

Tipo de artículo: artículo de investigación

<https://doi.org/10.47460/uct.v29i127.975>

Análisis del turismo cultural en entornos naturales en visitantes a la localidad de Arequipa, Perú

James Josmell Ojeda Portugal*
<https://orcid.org/0009-0005-1617-7569>
jojedap@unsa.edu.pe
Universidad Nacional de San Agustín de Arequipa
Arequipa, Perú

Carmen Vanessa Franco Franco
<https://orcid.org/0000-0002-5025-2535>
cfranco@unsa.edu.pe
Universidad Nacional de San Agustín de Arequipa
Arequipa, Perú

Lucia Natalia Hinojosa Paz
<https://orcid.org/0009-0009-3724-992X>
lhinojosap@unsa.edu.pe
Universidad Nacional de San Agustín de Arequipa
Arequipa, Perú

María Alejandra Maceda Mogrovejo
<https://orcid.org/0000-0002-0646-7301>
mmaceda@unsa.edu.pe
Universidad Nacional de San Agustín de Arequipa
Arequipa, Perú

Fredy Morán Cruz
<https://orcid.org/0009-0002-7728-5692>
fmoranc@unsa.edu.pe
Universidad Nacional de San Agustín de Arequipa
Arequipa, Perú

*Autor de correspondencia: jojedap@unsa.edu.pe

Recibido (22/02/2025), Aceptado (24/04/2025)

Resumen: En el presente estudio se analiza la valoración del turismo natural cultural por parte de los visitantes de la región Arequipa, en Perú. La finalidad es comprender sus niveles de apreciación, preferencias, satisfacción y los factores sociodemográficos que inciden en dicha experiencia. A través de un enfoque cuantitativo y la aplicación de encuestas a una muestra representativa, se identificó que la mayoría de los turistas presentan un nivel medio de valoración del turismo cultural. Los resultados permiten afirmar que existe una mayor valoración entre los turistas internacionales, solteros y con educación superior. Asimismo, los niveles de satisfacción respecto a la oferta cultural fueron moderados, destacando áreas de mejora como la información, señalización y accesibilidad. Finalmente, se propone la necesidad de desarrollar estrategias diferenciadas para diversificar y enriquecer la experiencia cultural en los destinos naturales considerando el perfil del visitante y promoviendo una gestión sostenible del patrimonio.

Palabras clave: turismo cultural, entornos naturales, valoración turística, satisfacción turística, oferta turística, patrimonio cultural.

Analysis of cultural tourism in natural environments among visitors to the locality of Arequipa, Peru

Abstract.- This paper presents the design and simulation of fuzzy control and rule-based control for energy management in a parallel mild hybrid electric vehicle. The management system must minimize fuel consumption while ensuring load maintenance and ensuring component limitations. Equivalent fuel consumption is used to evaluate control performance, which penalizes the battery's use of electrical energy and fuel consumption but does not reward the storage of electrical energy in the battery. The presented model was tested in two different driving cycles, Europe: NEDC and USA: FTP-75 with an efficiency of 17.6% and 18.3% respectively. However, this result could be improved with more in-depth testing and error estimation, as well as more advanced simulations. In addition, more rules can be added to the proposed model, giving this approach scalable functionality.

Keywords: cultural tourism, natural environments, tourist valuation, tourist satisfaction, tourist offer, cultural heritage.



I. INTRODUCCIÓN

En las últimas décadas, el turismo cultural en entornos naturales ha cobrado un protagonismo creciente a nivel mundial, posicionándose como una alternativa que combina el disfrute estético del paisaje con la vivencia del patrimonio histórico y simbólico de los pueblos. Este tipo de turismo permite a los visitantes conectar con la identidad local a través de tradiciones, arquitectura, gastronomía y manifestaciones artísticas, enmarcadas en escenarios naturales que potencian la experiencia sensorial y emocional. Países como España, México, Italia y Japón han desarrollado exitosas estrategias para integrar ambos componentes, fomentando una oferta turística diversa, educativa y sostenible.

