbitos económicos. En ese entender, la OMT (1999), dice que el turismo se trata de un “sistema integral, basado en factores de oferta y demanda” en el que los “factores de demanda son los turistas internacionales e internos”, y los componentes de la oferta, “las atracciones y actividades turísticas, las instalaciones y servicios de alojamiento y de otro tipo, la infraestructura de transporte y general, y la promoción de los mercados turísticos”. Asimismo, Vogeler y Hernández (2004) señalan que el turismo es un sistema dado por las relaciones entre el turista y lo que llaman un “objetivo”, es decir, el núcleo receptor, la empresa intermediaria y la organización turística en general.

Esteban y López (2008), afirman que el turismo cultural “cubre no solo el consumo de productos culturales del pasado, tales como los lugares arqueológicos, sino también la cultura contemporánea, como por ejemplo los museos de diseño con contenidos modernos y vanguardistas”.

Según de la Orden (2012) podemos definir al turista cultural como aquel que tiene una serie de motivaciones patrimoniales y culturales que le mueven a escoger un lugar para conocerlo. Es decir, que busca conocer en su visita el patrimonio histórico y natural de la ciudad; trama urbana, murallas, calles, plazas, museos, así como otras manifestaciones como son: paisajes, fiestas, gastronomía, folklore u otras representaciones culturales contemporáneas: conciertos, exposiciones de arte, etc.

Nos muestra que el turista de lo cultural es curioso por naturaleza, necesita tanto como su homónimo de masas, algunos rasgos conocidos que le den confianza e inspiren



seguridad. Se trata de clientes que pueden estar ávidos de conocimiento, se entiende que no científico, pero si basados aparentemente en hechos objetivos, y dispuestos a intentar mirar en la limitada profundidad que la visita y la información ofertada permita, entender el cómo y el porqué de los elementos mostrados, de maravillarse del conjunto y sorprenderse con los detalles. Preocupado por la naturaleza y por las culturas que intuitivamente considera en las fronteras del cambio o pérdida inminente, busca las señas de identidad y exalta lo autóctono, inmerso en un sentimiento nostálgico que le lleva a despertar el apego hacia recuerdos, espacios y tiempos más imaginados que vividos y, por ello, promotores de cualquier elemento que pueda ser incluido en su experiencia (Santana, 2003).

Romero (2001) expone que podemos considerar turista cultural aquella persona cuyo principal motivo para visitar una ciudad es conocer su patrimonio histórico; observar y participar de las costumbres, idiosincrasias y modos de vida de la población residente; asistir a manifestaciones de cultura tradicional y presenciar representaciones culturales contemporáneas.

Devesa y Palacio (2002) como se citó en De La Calle (2002) el visitante de estas ciudades suele ser un visitante de elevado nivel educativo, que organiza el viaje de manera individual y sin la intermediación de agencias de viajes; realiza una visita de índole cultural, con un desplazamiento corto y una estancia reducida que, en muchas ocasiones, no incluye la pernoctación en el lugar visitado (está muy ligado al fenómeno del excursionismo). Se suelen visitar los principales monumentos y una de las principales actividades consiste simplemente en pasear en un ambiente agradable, especialmente en el caso de las personas que repiten la visita.

En consecuencia, un turista cultural es bastante heterogéneo, escoge un destino con el objetivo de disfrutar de un producto o manifestación cultural. El perfil



mayoritario corresponde a personas jóvenes, con un alto nivel de estudios, conexión profesional con actividades culturales, y una elevada capacidad por interpretar y contextualizar la manifestación realizada (De la Orden 2012). Con respecto al tipo de turistas culturales, tenemos a:

- Turista motivado culturalmente: Los turistas de esta categoría seleccionan sus vacaciones en función de las oportunidades culturales que ofrecen los destinos. Están motivados por el aprendizaje, de asistir a un evento cultural que para ellos resulta significativo.
- Turista inspirado culturalmente: Normalmente este tipo de turistas organizan un viaje para asistir a centros culturales o lugares de patrimonio histórico, sin la intención de repetir una segunda vez.
- Turista atraído culturalmente: Este tipo de turista cultural asiste a una conferencia, a un concierto, a una exhibición o a un evento cultural en concreto.
- Turista cultural superficial: Por lo general, buscan atractivos históricos culturales reconocidos, para lo cual no consideran necesaria la compañía de un guía turístico. Suelen buscar información básica y suficiente sobre los atractivos culturales que eligen visitar.
- Turista cultural aficionado: Su principal preferencia se centra en los atractivos históricos culturales al aire libre y rodeado de naturaleza. Además, sin ser especialistas en el tema, buscan estar bien informados, porque recurren a fuentes especializadas antes de realizar sus viajes. Por otro lado, buscan destinos que les permitan realizar variadas actividades, sobre todo culturales.
- Turista cultural conocedor: Poseen un mayor emprendimiento en conocer la cultura de los lugares que eligen visitar. Les interesa conocer con detenimiento



las costumbres culturales y el misticismo de los lugares que visitan. Por ello, también están interesados en indagar sobre mitos y leyendas de los pueblos.

Los turistas culturales, con carácter general, tienen un perfil de persona muy concreto. Uno de los estudios que mejor analiza esta categoría de turistas, y que tuvo mayor repercusión académica, fue el que realizó Garfield (1993), según el cual los turistas culturales son individuos que están preocupados por el medio ambiente, son abiertos políticamente, aprecian las diferencias culturales, viajan de manera frecuente, tienen estudios superiores y demuestran empatía en sus encuentros con los residentes. Además, según este autor, los turistas culturales compran artesanía y souvenirs en función de su valor educativo y artístico. Suelen utilizar todo tipo de transporte con tal de que les lleven a un lugar único y extraordinario, y no tiene reparo en alojarse en hoteles locales modestos siempre y cuando estén limpios. Son clientes exigentes con una gran percepción por la calidad, la excelencia en el servicio, el gusto por lo auténtico, y que no toleran la mediocridad.

2.2.2.5. El producto turístico cultural

El turismo cultural empezó a ser reconocido como una categoría de producto propia cuando los promotores empresariales e investigadores académicos del turismo se dieron cuenta de que algunas personas viajaban específicamente para lograr un conocimiento más profundo de la cultura o patrimonio de un destino (Esteban, 2007).

La teoría del marketing define un producto como “cualquier cosa que se pueda ofrecer al mercado para su adquisición, uso o consumo y que satisfaga una necesidad o carencia” (Kotler, 1989 como se citó en Esteban, 2007).

Según la Ley N° 29408 - Ley General de Turismo, “el producto turístico es el conjunto de componentes tangibles e intangibles que incluyen recursos y/o atractivos turísticos, infraestructura, planta turística y actividades recreativas. El producto turístico

busca satisfacer motivaciones y expectativas, siendo percibidos como una experiencia turística”.

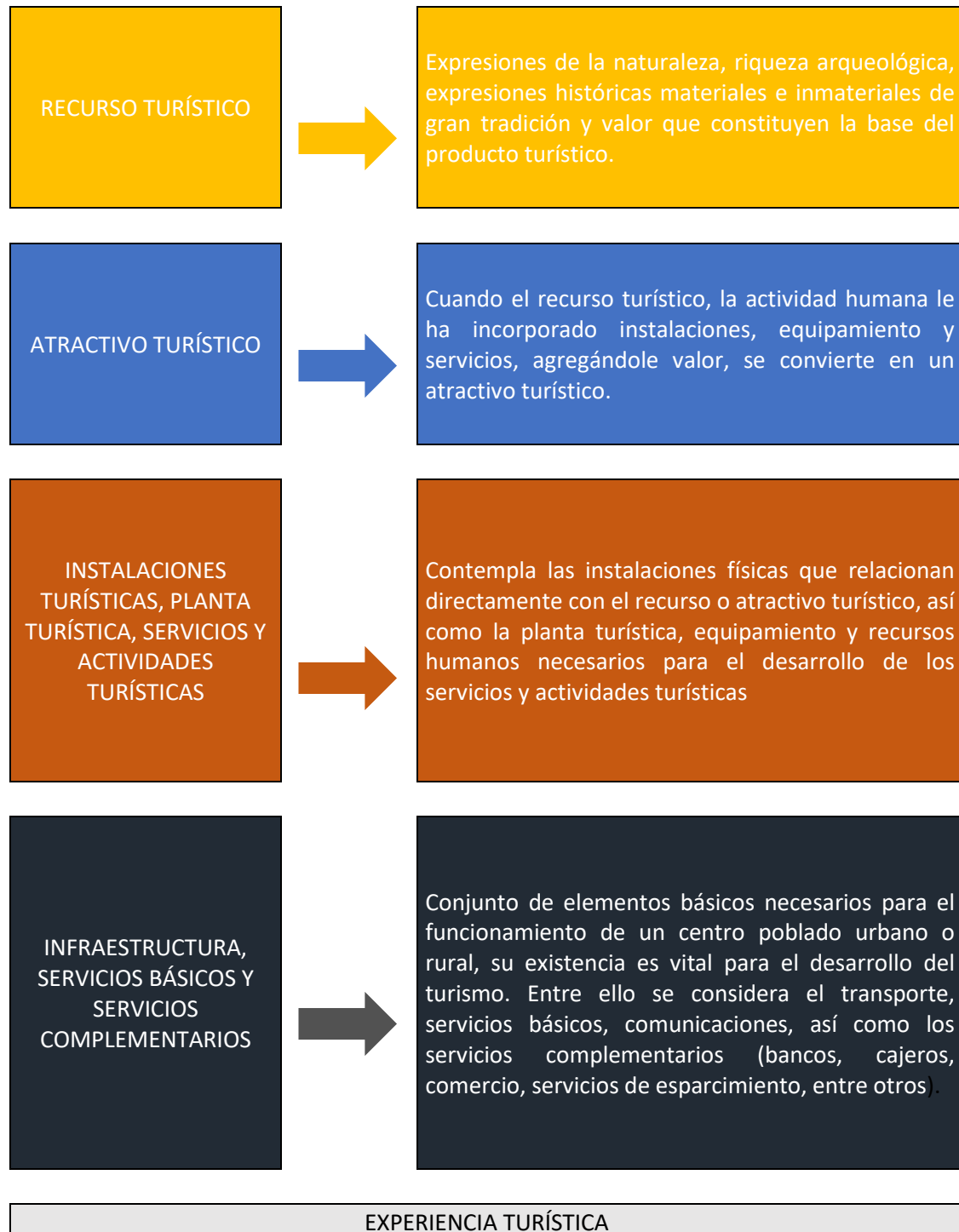


Figura 2 Características del patrimonio cultural inmaterial

Nota. La figura muestra las características del recurso turístico. Atractivo turístico, instalaciones turísticas y servicios complementarios. Fuente: MINCETUR.

En ese contexto, Esteban (2007) afirma que, desde la perspectiva de la oferta, el producto turístico del turismo cultural está asociado a componentes tangibles como el turismo patrimonial, infraestructura, y equipamiento, mientras que, desde el punto de vista de la demanda, está más relacionado con componentes intangibles: elementos que pueden ser creados, extendidos o desarrollados más ampliamente. Como ilustración a esto, los componentes tangibles son los siguientes:

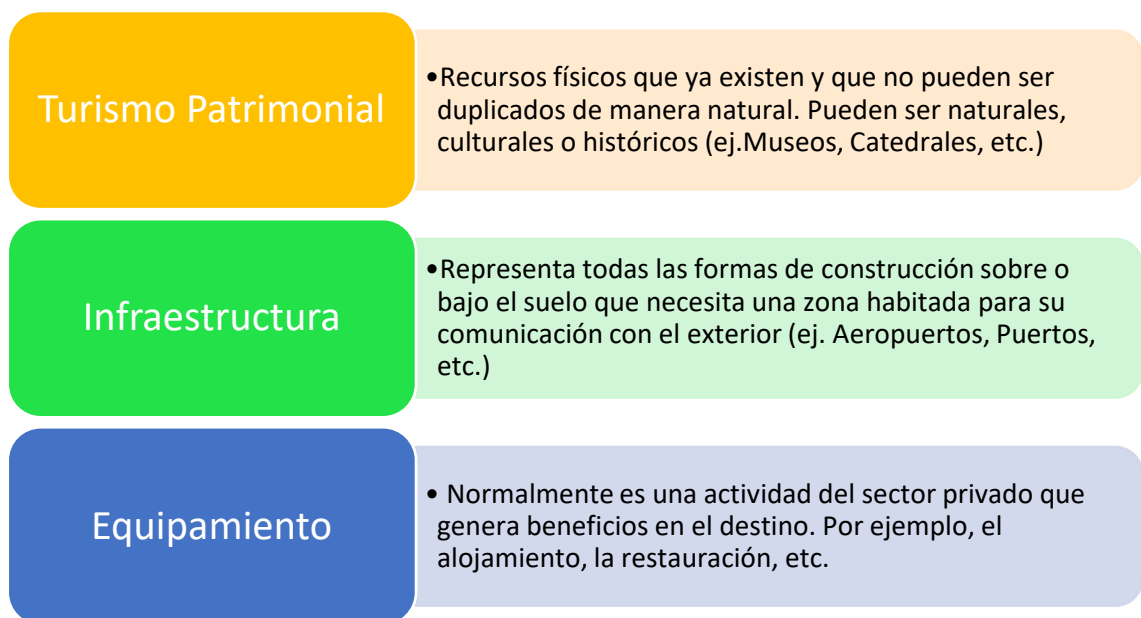


Figura 3 Componentes del producto turístico cultural - oferta

Nota. La figura muestra los componentes integrados en turismo patrimonial, infraestructura y equipamiento. Fuente: Esteban (2007).



CAPÍTULO III

MATERIALES Y MÉTODOS

3.1. MÉTODO MIXTO

El método del trabajo de investigación es cuantitativo, porque este método se fundamenta en la medición de las características de los fenómenos sociales, lo cual supone derivar de un marco conceptual pertinente al problema analizado, una serie de postulados que expresen relaciones entre las variables estudiadas de forma deductiva (Bernal, 2010).

