

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



TESIS

**CULTURA TURÍSTICA DE LA POBLACIÓN DEL
CENTRO POBLADO LAGUNA SAN NICOLÁS –
CAJAMARCA, 2024**

**Para optar el Título Profesional de:
LICENCIADA EN TURISMO Y HOTELERÍA**

**Presentada por la Bachiller:
DANERI JHOSELÍN CANO VASQUEZ**

**Asesor:
Dr. ALFONSO ANTONIO TERÁN VIGO**

**Co-asesor:
Dr. LORENZO JESÚS TERRONES RABANAL**

Cajamarca - Perú

2026



CONSTANCIA DE INFORME DE ORIGINALIDAD

1. **Datos del Autor:**

Investigador (1):

Nombres y Apellidos: Daneri Jhoselín Cano Vasquez.

DNI: 71107472.

Escuela Académico Profesional/Unidad UNC: Turismo y Hotelería.

2. **Asesor:** Dr. Alfonso Antonio Terán Vigo.

Coasesor: Dr. Lorenzo Jesús Terrones Rabanal.

Facultad/Unidad UNC: Facultad de Ciencias Sociales

3. **Grado Académico o Título Profesional**

Bachiller Título profesional Segunda especialidad

Maestro Doctor

4. **Tipo de Investigación:**

Tesis Trabajo de investigación Trabajo de suficiencia profesional

Trabajo académico

5. **Título del Trabajo de Investigación:** "CULTURA TURÍSTICA DE LA POBLACIÓN DEL CENTRO POBLADO LAGUNA SAN NICOLÁS – CAJAMARCA, 2024".

6. **Fecha de evaluación:** 30/12/2025.

7. **Software antiplagio:** TURNITIN URKUND (ORIGINAL) (*)

8. **Porcentaje de Informe de Similitud:** 17%.

9. **Código Documento:** 3117:408675803.

10. **Resultado de la Evaluación de Similitud:**

APROBADO PARA LEVANTAMIENTO DE OBSERVACIONES O DESAPROBADO

Fecha Emisión: 18/05/2026

<i>Firma y/o Sello Emisor Constancia</i>
  UNIVERSIDAD NACIONAL DE CAJAMARCA FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Dra. Doris Teresa Castañeda Abanto Directora de la Unidad de Investigación DNI: 26676451

* En caso se realizó la evaluación hasta setiembre de 2023

Dedicatoria

A mis padres y hermanos por el esfuerzo y apoyo incondicional en todo el proceso de mi formación profesional para el cumplimiento de mis metas.

A mi hermano Lener Yefferson Cano Vásquez que está en el cielo por su apoyo para ingresar a esta hermosa carrera profesional.

A mis profesores por las enseñanzas me brindaron para poder aprender todos los días algo nuevo.

Agradecimiento

A Dios por permitirme cumplir mis metas propuestas, cuidarme y guiarme durante el transcurso de mi carrera y el desarrollo de esta investigación.

A mis padres y hermanos por el esfuerzo y apoyo incondicional en todo el desarrollo de mi formación profesional.

A mis profesores por los conocimientos, consejos y enseñanzas que me brindaron para poder desarrollar más conocimientos.

A mis asesores, el Dr. Antonio Terán Vigo y el Dr. Lorenzo Terrones Rabanal, por guiarme con sus conocimientos para desarrollar esta investigación.

A los pobladores del C.P Laguna San Nicolás que estuvieron dispuestos a participar en las encuestas, ya que sin ellos no sería posible esta investigación.

ÍNDICE

Dedicatoria.....	iii
Agradecimiento.....	iv
LISTA DE TABLAS	vii
LISTA DE FIGURAS.....	viii
LISTADO DE ABREVIATURAS	x
RESUMEN	xi
ABSTRACT.....	xii
INTRODUCCIÓN	13
CAPÍTULO I: EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	14
1.1. Planteamiento del problema de investigación.....	14
1.2. Formulación del problema	19
1.3. Justificación	19
1.4. Objetivos de la investigación	21
CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO	22
2.1. Antecedentes	22
2.1.1. Antecedentes Internacionales.....	22
2.1.2. Antecedentes Nacionales	23
2.1.3. Antecedentes Locales.....	30
2.2. Bases teóricas.....	31
CAPÍTULO III: HIPÓTESIS Y METODOLOGÍA	52
3.1. Hipótesis	52
3.2. Operacionalización de variables.....	53
3.3. Metodología de la investigación	54
3.4. Unidad de análisis y observación	56
3.5. Población y muestra.....	57
3.6. Técnicas e instrumentos de recojo de información.....	58
3.7. Procesamiento y análisis de resultados.....	61
3.8. Aspectos éticos de la investigación	61

CAPÍTULO IV: RESULTADOS Y DISCUSIÓN	64
4.1. Resultados.....	64
4.2. Discusión.....	109
CONCLUSIONES	124
RECOMENDACIONES.....	126
REFERENCIAS.....	128
ANEXOS Y APÉNDICES	138
ANEXO 1: DOCUMENTO FIRMADO DE JUICIO DE EXPERTOS DE VALIDACION DE INSTRUMENTO – CUESTIONARIO TIPO TEST	138
ANEXO 2: DOCUMENTO FIRMADO DE JUCIO DE EXPERTOS DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO - CUESTIONARIO TIPO LIKERT	139
ANEXO 3: CUESTIONARIO TIPO LIKERT APLICADO A LA POBLACION DEL C.P LAGUNA SAN NICOLÁS	140
ANEXO 4: CUESTIONARIO TIPO TEST APLICADO A LA POBLACION DEL C.P LAGUNA SAN NICOLÁS	143
ANEXO 5: CARTILLA DE RESPUESTAS PARA EL CUESTIONARIO TIPO TEST	145
ANEXO 6: FOTOGRAFÍA DE LAGUNA SAN NICOLÁS.....	147
ANEXO 7: ACTIVIDADES QUE SE PUEDE REALIZAR EN LA LAGUNA SAN NICOLÁS	148
ANEXO 8: LEYENDAS DE LA LAGUNA SAN NICOLÁS.....	149
ANEXO 9: SITIO ARQUEOLOGICO DE COLLOR	150
ANEXO 10: COPLA CARNAVALESCA EN HONOR A LA LAGUNA SAN NICOLAS	151

LISTA DE TABLAS

Tabla 1: Matriz de operacionalización de la hipótesis.....	53
Tabla 2; Matriz de consistencia metodológica	63
Tabla 3: Datos generales de la Población del C.P Laguna San Nicolas, 2024	66
Tabla 4: Identidad de la población del C.P Laguna San Nicolás, 2024.....	69
Tabla 5: Disposición de la población del C.P Laguna San Nicolás frente a la actividad turística y Patrimonio, 2024.....	72
Tabla 6: Valoración de la población del C.P Laguna San Nicolás con respecto a su Patrimonio y a la actividad turística, 2024.....	76
Tabla 7: Compromiso de la población del C.P Laguna San Nicolás frente a su Patrimonio y a la actividad turística, 2024	79
Tabla 8: Participación de la población del C.P Laguna San Nicolás en actividades relacionadas al turismo y actividades relacionadas a la participación y cuidado de su Patrimonio, 2024.....	83
Tabla 9: Nivel de conocimientos de la población del C.P Laguna San Nicolás, 2024 respecto a su patrimonio y la actividad turística	105
Tabla 10: Nivel de cultura turística n del C.P Laguna San Nicolás, 2024.....	107

LISTA DE FIGURAS

Figura 1: Participación de la población del C.P Laguna San Nicolás en la actividad turística, 2024.....	67
Figura 2: Resultados globales sobre la identidad de la población del C.P Laguna San Nicolás, 2024.....	69
Figura 3: Resultados globales de la población del C.P Laguna San Nicolás frente a la actividad turística y Patrimonio, 2024.....	74
Figura 4: Resultados globales de la valoración de la población del C.P Laguna San Nicolás con respecto a su Patrimonio y a la actividad turística, 2024	78
Figura 5: Resultados globales del compromiso de la población del C.P Laguna San Nicolás frente a su Patrimonio y a la actividad turística, 2024.....	81
Figura 6: Resultados globales de la participación de la población del C.P Laguna San Nicolás en actividades relacionadas al turismo y actividades relacionadas a la participación y cuidado de su Patrimonio, 2024	85
Figura 7: Reconocimiento de la Laguna San Nicolás como elemento turístico caracterizador, 2024.....	86
Figura 8: Animales que habitan dentro de la Laguna San Nicolás identificados por la población, 2024.....	86
Figura 9: Plantas silvestres que habitan fuera de la laguna San Nicolás, 2024.....	90
Figura 10: Animales silvestres que habitan los alrededores de la Laguna San Nicolás identificados por la población, 2024.....	90

Figura 11: Recursos turísticos reconocidos por la población del C.P Laguna San Nicolás, 2024	92
Figura 12: Actividades que se realizan dentro de la Laguna San Nicolás, 2024.....	95
Figura 13: Festividades que se realizan en el C.P Laguna San Nicolás, 2024	96
Figura 14: Rutas para llegar al C.P Laguna San Nicolás identificadas por la población, año 2024.....	97
Figura 15: Conocimiento sobre los medios de aprovechamiento y formas de participación en la actividad turística, 2024	99
Figura 16: Impactos positivos identificados por la población del C.P Laguna San Nicolas, 2024	100
Figura 17: Impactos negativos del turismo según la población del C.P Laguna San Nicolás, 2024.....	102
Figura 18: Formas de cuidar el Patrimonio según la población del C.P Laguna San Nicolás, 2024.....	104

LISTADO DE ABREVIATURAS

1. **C.P:** Centro Poblado
2. **DDC:** Dirección Desconcentrada de Cultura
3. **INEI:** Instituto Nacional de Estadística e Informática del Perú
4. **MINCETUR:** Ministerio de Comercio Exterior y Turismo
5. **MONDIACULT:** Conferencia Mundial sobre Las Políticas Culturales
6. **OMT:** Organización Mundial de Turismo
7. **RAE:** Real Academia Española
8. **SECTUR:** Secretaría de Turismo.
9. **UNESCO:** Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura.

RESUMEN

La presente investigación tuvo como objetivo principal evaluar el nivel de cultura turística que presenta la población del Centro Poblado Laguna San Nicolás, Cajamarca, en el año 2024. El estudio se desarrolló bajo el diseño de investigación no experimental, de tipo transversal. La población estuvo conformada por los habitantes del C.P. Laguna San Nicolás y se utilizó una muestra probabilística de 97 personas, considerando como unidad de análisis las actitudes y los conocimientos de la población en relación a su patrimonio y la actividad turística

La recolección de datos se realizó mediante la aplicación de dos cuestionarios: uno de tipo Likert, orientado a describir como son las actitudes de la población hacia su patrimonio y la actividad turística, y otro de tipo test, orientado a medir el nivel de conocimientos sobre estos mismos aspectos.

Los resultados demostraron que el nivel de cultura turística de la población del C.P. Laguna San Nicolás, en el año 2024, es de nivel medio, debido a que la población presenta una actitud positiva hacia su patrimonio y el turismo, especialmente en aquellas actividades en las que participa activamente y de las cuales obtiene beneficios económicos. No obstante, se identificó un nivel medio de conocimientos respecto a su patrimonio y al turismo, siendo este mayor únicamente entre quienes se encuentran directamente involucrados en su desarrollo.

Palabras clave: *cultura turística, actitudes, conocimientos, beneficios económicos.*

ABSTRACT

The main objective of this research was to evaluate the level of tourism culture of the population of the Laguna San Nicolás Community Center, Cajamarca, in 2024. The study was conducted under a non-experimental, cross-sectional research design. The population consisted of the inhabitants of the Laguna San Nicolás Community Center, and a probabilistic sample of 97 people was used, considering the population's attitudes and knowledge regarding their cultural heritage and tourism as the unit of analysis.

Data collection was carried out through the application of two questionnaires: a Likert-type questionnaire aimed at describing the population's attitudes toward their heritage and tourism, and a test-type questionnaire designed to measure the level of knowledge related to these same aspects.

The results showed that the level of tourism culture of the population of the Laguna San Nicolás Community Center in 2024 is moderate, since the population exhibits a positive attitude toward their heritage and tourism, especially in activities in which they actively participate and from which they obtain economic benefits. However, a moderate level of knowledge regarding heritage and tourism was identified, being higher only among those who are directly involved in the development of tourism activities.

Keywords: *tourism culture, attitudes, knowledge, economic benefit.*

INTRODUCCIÓN

En el Perú, el turismo constituye una de las actividades económicas y socioculturales de mayor relevancia, no solo por la generación de ingresos y empleo, sino también por su contribución a la valorización del patrimonio cultural y natural. En los últimos años, el turismo se ha convertido en una herramienta para apoyar el desarrollo de las comunidades locales, especialmente en zonas rurales, ayudando a mejorar la calidad de vida de sus habitantes y fortaleciendo su identidad cultural.

En este contexto, el concepto de cultura turística cobra especial importancia, ya que refiere a los conocimientos y actitudes (en este caso de la comunidad local) respecto a su patrimonio y al desarrollo del turismo. Entender como es la cultura turística de una comunidad pequeña donde el turismo aún está surgiendo, como es el C.P Laguna San Nicolás, sirve de ayuda para el diseño de estrategias de mejora en el desarrollo de la actividad turística, ya que una buena cultura turística permite que la comunidad participe activamente en el desarrollo del turismo, aprovechando sus beneficios y contribuyendo al cuidado del entorno.

En este sentido, la presente investigación tiene como objetivo principal evaluar el nivel de cultura turística en el Centro Poblado Laguna San Nicolás, en el año 2024. El estudio se estructura en cuatro capítulos. En el primer capítulo se presenta el planteamiento del problema, la justificación y los objetivos de la investigación. En el segundo capítulo se revisan los antecedentes y las bases teóricas que sustentan el estudio. En el tercer capítulo se formula la hipótesis y se describe la metodología empleada. Finalmente, en el cuarto capítulo se exponen y analizan los resultados y la discusión; asimismo, se presentan las conclusiones y sugerencias orientadas a mejorar la cultura turística en la comunidad.

CAPÍTULO I: EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1. Planteamiento del problema de investigación

Actualmente, el turismo constituye una de las principales actividades económicas a nivel mundial y representa una fuente importante de ingresos en diversos países en desarrollo. En el año 2024, este sector aportó aproximadamente 10.9 billones de dólares al Producto Bruto Interno (PBI) mundial, según el World Travel & Tourism Council (WTTC, s. f.). El crecimiento de esta actividad depende, entre otros factores, de la diversificación de los destinos turísticos y de la adecuada interacción entre sus elementos.

Molina (1996, citado en Benavides, 2019) sostiene que el turismo puede ser entendido como un sistema complejo conformado por diversos elementos interrelacionados, tales como la superestructura, la demanda, los atractivos, el equipamiento e instalaciones, la infraestructura y la comunidad local. Esta última constituye un elemento clave, debido al impacto directo que recibe de los cambios sociales, económicos y ambientales derivados de la actividad turística. En este sentido, comprender el rol que desempeña la población local dentro del sistema turístico resulta fundamental para lograr un desarrollo sostenible de los destinos.

Para profundizar en el análisis del papel de la comunidad local, se recurre al concepto de cultura turística, entendido como el conjunto de conocimientos, actitudes y valores que permiten a la población relacionarse de manera adecuada con el turismo y con los visitantes (Esquivel, Villaseñor y Martínez, 2021; González, 2012, citado en Santisteban, 2019). Una adecuada cultura turística favorece la participación activa de la población en el desarrollo de la actividad turística y contribuye tanto a la conservación del patrimonio como al aprovechamiento responsable de los beneficios que genera el turismo.

Para comprender mejor este concepto, es necesario considerar los términos que lo integran. Según la Organización Mundial del Turismo (OMT), el turismo es un fenómeno social, cultural y económico que implica el desplazamiento de personas desde su lugar de residencia habitual hacia otros destinos, motivados por razones personales, profesionales o de negocios. Por su parte, la cultura se define como el conjunto de características distintivas, tanto materiales como inmateriales, que identifican a un grupo social e incluyen valores, creencias, tradiciones, modos de vida y expresiones culturales (Conferencia Mundial sobre las Políticas Culturales – MONDIACULT, 1982).

A partir de la integración de ambos conceptos, Esquivel, Villaseñor y Martínez (2021) señalan que la cultura turística es “una serie de conocimientos y valores que, mediante su práctica a través de las actitudes y costumbres, favorecen el fomento y el desarrollo de la actividad turística” (p. 49). Desde esta perspectiva, la cultura turística se convierte en un elemento fundamental para promover un desarrollo turístico equilibrado, especialmente en comunidades donde el turismo se encuentra en proceso de consolidación.

De manera complementaria, González (2012, citado en Santisteban, 2019) define la cultura turística como:

Un conjunto de conocimientos acerca del turismo que posibilitan revelar sus significados y emitir juicios valorativos basados en la percepción de la realidad en que se desarrolla... Expresando niveles de conciencia turística adquiridos por cada individuo, en los cuales asume una actitud positiva o negativa y, consecuentemente, un comportamiento responsable o irresponsable acorde con el rol social que debe desempeñar como parte del turismo (p. 45).

En ese sentido, la cultura turística hace referencia principalmente a los conocimientos y actitudes que posee una comunidad y que influyen directamente en su forma de relacionarse con la actividad turística.

En ese sentido, la cultura turística hace referencia al conjunto de conocimientos y actitudes que posee una comunidad respecto a su patrimonio y a la actividad turística, los cuales influyen directamente en su manera de comprender, valorar y relacionarse con el turismo. Estos conocimientos permiten reconocer la importancia de sus recursos culturales y naturales, mientras que sus actitudes determinan la forma en que la población se involucra en el desarrollo de la actividad turística dentro de su comunidad.

A nivel internacional, países como México han implementado políticas orientadas al fortalecimiento de la cultura turística, reconociendo su importancia para mejorar la calidad de los servicios turísticos y la participación de la comunidad local. Según Amaya (2006, citado en León, 2020), México cuenta con una Dirección General de Desarrollo de la Cultura Turística, cuyo objetivo es promover procesos de educación, capacitación y modernización de las pequeñas y medianas empresas turísticas, contribuyendo así a la mejora de la calidad de los servicios turísticos.

A nivel nacional, el turismo constituye una actividad importante para el desarrollo económico y social. En el año 2024, se registró el ingreso de aproximadamente 3.3 millones de turistas internacionales, lo que evidencia un flujo turístico significativo en los diversos destinos del país (Mincetur, 2025). Estas cifras representan una oportunidad para fortalecer aspectos clave del desarrollo turístico, entre ellos la cultura turística, con el fin de mejorar la relación entre la comunidad local y los visitantes, así como la calidad de los servicios brindados.

El Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (Mincetur) cuenta actualmente con la Dirección de Facilitación y Cultura Turística, encargada de promover acciones orientadas a mejorar la experiencia del turista durante su ingreso, permanencia y salida del país, fortaleciendo aspectos como la facilitación turística, la seguridad y la cultura turística (Mincetur, s. f.). Sin embargo, aún no existen programas plenamente consolidados que promuevan de manera sostenida la cultura turística en todas las regiones del país, lo que evidencia la necesidad de continuar impulsando acciones de sensibilización y formación dirigidas a la población local. A pesar de ello, se han desarrollado diversas iniciativas orientadas a sensibilizar a la población sobre la importancia del buen trato al turista, tales como “Cuando tratas bien al turista, tratas bien al Perú” (2010), “Peruanos Camiseta” (2017) y el Programa Cultura Viva Comunitaria (2024). Estas iniciativas evidencian la necesidad de fortalecer la sensibilización y formación de la comunidad local, considerando el rol importante que cumple en el desarrollo del turismo.

A nivel local, el Reporte Regional de Turismo de Cajamarca (2024) señala que las pernoctaciones en establecimientos de hospedaje durante el año 2024 alcanzaron las 836 062, lo que evidencia una oportunidad para fortalecer la cultura turística en el departamento. Uno de los atractivos que ha presentado un crecimiento progresivo en la afluencia de visitantes es la Laguna San Nicolás, la cual registró aproximadamente 7 000 visitantes durante la temporada de Fiestas Patrias del año 2017, lo que permitió su inclusión en diversos circuitos turísticos del destino Cajamarca (Agencia Peruana de Noticias – Andina, 2018).

Asimismo, de acuerdo con la ficha de inventario turístico del año 2023, la Laguna San Nicolás recibió un total de 13 500 excursionistas locales, 8 550 turistas nacionales y 150 turistas extranjeros, según registros proporcionados por los emprendimientos comunitarios que operan en la zona. Este incremento en la afluencia de visitantes ha incentivado la participación de los

pobladores del Centro Poblado Laguna San Nicolás en pequeños emprendimientos vinculados a paseos en bote, servicios de alojamiento y restaurantes.

A partir de una revisión de la oferta turística registrada en la plataforma digital Google Maps (2024), se identificaron alrededor de 15 emprendimientos que brindan servicios relacionados con la actividad turística en la localidad. No obstante, es importante considerar esta cifra como referencial, debido a la ausencia de un registro oficial actualizado que sistematice la totalidad de emprendimientos activos en el C.P. Laguna San Nicolás.

No obstante, Cotrina (2019) señala que solo el 40 % de la población participa activamente en estas actividades, lo que evidencia una limitada integración comunitaria en el desarrollo turístico. Esta situación podría estar asociada a un nivel medio o insuficiente de cultura turística, reflejado en el limitado conocimiento sobre el patrimonio local y en actitudes que no siempre favorecen una participación activa y sostenible en la actividad turística. Como consecuencia, se desaprovechan oportunidades para mejorar la experiencia del visitante y fortalecer los beneficios económicos y sociales del turismo en la comunidad.

En este contexto, resulta necesario evaluar el nivel de cultura turística de los pobladores del Centro Poblado Laguna San Nicolás, a fin de comprender los conocimientos y actitudes que poseen respecto al turismo y al patrimonio local. Esta evaluación permitirá no solo mejorar la experiencia del turista, sino también, identificar fortalezas y aspectos por mejorar, constituyéndose así en una base para orientar futuras acciones de sensibilización, capacitación y fortalecimiento del desarrollo turístico en la comunidad.

Por lo tanto, surge el siguiente problema general: ¿Cuál es el nivel de cultura turística de los pobladores del Centro Poblado Laguna San Nicolás durante el año 2024?. A partir de

esta interrogante, la investigación se enfocará en describir y analizar los conocimientos y actitudes de la población local en relación con la actividad turística y su patrimonio.

1.2. Formulación del problema

1.2.1. Pregunta general

¿Cuál es el nivel de cultura turística de la población del C.P. Laguna San Nicolás – Cajamarca, en el año 2024?