Asimismo, organismos internacionales como la UNESCO [1] y la Organización Mundial del Turismo (OMT) [2] han resaltado la importancia de promover un enfoque holístico que articule cultura y naturaleza, con miras a fortalecer las economías locales, salvaguardar el patrimonio y sensibilizar a los viajeros respecto a la conservación ambiental. Esta tendencia ha impulsado investigaciones y políticas públicas orientadas a comprender las dinámicas del turista cultural-natural, así como a establecer buenas prácticas en la gestión del destino. En este marco, explorar el caso de Arequipa, Perú, aporta una mirada situada que se enriquece con el debate global sobre turismo responsable e integrador.

La región Arequipa se distingue por su gran diversidad de paisajes naturales, entre los que destacan el Cañón del Colca, el volcán Misti, la Reserva Nacional de Salinas y Aguada Blanca, el Valle de los Volcanes o las faldas del Misti y diversas reservas ecológicas. Estos lugares son destinos turísticos consolidados, especialmente entre quienes buscan experiencias vinculadas a la naturaleza y la aventura. Sin embargo, estos entornos también conservan una riqueza cultural significativa, visible en las expresiones artísticas tradicionales, los conocimientos ancestrales, la cosmovisión andina y las manifestaciones simbólicas propias de las comunidades locales [2].

Pese a esta coexistencia entre lo natural y cultural, el turismo en estos escenarios suele centrarse en el atractivo paisajístico, relegando el valor cultural y artístico a segundo plano; como advierte Richards [3], el turismo cultural no debe entenderse solo como visitas a monumentos o museos, sino como una interacción continua con la vida, el arte y las costumbres locales, incluso en contextos naturales.

En tanto, esta separación limita la experiencia del visitante, quien muchas veces atraviesa territorios culturalmente ricos sin entablar una relación significativa con las experiencias culturales que lo rodean. Además, al presentar el arte local únicamente como producto comercializable, se pone en riesgo de descontextualizarlo o minimizar su sentido [4].

Por otro lado, existe una escasa producción científica sobre la valoración de los turistas acerca del componente cultural cuando visitan entornos naturales en la región de Arequipa; este vacío dificulta la implementación de propuestas de turismo cultural integrador, que consideren tanto la conservación del patrimonio natural como la valoración activa de las expresiones artísticas y simbólicas de las comunidades. En ese sentido, resulta necesario promover el conocimiento sobre la percepción y valoración del arte local y las manifestaciones culturales en espacios naturales de Arequipa, para mejorar la oferta turística con criterios de sostenibilidad y respeto con las identidades locales.

II. DESARROLLO

El turismo cultural es una modalidad de viaje motivada por el interés en conocer, experimentar y disfrutar de los patrimonios culturales (tanto materiales como inmateriales) que caracterizan a una región o comunidad; este tipo de turismo abarca no solo visitas a monumentos históricos o museos, sino también la interacción con las expresiones vivas como el arte, la música, la gastronomía, las festividades, los saberes tradicionales y el modo de vida de las comunidades [5], [6].

Además, esta forma de turismo representa una oportunidad para que las comunidades anfitrionas compartan su identidad con los visitantes, generando un espacio de intercambio simbólico y económico. Así, el turismo cultural se configura como una experiencia que no solo enriquece al turista, sino también fortalece el valor del patrimonio local [7]. Por tanto, este tipo de turismo no se limita a espacios urbanos, más bien se desarrolla en contextos naturales, donde el entorno del paisaje se entrelaza con los significados culturales profundos [8].

Al respecto, la región de Arequipa representa un escenario privilegiado para el turismo cultural en entornos naturales, pues sus principales atractivos, destacan por su valor ecológico, así como, por la riqueza cultural de las comunidades que habitan estos espacios; las comunidades conservan expresiones artísticas, mitológicas locales, técnicas ancestrales de producción y celebraciones tradicionales que podrían enriquecer significativamente la experiencia [7]. Sin embargo, como advierte Smith [9], el turismo cultural implica la oferta como la demanda: por un lado, las comunidades deben tener la capacidad y voluntad de compartir su cultura; por otro, los visitantes deben estar abiertos a valorarla y comprenderla. En el caso de Arequipa, uno de los principales retos consiste en lograr que el turista no solo admire el paisaje natural, sino que también reconozca el valor cultural que lo rodea, generando una experiencia integral que conecte naturaleza e identidad cultural [10].