3.2. TIPO Y DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

3.2.1. Tipo

La investigación es exploratoria - descriptiva, porque se busca describir las características de la variable 1 (Patrimonio cultural inmaterial) y la variable 2 (Actividad turística cultural).

3.2.2. Diseño

El diseño de la investigación es no experimental, puesto que no se manipula las variables consideradas, es decir, se observan los fenómenos en su contexto natural (Hernández et al., 2014).

3.3. POBLACIÓN Y MUESTRA DEL ESTUDIO

3.3.1. Población

La población finita cuantitativa del presente estudio estuvo conformada por 2,419 turistas culturales (fuente: PromPerú).



3.3.2. Muestra

$$n = \frac{N Z^2 S^2}{Nd^2 + Z^2 S^2}$$

N	=	2,419
Z	=	1.96
Z ²	=	3.8416
S		
S ²	=	15
d	=	1
d ²	=	1
NZ ² S ²	=	139392.456
Nd ²	=	2419
Z ² S ²	=	57.624
Nd ² + Z ² S ²	=	2476.624
n	=	56.283

3.4. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS

La recolección de datos se desarrolló en los meses de diciembre del 2019 a febrero del 2020.

3.4.1. Técnicas

Se utilizó el manual del MINCETUR para la elaboración del inventario de recursos turísticos y su identificación, ordenamiento, clasificación, categorización y evaluación de acuerdo al procedimiento técnico. Asimismo, se usó la técnica de la observación directa, encuesta y las escalas tipo Likert.

3.4.2. Instrumentos

Se emplea ficha de registro de recursos turísticos, ficha de observación directa, cuestionario estructurado y escalas de valor de 4 a 1.

3.5. PROCEDIMIENTO Y ANÁLISIS DE DATOS

La categorización de recursos turísticos se efectuó de acuerdo al siguiente procedimiento:

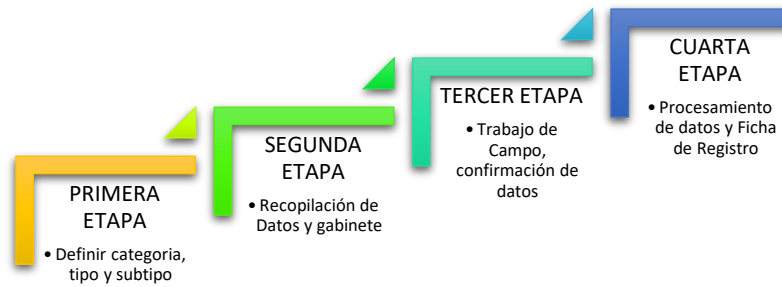


Figura 4 Categorización de recursos turísticos

Nota. La figura muestra el proceso de categorización de recursos turísticos. Fuente: DGET

En cuanto a la evaluación, el manual de MINCETUR, considera 8 criterios de evaluación, estos han sido integrados en función de la homogeneidad de las variables de medición, en los siguientes grupos:

Tabla 1

Criterios de evaluación

Criterio relacionados con el valor intrínseco del recurso turístico	Criterio relacionados con la representatividad y la demanda
<ul style="list-style-type: none"> • Particularidad • Publicaciones • Reconocimientos • Estado de conservación 	<ul style="list-style-type: none"> • Flujo de turistas • Facilidades • Representatividad territorial • Inclusión en la visita turística

Nota. Datos tomados de MINCETUR



Tabla 2

Criterios de evaluación con ponderados

CRITERIO DE EVALUACION	VALOR ASIGNADO	PONDERACION	SUB TOTAL
Particularidad		2	
Publicaciones		0.5	
Reconocimiento		1.5	
Flujo de turistas		2	
Facilidades		1	
Representatividad territorial		1	
Inclusión en la visita turística		0.5	
		TOTAL	

Nota. Datos tomados de MINCETUR

Con respecto al análisis de datos se realizó la tabulación de datos y análisis e interpretación de datos a través de la estadística descriptiva.

Tabla 3

Estadística descriptiva

POBLACIÓN	Muestra 1	DEDUCCIÓN
	Muestra 2	
	Muestra 3	
	Muestra N	

Nota. Datos elaborados con información propia

CAPÍTULO IV

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1. DETERMINAR LAS EXPRESIONES DEL PATRIMONIO CULTURAL INMATERIAL QUE SON ESENCIALES PARA LA DIVERSIFICACIÓN DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA CULTURAL DE LA CIUDAD DE PUNO

Tabla 4

Patrimonio cultural inmaterial como atractivos turísticos

Patrimonio Cultural Inmaterial	Categoría	Tipo	Subtipo	Total
Festividad de la Virgen de la Candelaria	Acontecimientos Programados	Fiestas	Fiestas Religiosas y Patronales	1
Feria de las Alasitas	Folclore	Ferias y Mercados	Ferias Artesanales	1
Año Nuevo Andino	Acontecimientos Programados	Eventos	Otros (eventos culturales)	1
Feria Wawa Qhatu	Folclore	Ferias y Mercados	Ferias Artesanales	1
Escenificación de la Salida de Manco Capac y Mama Oclo	Acontecimientos Programados	Eventos	Otros (eventos culturales)	1
Total				5

Nota. Datos e información propia

Análisis e interpretación: de acuerdo al vigente Plan Estratégico Regional de Turismo – PERTUR Puno, el Inventario Nacional de Recursos Turísticos y Calendario Festivo de DIRCETUR, la ciudad de Puno cuenta con 5 recursos turísticos categorizados en acontecimientos programados y folclore, y que al estar en el centro de soporte turístico, estos recursos son considerados como atractivos turísticos por la existencia de facilidades, instalaciones, equipamiento y servicios turísticos. Cabe resaltar que la Festividad de la Virgen de la Candelaria declarada como Patrimonio



Cultural Inmaterial de la Humanidad por la UNESCO en noviembre del 2014, es el único acontecimiento cultural e inmaterial que ofertan las agencias de viajes. Respecto a la Feria de las Alasitas, este atractivo turístico de tipo ferias y mercados, tiene la declaratoria de Patrimonio Cultural de la Nación y por su singularidad genera la atracción de turistas culturales. En cuanto al Año Nuevo Andino, este evento cultural es promocionado todos los años en el calendario turístico de PROMPERÚ. Referente a la Escenificación de la salida de Manco Capac y Mama Ocllo, este acontecimiento programado durante la semana del aniversario de la ciudad de Puno diversifica la actividad turística. Finalmente, la Feria de Wawa Qhatu, es una feria artesanal que poco a poco va creciendo y generando atracción de turistas.

La diversificación turística se convierte en un canal privilegiado para resaltar la especificidad de cada territorio (Voleger y Hernández, 1999) por lo que “Se trata de una estrategia de singularización orientada a romper con la excesivamente estandarizada oferta de ocio de los destinos de turismo, mediante la incorporación de nuevos equipamientos recreativos y/o la especialización en segmentos de demanda específicos, que profundizan en el elemento motivacional como forma de diferenciación (Vera y Baños, 2010). Se entiende entonces que sin una diversificada oferta de actividades “complementarias”, la demanda turística que acude a los municipios rurales difícilmente aumentará la estancia media y la fidelidad al destino. Por todo ello, se tienen que proveer actuaciones encaminadas hacia la implantación de actividades innovadoras que estimulen, entretengan, diviertan, pero también, formen y conciencien al turista (Díez, 2011).

En relación a ello, Troncoso (2011), sostiene que se ha generado nuevas formas de turismo acompañadas de una diversificación y segmentación de la oferta para satisfacer las demandas, induciendo a la creación de nuevas tendencias paradigmáticas

con importantes retos, bautizadas como: turismo de naturaleza, ecoturismo, turismo rural, turismo alternativo y turismo social.

La diversificación turística implica cuatro ejes: Poner en valor los recursos y productos menos valorizados de un territorio con el objetivo de evitar una oferta concentrada y estacionalizada. Innovar en productos y servicios turísticos mediante el diseño de nuevos paquetes turísticos y la realización de benchmarking (análisis de la oferta de otros destinos para extraer un aprendizaje aplicable en el territorio). Abrir nuevos mercados y diversificar los canales de venta a través de estrategias comerciales adecuadas. Y Desarrollar zonas de especialización para que el turismo revierta en la cohesión territorial mediante la adaptación de la oferta a los nuevos hábitos turísticos del público actual. La diversificación turística busca así desarrollar una nueva estrategia para promover el poder de atracción de un territorio, diferenciarlo de sus competidores, y captar nuevos visitantes.

Tabla 5

Patrimonio cultural inmaterial como recurso turístico

Patrimonio Cultural Inmaterial	Categoría	Tipo	Subtipo
Concurso Regional de Sikuris	Acontecimientos Programados	Eventos	Concursos
Entrada Universitaria Laykakota	Acontecimientos Programados	Eventos	Concursos
Festival de Animación Ajayu	Acontecimientos Programados	Eventos	Otros (eventos culturales de animación y tecnología cultural)
Feria de Artesanía Lupaka	Folclore	Ferias y Mercados	Mercados Artesanales

Nota. Datos e información propia

Análisis e interpretación: en la Tabla 2 podemos observar que en la etapa de



recopilación de datos (gabinete) y trabajo de campo de confirmación de datos, se ha identificado 04 recursos turísticos categorizados como acontecimientos programados y folclore, de tipo eventos, ferias y mercados; siendo estos, el Concurso Regional de Sikuris organizado por la Federación Regional de Folklore y Cultura de Puno, que por su acervo cultural y conglomeración de las comparsas sikurianas, es atractivo para los visitantes que coinciden con este evento durante su estadía en la ciudad de Puno. Otro evento de suma importancia para la diversificación de la actividad turística cultural, es la entrada Universitaria “Laykakota”, que es organizado por la Universidad Nacional del Altiplano, en dicho evento se presentan una diversidad de danzas originarias de la región; coincidentemente este acontecimiento se realiza en plena temporada alta del turismo en Puno. Por otra parte, se ha identificado dos nuevos eventos culturales que se están organizando continuamente, una de ellas es la Feria de Artesanías Lupaka, esta feria se realiza en el mes de julio y es parte de la programación institucional de las Fiestas Patrias. En cuanto al Festival Internacional Animación 2D Y 3D “Ajayu”, es un evento de cultura y tecnología organizado por el colectivo Sapa Inti, en dicho evento cultural, participan profesionales de las industrias culturales y creativas de diversos países, generando de esta manera la atracción de visitantes. Estos recursos turísticos son bienes o elementos culturales materiales o inmateriales, existentes en nuestro territorio y que, por sus características especiales tienen un potencial turístico que podría captar el interés de los visitantes. En ese entender, En ese entender, para el turismo el patrimonio legitimado social y colectivamente, activado por los poderes establecidos, son los recursos turísticos que hacen referencia al patrimonio material e inmaterial. El recurso puesto en valor obtiene la capacidad de transformarse en oferta para satisfacer necesidades de demanda, lo que conlleva a convertirse en producto turístico. Norrild acierta cuando señala que el recurso turístico no es válido por sí mismo, sino por su

capacidad de transformación para satisfacer las necesidades de la demanda. Por lo tanto, el patrimonio turístico es el conjunto de bienes materiales e inmateriales que constituyen la materia prima que hace posible el desarrollo del turismo (2002, p.13). Esa capacidad de transformación, de los recursos turísticos, está condicionada por su potencialidad como tal. La condicionalidad de potencial es el insumo para ser evaluado y valorado con perspectiva a ser puesta en valor. La potencialidad conjuntamente con la capacidad de transformación de los recursos turísticos viene a constituir el patrimonio turístico. Precisamente, al respecto, la OMT-Organización Mundial del Turismo sostiene que el patrimonio turístico es "el conjunto potencial (conocido o desconocido) de los bienes materiales o inmateriales a disposición del hombre y que pueden utilizarse, mediante un proceso de transformación, para satisfacer sus necesidades turísticas" (Leno, 1991, p.9).

Tabla 6

Criterios de evaluación de la Festividad Virgen de la Candelaria

ÍTEM	CRITERIO DE EVALUACION	VALOR ASIGNADO	PONDERACION	SUB TOTAL
a	Particularidad	4	2	8
b	Publicaciones	4	0.5	2
c	Reconocimiento	6	1.5	9
d	Flujo de turistas	4	2	8
e	Facilidades	6	1	6
f	Representatividad territorial	4	1	4
g	Inclusión en la visita turística	4	0.5	2
TOTAL				39

Nota. Datos e información con base al método del MINCETUR

Análisis e interpretación: la tabla 6 muestra que en el criterio de evaluación de la festividad Virgen de la Candelaria, las características importantes que le otorgan una



singularidad especial que lo distinguen y diferencian de los demás atractivos. La particularidad, significa los atributos únicos que de la Candelaria que los destacan a nivel nacional. Las publicaciones sobre la festividad son de orden científico, histórico y cultural de trascendencia nacional. El reconocimiento es de carácter internacional por parte de la UNESCO. Con respecto al flujo de visitantes, el mayor arribo es de turistas nacionales en su mayoría y mínimamente extranjeros. La Festividad por encontrarse en el principal centro de soporte turístico de Puno, cuenta accesos, infraestructura básica y servicios turísticos asociados al atractivo. En cuanto a la representatividad territorial, alcanza un posicionamiento a nivel nacional. Finalmente, la inclusión en la visita turística, representa la comercialización en el mercado nacional.

La puesta en valor del potencial de un recurso turístico es la parte sustantiva del proceso de transformación en producto, para ser activado formalmente por el poder constituido y así garantizar su preservación. Así creo que debemos apostar por el desarrollo del turismo. El proceso de evaluación de la potencialidad turística de los recursos turísticos es un instrumento de gestión para el desarrollo del turismo. De esta manera, "El patrimonio se entiende a la vez en términos de recursos, que son interpretados y significados no sólo por la sociedad de acogida sino también por los turistas. Es así que se inicia un proceso de activación patrimonial y turística, el cual debe ser analizado desde su comienzo" (Conti, Charne, Moscoso, et. al., 2014, p.2).