1.2.2. Preguntas específicas

A. ¿Cómo es la actitud de la población del C.P. Laguna San Nicolás, Cajamarca, frente al desarrollo del turismo en su comunidad, en el año 2024?

B. ¿Qué nivel de conocimiento sobre su patrimonio tiene la población del C.P. Laguna San Nicolás, Cajamarca, en el año 2024?

C. ¿Qué nivel de conocimiento sobre la actividad turística tiene la población del C.P. Laguna San Nicolás, Cajamarca, en el año 2024?

1.3. Justificación

El presente trabajo de investigación es importante; ya que proporcionará datos reales y verificables sobre las actitudes y conocimientos de la comunidad del C.P. Laguna San Nicolás respecto al turismo que se desarrolla en su comunidad y su patrimonio.

Esta investigación permitirá tener una visión más amplia de la cultura turística en dicha comunidad, un aspecto fundamental para el desarrollo del turismo, pues conocer cultura turística de los pobladores local sirve para comprender cómo se están adaptando al desarrollo del turismo y cómo pueden mejorar su relación con esta actividad, asegurándose con ello de que haya beneficio mutuo, tanto para la comunidad como para los turistas.

Además, los resultados de este estudio contribuirán al entendimiento de la cultura turística en otros contextos similares en donde el turismo aún se encuentra en una etapa de crecimiento. Dado que el concepto de cultura turística aún se está conociendo a nivel nacional, esta investigación llenará un vacío importante de información, aportando datos valiosos para futuras comparaciones y análisis en otras localidades.

Por otro lado, los resultados de esta investigación servirán para que las autoridades locales y regionales, quienes podrán utilizar los datos obtenidos para diseñar estrategias de intervención y mejora. Estos resultados pueden ayudar a la creación de programas de sensibilización y formación que ayuden a mejorar la percepción y la actitud de la población local hacia el turismo, así como el conocimiento sobre el patrimonio cultural y el desarrollo del turismo.

Esta investigación también tiene un impacto potencial en la mejora de la experiencia turística y en la imagen del destino Cajamarca. Pues, al conocer y comprender mejor las actitudes y el conocimiento de la población local sobre el turismo, se podrán realizar los cambios necesarios para una mejor interacción entre la población local y los turistas, contribuyendo con ello a un mejor desarrollo de la actividad turística, favoreciendo la integración y el beneficio mutuo entre ambos grupos.

Así pues, se resalta la importancia de conocer el nivel de cultura turística que presentan pobladores del C.P. Laguna San Nicolás – Cajamarca, en el año 2024, pues proporcionará información sobre la preparación de la comunidad para recibir a los turistas, contribuirá al desarrollo local, mejorar la experiencia de los visitantes y reforzar la imagen del destino Cajamarca. Este conocimiento no solo beneficiará directamente a la comunidad local y a los turistas, sino que también establece una base para futuras investigaciones y estrategias que fomentan un mejor desarrollo del turismo por las entidades competentes.

1.4. Objetivos de la investigación

1.4.1. Objetivo general

Evaluar el nivel de cultura turística de la población del C.P. Laguna San Nicolás – Cajamarca, en el año 2024.

1.4.2. Objetivos específicos

A. Describir la actitud de la población del C.P. Laguna San Nicolás – Cajamarca frente al desarrollo de la actividad turística, en el año 2024.

B. Determinar el nivel de conocimientos de la población del C.P. Laguna San Nicolás – Cajamarca acerca de su patrimonio, en el año 2024.

C. Determinar el nivel de conocimientos de la población del C.P. Laguna San Nicolás – Cajamarca sobre la actividad turística, en el año 2024.

CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes

2.1.1. Antecedentes Internacionales

Esquivel, R., Villaseñor, M. M. y Martínez, A. (2021). *Análisis de la cultura turística y sus beneficios para el turismo en el pueblo mágico de Comonfort, Guanajuato, México*. [Revista Dialnet]. Este artículo detalla la investigación del pueblo mágico de Comonfort el cual fue denominado así en el año 2018, esta investigación siguió un estudio cualitativo teniendo una investigación no experimental, de tipo exploratorio y descriptivo. En la cual se realizó un análisis sobre la percepción de la comunidad receptora, los prestadores de servicios y los turistas en Comonfort, Guanajuato.

Entre los principales resultados, se destaca que los habitantes del municipio tienen nociones generales y conocimientos sobre la importancia del desarrollo de la actividad turística en su comunidad, aunque estos conocimientos resultan insuficientes debido a la falta de programas de sensibilización por parte de las autoridades. Por otro lado, los turistas manifestaron una percepción positiva del destino, lo que demuestra su potencial turístico.

Este antecedente resulta relevante para la presente investigación, ya que aporta información valiosa sobre la cultura turística dentro de otros contextos, esta información puede servir para contrastar diferentes realidades en el ámbito turístico. Además, subraya la importancia de brindar un trato adecuado al visitante sin dejar de lado la importancia y el respeto por la comunidad receptora. Asimismo, los resultados evidencian la necesidad de fortalecer la relación entre las autoridades y la población local, mediante programas de capacitación en cultura turística que promuevan una participación activa dentro del desarrollo de la actividad turística.

Morales, E. R. (2020). *Identidad cultural y su influencia en el desarrollo turístico del barrio Isinche, Cantón Pujili*. [Tesis de posgrado, Universidad Técnica de Cotopaxi]. En esta investigación se realizó un análisis de la identidad cultural y su influencia en el desarrollo turístico local, con el objetivo de impulsar el turismo mediante el rescate y revalorización de las expresiones culturales. Se aplicó una metodología descriptiva y entrevistas, concluyendo que existe un deterioro progresivo de la cultura debido a la aculturación y a la poca identidad que muestra la población con su comunidad; sin embargo, también se evidenció una actitud positiva y disposición de la comunidad para participar en acciones orientadas a revalorizar sus expresiones culturales.

Este antecedente es relevante para la presente investigación porque resalta la importancia de los conocimientos, actitudes y percepciones de la población local frente a su cultura y su relación con la actividad turística, elementos que son componentes centrales de la cultura turística. Asimismo, muestra cómo el fortalecimiento de la identidad y la participación comunitaria puede contribuir al desarrollo turístico local, lo que evidencia la necesidad de comprender el nivel de cultura turística de una comunidad antes de implementar estrategias de sensibilización o aprovechamiento turístico. Asimismo, resalta la identidad cultural como un elemento clave en la experiencia turística. La investigación de Morales contribuye a comprender la necesidad de fortalecer el trabajo articulado entre la población y las autoridades para evitar la pérdida de la identidad cultural y promover un turismo sostenible.

2.1.2. Antecedentes Nacionales

Atoche, E. C. (2021). *Cultura turística de los emprendedores del Santuario Histórico Bosque de Pómac para su desarrollo turístico*. [Tesis de pregrado, Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo]. La presente investigación abordó el tema de la

cultura turística teniendo como objetivo general analizar la cultura turística de los emprendedores del Santuario Histórico de Bosque de Pómac. El estudio, de enfoque cualitativo, tuvo como población a 21 emprendedores vinculados a actividades turísticas en la zona. Los objetivos de la investigación se centraron en comprender la cultura turística de emprendedores y diagnosticar el nivel de desarrollo turístico en el Santuario.

Para el desarrollo de esta investigación se estudió a la cultura turística teniendo en cuenta tres dimensiones: cognitivo, instrumental y actitudinal, obteniendo en las dos primeras dimensiones un nivel bajo (escasez en conocimientos históricos y culturales). Sin embargo, en la dimensión actitudinal, los emprendedores mostraron una actitud positiva con el desarrollo del turismo en su comunidad, pues lo relacionaban con oportunidades de generación de ingresos económicos y beneficios para la comunidad.

A pesar de contar con identidad cultural y una participación activa en la actividad turística, el estudio concluye que la falta de apoyo por parte de las autoridades ha limitado dicha participación, impidiendo un buen desarrollo turístico en la zona.

Además, esta investigación resalta la importancia de fomentar el conocimiento y la formación en torno a la cultura turística. Asimismo, evidencia cómo una actitud positiva no es suficiente si no va acompañada de procesos formativos, (que conozcan su patrimonio, que participen en capacitaciones), y todo ello respaldado por las entidades a cargo.

Siesquen, S. L. (2021). *Cultura turística para fortalecer el desarrollo sostenible de la población Ferreñafana, 2019*. [Tesis de pregrado, Universidad Señor de Sipán]. Esta investigación tuvo como principal objetivo determinar el nivel de cultura turística para fortalecer el desarrollo turístico de la provincia de Ferreñafe. Tuvo como variables el conocimiento, los valores, las actitudes y los principios. Para su desarrollo se utilizó la técnica de la encuesta mediante el instrumento del cuestionario, aplicándose 267 encuestas

a los pobladores de la ciudad mencionada. Los resultados demostraron que la cultura turística es deficiente, al igual que los valores que se manifiestan al momento de la llegada de turistas.

Este antecedente es importante para la investigación pues para determinar el nivel de cultura turística de la población de Ferreñafe, se tomaron en cuenta en primer lugar los conocimientos acerca de su historia, recursos turísticos y el turismo. Asimismo, destaca la relevancia de evaluar los valores, actitudes y principios vinculados al desarrollo turístico y a la conservación del Patrimonio, como el compromiso, la honradez, la amabilidad y el orgullo. Estos aspectos sirven como base conceptual y metodológica para profundizar en el análisis de la realidad estudiada y comprender cómo influyen en el fortalecimiento del desarrollo turístico.

Huamán, L. Y. (2020). *Cultura turística de los prestadores de servicios turísticos en el balneario de Ancón-2020*. [Tesis de pregrado, Universidad César Vallejo]. En esta investigación se encontró información acerca de la cultura turística que tienen los prestadores de servicios turísticos en el balneario Ancón, la misma que tuvo objetivo general determinar el nivel de cultura turística de los prestadores de servicios turísticos en el balneario de Ancón, fue una investigación de tipo aplicada con un enfoque cuantitativo, siguiendo un diseño no experimental. La recolección de datos se realizó mediante entrevistas.

Esta investigación tuvo una muestra de 56 prestadores de servicios turísticos los cuales trabajaban permanentemente en el balneario ya antes mencionado. Esta investigación tuvo como resultados que el nivel de cultura turística de los prestadores de servicios en el balneario de Ancón es medio con un (57%), la investigación llegó a la siguiente conclusión que las personas encuestadas conservaban los recursos turísticos, pero

no en su totalidad esto relacionado también a la poca información que manejaban acerca de estos.

Este antecedente es relevante para la presente investigación porque evidencia cómo el nivel de cultura turística puede variar entre diferentes contextos locales y cómo este influye en la conservación de los recursos turísticos. Además, muestra que, aun cuando los prestadores de servicios poseen un nivel medio de cultura turística, pueden persistir limitaciones asociadas a la falta de información sobre los recursos de su entorno. Esto permite comprender la importancia de evaluar no solo el nivel de cultura turística, sino también los factores que la condicionan, lo cual aporta una base comparativa y orientadora para el análisis de la realidad del C.P. Laguna San Nicolás.

Arista, F. M. (2020). *Evaluación de la cultura turística y su influencia en el turismo sostenible en Chachapoyas*. [Tesis de pregrado, Universidad Científica del Sur]. Este trabajo de investigación tuvo como objetivo general determinar la contribución de la cultura turística de la población de Chachapoyas en el turismo sostenible, tuvo un enfoque cuantitativo de tipo no experimental, se utilizó como instrumento al cuestionario el cual fue aplicado a pobladores mayores de 18 años de Chachapoyas. Para su desarrollo, se tuvo en cuenta las siguientes dimensiones: conocimiento, actitud y comportamiento turístico. Mismo que obtuvo como resultado que tiene un nivel alto de cultura turística, pues los resultados mostraron que había compromiso e interés por participar en actividades relacionadas al turismo, además que más del 90 % de la población encuestada respondió correctamente a preguntas sobre cultural general de su ciudad, la mayoría conoce los principales atractivos turísticos, y reconocían al turismo como una fuente importante de ingresos para su localidad, resaltando sobre ellos los impactos económicos pues son lo más visibles para la población. Pero la mayoría de la población reconoce un problema que afecta

al buen desarrollo de la actividad turística, que es la débil planificación del sector público, pues consideran que no están brindando el apoyo necesario para mejoras en el desarrollo del turismo en su comunidad.

Este antecedente es relevante para la presente investigación porque demuestra cómo la cultura turística puede evaluarse a partir de dimensiones como el conocimiento, la actitud y el comportamiento, lo cual coincide con los enfoques conceptuales que sustentan el estudio del nivel de cultura turística de una población. Además, evidencia que una comunidad con mayor conocimiento sobre su patrimonio y sobre la importancia del turismo tiende a mostrar mayor disposición y compromiso hacia esta actividad, aspecto que resulta útil para contrastar la realidad del C.P. Laguna San Nicolás. Asimismo, el estudio de Arista permite reconocer la importancia de identificar no solo las fortalezas, sino también las limitaciones percibidas por la población respecto al desarrollo turístico, información que contribuye a contextualizar y comprender mejor el nivel de cultura turística.

Coral, D. M. (2019). *Evaluación de la cultura turística para desarrollar el turismo en el Centro Poblado de Sipán del distrito de Zaña- 2018*. [Tesis de pregrado, Universidad Señor de Sipán]. Esta investigación tuvo un enfoque cuantitativo, se siguió un diseño no experimental descriptivo y tuvo como objetivo evaluar la cultura turística para desarrollar el turismo en el centro poblado Sipán del distrito de Zaña, para la recolección de datos esta investigación utilizó la técnica de la encuesta mediante el uso de un cuestionario, teniendo una muestra de 262 personas del centro poblado antes mencionado.

Esta investigación se llevó a cabo teniendo en cuenta las siguientes dimensiones: dimensión cognitiva, en donde se recolectó información sobre conocimientos de datos de historia, geografía, el turismo y sus impactos. En la dimensión instrumental se recolectó información sobre las habilidades que tenían los encuestados para poder establecer

vínculos sociales y resolución de problemas. En lo que respecta a la dimensión afectivo motivacional - actitudinal, en donde se evaluó los estados de ánimo y actitudes de la población frente al desarrollo del turismo. Los resultados de esta investigación fueron que la población de Zaña no presenta un nivel alto de cultura turística, ello evidenciado en los pocos conocimientos de sus costumbres y tradiciones, la poca valoración de su patrimonio cultural y la escasa predisposición de los pobladores para desarrollar el turismo en su localidad.

Este antecedente es importante dentro del desarrollo de esta investigación pues muestra una realidad donde hay baja cultura turística, pues en la mayoría de resultados evidencia que la población no se encuentra dispuesta a participar en actividades turísticas y por ende no consideran que el turismo sea una forma de crecimiento económico para su comunidad. Solo el pequeño porcentaje que participa de la actividad turística afirma que genera beneficios económicos y son ellos mismos que están dispuestos a participar de actividades de concientización para un mejor desarrollo del turismo. Y se evidencia un desanimo de participar en la actividad turística porque no han sido participes de esta actividad y por lo tanto no han visto los beneficios que podría traer para ellos mismos y la comunidad.

Calvo, V. E. (2022). *Cultura Turística en los pobladores del distrito del Callao 2022*. [Tesis de pregrado, Universidad Cesar Vallejo]. Esta investigación tuvo como objetivo general analizar la cultura turística en los pobladores del distrito del Callao en el año 2022. La investigación se llevó a cabo bajo un enfoque cualitativo, utilizando una guía de entrevista compuesta por 20 preguntas, aplicada a 18 pobladores. Los resultados obtenidos revelaron que el poblador chalaco posee una cultura turística consolidada,

caracterizada por el orgullo hacia su historia, el reconocimiento de sus atractivos y la identidad con sus tradiciones.

El estudio se llevó a cabo teniendo en cuenta tres dimensiones: identidad social, valoración turística y actitud turística. En la dimensión de identidad social, se obtuvo un resultado favorable, reflejando un sentido de pertenencia y orgullo colectivo. En cuanto a la valoración turística, los encuestados destacaron la importancia de proteger y conservar los recursos turísticos, manifestando que muchas familias dependen económicamente del turismo. Finalmente, la dimensión de actitud turística mostró una disposición positiva hacia respecto a la llegada de turistas, destacando la amabilidad y hospitalidad de los pobladores, queriendo eliminar con ello la mala imagen que tienen del Callao.

Este antecedente resulta importante para el desarrollo de la presente investigación, ya que permite comprender cómo es la cultura turística en otros contextos y ofrece un marco referencial útil para evaluar el nivel de cultura turística en la población del C.P San Nicolás. Además, resalta la importancia de factores como la identidad, la valoración del patrimonio y la actitud frente al turista, elementos fundamentales para analizar el nivel de cultura turística, dentro de la investigación.

Uriol, M. K. y Vargas, L. M. (2022). *Cultura turística en los artesanos del Complejo Arqueológico de Chan Chan, Trujillo, 2022*. [Tesis de pregrado, Universidad Cesar Vallejo]. La presente investigación tuvo como objetivo describir la cultura turística en los artesanos del Complejo Arqueológico de Chan Chan, Trujillo, 2022. Se desarrolló siguiendo un enfoque cualitativo, tipo básico y de diseño fenomenológico ya que solo se limita a la descripción de la variable y se entiende al fenómeno desde la perspectiva y punto de vista de cada participante. Los participantes estuvieron integrados por 5 artesanos del

Complejo Arqueológico de Chan Chan, como instrumento de recopilación de datos se empleó la guía de entrevista.

Como resultado se obtuvo que los artesanos del Complejo Arqueológico de Chan Chan, poseen un buen nivel de cultura turística, pues no solo cuentan con conocimientos sobre la historia, mitos y leyendas del sitio, sino que además los comparten activamente con turistas, lugareños y sus propias familias. Este conocimiento no es casual, sino que forma parte de los requisitos para poder trabajar en el complejo, ya que, como ellos mismos mencionan, representan la imagen del destino turístico y dependen económicamente de su actividad en el lugar.

Asimismo, se menciona que los artesanos muestran una actitud positiva hacia el turismo y una fuerte disposición a participar en proyectos que buscan mitigar los impactos negativos en el medio ambiente, demostrando un compromiso con el desarrollo del turismo en este complejo arqueológico.

Este antecedente es valioso para la presente investigación, ya que pone de manifiesto cómo la cultura turística no solo implica conocimientos teóricos, sino también una actitud consciente y responsable hacia el entorno y los visitantes. En el caso del C.P Laguna San Nicolás, resulta pertinente analizar si los pobladores también se informan y adquieren conocimientos turísticos por necesidad laboral o por interés en su entorno, así como su actitud hacia el visitante, aspectos clave en un buen nivel de cultura turística.

2.1.3. Antecedentes Locales

León, C. A. (2020). *Influencia de la cultura turística en el desarrollo del turismo cultural en la ciudad de Cajamarca 2019-2020*. [Tesis de pregrado, Universidad Nacional de Cajamarca]. Esta investigación se realizó mediante el uso del diseño no experimental utilizando el método analítico, tuvo como objetivo principal identificar la

influencia de la Cultura Turística en el desarrollo del turismo cultural en la ciudad de Cajamarca 2019 - 2020. Fue una investigación mixta tanto cualitativa como cuantitativa y también transversal. Para el desarrollo de la misma se tuvo una muestra de 271 pobladores, las técnicas que se utilizaron fueron la entrevista y la encuesta; y los instrumentos fueron la guía de entrevista y la guía de cuestionario.

Esta investigación se llevó a cabo teniendo en cuenta dos dimensiones dentro de la cultura turística, las cuales son los conocimientos y los valores. La misma que obtuvo resultados que el más del 80% de los encuestados conocen la historia del origen de Cajamarca, así como también datos geográficos sobre Cajamarca. En lo que respecta a conocimientos sobre qué es un recurso turístico, el 40 % tiene noción de este término, mientras que un 17%, si supo definirlo. Finalmente, en lo que refiere a la identidad según los resultados más del 90% se siente identificado con la ciudad de Cajamarca y por ello también mencionan que cuidan su Patrimonio.

Esta investigación tuvo como resultados que los habitantes de la ciudad de Cajamarca si cuentan con conocimientos sobre historia y geografía; por otro lado, se concluye que poseen ciertos valores culturales como la identidad y el respeto por la ciudad, finalmente esta investigación concluyó que los habitantes de la ciudad de Cajamarca tienen cultura turística, lo que ayuda a mejorar la actividad turística.

2.2. Bases teóricas

2.2.1. Teoría del Intercambio Social

La teoría del intercambio social fue inicialmente propuesta por John Thibaut y Harold Kelley en 1956. Ellos sostenían que las relaciones entre dos o más personas deben

generar algún tipo de gratificación para todos los involucrados, ya sea de forma material o psicológica. Si no existe esta recompensa, la relación tendería a desaparecer.

En 1958, el sociólogo George C. Homans popularizó esta teoría con su obra *Teoría Social como Intercambio*. Homans afirmó que las interacciones sociales pueden entenderse como intercambios de recursos, ya sean tangibles o intangibles, en los que las personas evalúan los beneficios y costos que obtienen. El equilibrio entre ambos factores sería lo que determina el futuro de la relación. (Carrillo, 2019). Teniendo en cuenta ello, se podría afirmar que las relaciones se mantienen en la medida en que los beneficios percibidos superan o igualan a los costos asumidos por los actores sociales involucrados.

En el contexto turístico, esta teoría ha sido utilizada para analizar las relaciones entre los visitantes y la comunidad local. Tomando en cuenta lo que propone esta teoría y trasladándolo al ámbito turístico y en el caso específico de esta investigación, Ward y Berno (2011, citado en Monterrubio y Osorio, 2017) proponen que la población local que obtiene beneficios directos del turismo, especialmente económicos, tienden a desarrollar actitudes más favorables hacia esta actividad. Es decir, entre más beneficios perciban los habitantes de la comunidad local (ya sea por generación de empleo, incremento de ingresos, desarrollo de infraestructura o mejora de servicios), más favorables serán las actitudes hacia el mismo.

Desde esta perspectiva se puede entender como es la relación entre turistas y comunidad local; es decir, como una relación basada en la reciprocidad: mientras los turistas buscan conocer lugares nuevos con experiencias únicas, aprender y disfrutar su tiempo libre al máximo, los habitantes de la comunidad local esperan obtener algún tipo de beneficio o mejora en su calidad de vida. Cuando éste intercambio es percibido como

justo y equitativo, se generará el desarrollo de un turismo sostenible. Asimismo, Ap (1992) propone que las actitudes de los residentes hacia el turismo están determinadas por las evaluaciones individuales de los beneficios y costos que este implica. Esta visión, influenciada por la teoría del intercambio social, ha sido clave para comprender fenómenos como el “agotamiento del anfitrión” o el rechazo social hacia el turismo en zonas de alta presión turística, donde los impactos negativos sobrepasan los beneficios percibidos.