Además, la inclusión del componente cultural en la actividad turística puede contribuir al desarrollo sostenible de las comunidades anfitrionas, permitiendo que estas participen activamente en la cadena de valor del turismo sin perder la autenticidad de sus expresiones [11]. En este marco, es fundamental comprender cómo los visitantes perciben y valoran el arte y la cultura en estos espacios, para orientar estrategias más inclusivas y respetuosas con el patrimonio local.

Con respecto al turista cultural es una persona que se desplaza con el fin de conocer y experimentar los elementos de un destino, ya sean patrimoniales, artísticos, históricos o identitarios; este tipo de turista busca una inmersión en la cultura local, incluyendo tanto aspectos tangibles como monumentos y museos, así como, expresiones intangibles como, la música, las tradiciones o la gastronomía [12].

Algunos autores [3] plantean que el turismo cultural incluye la valoración de las manifestaciones simbólicas que emergen en los contextos rurales y naturales, asimismo, esta visión se alinea con el enfoque de la UNESCO [1], que promueve el turismo como una herramienta para la protección del patrimonio y a la dinamización de las comunidades locales. Estas posturas han dado lugar a investigaciones sobre la experiencia del turista en regiones donde la naturaleza es protagonista, pero donde el arte y las costumbres locales también forman parte de la narrativa del lugar.

Otras investigaciones [13] han expresado que las manifestaciones culturales presentes en los pueblos (danzas, artesanías y festividades religiosas) tienen un gran potencial como recursos turísticos complementarios al atractivo natural, sin embargo, han destacado una débil conexión entre las actividades turísticas centradas en la naturaleza y los espacios culturales, impidiendo que los visitantes accedan de forma significativa a la riqueza simbólica del territorio. Además, se ha podido comprobar que los visitantes valoran positivamente la autenticidad de las expresiones culturales locales, sin embargo, el consumo de estas es de forma superficial debido a la falta de contextualización cultural en las experiencias ofrecidas [14].

Y Ojeda et al. [7], destacan que, a pesar de las limitaciones en infraestructura y servicios en las zonas turísticas, la afluencia de visitantes se mantiene constante, lo que refleja la fuerte conexión entre el valor simbólico de los lugares y el atractivo natural que los rodea. De esta manera se pone de relieve la importancia de integrar la dimensión cultural y ambiental en los estudios turísticos. Por otra parte, la bibliografía [15] resalta que la mayoría del personal en el sector turístico carece de capacitación formal, lo que evidencia la necesidad urgente de programas educativos orientados al desarrollo de habilidades técnicas, éticas y comunicativas. Este enfoque resulta especialmente relevante para regiones con alto potencial turístico-cultural y natural, como Arequipa, donde el fortalecimiento del capital humano representa una estrategia esencial para elevar los estándares de atención y sostenibilidad del sector.

III. METODOLOGÍA

Se utilizó un diseño no experimental-expost facto, de nivel descriptivo y con enfoque cuantitativo. Participaron 1135 turistas seleccionados a través del muestreo no probabilístico intencionado, la muestra estuvo conformada por turistas nacionales y extranjeros que visitaron los atractivos naturales con valor cultural en la región Arequipa, contactados en el Cañón del Colca, Reserva de Salinas y Aguada Blanca, y los miradores naturales de la campiña arequipeña.

Se adaptó y aplicó la encuesta del turista cultural en ciudades del patrimonio de la humanidad de Latinoamérica a la muestra local [16]. Este instrumento analiza el perfil demográfico y las motivaciones de los turistas que visitan los espacios naturales de Arequipa, la versión final se diseñó considerando las siguientes dimensiones motivacionales: cultural, circunstancial y de conveniencia. Además, evalúa la preferencia oferta turística cultural como: monumentos, iglesias, restos arqueológicos, festivales de música, museos industriales, museos artesanales y museos de arte. Y el nivel de satisfacción con el turismo cultural (visita, informaciones y explicaciones, señalización interior y exterior, accesos, servicios ofrecidos, entorno, restauración del patrimonio, atención del personal, relación calidad/precio y la accesibilidad para los discapacitados). El instrumento fue sometido a validez de contenido, considerando a tres jueces expertos en turismo cultural quienes validaron los aspectos de pertinencia, suficiencia, relevancia y contenido, a través de la prueba V de Aiken se encontró alta validez de contenido 0,89.