De ahí que la conservación del patrimonio es importante, pero en sí mismo no tiene valor. Pero, si su conservación adquiere un uso social y cultural, como producto orientado al consumo turístico, adquiere valor público, social y culturalmente. Esta puesta en valor del patrimonio permite el desarrollo turístico local regional y nacional. El desarrollo turístico tiene como insumo a los recursos turísticos potenciales que hacen referencia al patrimonio, como ya señalé. Por ello, es de vital importancia la evaluación

de los recursos turísticos como un instrumento de gestión para la planificación del desarrollo turístico, procurando productos turísticos con circuitos específicos, que satisfagan las necesidades de consumo turístico.

Tabla 7

Criterios de evaluación de la Feria de las Alasitas

ÍTEM	CRITERIO DE EVALUACION	VALOR ASIGNADO	PONDERACION	SUB TOTAL
a	Particularidad	2	2	4
b	Publicaciones	4	0.5	2
c	Reconocimiento	4	1.5	6
d	Flujo de turistas	2	2	4
e	Facilidades		1	
f	Representatividad territorial	2	1	2
g	Inclusión en la visita turística	1	0.5	0.5
TOTAL				18.5

Nota. Datos e información con base al método del MINCETUR

Análisis e interpretación: La tabla 7 nos indica que, en el criterio de evaluación de la Feria de las Alasitas, la particularidad, son los atributos que lo destacan a nivel regional, con características culturales y de valor regional. Las publicaciones sobre la feria son de orden científico, histórico y cultural de trascendencia nacional. El reconocimiento es de carácter nacional puesto que el Viceministerio de Cultura lo declaró como patrimonio cultural de la nación. En cuanto al flujo de visitantes, el mayor flujo anual es de turistas locales (excursionistas). En cuanto a la representatividad territorial, alcanza un posicionamiento turístico de magnitud regional. Finalmente, la inclusión en la visita turística, representa la visita complementaria.

La puesta en valor del potencial de un recurso turístico es la parte sustantiva del proceso de transformación en producto, para ser activado formalmente por el poder constituido y así garantizar su preservación. Así creo que debemos apostar por el

desarrollo del turismo. El proceso de evaluación de la potencialidad turística de los recursos turísticos es un instrumento de gestión para el desarrollo del turismo. De esta manera, "El patrimonio se entiende a la vez en términos de recursos, que son interpretados y significados no sólo por la sociedad de acogida sino también por los turistas. Es así que se inicia un proceso de activación patrimonial y turística, el cual debe ser analizado desde su comienzo" (Conti, Charne, Moscoso, et. al., 2014, p.2).

De ahí que la conservación del patrimonio es importante, pero en sí mismo no tiene valor. Pero, si su conservación adquiere un uso social y cultural, como producto orientado al consumo turístico, adquiere valor público, social y culturalmente. Esta puesta en valor del patrimonio permite el desarrollo turístico local regional y nacional. El desarrollo turístico tiene como insumo a los recursos turísticos potenciales que hacen referencia al patrimonio, como ya señalé. Por ello, es de vital importancia la evaluación de los recursos turísticos como un instrumento de gestión para la planificación del desarrollo turístico, procurando productos turísticos con circuitos específicos, que satisfagan las necesidades de consumo turístico.

Tabla 8

Criterios de evaluación del Año Nuevo Andino

ÍTEM	CRITERIO DE EVALUACION	VALOR ASIGNADO	PONDERACION	SUB TOTAL
a	Particularidad	1	2	2
b	Publicaciones	2	0.5	1
c	Reconocimiento	2	1.5	3
d	Flujo de turistas	2	2	4
e	Facilidades		1	
f	Representatividad territorial	1	1	1
g	Inclusión en la visita turística	1	0.5	0.5
			TOTAL	11.5

Nota. Datos e información con base al método del MINCETUR



Análisis e interpretación: Los criterios de evaluación del Año Nuevo Andino representados en la tabla 8, significan que la particularidad, son características y valor cultural de ámbito local. Las publicaciones son de orden científico, histórico y cultural de trascendencia local. El reconocimiento es de carácter regional, pues existen ordenanzas regionales y municipales que reconocen y declaran de interés cultural al Año Nuevo Andino. Con respecto al flujo de visitantes, el mayor arribo es de turistas locales en su mayoría. Respecto a la representatividad territorial, alcanza un posicionamiento a nivel local. Finalmente, la inclusión en la visita turística, representa una vista complementaria.

La puesta en valor del potencial de un recurso turístico es la parte sustantiva del proceso de transformación en producto, para ser activado formalmente por el poder constituido y así garantizar su preservación. Así creo que debemos apostar por el desarrollo del turismo. El proceso de evaluación de la potencialidad turística de los recursos turísticos es un instrumento de gestión para el desarrollo del turismo. De esta manera, "El patrimonio se entiende a la vez en términos de recursos, que son interpretados y significados no sólo por la sociedad de acogida sino también por los turistas. Es así que se inicia un proceso de activación patrimonial y turística, el cual debe ser analizado desde su comienzo" (Conti, Charne, Moscoso, et. al., 2014, p.2).

De ahí que la conservación del patrimonio es importante, pero en sí mismo no tiene valor. Pero, si su conservación adquiere un uso social y cultural, como producto orientado al consumo turístico, adquiere valor público, social y culturalmente. Esta puesta en valor del patrimonio permite el desarrollo turístico local regional y nacional. El desarrollo turístico tiene como insumo a los recursos turísticos potenciales que hacen referencia al patrimonio, como ya señalé. Por ello, es de vital importancia la evaluación de los recursos turísticos como un instrumento de gestión para la planificación del

desarrollo turístico, procurando productos turísticos con circuitos específicos, que satisfagan las necesidades de consumo turístico.

Tabla 9

Criterios de evaluación de la Feria Wawa Qhatu

ÍTEM	CRITERIO DE EVALUACION	VALOR ASIGNADO	PONDERACION	SUB TOTAL
a	Particularidad	1	2	2
b	Publicaciones	2	0.5	1
c	Reconocimiento	2	1.5	3
d	Flujo de turistas	2	2	4
e	Facilidades		1	
f	Representatividad territorial	1	1	1
g	Inclusión en la visita turística	1	0.5	0.5
TOTAL				11.5

Nota. Datos e información con base al método del MINCETUR

Análisis e interpretación: La tabla 9 muestra los criterios de evaluación de la feria de Wawa Qhatu. En el ítem de particularidad sus atributos le destacan a nivel local tienen valor cultural. Las publicaciones son menores, es decir académicas, de estudios e informes regionales. Tiene reconocimiento regional como bien inmaterial. El flujo de visitantes es mayormente local (excursionistas). Alcanza una representatividad local. Y su visita es complementaria.

La puesta en valor del potencial de un recurso turístico es la parte sustantiva del proceso de transformación en producto, para ser activado formalmente por el poder constituido y así garantizar su preservación. Así creo que debemos apostar por el desarrollo del turismo. El proceso de evaluación de la potencialidad turística de los recursos turísticos es un instrumento de gestión para el desarrollo del turismo. De esta manera, "El patrimonio se entiende a la vez en términos de recursos, que son

interpretados y significados no sólo por la sociedad de acogida sino también por los turistas. Es así que se inicia un proceso de activación patrimonial y turística, el cual debe ser analizado desde su comienzo" (Conti, Charne, Moscoso, et. al., 2014, p.2).

De ahí que la conservación del patrimonio es importante, pero en sí mismo no tiene valor. Pero, si su conservación adquiere un uso social y cultural, como producto orientado al consumo turístico, adquiere valor público, social y culturalmente. Esta puesta en valor del patrimonio permite el desarrollo turístico local regional y nacional. El desarrollo turístico tiene como insumo a los recursos turísticos potenciales que hacen referencia al patrimonio, como ya señalé. Por ello, es de vital importancia la evaluación de los recursos turísticos como un instrumento de gestión para la planificación del desarrollo turístico, procurando productos turísticos con circuitos específicos, que satisfagan las necesidades de consumo turístico.

Tabla 10

Criterios de evaluación de la Escenificación Manco Capac y Mama Ocllo

ÍTEM	CRITERIO DE EVALUACION	VALOR ASIGNADO	PONDERACION	SUB TOTAL
a	Particularidad	1	2	2
b	Publicaciones	2	0.5	1
c	Reconocimiento	2	1.5	3
d	Flujo de turistas	2	2	4
e	Facilidades		1	
f	Representatividad territorial	1	1	1
g	Inclusión en la visita turística	1	0.5	0.5
			TOTAL	11.5

Nota. Datos e información con base al método del MINCETUR

Análisis e interpretación: La tabla 10 muestra los criterios de evaluación de la Escenificación de la salida de Manco Capac y Mama Ocllo. Los atributos que lo



destacan son ámbito local como factor de particularidad. Las publicaciones son de orden histórico cultural y de trascendencia y divulgación regional. Tiene reconocimiento oficial de carácter regional como bien inmaterial. El flujo de visitantes hacia este evento es local. Alcanza una representatividad y trascendencia local.

La puesta en valor del potencial de un recurso turístico es la parte sustantiva del proceso de transformación en producto, para ser activado formalmente por el poder constituido y así garantizar su preservación. Así creo que debemos apostar por el desarrollo del turismo. El proceso de evaluación de la potencialidad turística de los recursos turísticos es un instrumento de gestión para el desarrollo del turismo. De esta manera, "El patrimonio se entiende a la vez en términos de recursos, que son interpretados y significados no sólo por la sociedad de acogida sino también por los turistas. Es así que se inicia un proceso de activación patrimonial y turística, el cual debe ser analizado desde su comienzo" (Conti, Charne, Moscoso, et. al., 2014, p.2).

De ahí que la conservación del patrimonio es importante, pero en sí mismo no tiene valor. Pero, si su conservación adquiere un uso social y cultural, como producto orientado al consumo turístico, adquiere valor público, social y culturalmente. Esta puesta en valor del patrimonio permite el desarrollo turístico local regional y nacional. El desarrollo turístico tiene como insumo a los recursos turísticos potenciales que hacen referencia al patrimonio, como ya señalé. Por ello, es de vital importancia la evaluación de los recursos turísticos como un instrumento de gestión para la planificación del desarrollo turístico, procurando productos turísticos con circuitos específicos, que satisfagan las necesidades de consumo turístico.

4.2. DESCRIBIR LAS CARACTERÍSTICAS QUE PRESENTA LA ACTIVIDAD CULTURAL DE LA CIUDAD DE PUNO PARA EL DESARROLLO DEL TURISMO CULTURAL

Tabla 11

Características de la actividad cultural de Puno

Eventos	Clasificación	Espacio Cultural
Eventos musicales	Conciertos Festivales	Parque Manuel Pino Parque de las Aguas Teatro Municipal de Puno Arco Deustua Ambientes de la Dirección Desconcentrada de Cultura Espacio Públicos Diversos
Eventos folclóricos	Fiestas Tradicionales Fiestas Patronales – Religiosas	
Eventos artísticos culturales	Exposiciones de Arte y Pintura Obras Teatrales Presentación de Danzas	Casa de la Cultura CETPRO de Arte y Folklore de Puno Teatro Municipal de Puno Ambientes de la Dirección Desconcentrada de Cultura
Eventos literarios Eventos conmemorativos	Feria del Libro Aniversarios Fiestas Conmemorativas	Parque Manuel Pino Espacio Públicos Diversos

Nota. Datos e información propia

Análisis e interpretación: La actividad cultural y expresiones de la ciudad de Puno es muy variado. Para facilitar su análisis e interpretación, la Tabla 3 indica que las manifestaciones culturales se caracterizan por los eventos musicales, eventos folclóricos, eventos artísticos culturales, eventos literarios y eventos conmemorativos. Con respecto a la clasificación, la programación de eventos culturales durante el transcurso del año, muestra que se tiene el festival musical de quenás, fiestas tradicionales como la entrada de Qh'apus, exposiciones de máscaras del altiplano, obras teatrales organizadas por el grupo tetral Yachac Illa, presentación de danzas del ESFA



Puno, aniversario de Puno y fiestas patrias. Estos eventos se desarrollan habitualmente en distintos espacios públicos - culturales de la ciudad. En ese entender, se presenta que el patrimonio cultural inmaterial de la ciudad de Puno representa un valor y potencialidad turística para el desarrollo del turismo cultural o de eventos culturales.

Velasco (2017) manifiesta que la gestión turística del patrimonio cultural es la aplicación de conocimientos específicos para la adecuación de bienes de patrimonio cultural en recursos turísticos. El punto de partida es, en razón de los bienes de los que estamos hablando, la conservación de los mismos y la preservación del espíritu que representan. Pero esto ha de ser combinado con el hecho de que el patrimonio vive una creciente presión para ser adaptado a un uso turístico, hecho relacionado con el progresivo aumento del turismo cultural. La utilización de algunos instrumentos básicos permitirá que los procesos de interacción entre el sector turístico y el sector del patrimonio cultural permitan, no solo encontrar el equilibrio entre ambos, sino mejorar el rendimiento de los dos sectores.

Para el turismo el patrimonio legitimado social y colectivamente, activado por los poderes establecidos, son los recursos turísticos que hacen referencia al patrimonio material e inmaterial. El recurso puesto en valor obtiene la capacidad de transformarse en oferta para satisfacer necesidades de la demanda, lo que conlleva a convertirse en producto turístico.

La puesta en valor del potencial de un recurso turístico es la parte sustantiva del proceso de transformación en producto, para ser activado formalmente por el poder constituido y así garantizar su preservación. Así creo que debemos apostar por el desarrollo del turismo. El proceso de evaluación de la potencialidad turística de los recursos turísticos es un instrumento de gestión para el desarrollo del turismo (Rivera, 2017).