Finalmente, la teoría del intercambio social proporciona un marco teórico sólido para analizar y comprender cómo se construyen las actitudes locales frente a la actividad turística, especialmente en contextos donde los beneficios no se distribuyen de manera equitativa.

2.2.2. Teoría de la Equidad - Adams

Agut y Carrero (2007), mencionan que la teoría de la equidad sostiene que la motivación de los individuos está influenciada por la percepción de un trato justo, ya que las personas constantemente se comparan con los demás. Cuando perciben una inequidad en este trato, esto puede generar desmotivación. Según esta teoría, la comparación social juega un papel clave en la conducta humana, ya que las personas tienden a evaluarse a sí mismas en relación con los demás. Si experimentan inequidad, surge una tensión que impulsa al individuo a tomar acciones para recuperar esta equidad o reducir la inequidad.

Alcover, et.al (2004, citado en Agut y Carrero 2007) señalan que “una persona puede resolver esta inequidad de diferentes formas: cambios en las propias contribuciones/resultados o en las de los demás, distorsionar cognitivamente la realidad, cambiar de grupo de referencia o abandonar las relaciones de intercambio” (p. 210).

En el contexto de esta investigación, la percepción de equidad o inequidad dentro de la comunidad local puede reflejarse en el trato hacia los turistas y en el desarrollo del turismo. Por lo tanto, brindar oportunidades a todos los miembros de la comunidad es fundamental para mantener su motivación y compromiso.

A partir de esto, se puede determinar si existe una actitud positiva o negativa frente al desarrollo del turismo en su comunidad y, por consiguiente, tener mayor disposición a involucrarse y aprender sobre cómo desarrollar el turismo de una mejor manera.

2.2.3. Cultura turística

El término cultura turística tiene como base a la conciencia turística, debido a que surgió mediante la necesidad de adicionar nuevos elementos a dicho término. La primera definición de cultura turística es propuesta en el año 1992 relacionándose al turismo sustentable, teniendo como objetivo principal “dirigir la actividad turística de cualquier destino turístico hacia el éxito, basado en la atención al turista y obteniendo un mejoramiento de la calidad de vida de la población, sustentando ese desarrollo en cuatro dimensiones fundamentales: social, cultural, ambiental y económica” (Esquivel, et.al, 2021, p. 55).

Del mismo modo la secretaria de Turismo - Sector México (2014, citado en Esquivel, et.al, 2021) refiere a la cultura turística como “la cultura íntegra de la sociedad”, existe una parte orientada al conocimiento y valoración de la actividad turística, que busca la satisfacción del visitante y la obtención del mayor beneficio para las comunidades receptoras (p. 55)

Y por su parte el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo Mincetur (2015) define la cultura turística como:

El conjunto de conocimientos, valores y actitudes que puestos en práctica fomentan el respeto por las tradiciones de las comunidades receptoras, fortaleciendo su identidad; promueven la protección del patrimonio en todas sus expresiones (natural, cultural, artístico, arqueológico) y fomentan el buen trato al turista (nacional y extranjero); reconociendo al turismo como fuente de desarrollo sostenible del país.

Teniendo base estas definiciones la cultura turística viene a ser un conjunto de conocimientos y actitudes que se encuentran ligadas a cuatro ejes: social, cultural, económico y ambiental de un determinado lugar, es decir, refleja el buen desarrollo del turismo con la finalidad de ofrecer un buen servicio, mismo que si se realiza de la manera correcta traerá como consecuencia la satisfacción del turista y mejores beneficios para la comunidad local.

A. Actitudes

El concepto de actitud ha sido ampliamente abordado en la psicología social. Allport (1935, citado en Salas 2012) afirma que las actitudes son “un estado de disposición mental y nerviosa, organizado mediante la experiencia, que influye directivo dinámico en la respuesta del individuo a toda clase de objetos y situaciones”. Esta destaca la importancia de la experiencia, la misma que influye dentro de las actitudes.

Por su parte, Sabater (1989) considera que las actitudes son una “predisposición, existente en el sujeto y adquirida por aprendizaje, que impulsa a éste a comportarse de una manera determinada en determinadas situaciones” (p.161). Esta perspectiva complementa la anterior al resaltar la importancia del

carácter aprendido y conductual de las actitudes, lo cual resulta especialmente relevante para el análisis del comportamiento de los habitantes de la comunidad local, en el contexto de comprender sus actitudes.

Por otro lado, Getz (1994, citado en Monterrubio y Osorio 2017), sostiene que las actitudes refieren a predisposiciones de los individuos hacia ciertos aspectos de su entorno. Estas predisposiciones pueden reflejarse en los pensamientos y creencias de los individuos (componente cognitivo), en emociones o sentimientos hacia un determinado aspecto (componente afectivo) o puede reflejarse también en el comportamiento positivo o negativo hacia ese mismo aspecto (componente conativo), (McDougall & Munro, 1994, citados en Monterrubio y Osorio, 2017).

Entonces se tiene que las actitudes son un estado de disposición mental y nerviosa el cual es aprendido mediante la experiencia, mismo que influye favorable o desfavorablemente en su comportamiento respecto a un objeto o situación determinada.

En este sentido Monterrubio (2013, citado en Monterrubio y Osorio 2017), menciona que las actitudes frente a la actividad turística abarcan lo siguiente:

Las creencias, conocimientos, sentimientos de gusto o disgusto, y el comportamiento (o la intención de) de un grupo social en particular hacia aspectos específicos del turismo como sus impactos, planeación, desarrollo, los turistas y su comportamiento y cualquier otra manifestación tangible o intangible de la actividad turística dentro de su entorno local (p.63)

Teniendo en cuenta que la cultura turística no solo abarca conocimientos, sino también valores y actitudes, es fundamental comprender que la forma en que la comunidad local percibe al turismo, incide directamente en su disposición a participar, apoyar o rechazar el desarrollo del turismo en su comunidad. Así pues,

mostrar actitud positiva basada en el respeto por el turista, la protección del patrimonio y el turismo, contribuyen al fortalecimiento de su cultura turística. Por el contrario, mostrar actitud negativa e indiferentes puede obstaculizar el buen desarrollo del turismo.

Por lo tanto, el desarrollo de una cultura turística sólida no requiere únicamente de conocimientos teóricos y técnico sobre el turismo, sino también del fomento de actitud positiva y participativa por parte de la comunidad local, es por ello que a continuación se menciona actitudes que permiten un mejor desarrollo de la actividad turística:

✓ **Identidad:** Bakula (2000, citado en Molano 2007) hace referencia que la identidad cultural es:

La identidad sólo es posible y puede manifestarse a partir del patrimonio cultural, que existe de antemano y su existencia es independiente de su reconocimiento o valoración. Es la sociedad la que a manera de agente activo, configura su patrimonio cultural al establecer e identificar aquellos elementos que desea valorar y que asume como propios y los que, de manera natural, se van convirtiendo en el referente de identidad (...) Dicha identidad implica, por lo tanto, que las personas o grupos de personas se reconocen históricamente en su propio entorno físico y social y es ese constante reconocimiento el que le da carácter activo a la identidad cultural (...) El patrimonio y la identidad cultural no son elementos estáticos, sino entidades sujetas a permanentes cambios, están condicionadas por factores externos y por la continua retroalimentación entre ambos. (p. 74)

Fomentar la identidad cultural es muy importante, ya que a través de ella las personas expresan su vínculo con el patrimonio cultural, material e inmaterial. Cuando los habitantes reconocen su historia, tradiciones y entorno, fortalecen no solo su sentido de pertenencia, sino también su capacidad para valorar y proteger

su Patrimonio. Esta manifestación de identidad no solo demuestra una fortaleza de su comunidad, sino que también se convierte en un factor de atracción para los turistas, quienes actualmente buscan experiencias únicas significativas al momento de realizar turismo.

En muchos destinos alrededor del mundo, la identidad cultural de una comunidad representa el principal atractivo turístico, ya que permite al visitante conocer, apreciar y respetar la diversidad cultural. Por lo tanto, fomentar actitudes basadas en el reconocimiento y valorización de la identidad es clave para fomentar la cultura turística y por ende un mejor desarrollo del turismo.

✓ **Disposición:** Según la Real Academia Española (RAE, s.f.), se entiende como “hallarse apto y listo para algún fin”.

En el contexto de conocer el nivel de cultura turística, la disposición hace referencia a la actitud y voluntad de las personas para involucrarse ya sea de manera total o parcial en actividades de fortalecimiento de su identidad cultural, cuidado de su Patrimonio y participación en el desarrollo de la actividad turística. Esta disposición no hace referencia solo estar informados, sino también adoptar una actitud positiva con la preservación de los recursos culturales y naturales, así como ser partícipe del buen desarrollo del turismo. Pues aquellos que están dispuestos a participar en actividades turísticas y a involucrarse en la protección y promoción del patrimonio local contribuyen directamente a un buen desarrollo de la actividad turística y por ende a obtener mayores beneficios para su comunidad.

✓ **Valoración:** La palabra valoración refiere al proceso de evaluar el valor o la importancia de algo. Según Bustos (2006), la valoración es "un proceso cognitivo mediante el cual se asigna un valor a un objeto, fenómeno o situación, basado en

el juicio subjetivo de las personas, pero también en parámetros objetivos que permiten establecer su relevancia o utilidad" (p. 48).

En el contexto de esta investigación, la valoración es una actitud clave dentro de la cultura turística, ya que permite a los miembros de una comunidad reconocer el valor histórico-cultural de su patrimonio y asumir una actitud positiva en su protección, promoción y transmisión.

Es importante comprender que cuando hablamos de cultura turística, la valoración también debe extenderse al reconocimiento de la importancia del turismo como actividad que puede contribuir al desarrollo económico, social y cultural de su comunidad. Cuando la comunidad valora su patrimonio y toma en cuenta su rol importante dentro del turismo, se fortalece el sentido de pertenencia, promueve la identidad colectiva y crea una base sólida para ofrecer una buena experiencia al turista.

Por tanto, fomentar la valoración del patrimonio y del turismo en la comunidad local no solo enriquece la cultura turística, sino que también promueve una participación activa y responsable dentro del desarrollo del turismo.

✓ **Compromiso:** Viene a ser un vínculo psicológico y emocional que une a una persona con una causa, tarea o responsabilidad, influyendo en su voluntad de actuar y perseverar en ello. Según Robbins y Coulter (2013), el compromiso implica una determinación personal para alcanzar ciertos objetivos, incluso frente a dificultades.

Para poder entenderlo mejor, es importante considerar los 3 tipos de compromiso en el ámbito organizacional que menciona Meyer y Allen (1991, citado en Coronado, Valdivia, Aguilera, y Alvarado, 2020). El compromiso afectivo se refiere al vínculo emocional del empleado con la organización, por el trato justo recibido, también está el compromiso de continuidad el cual está relacionado con la necesidad del empleado a quedarse en esa misma organización por lo invertido y por no poder encontrar un trabajo similar o mejor y; finalmente, el compromiso normativo se refiere a la obligación moral de permanecer en la organización, influenciado por un contrato psicológico del empleado con la empresa.

Trasladando estos tipos de compromiso al ámbito turístico el individuo puede estar comprometido emocionalmente con su ocupación porque le gusta y ha generado un afecto, también puede ocurrir que se siente obligado a permanecer en su ocupación por no tener otra ocupación, y; finalmente, puede estar comprometido pero relacionado a pérdidas que puede tener si deja su actual ocupación o trabajo.

✓ **Participación:** Para Burin et.al (1998, citado en Barillas 2022), la participación es “un proceso social que supone un ejercicio permanente de derechos y responsabilidades, reproduciendo un modelo de sociedad, por lo que una de sus claves es la adecuada combinación de derechos y responsabilidades”.

Dentro del contexto del turismo, la participación de la comunidad local es un pilar fundamental para el desarrollo del turismo. Pues, no se trata únicamente de esperar o recibir beneficios, sino que también la comunidad debe participar activamente en procesos de planificación, gestión y cuidado de su patrimonio.

Además, si la comunidad local se involucra directamente en el desarrollo del turismo, es más probable que adopten una actitud positiva hacia los turistas y la actividad turística en general, ya que sentirán que su voz es escuchada y que tienen un rol protagónico en el proceso.

De las actitudes relacionadas al turismo, Diaz y Armas (2010, citado en Mendoza, Rodríguez y Enciso 2013) mencionan que: “Cuando se estudian las actitudes relacionadas con el turismo se conoce la predisposición y evaluación de la población residente para recibir visitantes en su localidad, debido a que conlleva una serie de modificaciones en su vida cotidiana, es por ello que numerosos autores han reconocido que el éxito y la sostenibilidad de la actividad turística dependen, en gran medida, del apoyo que reciba por parte de la comunidad receptora”. (p. 8)

La actitud que adopta la comunidad frente a su patrimonio y al turismo, ya sea positiva o negativa, conlleva a tener una mejor visión de la cultura turística. Esta actitud no solo condiciona la forma en que se percibe y valora la actividad turística, sino que también debe ir relacionado con la manera en que se cuida y preserva el patrimonio local. Entendiendo que tener un nivel alto de cultura turística puede convertirse en una herramienta clave para el desarrollo económico, social y cultural de la comunidad.

B. Conocimientos

Nonaka y Takeuchi (1995, citado en Segarra. y Bou, 2005), definen al conocimiento como “un proceso humano constantemente cambiante mediante el cual se intenta buscar la verdad” (p. 177). Por su parte, Venzin et al. (1998, citado en

Segarra y Bou, 2005) analiza el conocimiento según tres epistemologías: cognitiva, conexionista y constructiva.

La epistemología cognitiva sostiene que el conocimiento se basa principalmente en la identificación, el recojo y la difusión de información. Desde esta perspectiva, el conocimiento se forma a partir de datos que el individuo recibe, asimila y organiza, influenciado por su entorno.

La epistemología conexionista considera al conocimiento como un aprendizaje colectivo que surge del número de conexiones, la interacción y el intercambio de información. Plantea que el conocimiento emerge dentro de los sistemas sociales y organizacionales mediante la interacción, la comunicación y la interpretación compartida. Se trata de un proceso autorreferencial y colectivo, en el que las personas co-crean conocimiento a partir de sus experiencias y valores comunes. Desde esta perspectiva, la gestión del conocimiento se orienta a fomentar redes de colaboración, diálogo y aprendizaje organizacional, más que a la simple transmisión de información.

Finalmente, la epistemología constructiva se centra en la interpretación más que en la recopilación de datos. Afirma que el conocimiento no puede transmitirse de una persona a otra de manera exacta, pues cada individuo interpreta la información según su mente, su cuerpo y su contexto social. Con base a lo anterior, el conocimiento se construye internamente, a partir de procesos interpretativos influenciados por la experiencia y el entorno.

En conjunto, estas tres epistemologías permiten comprender que el conocimiento no es un producto acabado, sino un proceso social y dinámico.

Por su parte, Brown y Duguid (1998, citado en Segarra y Bou, 2005) refieren al conocimiento tomando desde un punto de vista colectivo:

El conocimiento es fácilmente generado cuando se trabaja conjuntamente, siendo este fenómeno denominado comunidades de práctica. A través de la práctica, una comunidad desarrolla una comprensión compartida sobre lo que hace, cómo lo hace y cómo se relaciona con las prácticas de otras comunidades de práctica. (p. 178)

Esta postura sobre el conocimiento resalta que el conocimiento no solo es individual, sino que también es socialmente construido, mantenido y transmitido a través de la interacción constante entre personas que comparten intereses y objetivos comunes.

En ese sentido, puede entenderse el conocimiento como un proceso dinámico que parte de la identificación, recolección, asimilación, interpretación y posterior difusión de información, esto influenciado por su entorno (físico, social y cultural) Este entorno no solo condiciona cómo se adquiere el conocimiento, sino también su permanencia, aplicabilidad y próxima transmisión a otras personas.

En el contexto de esta investigación que es para conocer el nivel de cultura turística, los conocimientos que posee una comunidad local sobre su patrimonio, historia, tradiciones, costumbres, y sobre el turismo forman parte de una cultura compartida. Estos conocimientos no solo deben ser adquiridos, sino también interiorizados, valorados y transmitidos dentro de la comunidad y trasmitidos hacia los turistas.

Tener conocimientos sobre su cultura, patrimonio y la actividad turística, influye directamente en la experiencia turística, en la conservación del patrimonio, y en el fortalecimiento de la identidad cultural.

B.1. Conocimientos sobre el Patrimonio

La Organización de las Naciones Unidas para la Cultura, las Ciencias y la Educación – UNESCO, (2004) refiere al Patrimonio como el conjunto de bienes materiales e inmateriales, heredados de nuestros antepasados, mismos que deben ser transmitidos a las nuevas generaciones. Este Patrimonio puede ser: patrimonio cultural, que viene a ser el conjunto de bienes materiales e inmateriales, pasados y presentes, que definen a un pueblo: lenguaje, literatura, música, tradiciones, artesanía, bellas artes, danza, gastronomía, indumentaria, manifestaciones religiosas, la historia y sus restos materiales. Así como también puede referirse al Patrimonio natural, el mismo que refiere a los elementos de la naturaleza: montañas, ríos, flora, fauna, así como el resultado del trabajo del hombre dentro de un ambiente natural.

El Ministerio de Cultura (s.f) refiere al Patrimonio como:

La herencia de bienes materiales e inmateriales que nuestros padres y antepasados nos han dejado a lo largo de la historia. Se trata de bienes que nos ayudan a forjar una identidad como nación y que permiten saber quiénes somos y de dónde venimos, logrando así un mejor desarrollo como personas dentro de la sociedad (p.4).

Ambos autores mencionan que estos elementos requieren de protección y defensa especial para que sigan perdurando en el tiempo y que tanto las generaciones presentes como las futuras disfruten, valoren y aprovechen estos bienes, para así lograr

un buen desarrollo como sociedad. Es por ello que para el desarrollo de esta investigación se ha tomado en cuenta los siguientes ítems de conocimientos.

- ✓ Conocimientos geográficos
- ✓ Características de la comunidad
- ✓ Especies de flora y fauna
- ✓ Recursos turísticos

Los conocimientos geográficos, las características de la comunidad, las especies de flora y fauna y los recursos turísticos constituyen aspectos fundamentales que deben ser conocidos y comprendidos por la población local. Estos conocimientos no solo favorecen la conservación y valoración del patrimonio natural y cultural, sino que también resultan esenciales para su adecuado aprovechamiento en el desarrollo de la actividad turística. Asimismo, el conocimiento de esta información permite a la población brindar información clara, precisa y veraz a los visitantes, mejorando la experiencia turística y fortaleciendo la relación entre la comunidad local y los turistas

B.2. Conocimientos sobre la actividad turística

B.2.1. Conocimientos de cómo aprovechar la actividad turística: La comunidad local debe tener conocimiento de todo lo que implica el turismo, como invertir, qué servicios brindar, de qué manera y en qué momento.

Es fundamental que la comunidad local tenga conocimientos sobre la actividad turística para maximizar los beneficios que puede generar. Este conocimiento debe abarcar diversos aspectos, tales como la gestión adecuada de los recursos turísticos, la oferta de servicios e inversión en infraestructura adecuada. La comunidad debe

entender qué tipo de servicios son demandados por los turistas, cómo ofrecerlos de manera profesional y qué medidas deben tomarse para garantizar la sostenibilidad de la actividad a largo plazo.

Así, es esencial que la comunidad local se capacite en la gestión de estos servicios, comprendiendo las necesidades del turista y adaptando su oferta en consecuencia.

B.2.2. Conocimientos sobre los impactos del turismo: Como menciona Quintero (2004) los impactos del turismo son el resultado de una compleja interacción que se manifiesta entre los turistas, la población y el área geográfica de destino.

En primer lugar, los impactos económicos están relacionados con los beneficios que el turismo puede generar. Estos incluyen la creación de nuevas oportunidades de negocio para la población local y un ingreso extra proveniente de los emprendimientos que surgen con el desarrollo del turismo. Sin embargo, también existen impactos negativos, como la sobre dependencia económica del sector turístico, la competencia entre diferentes sectores, la estacionalidad de la actividad turística y la inflación, entre otros.

En segundo lugar, los impactos socioculturales se manifiestan con la llegada de los turistas. La magnitud de estos impactos depende de las diferencias socioculturales entre los turistas y la población local. Los efectos negativos pueden incluir la alienación de la población local, cambios en su modo de vida y el aumento de la delincuencia.

Por otro lado, dentro de los impactos socioculturales el turismo también puede tener efectos positivos, como la mejora de la calidad de vida local a través de los

ingresos adicionales y el desarrollo de infraestructuras que benefician a la comunidad. Además de contribuir a la revalorización de la identidad cultural, preservación de tradiciones y el cuidado del patrimonio local.

Finalmente, los impactos medioambientales son aquellos que afectan al entorno natural, que a menudo es tanto la base como el principal atractivo turístico de un destino. Si el turismo no se gestiona adecuadamente, puede ocasionar contaminación, destrucción de hábitats naturales y la degradación de espacios naturales. No obstante, si se maneja de manera sostenible, el turismo puede convertirse en un motor para la protección del medio ambiente, promoviendo la conciencia sobre la conservación del patrimonio natural y cultural.

Los impactos tanto positivos como negativos que genera el turismo deben ser de conocimiento, por la comunidad local y otros involucrados en su desarrollo, para así lograr que estos impactos sean en gran mayoría positivos y mitigar o evitar de cierta forma los impactos negativos.

B.2.3. Conocimientos sobre la importancia del turismo: Es importante el conocimiento sobre la importancia de la actividad turística, para poder saber cómo trabajar en la misma, esto debido que esta actividad genera oportunidades para la mejora del área geográfica en donde se desarrolla dicha actividad: El patrimonio (cultural y natural) juega un papel muy importante para su desarrollo, por tal motivo estos deben ser promocionados y comercializados de una manera sostenible para asegurar su conservación. (Orgaz y Moral, 2016).

B.2.4. Conocimientos de cómo cuidar su Patrimonio: Comprender la importancia y valor del Patrimonio y como cuidarlo, es un aspecto clave dentro de la cultura turística. El patrimonio, tanto cultural como natural, constituye la base sobre la cual se desarrolla

la actividad turística, ya que es precisamente lo que atrae a los turistas y les permite conocer y comprender un poco más del destino que visitan. La preservación adecuada de estos recursos no solo garantiza un buen desarrollo de la actividad turística, sino que también contribuye al bienestar de las comunidades locales y a mejora la identidad cultural. Es decir, la gestión del Patrimonio debe ser integral y equilibrada cubriendo la demanda turística y la protección de Patrimonio natural y cultural para que las futuras generaciones puedan aprovecharlas también.

La Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia UTPC (s.f) menciona a un tipo de conocimiento teniendo en cuenta el nivel de profundidad que alcanza un individuo alcanza frente al conocimiento se tiene tres niveles: conocimiento popular o vulgar que refiere al conocimiento cotidiano que muchas veces ha sido heredado, se aprende y se aplica a veces sin cuestionar los procedimientos. Luego se encuentra el conocimiento científico en donde se busca descubrir diferentes cosas, pero siguiendo un procedimiento determinado, mismo que pretende ser probado. Por último, está el nivel de conocimiento de divulgación el cual primero ha sido un conocimiento científico y por la misma importancia de esa información, busca ser transmitida a todos utilizando un lenguaje sencillo y fácil de comprender.

Por otro lado, se tienen los niveles de conocimiento: sensible o sensorial, holístico y conceptual, tienen su fundamento en la tradición epistemológica clásica, principalmente en el pensamiento aristotélico, que sostiene que todo conocimiento se inicia a partir de la experiencia sensorial. Este planteamiento ha sido retomado y desarrollado por diversos autores contemporáneos, quienes explican el proceso mediante el cual la información percibida por los sentidos es interpretada, conceptualizada y finalmente comprendida de manera integral.

El nivel de conocimiento sensorial afirma que el conocimiento es adquirido mediante los sentidos, en donde se encuentran incluido las sensaciones, percepciones y representaciones. Alan y Cortéz (2017) “señalan que los estímulos sensoriales además se convierten en hechos psíquicos cuando se manifiestan en la conciencia, porque cada sentido se convierte en una vía para acceder a la realidad” (p.56).

El segundo nivel es el conocimiento conceptual el cual refiere ya a la capacidad que tiene un individuo para establecer conceptos, así como menciona Pareja (2013 citado en Alan y Cortez 2018) después de que una persona haya recibido información mediante los sentidos (nivel sensorial), tiene la capacidad de interpretarlo, clasificarlo y categorizarlo en una sola frase la cual ya es conocida en una realidad.

Finalmente se encuentra el nivel de conocimiento holístico, en el cual se entiende a la realidad como un todo, es decir que, en este nivel ya empiezan a surgir diversos cuestionamientos como por ejemplo ¿el porqué de las cosas?, ¿para qué es?, ¿para qué sirven?, entre otros, es por ello que, los autores Hernández, Fernández, y Baptista (2014, p. 19, citado en Alan y Cortez 2018), mencionan que este nivel de conocimiento permite comprender la realidad desde “una perspectiva de múltiples interacciones, caracterizándose por ser un nivel de conocimiento con una actitud integradora y explicativa de la teoría, enfocada a la comprensión total de los procesos, de los sujetos y objetos en sus respectivos contextos” (p. 60).

Es por ello que, para fines de la presente investigación, se tomarán en cuenta estos niveles de conocimiento, ya que permiten analizar de manera integral cómo la población del C.P. Laguna San Nicolás percibe, interpreta y comprende su entorno, su patrimonio y la actividad turística, aspectos fundamentales para evaluar el nivel de cultura turística.

C. Evaluación de la cultura turística

La cultura turística, entendida como el conjunto de conocimientos y actitudes que posee la población frente al turismo y al patrimonio (Esquivel, Villaseñor y Martínez, 2021; González, 2012, citado en Santisteban, 2019), no constituye únicamente un concepto abstracto, sino una variable que puede ser analizada a partir de sus dimensiones. Al estar conformada por elementos cognitivos y actitudinales, resulta posible examinar el grado en que una comunidad conoce, valora y se involucra en la actividad turística.

Desde esta perspectiva, los conocimientos permiten identificar el nivel de información que posee la población sobre su patrimonio y sobre el turismo como actividad económica y social. Por su parte, las actitudes reflejan la disposición, valoración, compromiso y participación que manifiestan los individuos frente al desarrollo turístico de su comunidad.

En consecuencia, al integrar ambas dimensiones es posible determinar el nivel de cultura turística, entendido como el grado en que la población demuestra conocimientos adecuados y actitudes favorables hacia el turismo y el patrimonio. Esta aproximación permite no solo describir la situación actual de una comunidad, sino también identificar aspectos que requieren fortalecimiento para mejorar su relación con la actividad turística.

En este sentido, el nivel de cultura turística puede entenderse como el grado en que la población ha internalizado conocimientos sobre su patrimonio y la actividad turística, así como las actitudes que manifiesta frente a estos elementos. Un nivel alto implicaría no solo información adecuada, sino también disposición, compromiso, valoración e identidad con su entorno y con el turismo. Por el contrario,

un nivel bajo reflejaría limitaciones tanto en la comprensión como en la actitud frente al desarrollo turístico.

Desde esta perspectiva, evaluar la cultura turística supone analizar de manera conjunta los conocimientos y las actitudes de la comunidad local, considerando que ambos componentes se complementan y se influyen mutuamente. Esta integración permite comprender de forma más completa la relación que mantiene la población con su patrimonio y con la actividad turística.

CAPÍTULO III: HIPÓTESIS Y METODOLOGÍA

3.1. Hipótesis

3.1.1. Hipótesis general

La cultura turística de la población del C.P. Laguna San Nicolás en el año 2024 es de nivel medio, con una actitud positiva hacia el turismo; pero, bajo conocimiento respecto a su patrimonio y a la actividad turística.

3.1.2. Hipótesis específicas

- A. La actitud de la población del C.P. Laguna San Nicolás, en relación con su patrimonio y el desarrollo de la actividad turística es positiva.
- B. El nivel de conocimiento de la población del C.P. Laguna San Nicolás sobre su patrimonio es bajo.
- C. El nivel de conocimiento de la población del C.P. Laguna San Nicolás sobre la actividad turística es de nivel medio.

3.2. Operacionalización de variables

Tabla 1

Matriz de operacionalización de la hipótesis

Título: Cultura Turística que presenta el Centro Poblado Laguna San Nicolás – Cajamarca, 2024						
Hipótesis	Variables	Definición	Dimensiones	Indicadores	Escala de medición	Fuente o instrumento de recolección de datos
La cultura turística de la población del C.P. Laguna San Nicolás en el año 2024 es de nivel medio, con una actitud positiva hacia el turismo; pero, bajo conocimiento respecto a su patrimonio y a la actividad turística.	Cultura turística	Es el conjunto de conocimientos, valores y actitudes que puestos en práctica fomentan el respeto por las tradiciones de las comunidades receptoras, fortaleciendo su identidad; promueven la protección del patrimonio en todas sus expresiones (natural, cultural, artístico, arqueológico) y fomentan el buen trato al turista (nacional y extranjero); reconociendo al turismo como fuente de desarrollo sostenible del país. Mincetur	Actitudes	- Identidad - Disposición - Valoración - Compromiso - Participación	Ordinal	Cuestionario tipo likert
			Conocimientos sobre su Patrimonio	- Características - Especies de Flora y Fauna - Datos geográficos - Festividades	Ordinal	Cuestionario tipo test
			Conocimientos sobre el Turismo	-Aprovechamiento - Participación - Impactos - Protección de su Patrimonio	Ordinal	Cuestionario tipo test

3.3. Metodología de la investigación

3.3.1. Tipo de investigación

Gonzales (2021, citado en Vizcaino, Maldonado y Cedeño, 2023) refiere que la investigación aplicada se orienta a emplear el conocimiento científico con el propósito de atender necesidades reales y ofrecer soluciones prácticas a problemas específicos, se apoya de conocimientos previos para adaptarlos y utilizarlos en contextos concretos, priorizando la utilidad de los resultados. Su esencia radica en transformar hallazgos teóricos en aplicaciones que puedan evaluarse, medirse y contribuir a mejorar situaciones en diversos ámbitos sociales, productivos o tecnológicos.

Bajo esta perspectiva, la presente investigación es aplicada, porque emplea conocimientos teóricos sobre la cultura turística, la comunidad local y el turismo dentro de una realidad específica; además no solo busca comprender este fenómeno, sino también contribuir a la solución de un problema concreto, en este caso relacionado con el nivel de cultura turística de la población del C.P Laguna San Nicolás. En otras palabras, los resultados de esta investigación pueden ser utilizados para diseñar estrategias que permitan un mejor desarrollo del turismo, teniendo como base la cultura turística.

Por otro lado es descriptiva porque primero se observó cómo es la cultura turística para luego describirla ayudándose de diferentes teorías que ayudan a explicarlo. Asimismo, tiene un enfoque mixto, debido a que se estudia la variable cualitativa, pero utilizando instrumentos medibles y cuantificables para determinar el nivel de cultura turística.

3.3.2. Diseño de la investigación

La presente investigación se llevó a cabo siguiendo un diseño no experimental - transversal, el primero porque solo se observó la variable, mas no fue manipulada de manera deliberada. Y, transversal porque la recopilación y análisis de datos se realizaron en un solo momento, año 2024.

3.3. 3. Método (s)

A. Método Hipotético - Deductivo

Rodríguez (2007), menciona que “la metodología hipotético – deductiva parte de aseveraciones en calidad de hipótesis y busca refutar o falsear tales hipótesis, deduciendo de ellas conclusiones que deben refutarse con los hechos” (p.14).

En este sentido, el método hipotético – deductivo permitió desarrollar la investigación mediante la formulación de hipótesis basadas en fundamentos teóricos sobre la cultura turística. Para contrastarlas, se aplicaron dos instrumentos de recolección de datos, un cuestionario tipo Likert y un cuestionario tipo Test, mismos que proporcionaron información para refutar o falsear las hipótesis deducidas inicialmente.

B. Método Inductivo

Bacón (1561-1626, citado por Dávila 2006, citado en Rodríguez y Pérez, 2017), afirma que “para obtener conocimiento es imprescindible observar la naturaleza, reunir datos particulares y hacer generalizaciones a partir de ellos.

Estas observaciones se hacían sobre fenómenos particulares de una clase y luego a partir de ellos se hacían inferencias de la clase entera” (p.185)

En otras palabras, es aquel proceso en donde se analizan los datos particulares para poder llegar a una conclusión general. Es por ello que esta investigación es de tipo inductivo debido a que teniendo en cuenta los datos de la muestra, se llegó a determinar el nivel de cultura turística de la población del C.P Laguna San Nicolás.

C. Método Analítico – Sintético

La presente investigación se desarrolló empleando el método analítico–sintético. Al respecto, Véliz y Jorna (2014, citados en Rodríguez y Pérez, 2017) señalan que “el método analítico–sintético se emplea para descomponer un fenómeno en partes, conocer sus raíces y, a partir de este análisis, realizar la síntesis para reconstruir y explicar la realidad” (p. 10).

En el contexto de esta investigación, este método resultó pertinente, ya que se partió del concepto de cultura turística y de la necesidad de conocer el nivel de cultura turística de la población del Centro Poblado Laguna San Nicolás. Posteriormente, se estudiaron sus principales componentes, los cuales fueron analizados de manera individual, para finalmente integrarlos y obtener conclusiones que permitan comprenderlo en su totalidad.

3.4. Unidad de análisis y observación

3.4.1. Unidad de análisis

La unidad de análisis de esta investigación son los pobladores del C.P Laguna San Nicolás.

3.4.2. Unidad de observación

La unidad de observación de la investigación está conformada por las actitudes y los conocimientos de los pobladores del Centro Poblado Laguna San Nicolás respecto a la actividad turística y su patrimonio. En cuanto a las actitudes, se consideran como: indicadores la identidad, la disposición, la valoración, el compromiso y la participación de la población. Asimismo, los conocimientos sobre el patrimonio se evalúan a través de indicadores relacionados con las características del patrimonio, las especies de flora y fauna, los datos geográficos y las festividades. Finalmente, se analizan los conocimientos sobre el turismo mediante los indicadores de aprovechamiento, participación, impactos y protección del patrimonio.

3.5. Población y muestra

3.5.1. Población

La población del C.P Laguna San Nicolás de 189 habitantes, según los datos del Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI, 2017).

3.5.2. Muestra

Esta investigación tiene una muestra probabilística, misma que se determinó con la fórmula para poblaciones conocidas, con un margen de error del 7% y un coeficiente de confiabilidad de 1.96. La muestra se calculó en función a la siguiente fórmula.

Donde:

N: es el tamaño de la población (198 personas)

Z: es el nivel de confianza, el cual indica la probabilidad de que los resultados de la investigación sean ciertos. ($96 = 1.96$)

p: es la proporción de personas de la población que cumplen con el criterio de estudio.
(0.5)

q: es la proporción de personas de la población que no cumplen con el criterio de estudio, es decir el complemento de p. (0.5)

e: es el error muestral deseado, este indica error que puede haber en los resultados de la muestra. (7%)

n: es el tamaño de la muestra.

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

$$n = \frac{198 \times 1.962 \times 0.5 \times 0.5}{0.072 \times (198-1) + 1.962 \times 0.5 \times 0.5}$$

Reemplazando datos la muestra es la siguiente:

$$n = 97$$

3.6. Técnicas e instrumentos de recojo de información

Para la recolección de datos se realizó una encuesta teniendo en cuenta preguntas preestablecidas las cuales se aplicaron a la población del C.P Laguna San Nicolás. Los instrumentos para la recolección de datos fueron dos: en primer lugar, un cuestionario de tipo Likert para determinar las actitudes de la población y, en segundo lugar, un cuestionario tipo Test para determinar el nivel de conocimientos, mismos que se detallan a continuación.

A. Cuestionario tipo Likert

Se utilizó un cuestionario tipo Likert para medir las actitudes de la población del Centro Poblado Laguna San Nicolás respecto a su patrimonio y a la actividad turística. El instrumento estuvo conformado por 22 ítems, distribuidos en cinco dimensiones: identidad, disposición, valoración, compromiso y participación.

La escala de medición empleada fue de cuatro niveles, con valores de 0 a 3 puntos, donde:

- 0: actitud negativa
- 1: actitud baja
- 2: actitud media
- 3: actitud alta

El instrumento fue sometido a validación mediante juicio de expertos, quienes evaluaron la pertinencia, coherencia y claridad de los ítems. Posteriormente, se realizó una prueba piloto en el distrito de Namora, con la finalidad de evaluar su factibilidad y efectuar los ajustes necesarios. A partir de los resultados obtenidos, se calculó el coeficiente Alfa de Cronbach para determinar la confiabilidad del instrumento.

Considerando que cada ítem tiene un valor máximo de 3 puntos, el puntaje total máximo posible fue de 66 puntos y el mínimo de 0 puntos. Con base en este rango, se establecieron los siguientes niveles de actitud:

- 0 puntos: actitud negativa
- 1 a 22 puntos: actitud baja
- 23 a 44 puntos: actitud media
- 45 a 66 puntos: actitud alta

Estos últimos niveles fueron utilizados para determinar el nivel de cultura turística de la población del C.P Laguna San Nicolás en el año 2024.

C. Cuestionario tipo test

Este instrumento se utilizó para la recolección de datos sobre los conocimientos que posee la población respecto a su patrimonio y a la actividad turística, y fue validado mediante juicio de expertos. Posteriormente, se aplicó una prueba piloto en el distrito de Namora, con la finalidad de verificar su aplicabilidad y realizar las correcciones necesarias.

El cuestionario estuvo estructurado en dos secciones. La primera orientada a evaluar los conocimientos sobre el patrimonio del C.P Laguna San Nicolás, mientras que la segunda se enfocó en los conocimientos relacionados con el desarrollo de la actividad turística.

Las preguntas de esta sección fueron de carácter abierto; sin embargo, con el fin de facilitar su medición y análisis cuantitativo, se elaboró una cartilla de respuestas, en la cual se establecieron criterios y respuestas clave previamente definidos. A partir de esta cartilla, las respuestas proporcionadas por los encuestados fueron codificadas y cuantificadas, permitiendo su incorporación en una escala de medición.

En total, se consideraron 54 respuestas codificables, de las cuales 36 correspondieron a conocimientos sobre su patrimonio y 18 en conocimientos sobre la actividad turística.

En función del número de respuestas correctas, se establecieron los siguientes niveles de conocimiento:

- 0 a 18 respuestas correctas: nivel bajo
- 19 a 37 respuestas correctas: nivel medio

- 38 a 54 respuestas correctas: nivel alto

3.7. Procesamiento y análisis de resultados

Para el procesamiento y análisis de los datos se utilizó el software estadístico SPSS (Statistical Package for the Social Sciences), el cual permitió la codificación, tabulación y análisis de la información recolectada mediante los cuestionarios aplicados. A través de este programa se elaboraron bases de datos, se calcularon frecuencias, porcentajes, promedios y rangos, y se generaron tablas y gráficos estadísticos, los cuales facilitaron la interpretación de los resultados obtenidos en relación con los objetivos de la investigación.

Por otro lado, se usó la técnica de análisis temático, ésta es una técnica cualitativa que permite identificar, organizar y analizar los temas o patrones presentes en un conjunto de datos, con el propósito de comprender en profundidad las percepciones, significados y experiencias de los participantes. Según Braun y Clarke (2006), este método consiste en “identificar, analizar y reportar patrones (temas) dentro de los datos, organizándolos y describiéndolos en detalle” (p. 79). Dichos autores resaltan que el análisis temático no solo resume la información recopilada, sino que también interpreta su significado en relación con el contexto del estudio.

En la presente investigación se empleó el análisis temático para examinar las respuestas obtenidas en los instrumentos aplicados, este proceso permitió interpretar los conocimientos de los encuestados, aportando una comprensión más profunda del fenómeno y complementando los resultados cuantitativos derivados de la aplicación de los instrumentos de medición.

3.8. Aspectos éticos de la investigación

Durante el desarrollo de esta investigación se asegura la confidencialidad y el anonimato de los datos a recogerse, así como también datos personales de los involucrados e información que pueda generar algún daño. Así también, los participantes de esta

investigación tuvieron total libertad de decidir voluntariamente si participan o no de esta investigación, explicándoles con anterioridad que es lo que se busca conocer con las encuestas a realizar.

Por último, en esta investigación se practica el respeto por la propiedad intelectual, pues cualquier información extraída de una fuente ajena al autor, será citada y referenciada, asegurando con ello la veracidad y validez de esta investigación.

3.3.9. Matriz de consistencia metodológica

Tabla 2

Matriz de consistencia metodológica

Problema general	Objetivo general	Hipótesis general	Variables	Dimensiones	Indicadores	Fuente o instrumento de recolección de datos	Metodología	Población y muestra
¿Cuál es el nivel de cultura turística de la población del C.P. Laguna San Nicolás – Cajamarca, en el año 2024?	Evaluar el nivel de cultura turística de la población del C.P. Laguna San Nicolás – Cajamarca, en el año 2024.	La cultura turística de la población del C.P. Laguna San Nicolás en el año 2024 es de nivel medio, con una actitud positiva hacia el turismo; pero, bajo conocimiento respecto a su patrimonio y a la actividad turística.					<ul style="list-style-type: none"> - Aplicada - Descriptiva - Mixta - No Experimental - Transversal 	
Problemas específicos	Objetivos específicos	Hipótesis específicas	V1	Dimensiones	Indicadores		Metodología	Población y muestra
¿Cómo es la actitud de la población del C.P. Laguna San Nicolás, Cajamarca, frente al desarrollo del turismo en su comunidad, en el año 2024?	Describir la actitud de la población del C.P. Laguna San Nicolás – Cajamarca frente al desarrollo de la actividad turística, en el año 2024.	La actitud de la población del C.P. Laguna San Nicolás, en relación con su patrimonio y el desarrollo de la actividad turística es positiva.	Cultura turística	Actitudes	<ul style="list-style-type: none"> - Identidad - Disposición - Valoración - Compromiso - Participación 	Cuestionario tipo likert		Pobladores del C.P Laguna San Nicolás - muestra de 97 personas
¿Qué nivel de conocimiento sobre su patrimonio tiene la población del C.P. Laguna San Nicolás, Cajamarca, en el año 2024?	Determinar el nivel de conocimientos de la población del C.P. Laguna San Nicolás – Cajamarca acerca de su patrimonio, en el año 2024.	El nivel de conocimiento de la población del C.P. Laguna San Nicolás sobre su patrimonio es alto		Conocimientos sobre su Patrimonio	<ul style="list-style-type: none"> - Características generales - Datos geográficos - Festividades - Recursos turísticos 	Cuestionario tipo test		Pobladores del C.P Laguna San Nicolás - muestra de 97 personas
¿Qué nivel de conocimiento sobre la actividad turística tiene la población del C.P. Laguna San Nicolás, Cajamarca, en el año 2024?	Determinar el nivel de conocimientos de la población del C.P. Laguna San Nicolás – Cajamarca acerca de la actividad turística, en el año 2024.	El nivel de conocimiento de la población del C.P. Laguna San Nicolás sobre la actividad turística es medio.		Conocimientos sobre el Turismo	<ul style="list-style-type: none"> - Aprovechamiento - Conservación - Impactos del turismo - Cuidado de su Patrimonio 	Cuestionario tipo test		Pobladores del C.P Laguna San Nicolás - muestra de 97 personas

CAPÍTULO IV: RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1. Resultados

El capítulo IV presenta los resultados correspondientes a la variable de estudio cultura turística, los cuales se organizan en las siguientes secciones: caracterización de la población encuestada, actitudes y conocimientos respecto al patrimonio y a la actividad turística; y, finalmente, el apartado de discusión teórica. Los resultados se exponen mediante tablas y gráficos estadísticos, que permiten visualizar las frecuencias y porcentajes obtenidos para los distintos indicadores y niveles analizados.

En lo que respecta a la dimensión actitudes para una mejor comprensión de los resultados se muestra mediante tablas y mediante diagramas radiales, los cuales permitieron visualizar de forma clara el promedio de actitudes en cada ítem evaluado y su ubicación dentro de los rangos establecidos, facilitando así la comparación entre los distintos indicadores.

En los gráficos se emplean dos colores: naranja, que indica el valor máximo esperado (3 puntos), es decir, el nivel más alto posible en la escala. Azul, que representa el promedio real obtenido en cada ítem.

De este modo, mientras más se acerque el área azul al área naranja, mayor es el nivel de actitud positiva que presenta la población evaluada. Por el contrario, cuando el área azul se mantiene más próxima al centro del gráfico, refleja actitudes menos favorables, ya sean bajas o negativas. Esta forma de visualización facilita identificar rápidamente las dimensiones o indicadores con mayor fortaleza y aquellos que requieren atención o mejora

Finalmente, para determinar el nivel de cultura turística se han sumado las dos dimensiones (actitudes y conocimientos), teniendo un valor de 120, mismo que ha sido dividido en: de 0-39 (baja cultura turística), de 40-80 (cultura turística media) y de 81-120 (cultura turística alta).