Para el análisis de datos, la información fue registrada y codificada en una base de datos del programa estadístico Jamovi en su última versión, la data fue sometida a procedimientos de revisión y depuración para garantizar la validez y reducir significativamente el error; asimismo, para el análisis de información se utilizó técnicas estadísticas para la distribución de frecuencias y porcentajes, y para la comparación de resultados se utilizaron estadísticos no paramétricos (utilizando el criterio de las pruebas de normalidad $p < 0,05$). Durante todo el proceso se tuvieron las consideraciones éticas, con el fin de garantizar la confidencialidad, anonimato y consentimiento informado de todos los participantes. Se respetó la voluntad de participación y se evitaron juicios de valor sobre las percepciones de los encuestados.

IV. RESULTADOS

Se realizó el análisis descriptivo de las variables demográficas de los turistas seleccionados encontrando la siguiente información: la edad promedio fue de 38,96 años con una desviación estándar de 10,38 años en un rango de 20 a 65 años. El 56,6% de los participantes fueron hombres y el 43,4% mujeres; un 11,1% de los participantes presentaron nivel de escolaridad primaria, mientras que el 74,9% tenía educación superior y el 14% educación secundaria. Por otro lado, el 42% estaban casados o unión de libre, el 52,3% manifestaron ser solteros, los restantes eran divorciados o viudos. Se pudo confirmar, además, que el 56,2% fueron turistas nacionales y el 43,8% turistas internacionales.

En la tabla 1, se describen los niveles de la valoración del turista cultural en su visita a los entornos naturales, el 59% de encuestados precisaron que el nivel de valoración es medio, el 26% considera un nivel alto y el 15% nivel bajo de valoración. Los resultados evidencian cierto reconocimiento hacia los elementos culturales presentes, sin embargo, aún no se logra una integración plena entre la oferta natural y la experiencia artística o cultural.

Tabla 1. Nivel de valoración del turismo cultural en los visitantes a los entornos naturales.

Variable / Dimensión	Indicador	Nivel		
		Alto	Medio	Bajo
Turismo Cultural	Nivel de valoración general	26%	59%	15%
Cultural	Conocer la riqueza natural, histórica y patrimonial	73%	20%	7%
	Asistir a eventos culturales	70%	29%	1%
	Realizar compras de interés	54%	22%	24%
	Degustar gastronomía	80%	17%	3%
Circunstancial	Visita de trabajo o negocios	5%	14%	81%
	Visita a familiares y/o amigos	19%	8%	73%
	La cercanía al lugar de residencia	24%	50%	26%
Conveniencia	Destino turístico accesible a la economía	30%	64%	6%
	Una visita más dentro del itinerario turístico	40%	48%	12%

Asimismo, los turistas culturales en su mayoría valoran las expresiones culturales solo como complemento del atractivo principal (predominancia del nivel medio), además, la presencia de una inadecuada narrativa interpretativa en estos espacios limita y disminuye la apreciación del componente cultural [12]. Por otro lado, el segmento que manifiesta una valoración alta podría responder a un perfil de turístico más sensibilizado o con intereses culturales definidos al diferenciar entre turistas principales y circunstanciales. En contraste, con quienes expresan baja valoración pueden estar respondiendo a una oferta turística poco visible o mal gestionada, representando una oportunidad para fortalecer la relación entre patrimonio natural y cultural en favor del turismo sostenible.

En la tabla 2 se muestran los niveles de preferencia, lo cual revela una clara inclinación del público hacia las actividades que ofrecen experiencias sensoriales vivenciales, como los festivales de música y gastronomía, los cuales superan ampliamente al resto en aceptación, lo que sugiere una valorización del componente lúdico y cultural inmediato. En contraste, los restos arqueológicos, aunque representan un recurso patrimonial valioso, presentan una distribución más dispersa en sus niveles de preferencia, lo que puede asociarse a una menor accesibilidad, comprensión o conexión emocional con el visitante promedio.