En ese contexto, desde la gestión de las industrias culturales es vital una serie de pasos metodológicos:

- **Planificación:** proyecta los objetivos, las acciones y métodos para alcanzarlos. Se trata de visualizar y anticipar los problemas que se presentarán en la ejecución de los proyectos y la forma de resolverlos.
- **Organización:** esta función ordena los elementos que participan en la estructura de una organización para cumplir los objetivos, eficaz, eficiente y efectivamente, y llevar adelante la planificación acordada. Es necesario aquí asignar responsabilidades, dependencias y líneas de comunicación.
- **Dirección:** cuando se emprenden grandes tareas, sobre las cuales se organiza un sistema determinado, es necesario introducir la supervisión de las actividades diseñadas. Esto incluye, entre otras cosas, desarrollar las habilidades necesarias para el buen desempeño de las personas que llevan adelante las actividades.
- **Control:** se refiere a las acciones destinadas a verificar el cumplimiento de las actividades planificadas y se encarga de medir el rendimiento obtenido en relación con las metas fijadas. En caso de haber desviaciones, se determinan las causas y se corrige lo que sea necesario.

Estas funciones se incluyen en un proceso administrativo y forman un sistema complejo de entradas y salidas que necesitan ser administrados con una visión de proyección y desarrollo del turismo cultural en la ciudad de Puno.

La gestión cultural implica desarrollar un proceso metodológico dirigido a cumplir los objetivos en el ámbito cultural, con una visión de transformación permanente. La gestión avanza sobre un proceso administrativo, más allá de la racionalización de los recursos, con una proyección y movimiento continuo tanto de los objetivos, planes, actividades y tareas emprendidas para cumplir el fin. La gestión

cultural para producir cambios asociados principalmente al bienestar de las personas, a fomentar la creación, la expresión y el acceso artístico y cultural; en suma, a mejorar su calidad de vida. Los cambios que se producen en la sociedad, deben ser acogidos por una gestión dinámica, que se visualiza como un proceso de avance continuo y se retroalimenta permanentemente de las transformaciones sociales.

Es importante que la gestión cultural avance en profundizar procesos de desarrollo, que se pueden entender como aquellos donde se produce un bienestar integral -material y espiritual- de los seres humanos. En este sentido, el desafío, o lo que está en juego, es potenciar la organización de las personas y agrupaciones para que actúen como protagonistas, asumiendo la cultura como un espacio de creación y participación permanente.

4.3. CONOCER EL DESARROLLO DE LA ACTIVIDAD CULTURAL EN PUNO DESDE LA EXPERIENCIA DEL TURISTA

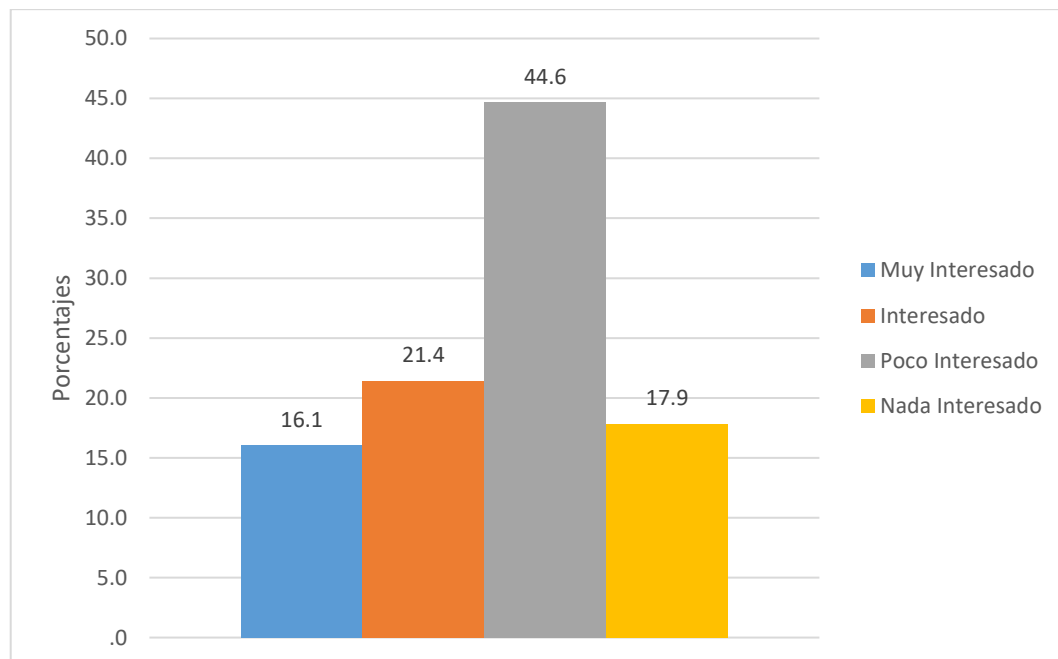


Figura 5 Fiestas religiosas y patronales

Nota. Datos e información propia

Análisis e interpretación: La figura 5, expone que el 44.6% de los turistas participantes en la investigación, muestran poco interés por las fiestas religiosas y patronales que se desarrollan en la ciudad de Puno, al respecto, durante el transcurso de las fiestas religiosas y patronales, como la Festividad de la Virgen de la Candelaria, se oferta escasas alternativas y diversificación de actividades culturales. Referente al 21.4%, muestra interés por las fiestas patronales, esto significa que son turistas atraído culturalmente. El 17.9% exterioriza su no interés, debido a que este tipo de turistas buscan atractivos culturales reconocidos y suelen buscar información básica y suficiente sobre los atractivos culturales que eligen visitar. Finalmente, el 16.1% muestra un alto interés por las fiestas religiosas y patronales, los turistas de esta categoría seleccionan sus vacaciones en función de las oportunidades culturales que ofrecen los destinos. Están motivados por el aprendizaje, de asistir a un evento cultural que para ellos resulta significativo.

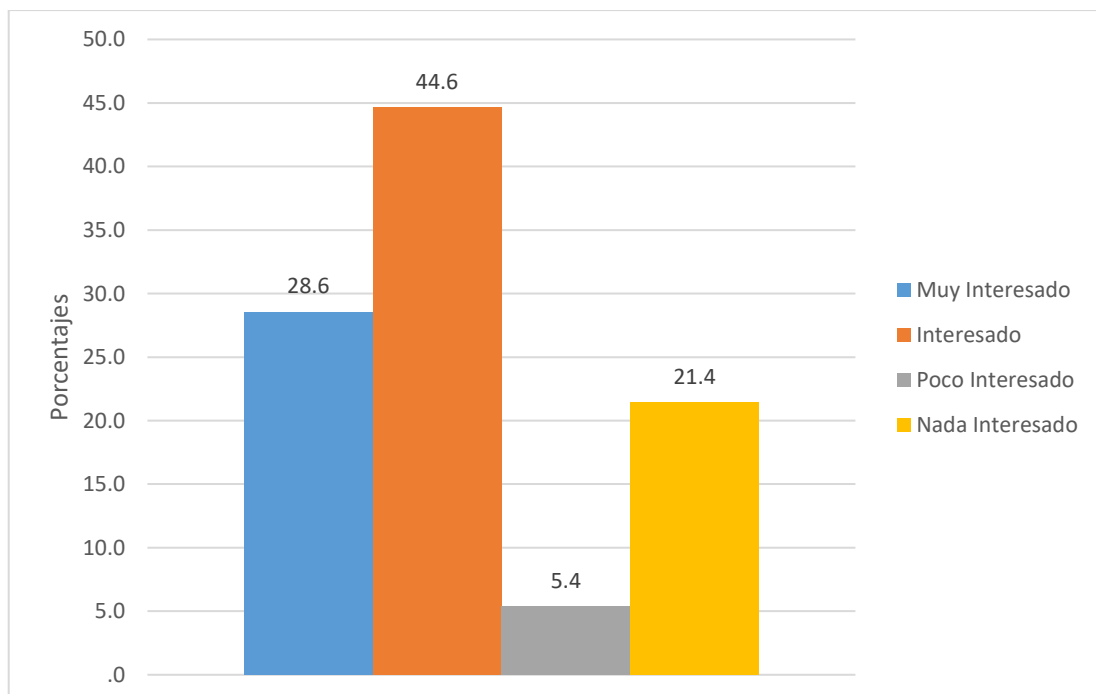


Figura 6 Ferias artesanales

Nota. Datos e información propia

Análisis e interpretación: Desde el punto de vista de la demanda, la figura 6 indica que el 44.6% de participantes en la investigación está interesado en las ferias artesanales, por cuanto la mayoría de turistas que arriba a la ciudad de Puno compra artesanías, resaltando su preferencia por la adquisición de prendas de vestir, cerámica utilitaria - decorativa y artículos de fibra vegetal (tatora). El 28.6% confirma su interés por la ferias artesanales; y el 21.4% muestra poco interés por este tipo de eventos culturales, debido a que por recomendación o comentarios de los guías y amigos, en algunas ferias se ofrecen productos de mala calidad, y es por ello que los turistas no muestran interés por visitar algunas ferias de la ciudad de Puno. La motivación del turista cultural definido por Middleton (2014) son aquellas cuyas influencias internas y psicológicas afectan a la capacidad de elección de un individuo. Según McIntosh y Goeldner (2010), las motivaciones del turismo cultural han existido desde los siglos XVII Y XVIII, con aquellos aventureros que se desplazaban en viajes organizados y que estaban ávidos por encontrar nuevas experiencias y conocimientos de tipo cultural.

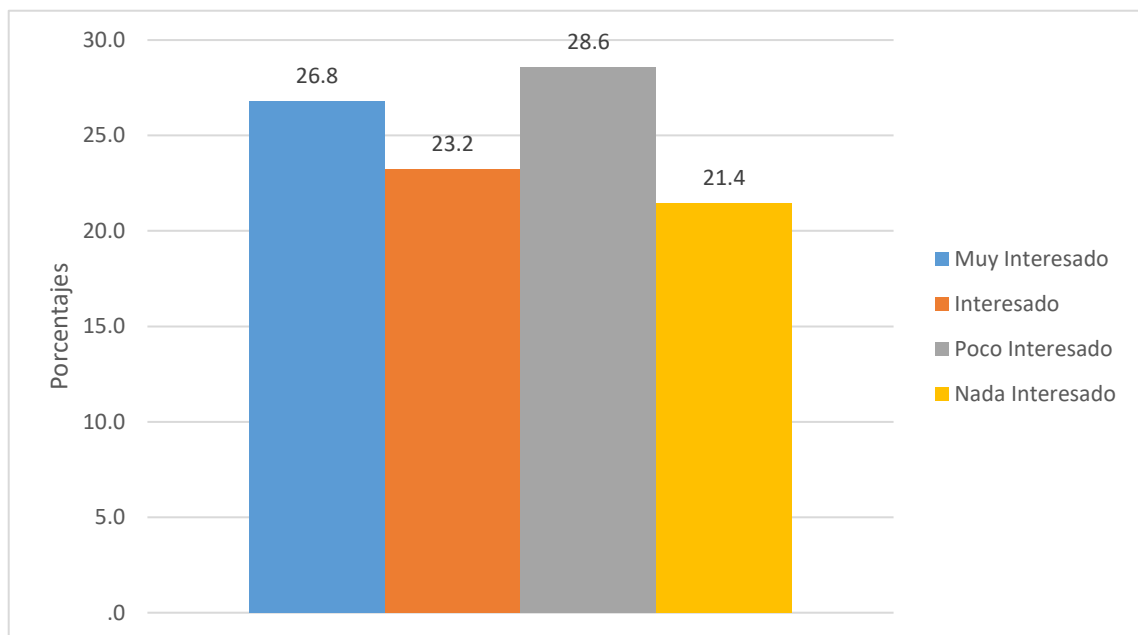


Figura 7 Eventos culturales al aire libre

Nota. Datos e información propia



Análisis e interpretación: Los eventos culturales al aire libre son parte de las industrias culturales creativas que representan sectores que conjugan creación, producción y comercialización de bienes y servicios basados en contenidos intangibles de carácter cultural, en la figura 7 se observa que el 26.8% y 23.2% de turistas participantes en la investigación, manifiestan su interés por los eventos culturales al aire libre, por cuanto en la ciudad de Puno, específicamente en el Parque Pino, Parque de las Aguas y en el Puerto Muelle (alrededores) se organizan un variopinto de eventos culturales como festivales de música y arte que atraen a los turistas por su alto contenido cultural. El 28.6% y 21.4% expresan su desinterés por los eventos culturales al aire libre, estos turistas son conocidos como turista cultural superficial porque buscan atractivos históricos culturales reconocidos, para lo cual no consideran necesaria la compañía de un guía turístico. Suelen buscar información básica y suficiente sobre los atractivos culturales que eligen visitar. La motivación del turista cultural definido por Middleton (2014) son aquellas cuyas influencias internas y psicológicas afectan a la capacidad de elección de un individuo. Según McIntosh y Goeldner (2010), las motivaciones del turismo cultural han existido desde los siglos XVII Y XVIII, con aquellos aventureros que se desplazaban en viajes organizados y que estaban ávidos por encontrar nuevas experiencias y conocimientos de tipo cultural.