4.1.1. Caracterización de la población del C.P. Laguna San Nicolás, 2024

Tabla 3

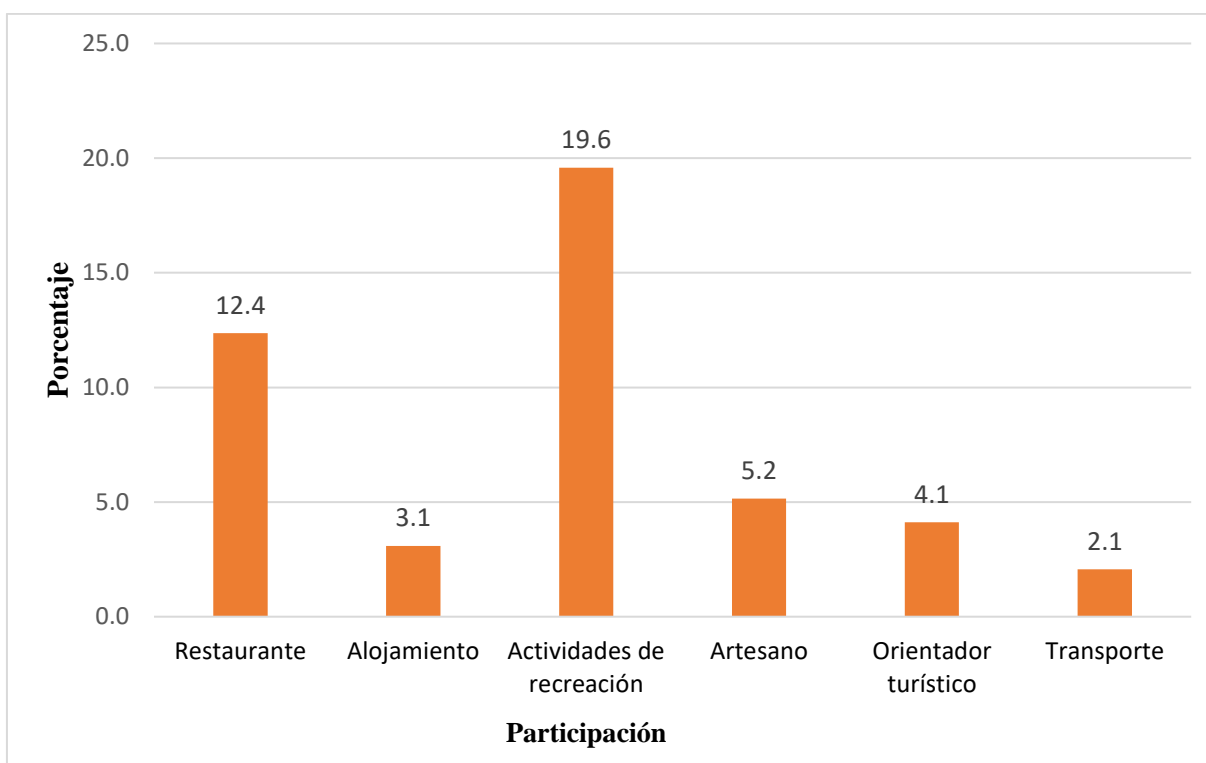
Datos generales de la Población del C.P Laguna San Nicolas, 2024

Indicador		Frecuencia	Porcentaje
Sexo	Masculino	64	66.0
	Femenino	33	34.0
	Total	97	100.0
Edad	26-35	13	13.4
	36-45	25	25.8
	46-55	23	23.7
	56-65	15	15.5
	66-75	3	3.1
	76-85	3	3.1
	Total	97	100.0
Grado de instrucción	Ninguno	5	5.2
	Primaria	44	45.4
	Secundaria	36	37.1
	Superior técnico	9	9.3
	Superior universitario	3	3.1
	Total	97	100.0
Ocupación	Estudiante	6	6.2
	Agricultor	33	34.0
	Ama del hogar	24	24.7
	Obrero	5	5.2
	Constructor	9	9.3
	Chofer	4	4.1
	Comerciante	6	6.2
	Prestador de servicios turísticos	46	46.8
Total	133	136.5	

En la tabla 3 se muestra que más del 50% de la población encuestada es de sexo masculino (66%), y de solo un 34% son de sexo femenino, los cuales en su mayoría tienen edades que oscilan entre 36 hasta 55 años. En cuanto al grado de instrucción, los niveles de primaria y secundaria representan los porcentajes más altos, con 45.4% y 37.1%, respectivamente. Asimismo, las ocupaciones predominantes son la agricultura (34%) , prestador de servicios turísticos (46.8%), ama del hogar (24.7%). Cabe mencionar que los encuestados tuvieron la opción de señalar más de una ocupación, por lo que el total de frecuencias supera el tamaño de la muestra.

Figura 1

Participación de la población del C.P Laguna San Nicolás en la actividad turística, 2024



*Nota: El porcentaje restante afirmó no participar de la actividad turística. Respecto a la participación de la población del C.P. Laguna San Nicolás en el desarrollo de la actividad turística, el 53.5% de los encuestados manifestó que no participa en esta actividad, mientras que el 46.5% indicó sí formar parte de ella. Estos resultados evidencian que, aunque existe participación de una parte importante de la población, más de la mitad aún no se integra directamente al turismo, lo que representa una limitante en el aprovechamiento de los beneficios que esta actividad puede generar para la comunidad

Entre quienes participan, se observa mayor presencia en actividades de recreación (19.6%), destacando el paseo en bote como principal actividad. En segundo lugar, se encuentra el servicio de restaurante (12.4%), emprendimientos que fueron surgiendo conforme aumentó la llegada de turistas. Esto evidencia que la participación se concentra principalmente en servicios básicos y de contacto directo con el visitante.

Sin embargo, se observa una participación reducida en actividades como la elaboración de artesanías (5.2%), la orientación turística (4.1%), el alojamiento (3.1%) y el transporte (2.1%). Estos resultados muestran que, aunque existe involucramiento de la comunidad, este aún es limitado y poco diversificado. No obstante, esta situación no debe considerarse totalmente negativa, ya que también puede representar una oportunidad de mejora, al haberse identificado claramente las actividades que requieren mayor fortalecimiento.

4.1.2. Actitudes de la población frente a su Patrimonio y al desarrollo de la actividad turística, 2024

Tabla 4

Identidad de la población del C.P Laguna San Nicolás, 2024

INDICADOR	En desacuerdo	Algo de acuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Total
Identidad con la comunidad	0	5.2	17.5	77.3	100
Identidad con costumbres	1	6.2	30.9	61.9	100
Identidad con su vestimenta típica	9.3	45.4	25.8	19.6	100
Identidad Identidad con su patrimonio	1	6.2	36.1	56.7	100
Práctica de costumbres	5.2	6.2	15.5	73.2	100
Transmisión de conocimientos	8.2	19.6	17.5	54.6	100
Promedio	4.12	14.8	23.9	57.2	

Referente al indicador Identidad, considerado dentro de la dimensión actitud de la cultura turística. Los datos evidencian un alto nivel de identificación de la población del C.P. Laguna San Nicolás con diversos elementos culturales de su comunidad. Se observa que el 77.3% de los encuestados manifestó estar totalmente identificado con su comunidad, el 61.9% con sus costumbres y el 56.7% con su patrimonio. Asimismo, el 73.2% indicó estar totalmente de acuerdo con la práctica de costumbres y el 54.6% con la transmisión de conocimientos culturales. Estos resultados reflejan un reconocimiento significativo de los elementos culturales locales, lo cual

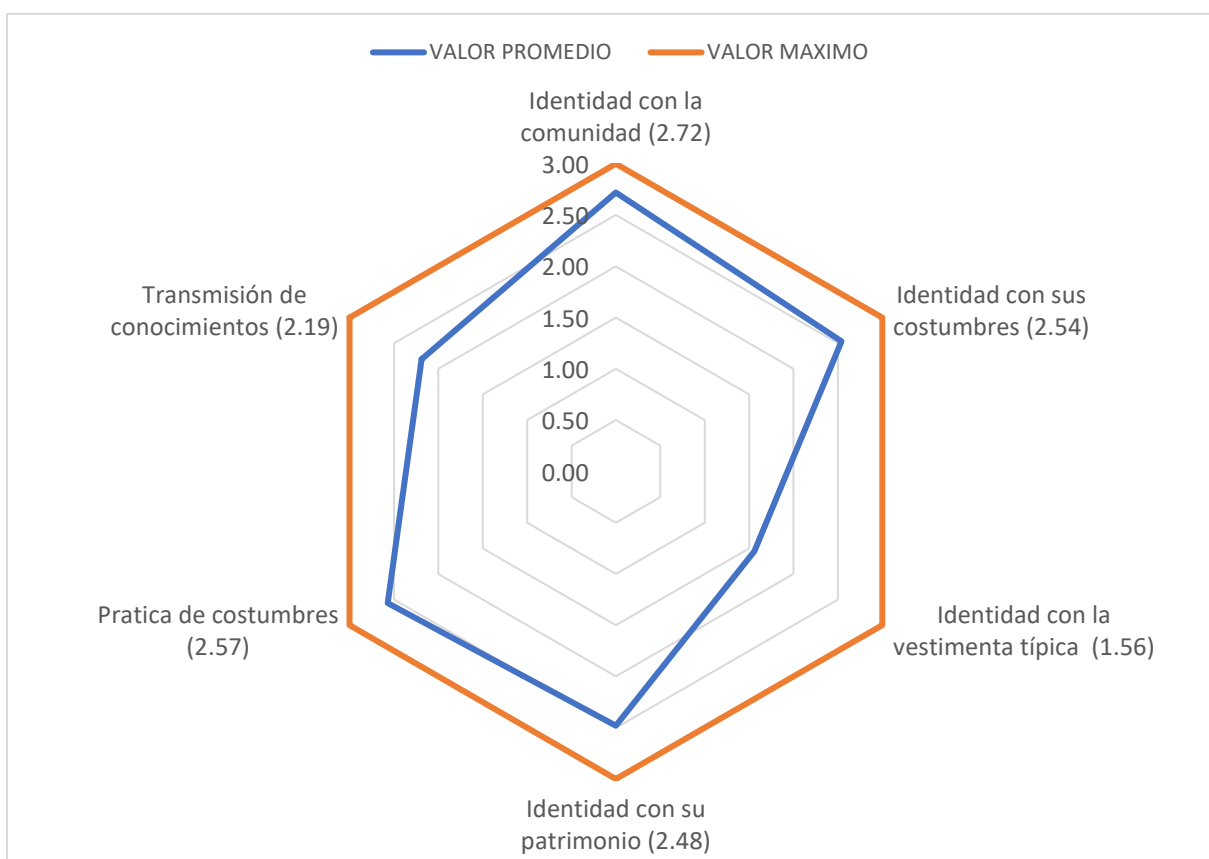
constituye una base favorable para el fortalecimiento de la cultura turística, pues se evidencia sentido pertenencia e identidad con varios elementos culturales de su comunidad.

No obstante, se identifica una variación importante en el ítem referido a la identidad con la vestimenta típica, donde el mayor porcentaje (45.4%) se ubicó en la categoría “algo de acuerdo”, seguido de un 25.8% en “de acuerdo” y solo un 19.6% en “totalmente de acuerdo”. Este resultado sugiere que, aunque existe cierto nivel de identificación, la vestimenta tradicional no representa un elemento cultural tan fortalecido como los demás aspectos evaluados.

En promedio, el 57.2% de los encuestados se ubicó en la categoría “totalmente de acuerdo”, lo que evidencia una actitud positiva hacia el reconocimiento de su identidad cultural. Sin embargo, la presencia de porcentajes en las categorías intermedias indica que aún existen aspectos que requieren mayor interés para mejorarlas.

Figura 2

Resultados globales sobre la identidad de la población del C.P Laguna San Nicolás, 2024



Los resultados globales evidencian que la población del Centro Poblado Laguna San Nicolás presenta un alto nivel de identidad con su comunidad, reflejado en indicadores como la identidad con la comunidad (2.72), las costumbres (2.54), el patrimonio (2.48), la práctica de costumbres (2.57) y la transmisión de conocimientos tradicionales (2.19). Estos resultados muestran que la población mantiene una actitud positiva y un fuerte vínculo con los elementos culturales que forman parte de su entorno.

En cambio, la identidad con la vestimenta típica (1.56) presenta el valor más bajo, lo que indica que no todos se sienten plenamente identificados con este elemento cultural. Esto

evidencia que, aunque existe identidad cultural en general, algunos aspectos específicos no tienen la misma presencia en la vida cotidiana de la población.

Por su parte, la transmisión de conocimientos (2.19) muestra un nivel menor en comparación con otros indicadores, lo que sugiere que la enseñanza y el compartir las costumbres y saberes tradicionales no se realiza con la misma intensidad que la práctica de las costumbres. Es decir, las personas pueden sentirse identificadas con su cultura, pero no necesariamente están transmitiéndola de manera constante a otras generaciones.

Tabla 5

Disposición de la población del C.P Laguna San Nicolás frente a la actividad turística y Patrimonio, 2024

INDICADOR	En desacuerdo	Algo de acuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Total
A recibir turistas	0	1	14.4	84.5	100
A ayudar a los turistas	0	1	9.3	89.7	100
Disposición Participar en talleres de aprendizaje sobre su Patrimonio	21.6	35.1	16.5	26.8	100
Recibir capacitaciones para mejorar sus capacidades como trabajador turístico	23.7	30.9	28.9	16.5	100
Promedio	11.325	17	17.275	54.375	

Como evidencia la tabla 5, los resultados muestran variaciones en la disposición de la población frente a la actividad turística y el patrimonio.

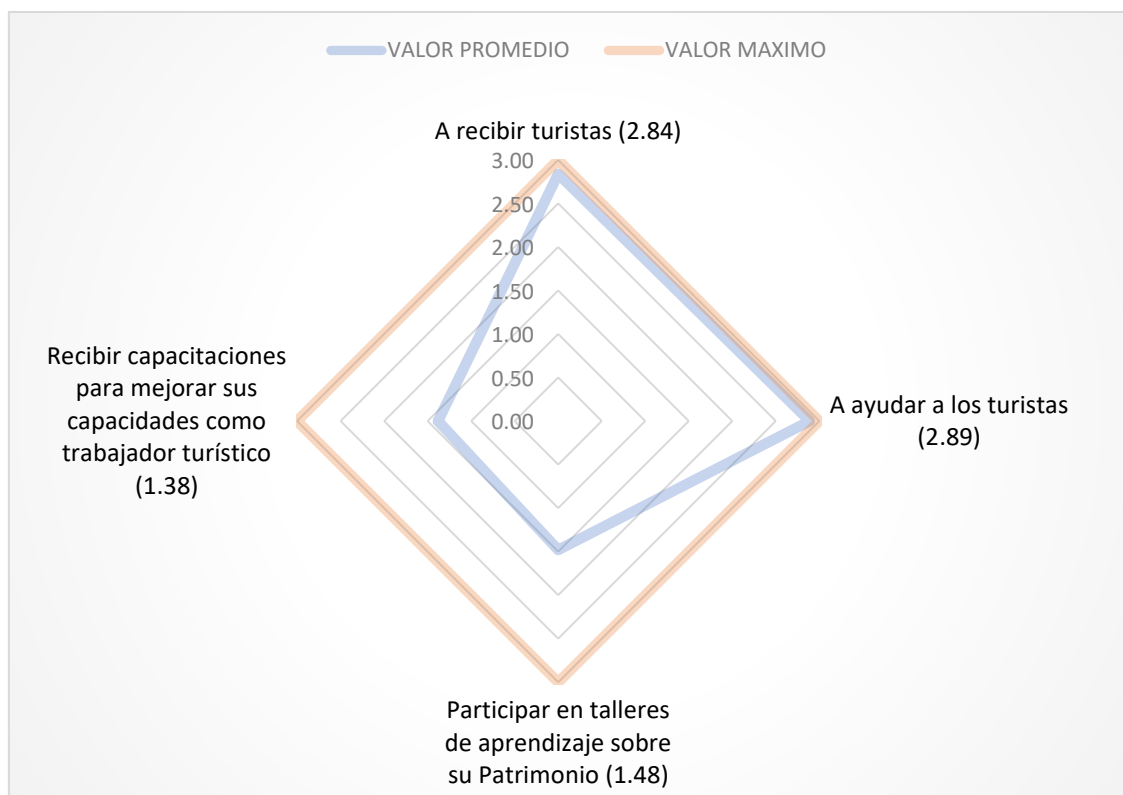
Por un lado, existe una alta disposición para recibir y ayudar a los turistas, alcanzando porcentajes de 84.5% y 89.7%, respectivamente, en la categoría “totalmente de acuerdo”. Esto refleja una actitud positiva y de apertura hacia el visitante, lo cual representa una fortaleza para el desarrollo de la actividad turística en la comunidad.

En contraste, la disposición para participar en talleres de aprendizaje sobre su patrimonio representa porcentajes menores, ya que el 35.1% se muestra “algo de acuerdo” y el 26.8% “totalmente de acuerdo”, mientras que un 21.6% manifestó estar en desacuerdo. De igual manera, respecto a recibir capacitaciones para mejorar sus capacidades como trabajador turístico, el 30.9% indicó estar “algo de acuerdo” y el 16.5% “totalmente de acuerdo”, pero un 23.7% expresó estar en desacuerdo.

En conjunto, estos resultados evidencian que, aunque la población muestra una actitud favorable para interactuar, recibir y ayudar a los turistas, la disposición disminuye cuando se trata de involucrarse en actividades de aprendizaje o capacitación relacionadas con el patrimonio y la actividad turística. Asimismo, el porcentaje de participación en capacitaciones para mejorar sus capacidades como trabajador turístico es similar al porcentaje de participación en la actividad turística, lo que sugiere que principalmente la población que participa en la actividad turística es la que asistiría a estas capacitaciones para fortalecer sus capacidades.

Figura 3

Resultados globales de la población del C.P Laguna San Nicolás frente a la actividad turística y Patrimonio, 2024



El gráfico radial permite visualizar de manera comparativa el nivel de disposición de la población frente a los distintos indicadores evaluados. Se observa que los valores promedio más altos corresponden a “A recibir turistas” (2.84) y “A ayudar a los turistas” (2.89), ubicándose más cerca del valor máximo de la escala. Esto confirma que existe una actitud favorable y de apertura hacia el visitante, lo cual constituye una fortaleza para el desarrollo de la actividad turística en el C.P. Laguna San Nicolás.

Sin embargo, al analizar los indicadores vinculados al fortalecimiento de capacidades, se aprecia valores bajos. “Participar en talleres de aprendizaje sobre su patrimonio” alcanza 1.48 y “Recibir capacitaciones para mejorar sus capacidades como trabajador turístico” obtiene 1.38, situándose más alejados del valor máximo. Esta diferencia evidencia que, aunque existe buena disposición para el contacto directo con el turista, el interés por involucrarse en procesos formativos es considerablemente menor.

Estos resultados reflejan una brecha entre la actitud positiva hacia el turismo y el compromiso con su fortalecimiento a largo plazo. Si bien la población actitud positiva para participar en la actividad, la menor disposición a capacitarse podría limitar la mejora en la calidad de los servicios, así como también ello puede conllevar a que no se aproveche de la mejor manera la actividad turística.

Tabla 6

Valoración de la población del C.P Laguna San Nicolás con respecto a su Patrimonio y a la actividad turística, 2024

INDICADOR		En desacuerdo	Algo de acuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Total
	Patrimonio Cultural	0	3.1	40.2	56.7	100
	Patrimonio Natural	0	6.2	40.2	53.6	100
	Costumbres	2.1	6.2	41.2	50.5	100
Valoración	Actividad turística	1	10.3	25.8	62.9	100
	Actividad turística como forma de desarrollo para la comunidad	3.1	11.3	34	51.5	100
Promedio		1.24	7.42	36.28	55.04	

La tabla 6 presenta la valoración de la población del C.P. Laguna San Nicolás respecto a su patrimonio y a la actividad turística. En relación con la actividad turística, el 62.9% señaló estar “totalmente de acuerdo” con su importancia, lo que evidencia valoración positiva hacia el turismo. Asimismo, el 51.5% considera que la actividad turística si constituye una forma de desarrollo para la comunidad, mientras que un 34% está “de acuerdo”, aunque no de manera total.

Estos resultados indican que la mayoría reconoce los beneficios que el turismo puede generar, como mayores oportunidades económicas y la puesta en valor del patrimonio local. Sin embargo, el hecho de que exista un porcentaje que no considera totalmente que el turismo puede ser una forma de desarrollo para su comunidad sugiere que no conocen completamente lo que conlleva el turismo, así como también, pueden existir expectativas que no están completamente satisfechas respecto a su impacto real en el desarrollo de la comunidad.

En cuanto al patrimonio, se observa también una valoración positiva. El 56.7% está “totalmente de acuerdo” con la importancia del patrimonio cultural, el 53.6% con el patrimonio natural y el 50.5% con las costumbres. Esto demuestra que la población reconoce el valor de sus recursos culturales y naturales. No obstante, al no concentrarse los porcentajes únicamente en la categoría más alta, se evidencia que todavía hay espacio para fortalecer la valoración integral del patrimonio como base del desarrollo turístico.

En conjunto, los resultados reflejan una percepción favorable hacia el turismo y el patrimonio; sin embargo, también permiten advertir que esta valoración positiva no es completamente homogénea, lo que plantea la necesidad de reforzar acciones de sensibilización que consoliden una visión más clara del turismo como herramienta de desarrollo para su comunidad.

Figura 4

Resultados globales de la valoración de la población del C.P Laguna San Nicolás con respecto a su Patrimonio y a la actividad turística, 2024



De acuerdo con la Figura 4, la población del C.P. Laguna San Nicolás sí valora su patrimonio cultural (2.54), su patrimonio natural (2.47), sus costumbres (2.40) y la actividad turística en general (2.51), ya que los promedios se mantienen cercanos al valor máximo de la escala. Esto evidencia una actitud favorable hacia los principales elementos que conforman su identidad y en general al turismo.

Sin embargo, se observa una ligera disminución en el promedio correspondiente a la actividad turística como forma de desarrollo para la comunidad (2.34), en comparación con los demás indicadores. Aunque la valoración sigue siendo positiva, esta variación sugiere que el turismo no es percibido de manera igualitaria como una forma de desarrollo para su comunidad,

pues aunque haya afluencia de turistas, es importante considerar que existen otras actividades que se realizan en la comunidad, las mismas que para muchos son el sustento de sus hogares (tales como la agricultura o negocios que no necesariamente se relacionan con el turismo).

En ese sentido, los resultados permiten inferir que la población reconoce el valor de su patrimonio y del turismo, pero aún existen dudas respecto al impacto real que puede generar el turismo en su comunidad.