Por otro lado, las iglesias muestran una alta valoración, lo que indica una fuerte conexión entre el interés turístico y los elementos de carácter religioso e identitario, posiblemente reforzada por la tradición y la monumentalidad arquitectónica. Los museos de arte, aunque con preferencia aceptable, se ubican en un nivel intermedio, lo que puede estar relacionado con el tipo de experiencia más introspectiva y menos interactiva que suelen ofrecer, en comparación con las actividades al aire libre o de contacto directo con la comunidad. En conjunto, los resultados reflejan una preferencia por experiencias que combinan cultura viva, accesibilidad y participación activa en los entornos naturales.

Tabla 2. Nivel de preferencia de la oferta turística en los entornos naturales.

Indicadores	Nivel de preferencia		
	Alto	Medio	Bajo
Monumentos	33%	62%	5%
Iglesias	61%	33%	4%
Restos arqueológicos	58%	23%	19%
Festivales de música y gastronomía	80%	17%	3%
Ferias artesanales	51%	45%	4%
Museos de arte	45%	49%	6%

Por otro lado, el análisis de los niveles de satisfacción (Tabla 3) evidencia una predominancia general del nivel medio, lo cual indica que la mayoría de los visitantes perciben la experiencia turística como aceptable, aunque sin alcanzar estándares elevados. Sin embargo, esta tendencia sugiere oportunidades claras de mejora para elevar la percepción general del servicio.

Entre los aspectos que generan mayor insatisfacción destacan la relación calidad/precio y la accesibilidad para personas con discapacidad, lo cual pone de relieve debilidades estructurales que pueden afectar la equidad y la percepción de justicia del visitante. Asimismo, la atención del personal presenta niveles particularmente bajos de satisfacción alta, lo que podría indicar deficiencias en la formación, motivación o número de recursos humanos destinados a la atención directa.

Por otro lado, elementos clave como la señalización interior y exterior, así como el entorno natural y la restauración del patrimonio, muestran una satisfacción bastante fragmentada, con proporciones notables de usuarios que perciben deficiencias. Esto puede reflejar tanto problemas en la infraestructura como una falta de integración estética o funcional en el diseño del recorrido turístico. Los datos reflejan una experiencia que, si bien no es insatisfactoria en su totalidad, requiere acciones urgentes para optimizar la accesibilidad, fortalecer la calidad del servicio ofrecido, y sobre todo, profesionalizar al personal, de forma que el conjunto del sistema turístico pueda consolidarse como una oferta sólida, inclusiva y memorable.

Tabla 3. Nivel de satisfacción con el turismo cultural.

Indicadores	Nivel de satisfacción		
	Alto	Medio	Bajo
Visita	26%	65%	9%
Informaciones y explicaciones	30%	52%	18%
Señalización interior	20%	60%	20%
Señalización exterior	18%	58%	24%
Accesos	23%	63%	14%
Servicios ofrecidos	15%	70%	15%
Entorno	21%	54%	25%
Restauración del patrimonio	20%	56%	24%
Atención del personal	10%	75%	15%
Relación calidad/precio	12%	53%	35%
Accesibilidad para discapacitados	5%	61%	34%

En la tabla 4 se revela que no existen diferencias estadísticamente significativas en la participación en el turismo cultural según el sexo de los visitantes, ya que el valor de p es mayor a 0,05, lo que implica que tanto hombres como mujeres muestran un comportamiento relativamente similar en cuanto al interés por este tipo de turismo. Además, el valor de r_{bis} es prácticamente nulo, lo que confirma la inexistencia de una relación de peso entre el sexo y la preferencia cultural del turista.

En contraste, la variable de procedencia sí presenta una diferencia significativa ($p < 0,001$), lo que indica que existe una relación estadísticamente significativa entre ser turista nacional o internacional y el nivel de participación o valoración del turismo cultural. El rango promedio más alto corresponde a los turistas internacionales, lo que sugiere una mayor inclinación o valoración hacia la oferta cultural por parte de este grupo. Aunque el valor de r_{bis} es moderado (0,025), indica que esta diferencia, si bien significativa, tiene un efecto pequeño, lo cual no debe ser subestimado en el diseño de estrategias diferenciadas de promoción turística.

Tabla 4. Comparación del nivel de valoración del turismo cultural según sexo y procedencia del turista.