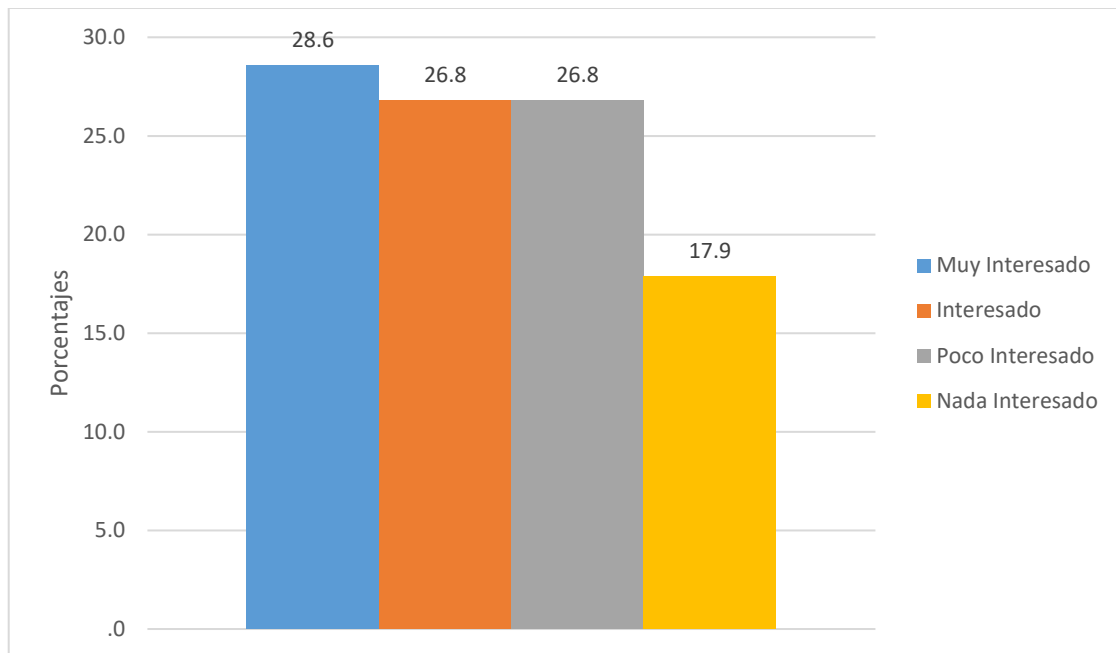


Figura 8 Presentación de danzas

Nota. Datos e información propia

Análisis e interpretación: Puno ostenta una vasta tradición dancística, desde 1985 tiene el título de “Capital del Folklore Peruano”, por ello en la figura 8, el 28.6% y 26.8% de turistas está interesado en la presentación de danzas, por cuanto los eventos artísticos son todos aquellos que toman como eje principal la danza y de acuerdo a la Organización Mundial del Turismo la actividad turística también son las actividades culturales que realizan los turistas durante sus viajes y estancias en lugares. En cuanto al 17.9%, no muestran interés por la presentación de danzas debido a que son turistas culturales aficionados y su principal preferencia se centra en los atractivos históricos culturales al aire libre y rodeado de naturaleza. Además, sin ser especialistas en el tema, buscan estar bien informados, porque recurren a fuentes especializadas antes de realizar sus viajes. Por otro lado, buscan destinos que les permitan realizar variadas actividades. La motivación del turista cultural definido por Middleton (2014) son aquellas cuyas influencias internas y psicológicas afectan a la capacidad de elección de un individuo. Según McIntosh y Goeldner (2010), las motivaciones del turismo cultural han existido

desde los siglos XVII Y XVIII, con aquellos aventureros que se desplazaban en viajes organizados y que estaban ávidos por encontrar nuevas experiencias y conocimientos de tipo cultural.

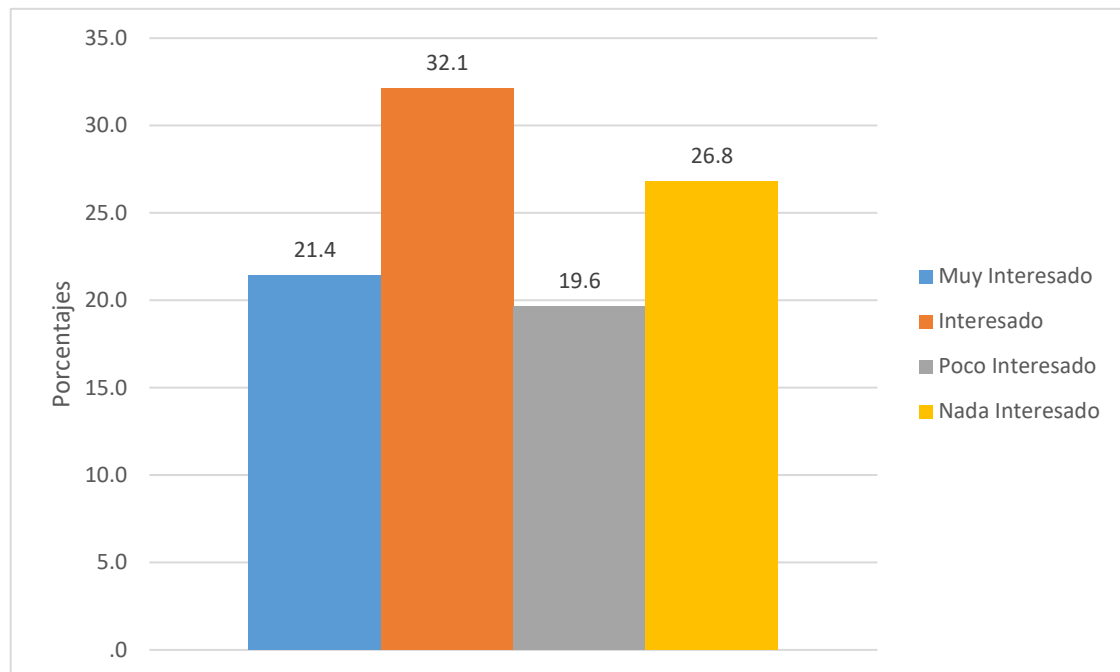


Figura 9 Feria de libros

Nota. Datos e información propia

Análisis e interpretación: Eventos literarios, son aquellos que se centran en una rama específica de la literatura, como puede ser un recital o feria del libro, en esa manifestación, la figura 9, revela al turista motivado culturalmente, quienes seleccionan sus visitas en función de las oportunidades culturales que ofrecen los destinos. Están motivados por el aprendizaje, les interesa conocer con detenimiento sobre la cultura la ciudad de Puno, por ello, el 32.1% y 21.4% está muy interesado en la feria de libros; y el 19.6% indica estar poco interesado en este tipo de eventos culturales por cuanto su principal preferencia se centra en los atractivos históricos culturales al aire libre y rodeado de naturaleza. Además, sin ser especialistas en el tema, buscan estar bien informados, porque recurren a fuentes especializadas antes de realizar sus viajes. La

motivación del turista cultural definido por Middleton (2014) son aquellas cuyas influencias internas y psicológicas afectan a la capacidad de elección de un individuo. Según McIntosh y Goeldner (2010), las motivaciones del turismo cultural han existido desde los siglos XVII Y XVIII, con aquellos aventureros que se desplazaban en viajes organizados y que estaban ávidos por encontrar nuevas experiencias y conocimientos de tipo cultural.

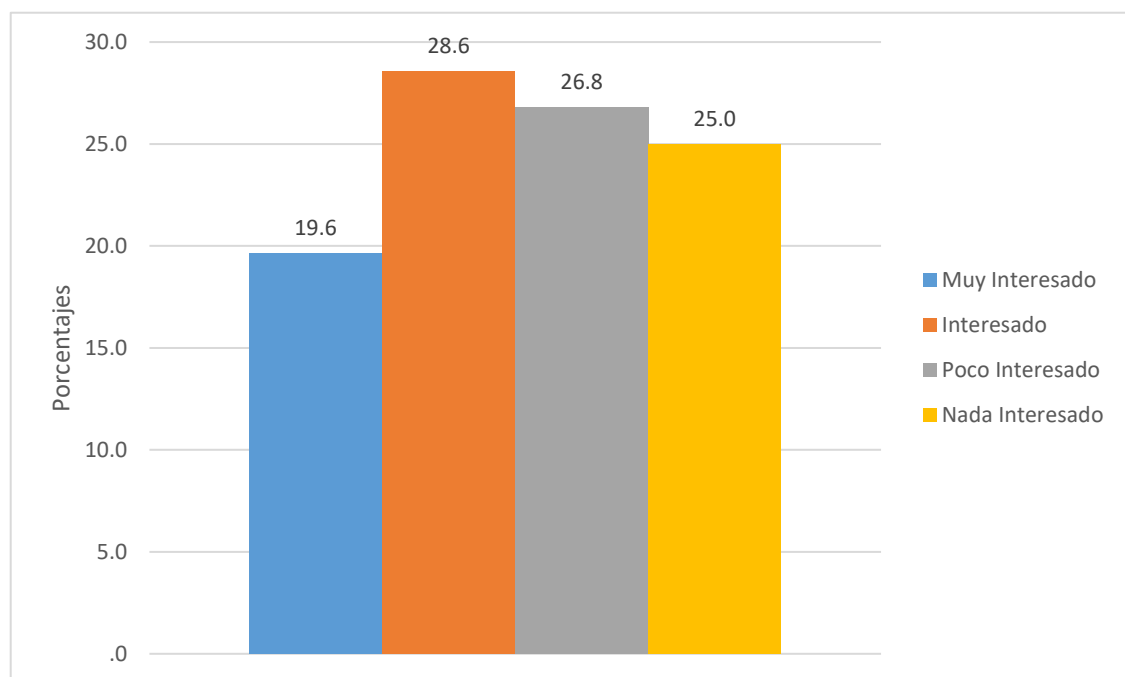


Figura 10 Exposiciones de arte y pintura

Nota. Datos e información propia

Análisis e interpretación: En la figura 10, se observa que el 28.6% de participantes, son turistas conocedores de la cultura, pues poseen un mayor emprendimiento en conocer la cultura de los lugares que eligen visitar. Les interesa conocer con detenimiento las artes de los lugares que visitan, y es por ello que los eventos artísticos son su motivación ya que toman como eje principal alguna corriente artística o los artistas que la conforman. Respecto al 25% que muestra su desinterés, es debido al desconocimiento de la programación de la agenda cultural que mensualmente

se realiza en la ciudad de Puno. La motivación del turista cultural definido por Middleton (2014) son aquellas cuyas influencias internas y psicológicas afectan a la capacidad de elección de un individuo. Según McIntosh y Goeldner (2010), las motivaciones del turismo cultural han existido desde los siglos XVII Y XVIII, con aquellos aventureros que se desplazaban en viajes organizados y que estaban ávidos por encontrar nuevas experiencias y conocimientos de tipo cultural.

4.4. DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS

Tabla 12

Jerarquización de los recursos turísticos – patrimonio inmaterial

JERARQUÍA	DESCRIPCIÓN	PATRIMONIO INMATERIAL	TOTAL
4	Recursos turísticos excepcionales y de gran significación para el mercado turístico internacional, capaces, por sí solos de motivar un importante flujo de visitantes. Equivale a un recurso con cualidades y características únicas en el mundo.		
3	Recursos turísticos excepcionales, capaces de motivar, por sí solos en conjunto con otros recursos contiguos, un flujo actual o potencial de visitantes nacionales o extranjeros. Equivale a un recurso con cualidades únicas del Perú.	Festividad de la Virgen de la Candelaria	39
2	Recursos turísticos con algunos rasgos llamativos capaces de interesar a visitantes que hubiesen llegado a la zona por otras		

	motivaciones turísticas p de motivar flujos turísticos regionales o locales. Equivale a un recurso con cualidades y características de una región.		
1	Recursos turísticos como elementos complementarios que pueden complementar a otros de mayor jerarquía.	Feria de las Alasitas	18.5
		Año Nuevo Andino	11.5
		Feria Wawa Qhatu	11.5
		Escenificación de la Salida de Manco Capac y Mama Ocllo	11.5

Nota. Datos e información propia

En la investigación se ha planteado como objetivo principal determinar las expresiones del patrimonio cultural inmaterial que son esenciales para la diversificación de la actividad turística cultural de la ciudad de Puno; y que conforme a la metodología de elaboración y actualización de recursos turísticos de Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, la fase categorización comprende el procedimiento técnico para la identificación, ordenamiento y clasificación de los recursos turísticos de la ciudad de Puno (MINCETUR, 2018) y la fase de jerarquización establece los criterios técnicos de evaluación para la aplicación del proceso de jerarquización de los recursos turísticos (MINCETUR, 2018). La tabla 11 demuestra que la festividad de la Virgen de la Candelaria es de jerarquía 3 y los subsiguientes recursos turísticos de jerarquía 1. Esto quiere decir que la ciudad de Puno cuenta con un recursos turístico capaz de motivar con otros recursos complementarios un flujo actual o potencial de visitantes nacionales y/o extranjeros. Frente a lo mencionado, se acepta la hipótesis: las expresiones del patrimonio cultural inmaterial de la ciudad de Puno son recursos turísticos esenciales



para la diversificación de la actividad turística cultural puesto que Velasco (2017) manifiesta que la gestión turística del patrimonio cultural material e inmaterial es la aplicación de conocimientos específicos para la adecuación de bienes de patrimonio turístico cultural en recursos turísticos y que el patrimonio turístico es el conjunto potencial (conocido o desconocido) de los bienes materiales o inmateriales a disposición del hombre pueden utilizarse mediante un proceso de transformación para satisfacer sus necesidades turísticas (Leno, 1991, p.9). Podemos definir al turista cultural como aquel que tiene una serie de motivaciones culturales que le mueven a escoger un lugar para conocerlo. Es decir, que busca conocer en su visita el patrimonio histórico y manifestaciones culturales (de la Orden, 2012). Estos resultados son corroborados por Esteban (2007) que en su tesis concluye la principal motivación de este turista cultural es experimentar el ambiente de la ciudad, y por tanto dentro del marco teórico del círculo externo que define el turismo cultural propuesto en esta tesis doctoral. Este círculo externo, está compuesto por los artefactos del presente y del futuro como son las artes y las industrias creativas, mientras que el círculo interno se refiere a los artefactos del pasado como el patrimonio cultural.



V. CONCLUSIONES

PRIMERA: Las expresiones del patrimonio cultural inmaterial son esenciales para la diversificación de la actividad turística cultural de la ciudad de Puno, por cuanto las manifestaciones y expresiones culturales de Puno son recursos turísticos de alto valor y potencialidad turística de jerarquía 3 y 1; siendo atractivos turísticos promocionados, convirtiéndose en un producto turístico cultural que busca satisfacer motivaciones y expectativas, percibidos como una experiencia turística por parte de los visitantes.

SEGUNDA: Las características que presenta la actividad cultural de la ciudad de Puno desarrolla el turismo cultural; debido a que estas manifestaciones culturales se caracterizan por la tipología de eventos musicales, folclóricos, artísticos culturales, literarios y eventos conmemorativos que son organizados en los diversos espacios e infraestructura cultural existentes en la ciudad de Puno, y que mediante la gestión turística cultural del patrimonio inmaterial de los promotores, gestores, actores e instituciones y colectivos han permitido el desarrollo del turismo cultural.