Tabla 7

Compromiso de la población del C.P Laguna San Nicolás frente a su Patrimonio y a la actividad turística, 2024

INDICADOR	En desacuerdo	Algo de acuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Total
Trabajo en la actividad turística	36.1	27.8	20.6	15.5	100
Compromiso Cuidar su Patrimonio Natural y Cultural	5.2	20.6	45.4	28.9	100
Crear o mejorar los servicios que se brinda al turista	38.1	30.9	18.6	12.4	100
Promedio	26.5	26.4	28.2	18.93	

Teniendo en cuenta la información presentada en la tabla 7, se observa que el compromiso de la población frente a la actividad turística muestra resultados diferenciados. En relación con

el compromiso para trabajar en la actividad turística, el 36.1% de los encuestados manifestó estar en desacuerdo y el 27.8% indicó estar algo de acuerdo. Al sumar ambos porcentajes se obtiene un 63.9%, lo que evidencia que una parte importante de la población no muestra un compromiso claro hacia esta actividad.

Este porcentaje es cercano al 53.4% de la población encuestada que afirmó no participar en la actividad turística, lo que sugiere que quienes no participan serían, en su mayoría, los que están en desacuerdo o solo algo de acuerdo con trabajar en ella. En contraste, los porcentajes menores (20.6% y 15.5%, respectivamente) corresponderían a quienes sí se encuentran comprometidos, probablemente porque participan directamente en la actividad turística.

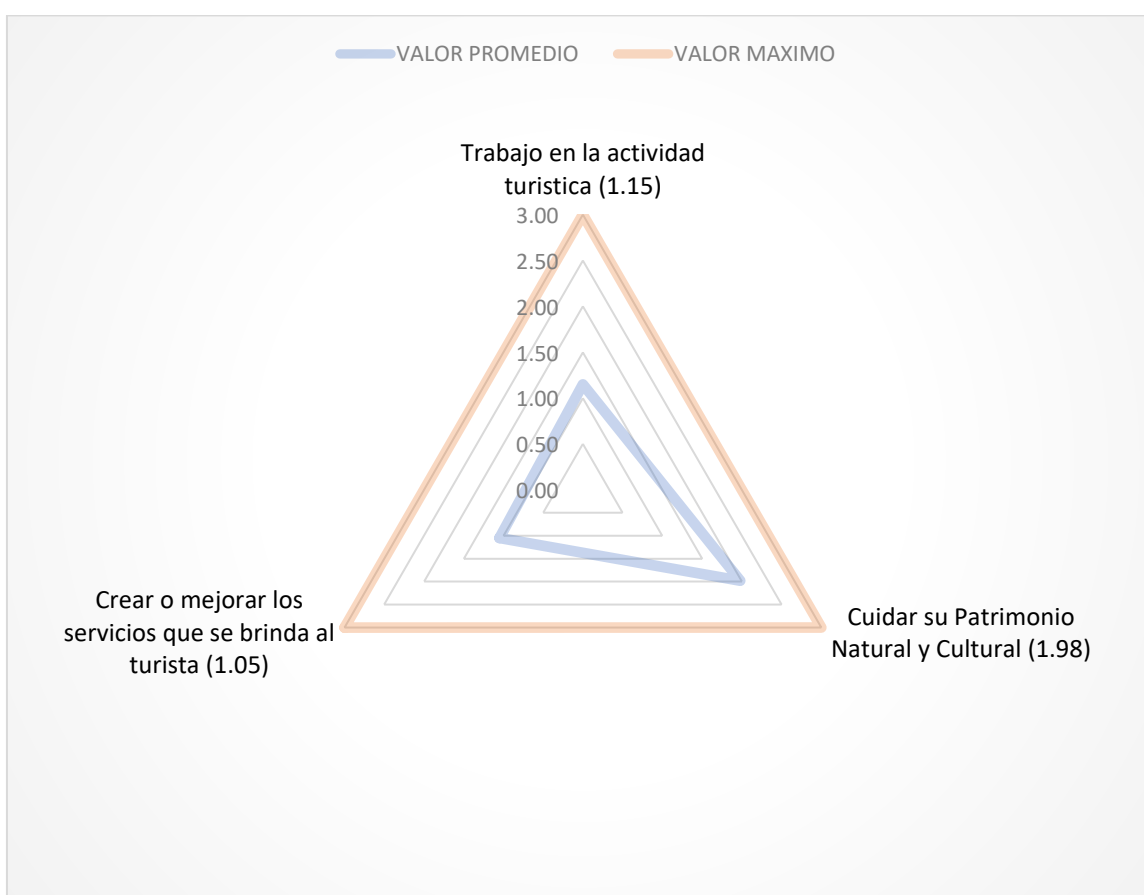
De manera similar, respecto a crear o mejorar los servicios que se brindan al turista, el 38.1% señaló estar en desacuerdo y el 30.9% algo de acuerdo, lo que en conjunto representa un 69% de la población con un compromiso limitado en cuanto a la mejora e innovación de los servicios turísticos. Este resultado guarda relación con lo señalado anteriormente, esto sugiere que quienes no participan en la actividad turística tampoco se sientan responsables de mejorar los servicios ofrecidos. Asimismo, esta postura podría estar vinculada a la percepción de que el turismo no constituye plenamente una forma de desarrollo para su comunidad, lo que influye en una menor iniciativa para fortalecer o innovar en los servicios dirigidos al visitante.

En contraste, los resultados cambian cuando se analiza el compromiso con el cuidado del patrimonio natural y cultural. En este caso, el 45.4% indicó estar de acuerdo y el 28.9% totalmente de acuerdo, lo que demuestra una mayor responsabilidad y valoración hacia la protección de sus recursos patrimoniales.

En conjunto, estos resultados evidencian que, aunque existe un compromiso significativo con el cuidado del patrimonio, este no se traduce con la misma intensidad en acciones vinculadas al trabajo turístico o a la mejora de los servicios. Estos resultados indican una limitante respecto al fortalecimiento de la actividad turística en la comunidad.

Figura 5

Resultados globales del compromiso de la población del C.P Laguna San Nicolás frente a su Patrimonio y a la actividad turística, 2024



La figura 5 evidencia que la población del C.P. Laguna San Nicolás presenta un mayor compromiso con el cuidado de su patrimonio natural y cultural (1.98), siendo este el promedio

más alto dentro de los ítems evaluados. Esto indica que existe una mayor responsabilidad y conciencia respecto a la protección de sus recursos.

En contraste, el compromiso con el trabajo en la actividad turística (1.15) y, sobre todo, con la creación o mejora de los servicios que se brindan al turista (1.05), es considerablemente menor. La distancia de estos valores respecto al máximo permitido en la escala refleja un nivel bajo de involucramiento en acciones directamente vinculadas al desarrollo turístico.

Estos resultados guardan relación con el hecho de que más del 50% de la población indica no ser partícipe en el desarrollo de actividades turísticas en su comunidad (53.5% específicamente). Sin embargo, más allá de la participación directa, los datos sugieren que el turismo aún no es asumido por la mayoría de la población como un eje central del desarrollo local.

Esta diferencia entre el compromiso con el patrimonio y el compromiso con la actividad turística podría sugiere la presencia de una limitante para la consolidación de un turismo más articulado y sostenible en la comunidad.

Tabla 8

Participación de la población del C.P Laguna San Nicolás en actividades relacionadas al turismo y actividades relacionadas a la participación y cuidado de su Patrimonio, 2024

INDICADOR	En desacuerdo	Algo de acuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	Total
Actividad turística	49.5	20.6	6.2	23.7	100
Actividades culturales de la comunidad	6.2	15.5	38.1	40.2	100
Participación Actividades de cuidado de los recursos naturales y culturales	8.2	15.5	39.2	37.1	100
Capacitaciones para mejorar el servicio al turista	47.4	33	13.4	6.2	100
Promedio	27.575	21.4	24.225	26.8	

En relación con el indicador Participación, los resultados muestran diferencias marcadas entre la implicación en actividades turísticas y aquellas vinculadas al patrimonio. El 49.5% indicó estar en desacuerdo con su participación en actividades relacionadas con el turismo, mientras que el 20.7% señaló que participa pero ocasionalmente, el 6.2% también participa y el 23.6% manifestó activamente. Esto evidencia que la participación directa en la actividad turística aún no es mayoritaria dentro de la comunidad.

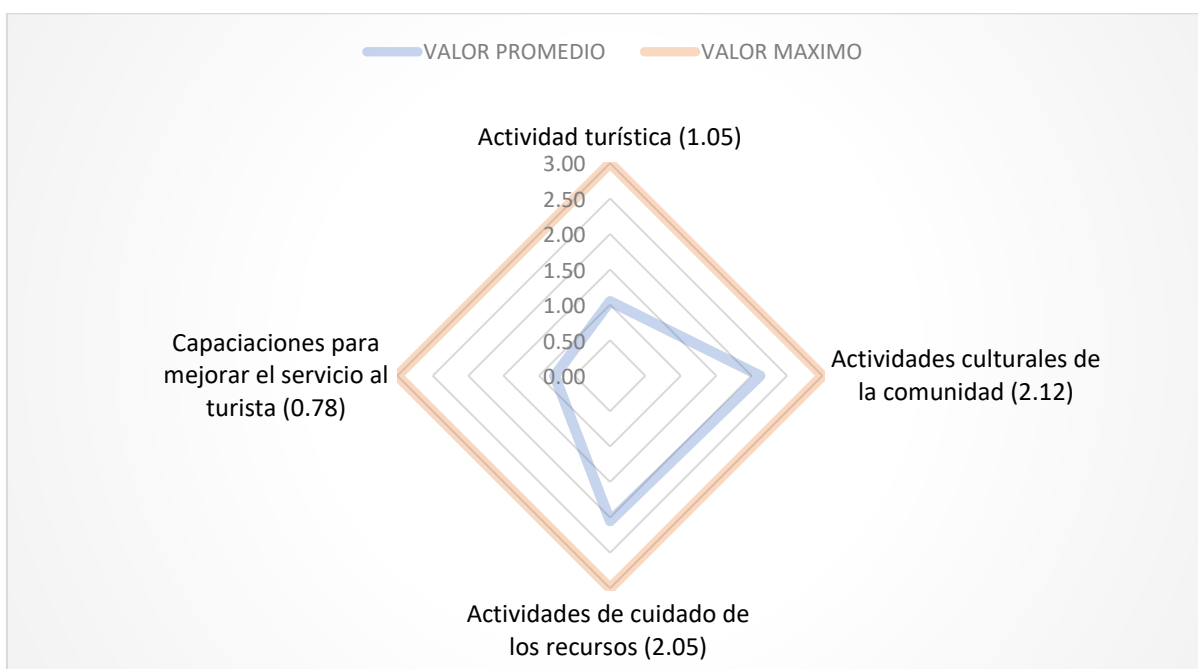
En contraste, la participación en actividades culturales presenta niveles más altos: el 40.2% afirmó que participa activamente y el 38.1% indicó que lo hace con cierta frecuencia. De manera similar, en las actividades de cuidado de los recursos naturales y culturales, el 39.2% manifestó estar de acuerdo y el 37.1% totalmente de acuerdo en que participa en estas acciones, lo que refleja una mayor implicación en aspectos vinculados a su patrimonio.

Por otro lado, en lo referente a la participación en capacitaciones para mejorar el servicio al turista, el 47.4% señaló que no participa y el 33% indicó que lo hace solo de manera esporádica. Resultados que guardan relación con el porcentaje que no participa de la actividad turística, pues al no participar del turismo tampoco participan en capacitaciones para mejorar el servicio al turista. Estos resultados permiten advertir que, aunque existe un interés por mantener vivas las prácticas culturales y el cuidado del patrimonio, la participación en acciones directamente relacionadas con el fortalecimiento del turismo y la mejora del servicio aún es limitada.

En conjunto, se observa que la comunidad muestra mayor involucramiento en actividades culturales y de conservación que en aquellas orientadas al desarrollo turístico y a la capacitación, lo que podría estar influyendo en el nivel de consolidación de la actividad turística en el Centro Poblado Laguna San Nicolás.

Figura 6

Resultados globales de la participación de la población del C.P Laguna San Nicolás en actividades relacionadas al turismo y actividades relacionadas a la participación y cuidado de su Patrimonio, 2024



La figura 6 evidencia un bajo nivel de participación en la actividad turística (1.05), así como en las capacitaciones para mejorar el servicio brindado al turista (0.78), siendo este último el valor más bajo del indicador. Esto refleja que la población no se involucra de manera constante en acciones orientadas al fortalecimiento del turismo, información que guarda relación con el porcentaje de la población que indica no participar de la actividad turística en su comunidad

En contraste, se observa una participación media en actividades culturales de la comunidad (2.12) y en actividades de cuidado de los recursos naturales y culturales (2.05). Estos

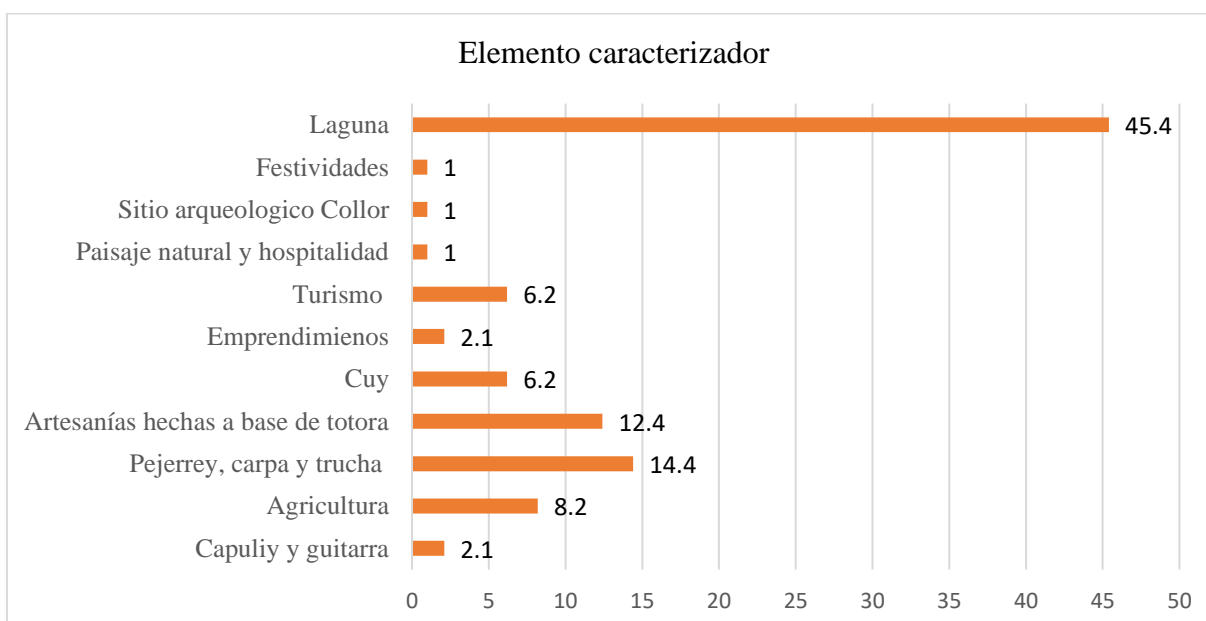
resultados muestran que la población se involucra más en acciones vinculadas a su cultura y patrimonio que en aquellas relacionadas con la mejora del servicio turístico.

En conjunto, la figura permite sugerir que, aunque existe interés por mantener y cuidar los recursos culturales y naturales, la participación en el ámbito turístico y formativo aún es limitada, lo que representa un aspecto que puede fortalecerse dentro del desarrollo de la cultura turística en la comunidad.

4.1.3. Conocimientos que presenta la población del C.P. Laguna San Nicolás acerca de su Patrimonio, 2024

Figura 7

Reconocimiento de la Laguna San Nicolás como elemento caracterizador, del C.P Laguna San Nicolás, 2024



De acuerdo con la información que muestra la figura 7, la mayoría de la población (45.4%) reconoció a la Laguna San Nicolás como el principal elemento que caracteriza a su

comunidad. Este resultado es coherente, considerando que la laguna no solo lleva el mismo nombre del Centro Poblado, sino que constituye el eje principal de sus actividades económicas, sociales y turísticas.

En segundo lugar, el 14.4% de los encuestados identificó a los animales que habitan en la laguna, como la trucha, carpa y pejerrey, como elementos representativos de su comunidad. Asimismo, el 12.4% mencionó las artesanías elaborados a base de totora, tales como botes, sombreros y petates. Estos resultados evidencian que la población reconoce como elementos caracterizadores no solo el recurso natural en sí, sino también aquellos aspectos vinculados a sus actividades diarias y productivas, que forman parte de su dinámica cotidiana y distinguen a la comunidad.

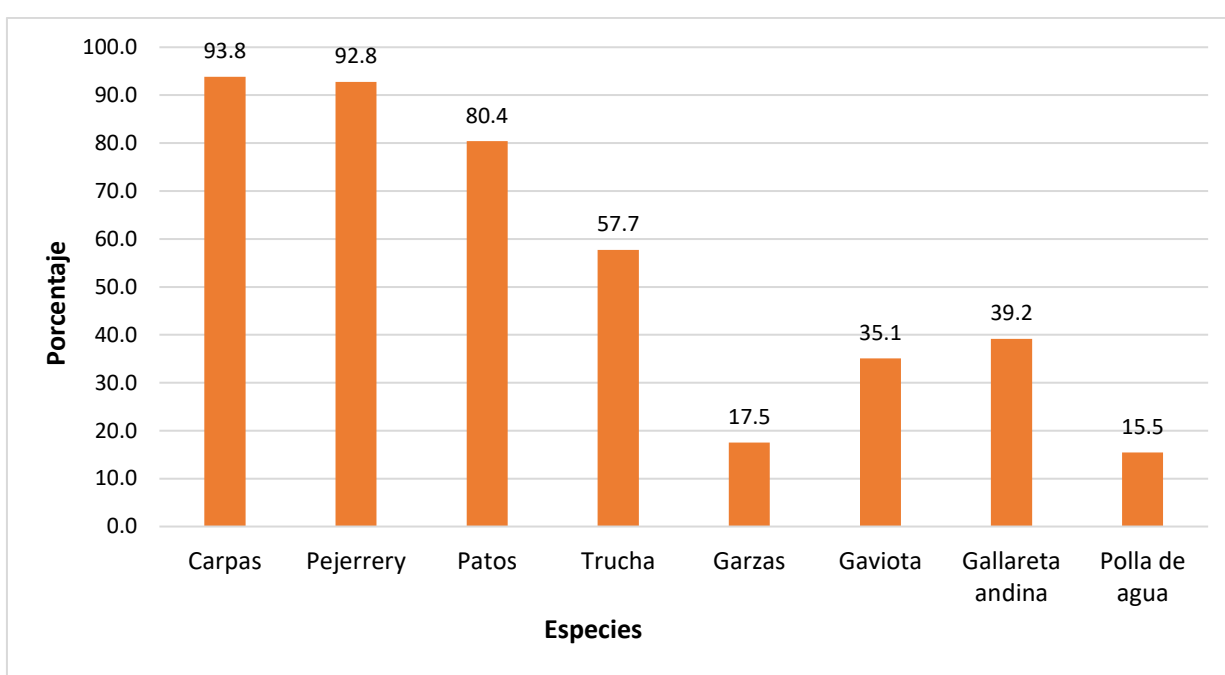
Seguidamente, actividades como la agricultura (8.2%), la crianza de cuyes (6.2%) y el turismo (6.2%) fueron reconocidas en menor proporción. Finalmente, en los porcentajes más bajos se encuentran los emprendimientos, el capulí y la guitarra (2.1% cada uno), mientras que las festividades, el sitio arqueológico Collor, el paisaje natural y la hospitalidad fueron mencionados solo por el 1% de la población.

En conjunto, estos resultados sugieren que la Laguna San Nicolás posee un alto nivel de reconocimiento como principal elemento caracterizador del Centro Poblado; sin embargo, otros recursos culturales y patrimoniales, como el sitio arqueológico o las festividades, presentan un menor nivel de identificación, lo que podría indicar una limitada valorización o difusión de estos elementos dentro de la comunidad. No obstante, es importante precisar que el hecho de que un sector de la población no haya elegido a la laguna como principal elemento caracterizador no significa que su respuesta sea correcta o incorrecta, sino que refleja diferentes percepciones sobre

aquello que consideran más representativo de su entorno. Para algunos pobladores, las truchas y carpas, los productos elaborados con totora u otras actividades cotidianas constituyen el principal rasgo distintivo de la comunidad, lo cual también es válido, ya que forma parte de su experiencia y de la manera en que construyen su identidad local.

Figura 8

Animales que habitan dentro de la Laguna San Nicolás identificados por la población, 2024



La información presentada en la figura evidencia que la gran mayoría de la población encuestada reconoce la presencia de especies como la carpa (93.8%), el pejerrey (92.8%) y los patos (80.4%) en la Laguna San Nicolás. Estos resultados indican un alto nivel de conocimiento respecto a las especies más visibles y representativas que viven dentro de la laguna San Nicolás, especialmente aquellas vinculadas a la pesca o de fácil identificación.

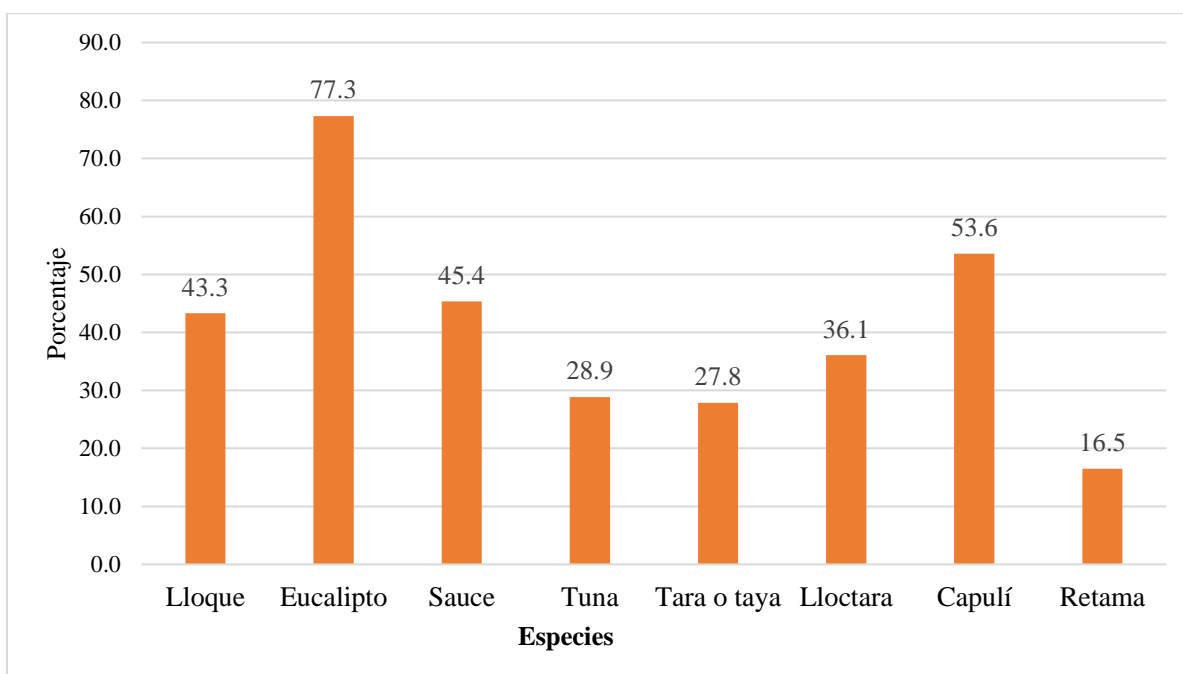
En un nivel intermedio de reconocimiento se encuentra la trucha (57.7%), seguida de la gallareta andina (39.2%) y la gaviota (35.1%). Finalmente, las garzas (17.5%) y las pollas de agua (15.5%) fueron las especies menos identificadas por la población.