Turismo cultural	N	Rango promedio	U	rbis
Sexo				
Hombre	642	575,98	153131,0 (p = 0,349)	0,003
Mujer	493	557,61		
Procedencia				
Turista nacional	638	202,31	19778,0 (p = 0,000)	0,025
Turista internacional	497	524,50		

Nota. N= Muestra; U= U de Mann Whitney; r_{bis} = Tamaño del efecto (correlación biserial)

Los resultados de la tabla 5 muestran diferencias estadísticamente significativas en la participación o valoración del turismo cultural tanto por nivel de escolaridad como por estado civil. En el caso de la escolaridad ($p = 0,000$), se observa que, a mayor nivel educativo, mayor es la preferencia o vinculación con las actividades de turismo cultural. Los participantes con estudios superiores presentan el rango promedio más alto, lo cual sugiere que una mayor formación académica se asocia con un mayor interés por las experiencias culturales, posiblemente por su mayor valoración del conocimiento, el patrimonio y la identidad local. Aunque el valor de $\epsilon^2 = 0,016$ indica un efecto pequeño, este resultado es relevante desde el punto de vista estratégico para segmentar la oferta cultural.

Respecto al estado civil ($p = 0,003$), también se identifican diferencias significativas. Los solteros presentan el rango promedio más alto, lo que podría relacionarse con una mayor disponibilidad de tiempo y flexibilidad para actividades culturales, en comparación con quienes están casados, convivientes o separados. Los separados presentan la menor puntuación promedio, lo que podría reflejar condiciones personales o económicas que limitan su participación activa en este tipo de turismo. Aunque la medida de efecto es baja ($\epsilon^2 = 0,014$), los resultados permiten considerar ajustes en la promoción y diseño de experiencias culturales personalizadas para estos distintos perfiles.

Tabla 5. Comparación del nivel de valoración del turismo cultural según nivel de escolaridad y estado civil.

<i>Turismo cultural</i>	<i>N</i>	<i>Rango promedio</i>	<i>H</i>	ϵ^2
<i>Escolaridad</i>				
Primaria	126	489,32	16,502 (p = 0,000)	0,016
Secundaria	159	571,06		
Superior	850	646,64		
<i>Estado civil</i>				
Casado y/o conviviente	476	585,74	15,838 (p = 0,003)	0,014
Soltero	594	792,63		
Separado	57	438,87		
Viudo	8	521,63		

Nota: N= muestra; H= estadígrafo Kruskal Wallis; p = significancia (0.05); ϵ^2 = Épsilon al cuadrado (tamaño del efecto).

CONCLUSIONES

El turismo cultural en entornos naturales se configura como una experiencia híbrida que articula elementos tangibles e intangibles del patrimonio, reforzando la literatura académica, permitiendo entender que la vivencia cultural se convierte en un proceso de construcción simbólica mediado por la interacción del entorno. La valoración del turismo cultural está influenciada por factores sociales, demográficos y culturales del visitante, siendo los más relevantes la escolaridad, la procedencia y el estado civil, confirmando que la experiencia turística no es neutra, sino que responde a marcos interpretativos previos que condicionan la percepción y apropiación del patrimonio.

La ausencia de diferencias según sexo en la valoración cultural valida la hipótesis de la transversalidad del consumo cultural, es decir, que el interés por el patrimonio cultural y natural no está mediado necesariamente por el género, sino por factores como el capital cultural, la oferta, los intereses propios y sobre todo la capacidad económica.

El turismo cultural internacional funciona como mecanismo de reconocimiento intercultural, en tanto el visitante extranjero otorga mayor valor a lo que considera diferente o auténtico, respaldando la forma de entender el simbolismo que esto genera en el visitante, así como, la búsqueda de sentido y autenticidad.

La satisfacción de la experiencia a través de los indicadores propuestos demuestra una separación entre la oferta turística y las expectativas del turista cultural, lo cual se interpreta desde una perspectiva crítica de la mercantilización del patrimonio, donde los destinos priorizan el atractivo visual sobre la interpretación profunda de los valores culturales.