TERCERA: El desarrollo de la actividad turística cultural en Puno desde la experiencia de los visitantes, se manifiesta mediante la motivación del denominado turista cultural que visita la ciudad de Puno para conocer el patrimonio turístico inmaterial, es decir, es un turista bastante heterogéneo, cuyo objetivo es disfrutar de un producto cultural en base a eventos o manifestaciones culturales.



VI. RECOMENDACIONES

PRIMERA: Las expresiones del patrimonio cultural inmaterial son esenciales para la diversificación de la actividad turística cultural de la ciudad de Puno, por cuanto las manifestaciones y expresiones culturales de Puno son recursos turísticos de alto valor y potencialidad turística de jerarquía 3 y 1; siendo atractivos turísticos promocionados, convirtiéndose en un producto turístico cultural que busca satisfacer motivaciones y expectativas, percibidos como una experiencia turística por parte de los visitantes.

SEGUNDA: Las características que presenta la actividad cultural de la ciudad de Puno desarrolla el turismo cultural; debido a que estas manifestaciones culturales se caracterizan por la tipología de eventos musicales, folclóricos, artísticos culturales, literarios y eventos conmemorativos que son organizados en los diversos espacios e infraestructura cultural existentes en la ciudad de Puno, y que mediante la gestión turística cultural del patrimonio inmaterial de los promotores, gestores, actores e instituciones y colectivos han permitido el desarrollo del turismo cultural.

TERCERA: El desarrollo de la actividad turística cultural en Puno desde la experiencia de los visitantes, se manifiesta mediante la motivación del denominado turista cultural que visita la ciudad de Puno para conocer el patrimonio turístico inmaterial, es decir, es un turista bastante heterogéneo, cuyo objetivo es disfrutar de un producto cultural en base a eventos o manifestaciones culturales.



VII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Alberca (2014). Potencial turístico de Ayabaca como destino cultural. Una nueva metodología – 2013
- Calcina (2017). *Planificación estratégica para el fomento del desarrollo turístico sostenible cultural del distrito de Pucará*
- Catacora, H. (2018). *Análisis de las dimensiones culturales UNESCO para el desarrollo turístico de la festividad Virgen de la Candelaria de Puno 2017 -2018*. Lima, Perú: Universidad de San Martín de Porres.
- Chávez y Polanco (2018). *Turismo y patrimonio cultural inmaterial: desafíos de revitalización y salvaguarda. Caso de estudio: mercado de San Francisco de Quito*. Antropología Cuadernos de Investigación pp. 73-86
- Chura y Tito (2017). *Proceso de desarrollo turístico y percepción de los pobladores del distrito de Pucará – 2012*
- Decrop, A. (2019). *Tourists decisionmaking and behaviour processes*. En A. Pizam & Y.Mansfeld (eds), *Consumer Behaviour in Travel and Tourism*. The aworth Press Inc., New York
- De La Calle, M. (2003). *La Ciudad Histórica como Destino Turístico*. Barcelona. Ariel.
- De la Orden, C. (2012). *La satisfacción del turista cultural* (Tesis de Doctorado). Universidad de Huelva.
- Díez, D. (2011). *La planificación estratégica en espacios turísticos de interior: Claves para el diseño y formulación de estrategias competitivas*. Revista Investigaciones Turísticas. (1), 83 - 87. Recuperado de https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/18097/1/Investigaciones%20Turisticas_01_05.pdf



- Dubois, B. (2000). *Understanding the Consumer*. Pearson Education Limited, Harlow.
- Espinosa, M. F. 2013, *Los patrimonios, el pan y la sal de nuestros días*, Ministerio Coordinador del Patrimonio, Quito.
- Esteban, J. d. (2007). *La demanda del turismo cultural y su vinculación con el medio ambiente urbano: Los casos de Madrid y Valencia*. Madrid, España: Universidad Complutense de Madrid .
- Garfield, D. (1993) *Tourism at World Heritage Cultural Sites*. ICOMOS, Madrid.
- Gnoth, J. (2017). *Tourism motivation and expectation formation*. En *Annals of Tourism Research*, 24 (2), pp.283-304.
- Gómez, A. (2015). *La gestión, organización y producción de eventos culturales. Un estudio de caso: Festival Sónar. Music, Creativity & Tecnología* (Tesis de Doctorado). Universidad Camilo José Cela, Madrid, España.
- Gonzalez, (2017). *La puesta en valor turístico del patrimonio histórico y cultural: en el caso de Pachuca de Soto, Hidalgo, México*
- Huillca (2017). *Turismo cultural en el centro histórico de Lima desde la perspectiva de los visitantes nacionales, 2017*
- Krippendorf, J. (2017) *The Holiday Makers – Understanding the Impact of Leisure and Travel*. ButterworthHeinemann, Oxford.
- Laurente (2016) *El patrimonio cultural para el desarrollo del turismo en el distrito de Quilcas – 2015*
- Leno, F. (1992). *La evaluación del potencial turístico en un Proceso de planificación: el canal de castilla*. Estudios Turísticos, (No. 116). España: Instituto de Estudios Turísticos D.G. de Política Turística, pp. 49-85.
- MIDECU. (2017). *Guía sobre declaratorias de las expresiones del patrimonio cultural inmaterial* . Lima, Perú : Ministerio de Cultura.



- MINCETUR (2018). *Guía para la elaboración del plan estratégico regional del turismo*. Puno, Perú: MINCETUR.
- MINCETUR. (2018). *Manual para la elaboración y actualización del inventario de recursos turísticos*. Lima, Perú : Viserza S.A.C.
- Ministerio de Cultura. (2009). *Conclusiones de las Jornadas sobre Patrimonio Inmaterial*. Teruel: España.
- Mínguez (2007) *Patrimonio cultural y turismo en los reales sitios de la comunidad de Madrid y sus incidencias en el territorio*
- Middleton, V. (2014) *Marketing implications for attractions*. En *Tourism Management*, vol.10, (3).
- McIntosh y Goeldner (2010) *Marketing implications for attractions*. En *Tourism Management*, vol.10, (3).
- Norrild, J. (2002). *Patrimonio-Características y uso. Turismo y Patrimonio en el Siglo XXI*. Buenos Aires : CIET.
- Organización Mundial del Turismo (2001). *Apuntes de metodología de la investigación en turismo*. OMT.
- Page, J. (2003). *Tourism Management Managing for Change*. Butterworth Heinemann. Oxford.
- Prats, L. 1997, *Antropología y Patrimonio*, Ariel, Barcelona.
- Rivera, E. (2017). *Evaluación de la potencialidad turística del distrito de Chucuito - Puno*. Lima, Perú : Universidad Nacional del Altiplano .
- Romero, C. (2001). *Ciudad, cultura y turismo: calidad y autenticidad. Dossier Turismo en Ciudades Históricas. Boletín Instituto Andaluz de Patrimonio Histórico. (PH boletín 36)*. Año 9, pp.100-109



- Salas (2018). *Reinvención de la cultura en la actividad turística del mundo andino quechua*
- Santana A. (2003). *Turismo cultural, culturas turísticas*. Horizontes Antropológicos. Porto Alegre, año 9, n° 20, pp. 31-57.
- Sotelo, B. (2018). *Diversificación e innovación del producto turístico y su relación con la demanda turística del Distrito de Lunahuaná* (Tesis de Maestría en Consultoría y Dirección Turística con Mención en Turismo Sostenible). Universidad de Piura. Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales. Lima, Perú.
- Spielberg, T. (2005). *Cultural tourism and business opportunities for museums and heritages sites*. En *Tourism Management*, vol. 16, n°5.
- Troncoso, B. (2011). *Turismo Sostenible*. Recuperado de <https://es.scribd.com/presentation/256283234/Turismo-Sostenible-pptx>
- UNESCO. 2012, *Declaración Universal sobre la Diversidad Cultural*, <http://www.cinu.mx/eventos/127162s.pdf> recuperado el 10 de Julio de 2016).
- Velasco, V. (2017). *Gestión del patrimonio cultural inmaterial en el desarrollo turístico de la provincia de Chimborazo - Ecuador*. Lima, Perú: Universidad Nacional Mayor de San Marcos.
- Velásquez (2017). *Propuesta de una ruta temática cultural y su relación en el fortalecimiento del turismo interno en el distrito de Ancón - Región Lima – 2017*
- Vera, J. & Baños, C. (2010). *Renovación y reestructuración de los destinos turísticos consolidados del litoral: Las prácticas recreativas en la evolución del espacio turístico*.
- Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles. (53), 337. *Recuperado de*



<https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/15206/1/VERA%20y%20BA%C3%91>

[Os%20renovaci%C3%B3n%20y%20reestructuraci%C3%B3n%20de%20](#)

[Odestin%20os%20consolidados.pdf](#)

Verde, (2016). *Manual de diseño: Experiencias astroturísticas*. Proyecto Bien Público
Corfo

Voleger, C. y Hernández, E. (1999). *Estructura y organización del mercado turístico*.

Madrid: Centro de Estudios Ramón Areces, pp. 118 - 229.

Williams, C. y Buswell, J. (2003). *Service Quality in Leisure and Tourism*. CABI Pub,
Wallingford.

Zavaleta (2017) *Patrimonio cultural inmaterial en la Provincia de Santiago de Chuco
para el desarrollo del turismo cultural en el año 2017*

Zulma, M. (2019). *El impacto de la actividad turística en la gestión del patrimonio
cultural del Santuario Arqueológico de Pachacamac*. Análisis y propuesta -
Lurín 2019. Lima, Perú : Universidad San Martín de Porres.



ANEXOS

ANEXO A INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS

A.1 FICHAS DE OBSERVACIÓN DIRECTA

Patrimonio Cultural Inmaterial	Categoría	Tipo	Subtipo	Total
Total				

Eventos	Clasificación	Espacio Cultural



A.2 ESCALAS DE VALOR

EL PATRIMONIO CULTURAL INMATERIAL COMO FACTOR ESENCIAL DE DIVERSIFICACIÓN DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA CULTURAL DE LA CIUDAD DE PUNO

Parte 1: Motivación

¿Tiene interés por conocer los siguientes eventos culturales?

EVENTOS CULTURALES	Muy Interesado	Interesado	Poco Interesado	Nada Interesado
Fiestas religiosas y patronales	4	3	2	1
Ferias artesanales	4	3	2	1
Puestas en escena	4	3	2	1
Fiestas locales y Tradicionales	4	3	2	1
Eventos culturales al aire libre	4	3	2	1
Presentación de danzas	4	3	2	1
Feria de libros	4	3	2	1
Aniversarios y fiestas conmemorativas	4	3	2	1
Exposiciones de arte y pintura	4	3	2	1
Obras teatrales	4	3	2	1

ANEXO B FICHAS DE REGISTRO DE RECURSOS TURÍSTICOS

A. DATOS GENERALES				
Nombre del Recurso (*)	Festividad Virgen de la Candelaria			Ficha N° 1
Toponimia (*)				
UBICACIÓN		DATOS DE GEOREFERENCIA (*)		
Departamento /Región (*)	Puno	Coordenadas Geográficas (WGS 84)	Latitud	
Provincia(*)	Puno		Longitud	
Distrito (*)	Puno	Coordenadas UTM (WGS 84) (Opcional)	Este	
Otro(*)	Puno		Norte	
Referencia:	Mes de febrero, fechas movibles	Altitud (m.s.n.m.)		
CLASIFICACIÓN DEL RECURSO TURÍSTICO		FOTOGRAFÍA ACTUAL:		
Categoría(*)	Acontecimientos Programados			
Tipo(*)	Fiestas			
Sub-tipo(*)	Fiestas Religiosas y Patronales			
DESCRIPCIÓN (*)				
Se representa una de las más grandes manifestaciones culturales, musicales y dancísticas del Perú, siendo una de las fiestas religiosas más significativas, de Sudamérica, debido a la cantidad de símbolos y manifestaciones artísticos-culturales propias de la cultura aymara, quechua y mestiza del altiplano puneño.				
Particularidades(*)		Reconocimientos(*)		
Manifestación cultural de religiosidad, en donde en la fecha principal y octava de la virgen se presentan más de 360 danzas autóctonas y en trajes de luces.		Reconocido como Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad por la UNESCO		

A. DATOS GENERALES				
Nombre del Recurso (*)	Feria de las Alasitas			Ficha N° 2
Toponimia (*)				
UBICACIÓN		DATOS DE GEOREFERENCIA (*)		
Departamento /Región (*)	Puno	Coordenadas Geográficas (WGS 84)	Latitud	
Provincia(*)	Puno		Longitud	
Distrito (*)	Puno	Coordenadas UTM (WGS 84) (Opcional)	Este	
Otro(*)	Puno		Norte	
Referencia:	Mes Mayo, fechas movibles	Altitud (m.s.n.m.)		
CLASIFICACIÓN DEL RECURSO TURÍSTICO		FOTOGRAFÍA ACTUAL:		
Categoría(*)	Folclore			
Tipo(*)	Ferias y Mercados			
Sub-tipo(*)	Ferias Artesanales			
DESCRIPCIÓN (*)				
<p>ferias de miniaturas o de alasitas, las cuales consisten en el expendio de manufactura en miniatura, figurillas asociadas a bienes del mundo agrario y urbano, con fines propiciatorios. La realización de dichas ferias, originalmente vinculadas a la ritualidad agropecuaria de los indígenas altiplánicos –la palabra alasita puede ser traducida como “cómprame” en lengua aymara–, se incorporó en tiempos coloniales al calendario católico popular por lo cual, comúnmente, acompaña a alguna celebración patronal destacada</p>				
Particularidades(*)		Reconocimientos(*)		
<p>Las alasitas impulsan un importante movimiento económico y cultural en todo el altiplano. Miles de artesanos y decenas de miles de feriantes participan de estos espacios de celebración ritual</p>		<p>Reconocido como Patrimonio Cultural de la Nación por el Viceministerio de Patrimonio e Industrias Culturales.</p>		

A. DATOS GENERALES				
Nombre del Recurso (*)	Año Nuevo Andino			Ficha N° 3
Toponimia (*)				
UBICACIÓN		DATOS DE GEOREFERENCIA (*)		
Departamento /Región (*)	Puno	Coordenadas Geográficas (WGS 84)	Latitud	
Provincia(*)	Puno		Longitud	
Distrito (*)	Puno	Coordenadas UTM (WGS 84) (Opcional)	Este	
Otro(*)	Puno		Norte	
Referencia:	Mes Diciembre, 21 de Junio	Altitud (m.s.n.m.)		
CLASIFICACIÓN DEL RECURSO TURÍSTICO		FOTOGRAFÍA ACTUAL:		
Categoría(*)	Acontecimientos Programados			
Tipo(*)	Eventos			
Sub-tipo(*)	Otros (Eventos Culturales)			
DESCRIPCIÓN (*)				
<p>Año Nuevo Andino, Marataqa, Machaq Mara, en todo el altiplano puneño, y puntos especiales como el Cerrito de Hujasapata , se espera el día más corto del año, este día el solo y las estrellas se ponen en órbita con el ambiente frígido del invierno, con vientos direccionados de diferentes Apus.</p>				
Particularidades(*)		Reconocimientos(*)		
Celebración ritual		Reconocido como de interés cultural por la Dirección Regional de Educación UGEL Puno.		