En conjunto, estos resultados reflejan que el conocimiento de la fauna local no es homogéneo, ya que mientras algunas especies son ampliamente reconocidas, otras presentan un bajo nivel de identificación. Desde la perspectiva de la cultura turística, este aspecto resulta relevante, puesto que el conocimiento sobre los recursos naturales forma parte de los saberes que la población posee sobre su entorno.

Contar con información adecuada sobre las especies que habitan en la laguna puede contribuir a fortalecer la actividad turística, especialmente en modalidades como el avistamiento de aves. Asimismo, permite que la población pueda brindar información correcta a los visitantes cuando estos consulten sobre los animales presentes en la zona. De esta manera, el conocimiento local no solo enriquece la experiencia del turista, sino que también favorece la difusión del destino y puede generar mayores oportunidades para el desarrollo turístico de la comunidad.

Figura 9

Plantas silvestres que habitan fuera de la laguna San Nicolás, 2024



En lo que respecta a la flora de la Laguna San Nicolás, la figura 9 evidencia que el eucalipto es la especie más identificada por la población encuestada, con un 77.3%. Le siguen el capulí (53.6%), el sauce (45.4%) y el lloque (43.3%), lo que indica que estas especies forman parte del entorno más visible y reconocido por la comunidad, así como también es importante considerar que el eucalipto es una de las plantas que más se puede visualizar en la comunidad y se puede sacar provecho, lo mismo sucede con el sauce y lloque.

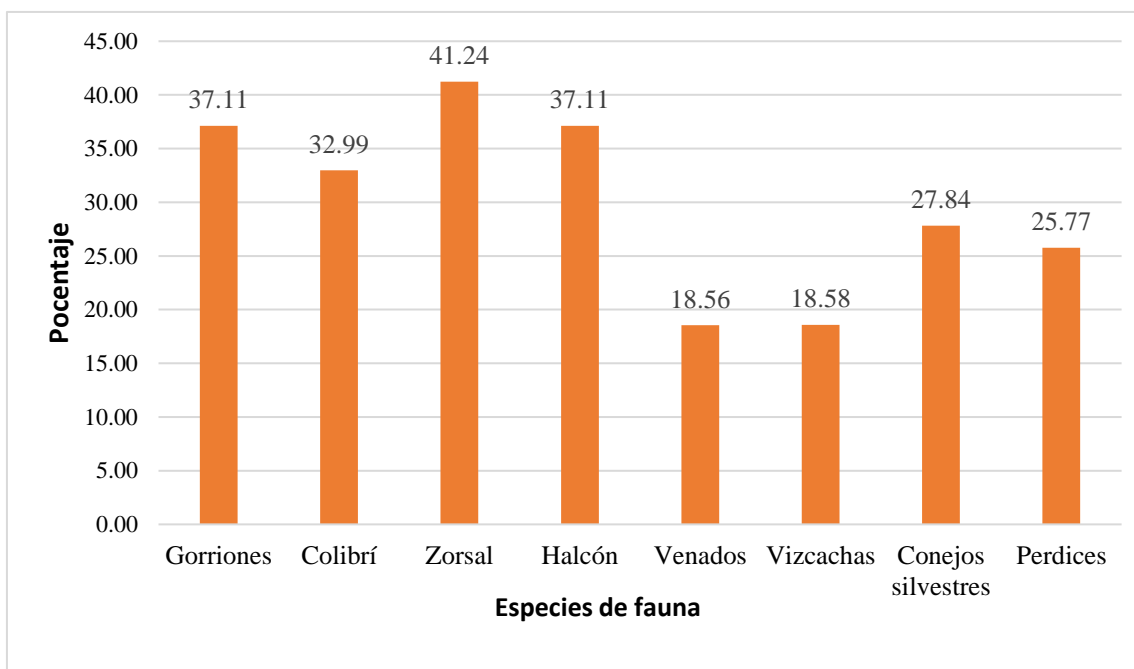
En un nivel intermedio de reconocimiento se encuentran la lloctara (36.1%), la tuna (28.9%) y la tara o taya (27.8%). Finalmente, la retama es la especie menos identificada, con un 16.5%, lo que evidencia un menor nivel de conocimiento respecto a determinadas plantas presentes en la zona. En estos resultados son plantas que son utilizadas con fines medicinales o

en el caso de la tuna tiene un fruto comestible, es por ello que son también reconocidas por la población.

Reconocer e identificar adecuadamente las especies de flora puede contribuir a fortalecer la experiencia del visitante, especialmente en actividades vinculadas al turismo de naturaleza. Además, permite que la población brinde información básica cuando los turistas consulten sobre las plantas del lugar, lo cual favorece una mejor interacción y puede generar mayor interés por el destino. De esta manera, el conocimiento sobre la flora no solo refleja el vínculo de la comunidad con su entorno, sino que también puede convertirse en un recurso complementario para el desarrollo de la actividad turística.

Figura 10

Animales silvestres que habitan los alrededores de la Laguna San Nicolás identificados por la población, 2024



En relación con especies de fauna silvestre que están alrededor de la Laguna San Nicolás, la figura muestra que el zorsal es la especie más reconocida por la población, con un 41.24%. Le siguen los gorriones y el halcón, ambos con 37.11%, así como el colibrí con 32.99%. Estos resultados evidencian que existe un nivel intermedio de conocimiento sobre las aves que habitan en la comunidad.

En menor proporción, se identifican especies como los conejos silvestres (27.84%) y las perdices (25.77%). Finalmente, los venados (18.56%) y las vizcachas (18.58%) son las especies con menor reconocimiento por la población encuestada, lo que evidencia un conocimiento más limitado sobre parte de la fauna silvestre del entorno.

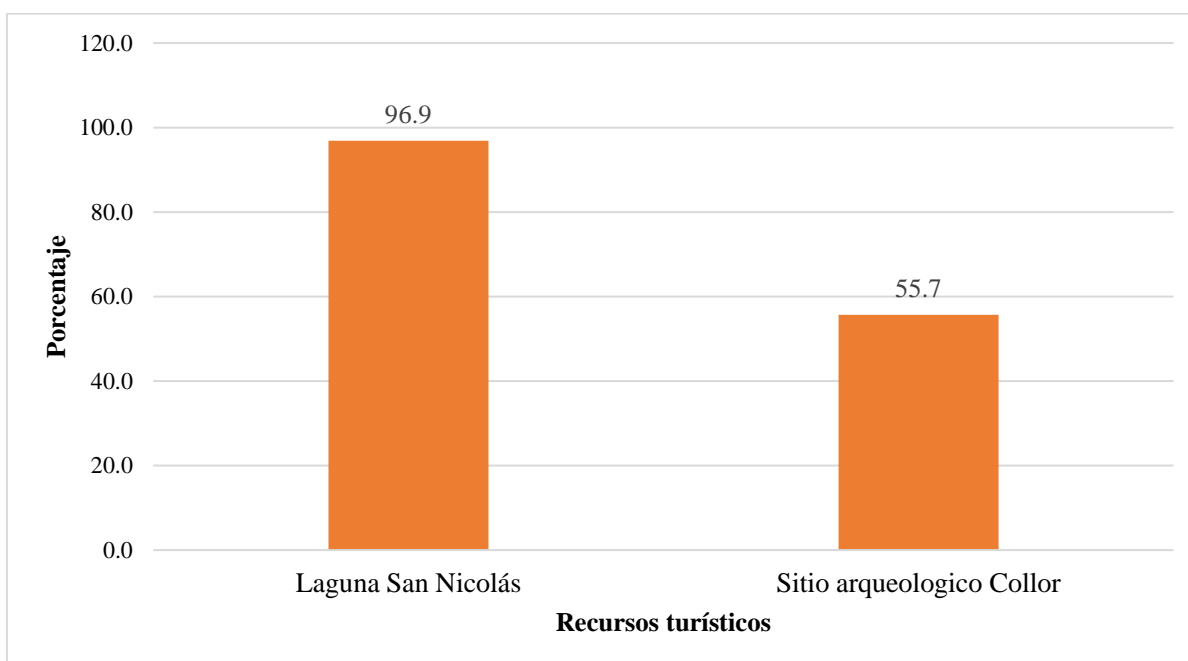
Es importante considerar que, al tratarse de animales silvestres, su avistamiento no es frecuente, ya que no siempre se encuentran en zonas visibles o cercanas a la población. Esta condición podría explicar el menor nivel de reconocimiento registrado en estas especies, más que una ausencia total de conocimiento sobre su existencia en la zona.

En términos generales, los resultados permiten observar que el conocimiento sobre la fauna silvestre presente alrededor de la Laguna San Nicolás es parcial y presenta variaciones entre especies, ya que ninguna supera el 50% de reconocimiento. Esto evidencia que, si bien la población identifica algunos animales, el nivel de conocimiento no es amplio ni uniforme. Desde la perspectiva de la cultura turística, este aspecto cobra relevancia, puesto que conocer la biodiversidad local facilita la interacción con los visitantes y puede convertirse en un elemento complementario para fortalecer la experiencia turística en la comunidad.

Identificar correctamente las especies permite a la población brindar información básica cuando los turistas consultan sobre los animales que observan durante su visita. Además, este conocimiento podría convertirse en una oportunidad para diversificar la oferta turística, por ejemplo, mediante caminatas interpretativas o actividades de observación de aves. De esta manera, el conocimiento sobre la fauna no solo refleja el vínculo de la comunidad con su entorno natural, sino que también puede contribuir al fortalecimiento de la actividad turística en la localidad.

Figura 11

Recursos turísticos reconocidos por la población del C.P Laguna San Nicolás, 2024



La figura 11 evidencia que la gran mayoría de la población (96.9%) reconoce a la Laguna San Nicolás como el principal recurso turístico de su comunidad. Este resultado demuestra un alto nivel de identificación y claridad respecto al recurso que dinamiza la actividad turística local,

lo cual guarda relación con su constante promoción, afluencia de visitantes y vinculación directa con las actividades económicas de la población.

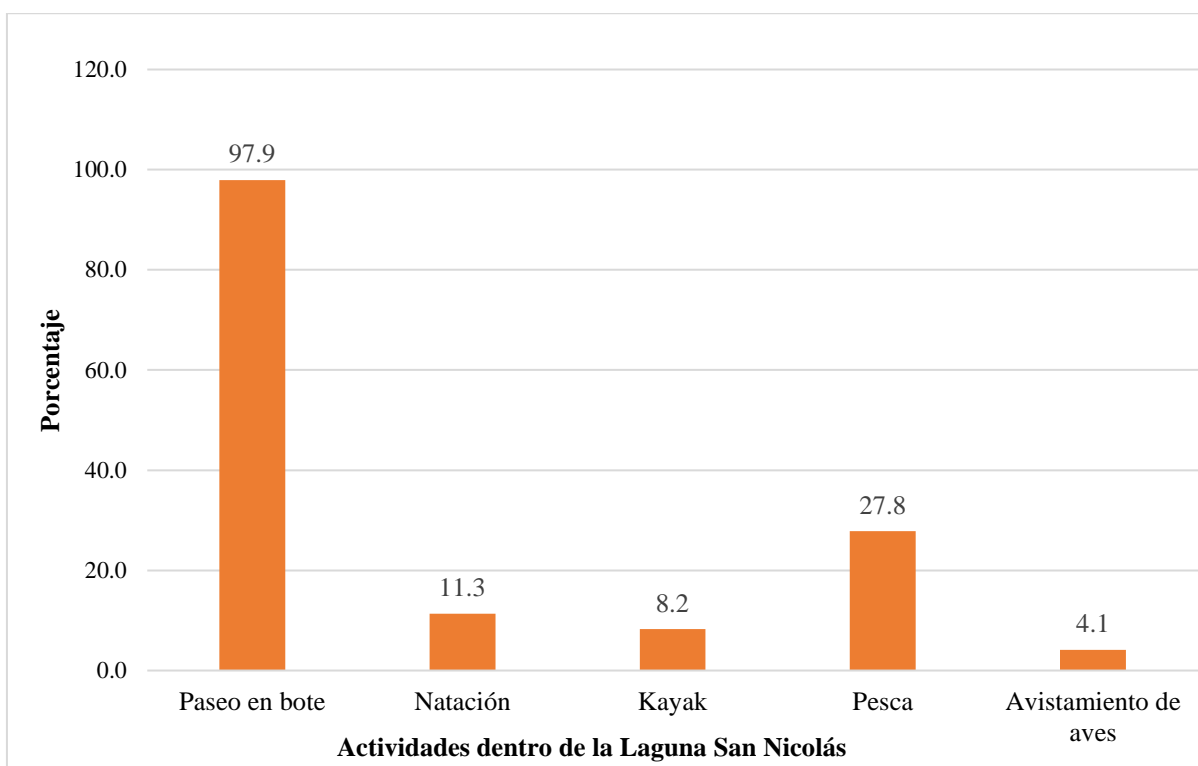
Por otro lado, el 55.7% de los encuestados reconoce al sitio arqueológico Collor como recurso turístico. Si bien más de la mitad lo identifica como tal, el porcentaje es considerablemente menor en comparación con la laguna. Esto podría estar relacionado con su menor nivel de promoción, la limitada afluencia de visitantes o una menor integración del sitio dentro de la oferta turística activa de la comunidad, esto porque no se encuentra totalmente acondicionado para el recibiendo de turistas.

Estos resultados permiten inferir que la percepción del recurso turístico está fuertemente influenciada por la visibilidad, uso y aprovechamiento económico del mismo. En ese sentido, mientras la Laguna San Nicolás es reconocida casi de manera unánime como eje del turismo local, el sitio arqueológico Collor, aunque valorado como parte del patrimonio, no es percibido por toda la población como un recurso turístico consolidado.

Este escenario evidencia una oportunidad para diversificar la oferta turística, fortaleciendo la puesta en valor y difusión del sitio arqueológico, lo que puede contribuir a ampliar los beneficios del turismo y reforzar el conocimiento integral del patrimonio local.

Figura 12

Actividades que se realizan dentro de la Laguna San Nicolás, 2024



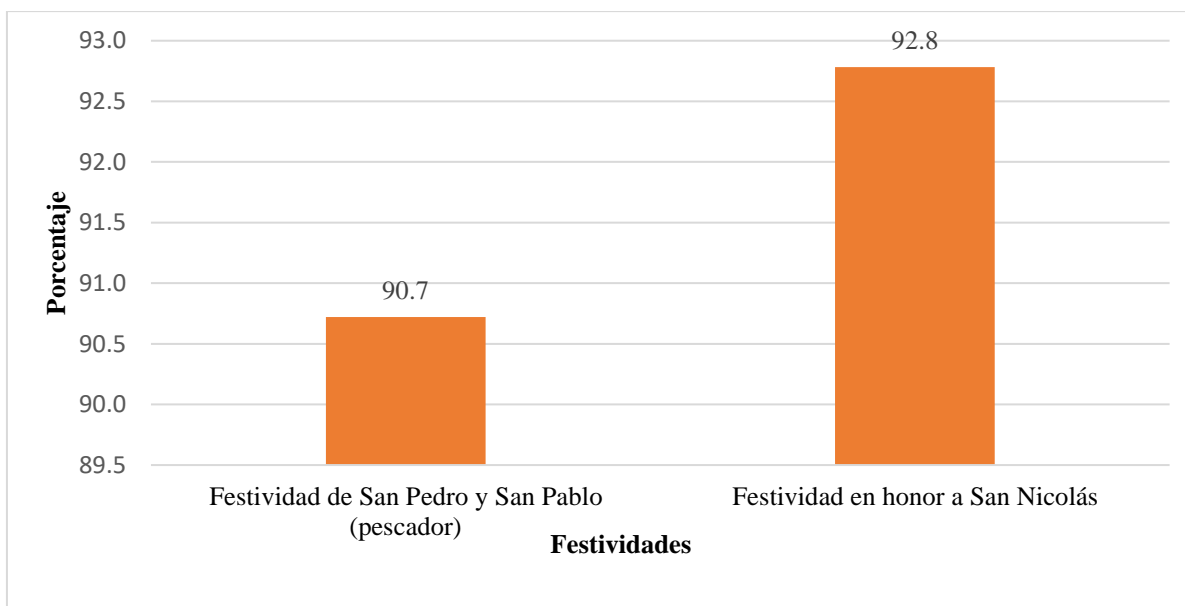
La figura 12 muestra que el paseo en bote es la actividad más reconocida dentro de la Laguna San Nicolás, con un 97.9%, lo que evidencia que constituye la principal actividad turística desarrollada y comercializada en la comunidad. Este resultado confirma que la oferta turística se encuentra fuertemente concentrada en este servicio, siendo el eje central de la experiencia del visitante.

En segundo lugar, la pesca es identificada por el 27.8% de la población, aunque con una diferencia considerable respecto al paseo en bote. Por su parte, actividades como la natación (11.3%), el kayak (8.2%) y el avistamiento de aves (4.1%) presentan porcentajes mucho menores, lo que refleja que son poco reconocidas o que no cuenta con la promoción suficiente dentro de la oferta turística local.

Estos resultados evidencian un aprovechamiento limitado y poco diversificado de las actividades que podrían desarrollarse en la laguna. Si bien el paseo en bote representa una fortaleza consolidada, la baja identificación de actividades como el avistamiento de aves o el kayak sugiere que existen recursos y oportunidades que no están siendo plenamente valorizados. Desde la perspectiva de la cultura turística, esto también puede estar relacionado con el nivel de conocimientos de la población sobre el potencial de su entorno natural.

Figura 13

Festividades que se realizan en el C.P Laguna San Nicolás, 2024



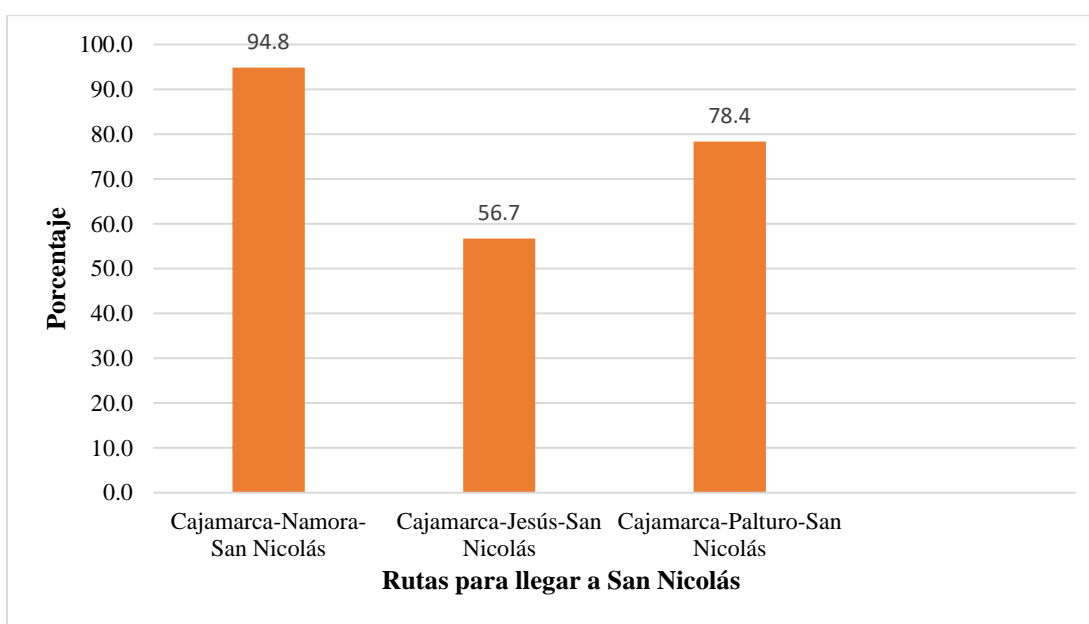
En lo que refiere a las dos festividades que se desarrollan en el C.P. Laguna San Nicolás son ampliamente reconocidas por la población. La Festividad en honor a San Nicolás alcanza un 92.8% de identificación, mientras que la Festividad de San Pedro y San Pablo (pescador) registra un 90.7%. Estos porcentajes evidencian que casi la totalidad de los habitantes conoce y reconoce estas celebraciones como parte importante de su comunidad.

El elevado porcentaje de reconocimiento de ambas festividades pone en evidencia el grado de identificación de la población con sus expresiones culturales y religiosas. Estas celebraciones no solo representan actos tradicionales o religiosos, sino que también cumplen un papel importante en la integración de la comunidad y en la conservación de sus costumbres a lo largo del tiempo.

En el marco de la cultura turística, estos resultados adquieren especial importancia, ya que el conocimiento y la valoración de las festividades locales constituyen un elemento clave para su posible aprovechamiento como atractivo cultural. El hecho de que la mayoría de la población las reconozca facilita su fortalecimiento, difusión y organización, lo cual podría favorecer el desarrollo de actividades turísticas vinculadas a estas celebraciones, siempre que exista una adecuada coordinación y participación de la comunidad.

Figura 14

Rutas para llegar al C.P Laguna San Nicolás identificadas por la población, año 2024



Las rutas de acceso al C.P Laguna San Nicolás identificadas por la población encuestada son tres. Según los resultados que muestra la figura 14, la vía más reconocida es la ruta Cajamarca–Namora–San Nicolás, con un 94.8%, ello debido a que es la ruta de acceso mas conocida y la mas utilizada por la población, así como también es el recorrido que realicen las agencias de viaje para llegar a la Laguna San Nicolás.