Finalmente, para profundizar en la comprensión del turismo cultural en entornos naturales, se sugiere ampliar el estudio a otras regiones del país, permitiendo contrastar patrones de valoración entre distintos contextos. Además, incorporar enfoques cualitativos facilitaría captar las percepciones subjetivas del turista, mientras que investigaciones longitudinales permitirían observar cambios en el tiempo. Asimismo, es relevante explorar como las tecnologías digitales enriquecen la experiencia cultural, permitiendo analizar la relación entre la valoración turística y la sostenibilidad, integrando así una mirada más ética y ambiental al desarrollo turístico.

REFERENCIAS

- [1] Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura, «Cultura y turismo sostenible en América Latina,» UNESCO, París, 2016.
- [2] Ministerio de Comercio Exterior y Turismo del Perú, «Plan Estratégico Nacional de Turismo - PENTUR 2025,» MINCETUR, Lima, 2019.
- [3] G. Richards, Cultural Attractions and European Tourism, CABI Publishing, 2011.
- [4] P. Bourdieu, The Field of Cultural Production: Essays on Art and Literature, New York: Columbia University Press, 1993.
- [5] Organización Mundial del Turismo, «Turismo cultural y desarrollo local,» OMT, Madrid, 2018.
- [6] A. Santana Talavera, «Turismo cultural, culturas turísticas,» Horizonte Antropológico, vol. 9, nº 20, 2033.
- [7] J. J. Ojeda Portugal, J. S. Díaz Santivañez, K. Y. Zúñiga Flores, F. Morán Cruz y C. A. Alarcón Vilca, «Cultura turística en los visitantes de la ciudad de Arequipa,» Universidad, Ciencia y Tecnología, vol. 27, nº 120, pp. 51-57, 2023.
- [8] T. E. Huertas López, E. A. Pilco Segovia, E. Suárez García, M. Salgado Cruz y B. Jiménez Valero, «Acercamiento conceptual acerca de las modalidades del turismo y sus nuevos enfoques,» Revista Universidad y Sociedad, vol. 12, nº 2, pp. 70-81, 2020.

- [9] M. Smith, *Issues in Cultural Tourism studies*, Londres: Routledge, 2003.
- [10] A. Pastor Pérez y M. Díaz-Andreu, «Evolución de los valores del patrimonio cultural,» *Revista de Estudios Sociales*, vol. 80, pp. 3-20, 2022.
- [11] V. Sánchez Castillo, T. A. Clavijo Gallego y R. Eslava Zapata, «Nuevas tendencias del turismo sostenible en la construcción de la nueva normalidad,» *Revista San Gregorio*, vol. 1, nº 58, pp. 17-30, 2024.
- [12] B. McKercher y H. du Cros, *Cultural Tourism: The Partnership Between Tourism and Cultural Heritage Management*, Haworth: Haworth Hospitality Press, 2002.
- [13] C. Flores, «El turismo cultural en el Cañon del Colca: retos y oportunidades,» UNSA, Arequipa, 2017.
- [14] J. Quispe y L. Medina, «Percepción del turista cultural en Yanque, Caylloma - Arequipa,» *Revista de Ciencias Sociales y Turismo*, vol. 12, nº 2, pp. 45-60, 2020.
- [15] J. J. O. Portugal, C. V. F. Franco, D. H. C. Mamani, L. A. C. Chávez, L. N. H. Paz y J. C. López, «Aspectos teóricos del turismo religioso en el Perú, Caso Santuario de la Virgen de Chapi,» *Universidad, Ciencia y Tecnología*, vol. 28, nº 123, p. 143-151, junio 2024.
- [16] J. Pérez-Galvez, L. Torres-León, A. Guzmán y T. López-Guzmán, «El Turista cultural en ciuddes patrimonio de la humanidad de Latinoamérica. El caso de Cuenca,» *Turismo y Sociedad*, vol. 22, pp. 105-124, 2018.
- [17] A. Pérez y V. Monfort, «Turismo cultural: definición, tipología y tendencias,» *Revista Estudios Turísticos*, vol. 190, pp. 5-25, 2011.
- [18] C. Camarero y M. J. Garrido, «Cultural tourism demand: segmenting the market by motivation,» *The Service Industries Journal*, vol. 28, nº 3, pp. 411-429, 2008.