A. DATOS GENERALES				
Nombre del Recurso (*)	Feria Wawa Qhatu			Ficha N° 4
Toponimia (*)				
UBICACIÓN		DATOS DE GEOREFERENCIA (*)		
Departamento /Región (*)	Puno	Coordenadas Geográficas (WGS 84)	Latitud	
Provincia(*)	Puno		Longitud	
Distrito (*)	Puno	Coordenadas UTM (WGS 84) (Opcional)	Este	
Otro(*)	Puno		Norte	
Referencia:	Mes Junio, fecha movible	Altitud (m.s.n.m.)		
CLASIFICACIÓN DEL RECURSO TURÍSTICO		FOTOGRAFÍA ACTUAL:		
Categoría(*)	Folclore			
Tipo(*)	Feria y Mercados			
Sub-tipo(*)	Ferias Artesanales			
DESCRIPCIÓN (*)				
Particularidades(*)		Reconocimientos(*)		
Feria de mercado (Qhatu) de artesanías con motivos navideños		Reconocido como de atractivo turístico por la DIRCETUR –Puno		

A. DATOS GENERALES				
Nombre del Recurso (*)	Escenificación de la Salida de Manco Capac y Mama Oclo			Ficha N° 5
Toponimia (*)				
UBICACIÓN		DATOS DE GEOREFERENCIA (*)		
Departamento /Región (*)	Puno	Coordenadas Geográficas (WGS 84)	Latitud	
Provincia(*)	Puno		Longitud	
Distrito (*)	Puno	Coordenadas UTM (WGS 84) (Opcional)	Este	
Otro(*)	Puno		Norte	
Referencia:	Mes Noviembre, 5 de noviembre	Altitud (m.s.n.m.)		
CLASIFICACIÓN DEL RECURSO TURÍSTICO		FOTOGRAFÍA ACTUAL:		
Categoría(*)	Acontecimientos Programados			
Tipo(*)	Eventos			
Sub-tipo(*)	Otros (Eventos Culturales)			
DESCRIPCIÓN (*)				
Escenificación mítica de la salida de Maco Kapc y Mama Oclo, representa la salida de la pareja fundadora del imperio incaico, que emergen del lago Titicaca. Se realizan actos rituales y presentación de danzas y platos originarios.				
Particularidades(*)		Reconocimientos(*)		
Evento cultural de celebración ritual.		Reconocido como atractivo turístico por la DIRCETUR –Puno		

ANEXO C PROPUESTA DE PRODUCTO TURÍSTICO CULTURAL PARA LA DIVERSIFICACIÓN DE LA ACTIVIDAD
TURÍSTICA CULTURAL DE LA CIUDAD DE PUNO

PLAN DE ACCIÓN			
I DISEÑO DEL PRODUCTO			
ACTIVIDAD	META	RESULTADO	RESPONSABLE
Identificación de atractivos/recursos turísticos comprendidos en el producto	Atractivos y recursos turísticos identificados y priorizados	Trabajo focalizado en el desarrollo de los atractivos y recursos seleccionados	DIRCETUR, MINCETUR, DD CULTURA, MUNICIPALIDAD PROVINCIAL DE PUNO, INSTITUTO AMERICANO DE ARTE, FEDERACIÓN DE ARTISTAS BORDADORES Y MASCAREROS
Elaboración de un video documental, video promocional y banco de imágenes de la Festividad de la Virgen de la Candelaria	Un video promocional y un documental de la principal manifestación de folclore de la región	Contar con herramientas audiovisuales para promoción y exposición	MINCETUR

Sistematización de los trabajos de investigación de folclore y cultura de Puno	Implementación de las acciones de salvaguardia propuestas a la UNESCO	Publicación de la Investigación histórica de la Festividad de la Virgen de la Candelaria.	DD CULTURA, DIRCETUR, GOBIERNO REGIONAL, COMITÉ DE SALVAGUARDA, UNA, IAA
Elaboración anual del calendario jerarquizado de festividades y eventos de la región Puno	Un instrumento para la promoción de las festividades y eventos de Puno	Un calendario jerarquizado	DIRCETUR, MUNICIPIOS PROVINCIALES, IPERÚ
Gestión de la formalización de actividades de folclore y cultura de la ciudad de Puno	Lograr compromisos, presupuestos, declaratorias de interés regional y local	Acuerdos, Ordenanzas, Directivas, convenio marco de cooperación	MUNICIPALIDAD PROVINCIAL DE PUNO, FEDERACION DE FOLCLORE, CULTURA, UNA, CARETUR
Elaboración de una propuesta consensuada anual de la organización y desarrollo de la Festividad de la Virgen de la Candelaria	Buena y adecuada organización de la Festividad	Una propuesta consensuada	DD CULTURA, COMITÉ DE SALVAGUARDA

Organización de ruta temática (definición de los puntos de visita y diseño de recorridos)	Producto Turístico innovador y único, con propuesta de visita validada y recorridos propuestos.	Un recorrido turístico establecido e implementado	DIRCETUR, INSTITUTO AMERICANO DE ARTE, FEDERACIÓN DE ARTISTAS BORDADORES Y MASCAREROS, CARETUR, CAMARA HOTELERA, MINCETUR
---	---	---	---

Implementación/ acondicionamiento de salas de Interpretación del folclore y cultura de Puno	Implementación de espacios de exposición e interpretación	Salas de interpretación implementadas	MUNICIPALIDAD PROVINCIAL DE PUNO, INSTITUTO AMERICANO DE ARTE, MINCETUR
Gestión para la presentación de danzas en el Teatro Municipal	Definición de fechas programadas mensuales	Demostraciones de folclore y cultura programadas para la visita	MUNICIPALIDAD PROVINCIAL DE PUNO, CARETUR
Acondicionamiento para la visita de turistas a talleres de bordados y máscaras	Implementación y acondicionamiento de talleres para la visita de turistas	Espacios adecuados para la visita y desplazamiento de los turistas	BORDADORES Y MASCAREROS, DIRCETUR, MINCETUR

Elaboración del guion interpretativo para desarrollo de la visita del producto turístico	Un guion interpretativo elaborado	Determinar el concepto de la experiencia turística	MINCETUR
Elaboración de paquetes turísticos del producto	Implementación /adecuación de paquetes turísticos en base al calendario jerarquizado de festividades y eventos de la región Puno	Paquetes turísticos enlazados a las principales manifestaciones de folclore y cultura de la región	CAMARA HOTELERA, ARAVIT, GOTAP, CARETUR
Gestión para fortalecer la denominación de "Puno Capital de Folclore Peruano"	Elaboración del reglamento de la ley	Publicación del reglamento	COMITÉ DE SALVAGUARDA, DD CULTURA, DIRCETUR
Organización de la "Feria Candelaria hecho a mano"	Una feria en Puno y una feria en Lima	Reconocimiento del trabajo artesanal de bordadores y mascareros	DD CULTURA, DIRCETUR, FEDERACIÓN DE ARTISTAS BORDADORES Y MASCAREROS, MUNICIPALIDAD PROVINCIAL DE PUNO

II ACTIVIDADES CONEXAS		
Aplicación del Sistema de Buenas Prácticas (SABP) dirigido a agencias de viajes	Capacitación, asistencia técnicas, monitoreo	Mejora en la prestación y calidad de servicios turísticos
Desarrollo de curso corto de Servicio de Restaurantes y atención al cliente en inglés	Dos capacitaciones desarrolladas	
		CENFOTUR

III PROMOCIÓN		
Diseño de material informativo y promocional del producto turístico	Elaboración de material informativo y promocional del producto	Posicionamiento de los valores diferenciales del producto
Socializar el producto turístico con agentes de intermediación (operadores, agencias de viajes, prensa local, otros segmentos)	Quince agentes de intermediación	Difusión y posicionamiento del producto turístico
Creación y fortalecimiento del aplicativo de folclore y cultura de Puno	Aplicativo móvil desarrollado	MUNICIPALIDAD PROVINCIAL DE PUNO, CARETUR
		MINCETUR, DIRCETUR, CARETUR

Inclusión del producto dentro de la plataforma de "Y tú qué planes"	Medio virtual difundiendo el producto	PROMPERÚ
Seminario de Destinos Turísticos	80 empresarios turísticos fortalecen sus conocimientos del destino Puno y sus productos turísticos	PROMPERÚ
Presentación del producto turístico en el Workshop de Productos Turísticos del Perú 2015	Un producto presentado y puesto en oferta	MINCETUR

NOMBRE DEL PRODUCTO	CULTURA, ARTE Y DEVOCIÓN EN LA CAPITAL DEL FOLCLORE PERUANO
Tipo de producto	Cultura e Intereses Especiales
Tiempo recomendado (horas/días):	04 a 05 horas.

<p>DESCRIPCIÓN</p> <p>GENERAL DEL PRODUCTO</p>	<p>Puno, ciudad inmensamente rica en danzas autóctonas y con trajes de luces que superan las 350, con diversidad de música, costumbres y leyendas, célebre por lo variado y colorido de su folclore, su máxima expresión se muestra durante es la Festividad de la Virgen de la Candelaria.</p> <p>Conoce y experimenta de manera directa, el Patrimonio Cultural Inmaterial que se refleja en las prácticas culturales tradicionales de Puno, en la danza, la música, la elaboración de trajes y máscaras.</p>
<p>Ubicación:</p>	<p>La ciudad de Puno establecida a orillas del lago Titicaca se encuentra en la Provincia y Región de Puno al sureste del Perú. En la zona central de la meseta del Collao también conocido como Altiplano andino.</p>
<p>Altitud:</p>	<p>3810 msnm.</p>
<p>Clima de acuerdo a temporadas en meses (iconos):</p>	<p>Abril a Noviembre: Seco y Soleado</p> <p>Diciembre a Marzo: Lluvias</p>
<p>Temperatura (máxima y mínima):</p>	<p>Mínima: 3°C</p> <p>Máxima: 18°C</p>

<p>¿Cómo llegar?</p>	<p><u>Aéreo</u>: Desde Lima a Juliaca. 1 h. 40 min. Desde Cusco: 1 h.</p> <p><u>Terrestre</u>: Desde Lima - Arequipa - Juliaca: 1315 Km. 20 h. en bus. Desde Juliaca a Puno: 44 Km. 45 min. en automóvil. Desde Cusco: 389 Km. 08 h. en bus. Desde Arequipa: 305 Km. 05 h. en bus. Desde Tacna: 376 Km. 08 h. en bus. <u>Férreo</u>: Desde Cusco: 384 Km. 10 h.</p>
<p>¿Qué visitar?</p>	<ul style="list-style-type: none">• Festividad de la Virgen de la Candelaria (febrero)• Templo San Juan – Santuario de la Virgen de la Candelaria• Sala de Interpretación 1 en el Instituto Americano de Arte de Puno• Sala de Interpretación 2 en la Federación Regional de Folclore y Cultura de Puno• Taller de Mascaras Saraza• Taller de Bordados Casa Luminar

<p>¿Qué hacer?</p>	<ul style="list-style-type: none">• Recorrido de la ruta temática• Visita a Salas de Interpretación• Visita a talleres de bordadores y mascareros• Observación de demostraciones culturales programadas (música, danza)• Compra de souvenirs
<p>Para tomar en cuenta</p>	<p>Qué llevar:</p> <p>Se recomienda tener siempre a la mano casacas y chompas abrigadoras, poncho para la lluvia o impermeable, cortaviento, lentes para el sol, protector solar, sombrero y zapatos impermeables. Que no te falte durante la visita cámara fotográfica y filmadora.</p> <p>Otros:</p> <p>La festividad de la Virgen de la Candelaria fue declarada Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad por UNESCO el 27 de noviembre de 2014. Se desarrolla cada año durante los primeros diez días del mes de febrero.</p>

ANEXO D CALENDARIO DE EVENTOS CULTURALES DE PUNO

	REGIÓN	PROVINCIA	DISTRITO	DÍA INICIO	MES INICIO	DÍA FIN	MES FIN	DÍA CENTRAL	PRIORIDAD	FECHA
Año nuevo y Fiestas de Turkasiri	Puno	Yunguyo / Chucuito	Yunguyo / Pomata	1	Enero	1	Enero	1	1	Fija
Recepción de Año Nuevo	Puno	Multiprovincial	Multidistrital	1	Enero	1	Enero	1	1	Fija
Festividad de la 8va. del Niño Jesús	Puno	Azángaro	Azángaro	1	Enero	3	Enero	3	2	Fija
Fiesta de Reyes Magos	Puno	Chucuito	Pomata/Desaguadero	6	Enero	6	Enero	6	1	Fija
Fiesta de las Alasitas	Puno	El Collao	Ilave	6	Enero	8	Enero	6	2	Fija
Festividad Ritual de Pachata	Puno	Puno	Amantani	15	Enero	15	Enero	3er jueves de enero	3	Movible
Q'ashwa de San Sebastián	Puno	San Román	Juliacca	20	Enero	20	Enero	20	1	Fija
Pago a la Tierra	Puno	San Román	Caracoto	20	Enero	20	Enero	20	1	Fija
Fiesta de San Sebastián	Puno	San Antonio de Putina	Muñani/Cayacaya	20	Enero	20	Enero	20	1	Fija
Festividad Virgen María de la candelaria	Puno	Puno	Puno	1	Febrero	14	Febrero	2 y 10	1	Fija



Alasitas	Puno	San Antonio de Putina	Putina	2	Febrero	2	2	Febrero	2	2	Fija
Aniversario de Macusani	Puno	Carabaya	Macusani	5	Febrero	5	5	Febrero	5	1	Fija
Aniversario de Sandía	Puno	Sandía	Sandía	5	Febrero	5	5	Febrero	5	1	Fija
Octava de la Festividad Virgen de la Candelaria - Concurso de Danzas con traje de luces	Puno	Puno	Puno	9	Febrero	9	9	Febrero	9	1	Movible
Carnavales de Juliaca	Puno	San Román	Juliaca	14	Febrero	14	23	Febrero	14	1	Movible
Carnavales en todas las localidades de la Región de Puno	Puno	Multiprovincial	Multidistrital	14	Febrero	14	23	Febrero	14	1	Movible
Fiesta de San Juan de Dios	Puno	No Indica	No Indica	8	Marzo	8	8	Marzo	8	1	Fija
Semana Santa en la Región de Puno	Puno	Multiprovincial	Multidistrital	29	Marzo	29	5	Abril	2 y 3	1	Movible
Semana Santa en el Distrito de Chucuito.	Puno	Puno	Chucuito	29	Abril	29	5	Abril	2 y 3	1	Movible
Aniversario de Fundación del distrito de Chucuito.	Puno	Puno	Chucuito	2	Abril	2	2	Abril	2	1	Fija

Aniversario del Distrito de Amantani	Puno	Puno	Amantani	9	Abril	9	Abril	9	1	Fija
Festividad de San Felipe	Puno	San Román	Caracote	1	Mayo	1	Mayo	1	1	Fija
Aniversario del Distrito de Capachica	Puno	Puno	Capachica	2	Mayo	2	Mayo	2	1	Fija
Aniversario del Distrito de Caracoto	Puno	San Román	Caracoto	2	Mayo	2	Mayo	2	1	Fija
Aniversario del Distrito de Cabana	Puno	San Román	Cabana	2	Mayo	2	Mayo	2	1	Fija
Fiesta de Adoración a la Cruz	Puno	El Collao	Ilave	3	Mayo	3	Mayo	3	2	Fija
Fiesta de la Santísima Cruz	Puno	San Román	Juliaca	3	Mayo	3	Mayo	3	1	Fija
Festividad de las Cruces y Feria de las Alasitas	Puno	Puno	Puno	3	Mayo	3	Mayo	3	3	Fija
Festividad San Martín de Porras	Puno	El Collao	Ilave	6	Mayo	6	Mayo	6	1	Fija
Fiesta de San Isidro Labrador	Puno	Puno	Amantani	15	Mayo	15	Mayo	15	3	Fija
Aniversario del Distrito de Cabanillas	Puno	San Román	Cabanillas	15	Mayo	15	Mayo	15	1	Fija
Aniversario del Distrito de Pomata	Puno	Chucuito	Pomata	29	Mayo	29	Mayo	29	1	Fija
Feria Agropecuaria - FEGASUR	Puno	San Román	Juliaca	No definido	Mayo	No definido	Mayo	Abril o Mayo. No Definido	3	Movible

Festival Eco - Cultural Turístico, Religioso "Milly Raymi Quequerana	Puno	Azángaro	Azángaro	No definido	Mayo	No definido	Mayo	No definido	Mayo	No definido	2	Movible
Aniversario del Distrito de Anapia	Puno	Yunguyo	Anapia	1	Junio	1	Junio	1	Junio	1	1	Fija
Aniversario del Distrito de Juli	Puno	Chucuito	Juli	3	Junio	3	Junio	3	Junio	3	1	Fija
Aniversario de Pucará	Puno	Lampa	Pucará	3	Junio	3	Junio	3	Junio	3	2	Fija
Aniversario de Putina	Puno	San Antonio de Putina	Putina	12	Junio	12	Junio	12	Junio	12	1	Fija
Fiesta Patronal San Antonio de Padua	Puno	Yunguyo	Yunguyo	14	Junio	14	Junio	14	Junio	14	2	Movible
Fiesta Patronal San Antonio de Padua	Puno	San Antonio de Putina	Putina	20	Junio	20	Junio	20	Junio	20	2	Fija
Allinccapac Raymi	Puno	Carabaya	Macusani	20	Junio	20	Junio	20	Junio	20	2	Fija
Aniversario de Lampa	Puno	Lampa	Lampa	21	Junio	21	Junio	21	Junio	21	1	Fija
Año Nuevo Andino	Puno	Puno	Puno	21	Junio	21	Junio	21	Junio	21	3	Fija
Escenificación del Gran Pachacuti	Puno	Yunguyo	Unicachi	21	Junio	21	Junio	21	Junio	21	3	Fija



Escenificación del Gran Pachacuti	Puno	Yunguyo	Anapia	21	Junio	21	Junio	21	2	Fija
San Juan Bautista	Puno	Multiprovincial	Multidistrital	24	Junio	24	Junio	24	1	Fija
Festival de Danzas Autóctonas Chijnarapi - Orurillo.	Puno	Melgar	Orurillo	24	Junio	24	Junio	24	1	Fija
Día del Campesino y Fiesta de San Juan	Puno	San Román	Juliaca	24	Junio	24	Junio	24	1	Fija
San Pedro y San Pablo	Puno	Multiprovincial	Multidistrital	29	Junio	29	Junio	29	3	Fija
Festividad Patronal San Pedro y San Pablo	Puno	Yunguyo	Unicachi	29	Junio	29	Junio	29	3	Fija
Ceremonial del Hatun Ñakac o El Degollador	Puno	Lampa	Pucará	No definido	Junio	No definido	Junio	No definido	2	Movible
Chaccu de Vicuñas	Puno	Chucuito	Desaguadero / Kelluyo	No definido	Junio	No definido	Junio	No definido	1	Movible
Festival de Danzas Autóctonas Tinajani	Puno	Melgar	Ayaviri	5	Julio	5	Julio	1er sábado de Julio	2	Movible
Fiesta Nuestra Señora del Carmen	Puno	Lampa, San Román, El Collao	Pucará, Cabanillas, Ilave	16	Julio	16	Julio	16	2	Fija
Fiesta de Santiago Apóstol	Puno	Lampa	Lampa	25	Julio	25	Julio	25	1	Fija
Festividad de San Mateo	Puno	Sandia	Phara	28	Julio	28	Julio	28	1	Fija



Fiesta Patronal del Niño San Salvador	Puno	Puno	Capachica	6	Agosto	6	Agosto	6	2	Fija
Niño Jesús de Praga	Puno	Puno	Capachica	6	Agosto	6	Agosto	6	2	Fija
Virgen de Copacabana	Puno	No Indica	No Indica	12	Agosto	12	Agosto	12	1	Fija
Wajcha (Ritual de la Fertilidad) Virgen de la Asunción	Puno	Puno	Chucuito	14	Agosto	15	Agosto	15	2	Fija
Fiesta Patronal Virgen de la Asunción	Puno	Azángaro	Azángaro	15	Agosto	15	Agosto	15	2	Fija
Fiesta de la Virgen de Cancharani	Puno	Puno	Puno	15	Agosto	15	Agosto	15	2	Fija
Concurso Regional de Sikuris	Puno	Puno	Puno	18	Agosto	18	Agosto	18	2	Movible
Feria Internacional de Artesanía Textil y Gastronomía	Puno	Puno	Amantani	18	Agosto	18	Agosto	18	3	Movible
Aniversario de Azángaro	Puno	Azángaro	Azángaro	22	Agosto	22	Agosto	22	1	Fija
Festividad Patronal de Santa Rosa	Puno	Puno	Acora	30	Agosto	30	Agosto	30	1	Fija

Festividad Patronal de Santa Rosa de Lima	Puno	Multiprovincial	Multi distrital	30	Agosto	30	Agosto	30	1	Fija
Escenificación del Qhapaq Qolla.	Puno	Puno	Atuncolla	6	Setiembre	6	Setiembre	1er sábado	1	Movible
Festividad de Nuestra Señora de Guadalupe	Puno	Huancané	Huancané	8	Setiembre	8	Setiembre	8	1	Fija
Fiesta Patronal de Nuestra Señora de Alta Gracia	Puno	Melgar	Ayaviri	8	Setiembre	8	Setiembre	8	1	Fija
Festividad Virgen de la Natividad	Puno	Puno	Ácora	8	Setiembre	15	Setiembre	8 y 15	1	Fija
Festividad del Señor de Pacaypampa	Puno	Sandia	Sandia	14	Setiembre	21	Setiembre	14 y 21	2	Fija
Exaltación de la Santa Cruz Niño de Praga	Puno	Azángaro	Santiago de Pupuja	16	Setiembre	16	Setiembre	16	1	Fija
Aniversario de Huancané	Puno	Huancané	Huancané	19	Setiembre	19	Setiembre	19	1	Fija
Fiesta Patronal Nuestra Señora de las Mercedes	Puno	San Román	Juliacá	24	Setiembre	24	Setiembre	24	2	Fija
Festividad de San Miguel Arcángel	Puno	El Collao	Ilave	29	Setiembre	29	Setiembre	29	1	Fija
Festividad Patronal de San Jerónimo	Puno	Azángaro	Asillo	30	Setiembre	30	Setiembre	30	1	Fija

Festival de Puyas Raymondi y Fiesta Internacional de la Vicuña	Puno	San Antonio de Putina	Putina	No definido	Setiembre	No definido	Setiembre	No definido	2	Movible
San Francisco de Asís	Puno	Puno	Tiquillaca	4	Octubre	4	Octubre	4	1	Fija
Festividad Virgen del Rosario	Puno	Chucuito	Pomata	5	Octubre	5	Octubre	1º Domingo de Octubre	2	Movible
Concurso de Sikuris	Puno	Yunguyo	Yunguyo	8	Octubre	8	Octubre	8	2	Fija
Festividad San Francisco de Borja "Tata Pancho"	Puno	Yunguyo	Yunguyo	10	Octubre	10	Octubre	10	3	Fija
Festividad Virgen del Rosario	Puno	Puno	Chucuito	12	Octubre	12	Octubre	2do domingo de Octubre	2	Movible
Aniversario de Juliaca	Puno	San Román	Juliaca	24	Octubre	24	Octubre	24	1	Fija
Aniversario de Ayaviri	Puno	Melgar	Ayaviri	25	Octubre	25	Octubre	25	1	Fija
Aniversario de Elevación de categoría a Ciudad de Sandia	Puno	Sandia	Sandia	28	Octubre	28	Octubre	28	1	Fija
Festival Chaccu de vicuñas de Cala Cala	Puno	San Antonio de Putina	Pedro Vilcapaza	No definido	Octubre	No definido	Octubre	No definido	1	Movible
Todos los Santos	Puno	Multiprovincial	Multidistrital	1	Noviembre	2	Noviembre	2	2	Fija

Parada Folclórica de la Gran Unidad Escolar San Carlos	Puno	Puno	Puno	Puno	Puno	3	Noviembre	3	Noviembre	3	2	Fija
Aniversario de la Ciudad de Puno	Puno	Puno	Puno	Puno	Puno	4	Noviembre	4	Noviembre	4	2	Fija
Escenificación de la Salida de Manco Cápac y Mama Oello	Puno	Puno	Puno	Puno	Puno	5	Noviembre	5	Noviembre	5	3	Fija
Festividad de San Martín Obispo	Puno	Chucuito	Pizacoma	Puno	Puno	11	Noviembre	11	Noviembre	11	1	Fija
Aniversario de Yunguyo	Puno	Yunguyo	Yunguyo	Yunguyo	Yunguyo	14	Noviembre	14	Noviembre	14	1	Fija
Fiesta Patronal de Santa Catalina	Puno	San Román	Julia	Julia	Julia	25	Noviembre	25	Noviembre	25	1	Fija
Fiesta Patronal de San Andrés Apóstol	Puno	Chucuito/Puno	Desaguadero /Atuncolla	Desaguadero /Atuncolla	Desaguadero /Atuncolla	30	Noviembre	30	Noviembre	30	1	Fija
Festival y Chaccu Eco Turístico de Vicuñas Multicomunal Picotani	Puno	San Antonio de Putina	Putina	Putina	Putina	No definido	Noviembre	No definido	Noviembre	No definido	1	Movible
Festividad Virgen de la Inmaculada	Puno	Carabaya	Macusani	Macusani	Macusani	8	Diciembre	8	Diciembre	8	2	Fija
Festividad Virgen de la Inmaculada.	Puno	Chucuito	Juli	Juli	Juli	8	Diciembre	8	Diciembre	8	3	Fija



Festividad Virgen María de la Inmaculada Concepción	Puno	Lampa	Lampa	8	Diciembre	8	Diciembre	8	3	Fija
Aniversario de Ilave	Puno	El Collao	Ilave	12	Diciembre	12	Diciembre	12	1	Fija
Aniversario de Moho	Puno	Moho	Moho	12	Diciembre	12	Diciembre	12	1	Fija
Festividad Virgen de la Estrella	Puno	Azángaro	Asillo	18	Diciembre	18	Diciembre	18	2	Movible
Wawua Q'ato	Puno	Puno	Puno	24	Diciembre	24	Diciembre	24	2	Fija
Festividad del Niño Jesús	Puno	Lampa	Pucará	24	Diciembre	24	Diciembre	24	2	Fija
Fiesta de Navidad	Puno	Multiprovincial	Multidistrital	25	Diciembre	25	Diciembre	25	2	Fija