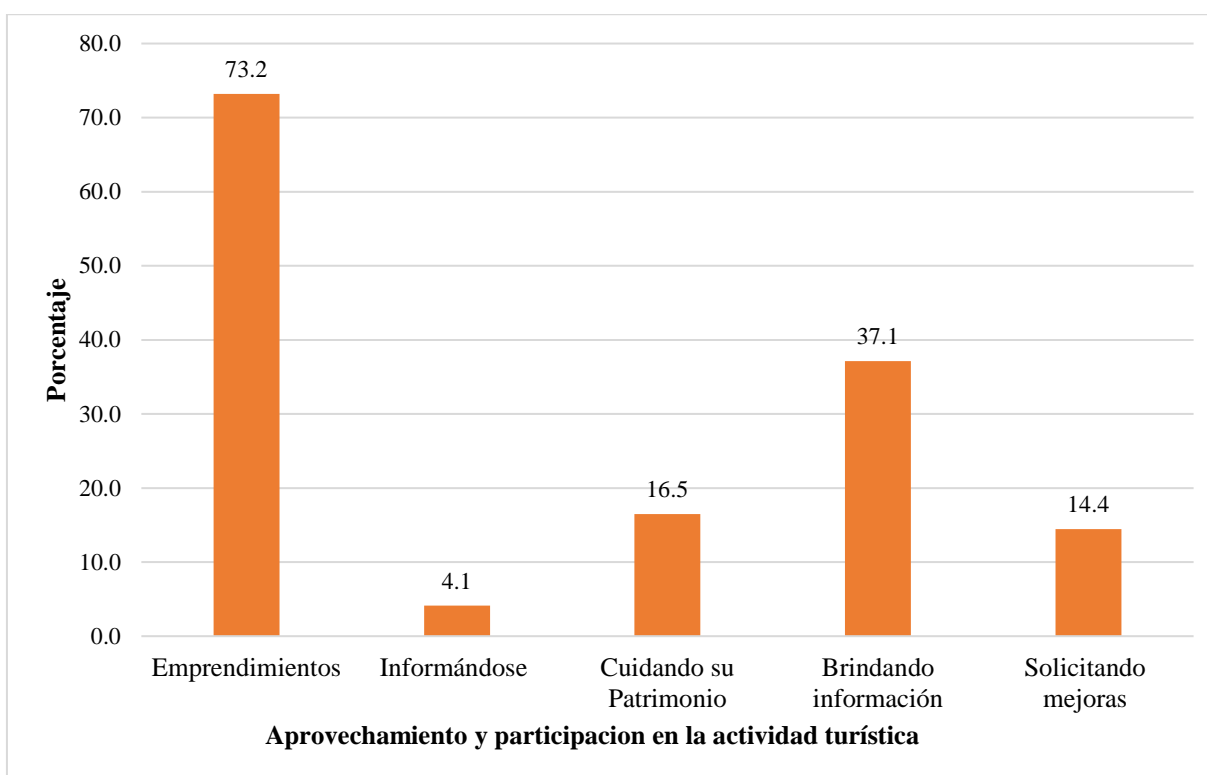
En segundo lugar, se encuentra la ruta Cajamarca–Palturo–San Nicolás, reconocida por el 78.4% de los encuestados, lo que también refleja un nivel considerable de conocimiento, también considerando que es la ruta mas cercana, pero la carretera desde cierta parte no está en buenas condiciones. Por su parte, la ruta Cajamarca–Jesús–San Nicolás presenta el menor porcentaje de reconocimiento, evidenciando que es menos conocida dentro de la comunidad, ello también relacionado a que no hay mucho movimiento por esta ruta.

Estos resultados evidencian que la población sí cuenta con el conocimiento de las principales vías de acceso al centro poblado, especialmente de la ruta más utilizada. Este aspecto resulta importante en el marco de la cultura turística, ya que conocer las rutas facilita la orientación e información al visitante, contribuyendo a una mejor experiencia y a una atención más adecuada.

4.1.4. Conocimientos que presenta la población de Laguna San Nicolás acerca del desarrollo de la actividad turística, 2024

Figura 15

Conocimiento sobre los medios de aprovechamiento y formas de participación en la actividad turística, 2024



De acuerdo a los resultados que muestra la figura 15, el 73.2% de los encuestados señaló que la principal forma de aprovechar la actividad turística es a través de emprendimientos, lo que refleja que la población asocia el turismo, principalmente, con la generación de ingresos mediante negocios locales, tal como se observa en la dinámica de la comunidad. Asimismo, el 37.1% señaló que también pueden participar en esta actividad brindando información y mostrando

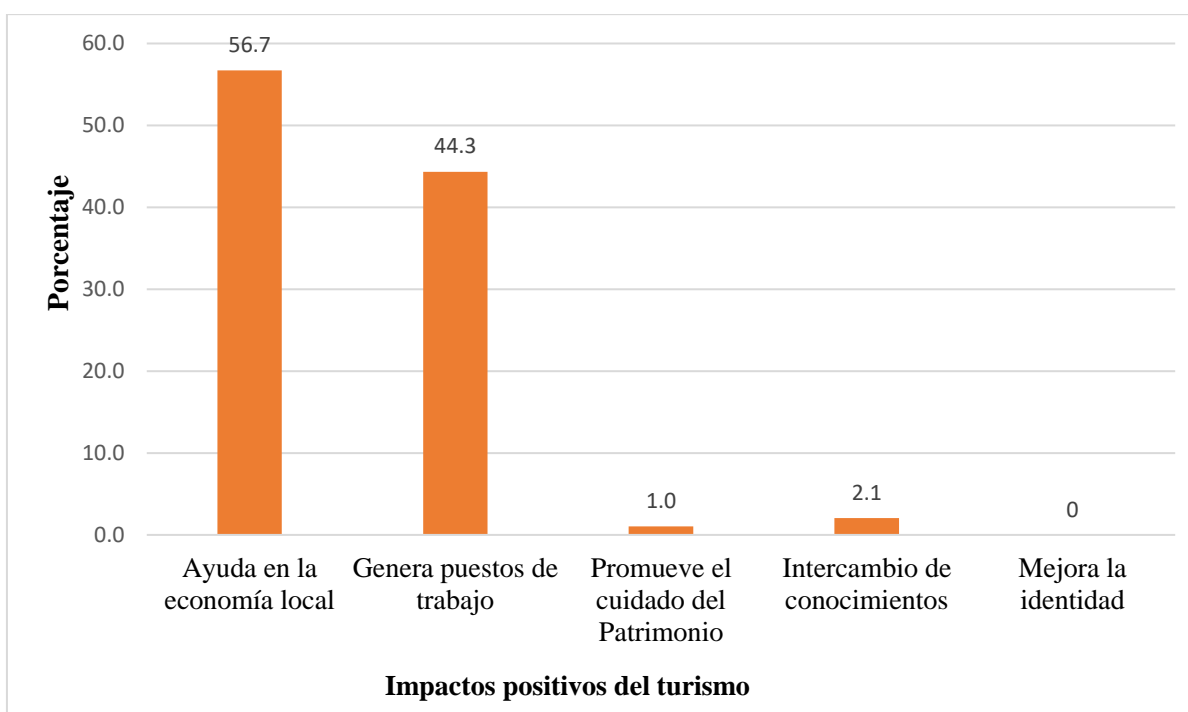
amabilidad hacia los turistas. Resultados que guardan relación con las altas actitudes que muestra la población a recibir y ayudar a los turistas.

En menor proporción, el 16.5% consideró que cuidar su patrimonio es una manera de participar en la actividad turística, mientras que el 14.4% mencionó que solicitar mejoras para la comunidad también contribuye al aprovechamiento del turismo. Finalmente, solo el 4.1% señaló que informarse más sobre el turismo y el patrimonio les permitiría involucrarse mejor.

Estos resultados evidencian que, aunque la población reconoce el emprendimiento como la principal vía de participación, existe un menor nivel de reconocimiento respecto a la importancia del conocimiento, la información y la gestión del patrimonio como elementos clave para fortalecer la actividad turística en la comunidad.

Figura 16

Impactos positivos identificados por la población del C.P Laguna San Nicolas, 2024



La figura 16 evidencia que la mayoría de la población asocia los impactos positivos del turismo principalmente con el ámbito económico. Más del 50% de los encuestados considera que el turismo contribuye a mejorar la economía local, mientras que el 44.3% señala que genera puestos de trabajo. Estos resultados reflejan que la percepción predominante del turismo está vinculada a los beneficios directos en ingresos y oportunidades laborales, lo cual guarda coherencia con la importancia que la comunidad otorga a los emprendimientos como principal forma de participación en la actividad turística.

Sin embargo, otros impactos positivos presentan porcentajes considerablemente menores. Solo el 2.1% reconoce que el turismo puede generar intercambio de conocimientos, y apenas el 1% considera que promueve el cuidado del patrimonio. Esto evidencia que los beneficios sociales, culturales y educativos del turismo son muy poco conocidos por la población, a pesar de que, desde el enfoque teórico de la cultura turística, estos aspectos también forman parte de sus impactos positivos.

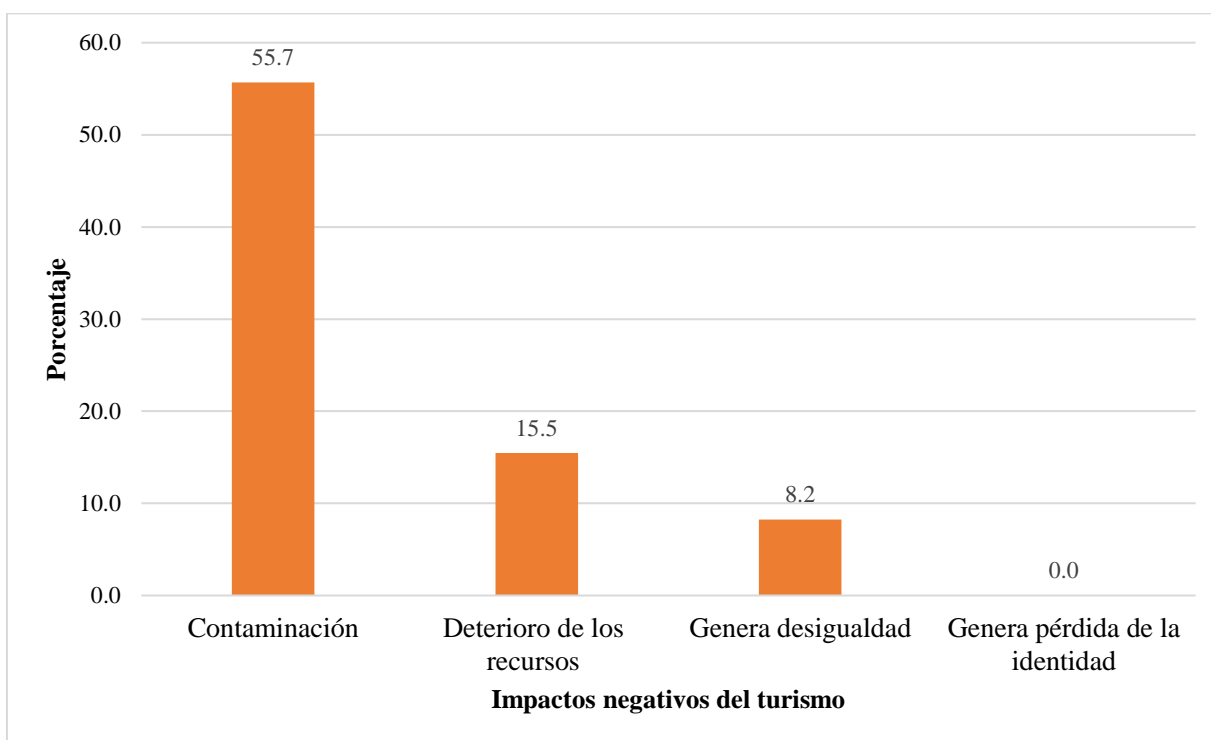
Asimismo, se observa que ninguna persona encuestada (0%) identificó que el turismo pueda contribuir al fortalecimiento de la identidad cultural. Este resultado indica que los impactos positivos que la población reconoce son principalmente aquellos que se perciben de manera directa y visible, como los beneficios económicos o laborales. En cambio, cuando se trata de efectos más intangibles, como el fortalecimiento de la identidad, la revalorización de costumbres o el sentido de pertenencia, estos no son claramente asociados a la actividad turística.

En conjunto, estos resultados sugieren que el nivel de conocimiento sobre los impactos del turismo es parcial, ya que la población identifica con claridad los beneficios económicos, pero presenta menor comprensión de sus implicancias sociales y culturales. Esto refuerza la

necesidad de fortalecer la formación e información sobre el turismo como una actividad integral, cuyos impactos van mas allá de lo económico e influyen también en la identidad, el patrimonio y el desarrollo de la comunidad.

Figura 17

Impactos negativos del turismo según la población del C.P Laguna San Nicolás, 2024



Teniendo en cuenta la información que muestra la figura 17, el 55.7% de la población considera que uno de los principales impactos negativos del turismo es la contaminación, seguido del deterioro de los recursos con un 15.5%. Estos resultados se relacionan con aquellos efectos que son visibles y perceptibles a simple vista, como la acumulación de residuos o el desgaste del entorno natural. Asimismo, el hecho de que solo un pequeño porcentaje participe en capacitaciones o actividades vinculadas al turismo puede influir en que la percepción de los

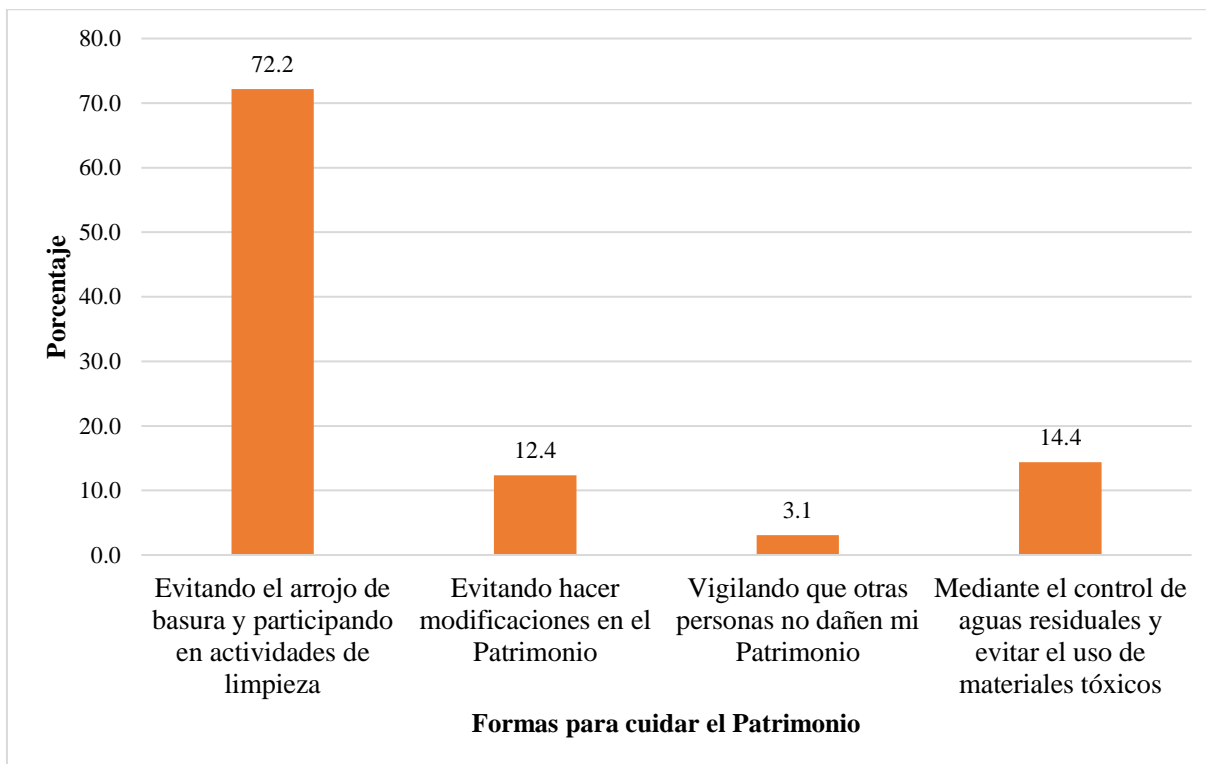
impactos se base principalmente en experiencias directas y no en un análisis más amplio de la actividad turística.

Por otro lado, el 8.2% señaló que el turismo genera desigualdad en la distribución de beneficios. Este resultado guarda relación con lo manifestado por la propia población, quienes indican que no todos participan de la actividad turística y que los beneficios no siempre son equitativos. Por ejemplo, algunas agencias de viaje conducen a los visitantes solo a un sector de la laguna, mientras que en otras zonas, donde también existen emprendimientos, no siempre llegan turistas. Esta situación puede generar percepciones de exclusión y limitar el sentido de integración comunitaria en el desarrollo de la actividad turística.

Finalmente ninguno de los encuestados conoce que un impactos negativos del turismo también es la pérdida de identidad, probablemente ello relacionado a que no están involucrados en su totalidad en el desarrollo de la actividad turística y es por esta razón que desconocen que el turismo pueda generar algun impacto negativo mas allá de la contaminación o desigualdad, que son aspectos que de cierta forma pueden ser percibidos con facilidad.

Figura 18

Formas de cuidar el Patrimonio según la población del C.P Laguna San Nicolás, 2024



En lo que refiere a la formas para cuidar su Patrimonio, gran mayoría de la población (72.2%) considera que la principal forma de cuidarlo es evitando el arroj de basura y participando en actividades de limpieza de su comunidad. Este resultado evidencia que el cuidado del entorno es percibido, principalmente, desde acciones visibles y directas relacionadas con la conservación ambiental. En segundo lugar, el 14.4% señaló que el cuidado del Patrimonio puede realizarse mediante el control de aguas residuales y evitando el uso de materiales tóxicos, especialmente en la Laguna San Nicolás, lo que refleja cierta conciencia sobre prácticas que podrían afectar el recurso natural.

Asimismo, el 12.4% considera que evitar modificaciones en los recursos constituye una forma de protección, mientras que solo el 3.1% manifestó que vigilar para que otras personas no dañen el Patrimonio también es una manera de cuidarlo.

En conjunto, estos resultados muestran que la población asocia el cuidado del Patrimonio principalmente con acciones de limpieza y prevención de la contaminación; sin embargo, existe menor reconocimiento de otras formas de protección, como la vigilancia comunitaria o la regulación de intervenciones, lo que evidencia que el concepto de cuidado aún se centra en aspectos más inmediatos y visibles.

Tabla 9

Nivel de conocimientos de la población del C.P Laguna San Nicolás, 2024 respecto a su patrimonio y la actividad turística

Indicador		Porcentaje	Resultado promedio	Nivel
Conocimientos sobre su Patrimonio	Bajo	14.5	17.18/36	Medio
	Medio	81.3		
	Alto	4.2		
Conocimientos sobre el Turismo	Bajo	70.2	4.29/18	Bajo
	Medio	28.8		
	Alto	1.0		
Nivel de conocimientos	Bajo	31.3	21.46/54	Medio
	Medio	67.7		
	Alto	1		

La tabla 9 muestra el nivel de conocimientos que presenta la población del C.P. Laguna San Nicolás en el año 2024. Para determinar el nivel general, se consideraron los dos indicadores: conocimientos sobre su patrimonio y conocimientos sobre el turismo.

En relación con su patrimonio, se observa que el 81.3% de la población se ubica en un nivel medio, el 14.5% en un nivel bajo y solo el 4.2% en un nivel alto, obteniéndose un promedio de 17.18 puntos sobre 36 respuestas codificadas en la cartilla de respuestas, lo que corresponde a un nivel medio de conocimientos. Estos resultados indican que la mayoría de la población posee un buen nivel de conocimientos sobre los recursos y elementos que forman parte de su entorno.

En cuanto a los conocimientos sobre turismo, el 70.2% se encuentra en un nivel bajo, el 28.8% en nivel medio y apenas el 1% en nivel alto, con un promedio de 4.29 puntos sobre 18 respuestas codificadas en la cartilla de respuestas, lo que evidencia un nivel bajo en esta dimensión. Esto refleja que, aunque la población reconoce su patrimonio, existe menor comprensión sobre la actividad turística, su funcionamiento y las formas de participación dentro de ella.

Los resultados indican que la población presenta un nivel medio de conocimientos en relación con su patrimonio y un nivel bajo en cuanto a conocimientos sobre turismo. Al integrar ambas dimensiones, se obtiene como resultado que el nivel de conocimientos que presenta la población del C.P San Nicolás en el año 2024 es de nivel medio.

Ello también considerando las escalas que se realizaron para poder determinar el nivel de conocimientos, donde:

- 0 a 18 respuestas correctas: nivel bajo

- 19 a 37 respuestas correctas: nivel medio
- 38 a 54 respuestas correctas: nivel alto

En conjunto, estos resultados permiten afirmar que la población presenta un nivel medio de conocimientos; sin embargo, la debilidad se concentra en el componente relacionado con el turismo. Esta situación puede influir en la limitada participación comunitaria observada en los apartados anteriores, ya que un conocimiento insuficiente sobre la actividad turística puede dificultar la identificación de oportunidades y el aprovechamiento adecuado de los beneficios que esta genera para la comunidad.

Tabla 10

Nivel de cultura turística de la población del C.P Laguna San Nicolás, 2024

Indicador	Nivel	Resultado promedio
Actitudes	Alto	45/66
Nivel de conocimientos	Medio	21.46/54
Nivel de cultura turística	Medio	66/120

La tabla 10 presenta el nivel de cultura turística de la población del C.P. Laguna San Nicolás en el año 2024, el cual fue determinado a partir de la integración de las dos dimensiones evaluadas: actitudes y conocimientos.

En la dimensión actitudes, el puntaje máximo posible fue de 66 y el mínimo de 0. Para su clasificación se establecieron los siguientes rangos: de 1 a 21 puntos corresponde a actitud baja; de 22 a 44 puntos, actitud media; y de 45 a 66 puntos, actitud alta. El resultado promedio obtenido

fue de 45 puntos sobre 66, lo que ubica a la población en un nivel alto de actitud frente a su patrimonio y a la actividad turística.

En cuanto a la dimensión conocimientos, el instrumento tipo test estuvo conformado por 54 ítems codificables, distribuidos en 36 preguntas sobre conocimientos del patrimonio y 18 sobre conocimientos de la actividad turística. Los niveles se establecieron de la siguiente manera: de 0 a 18 respuestas correctas corresponde a nivel bajo; de 19 a 37, nivel medio; y de 38 a 54, nivel alto. El resultado promedio obtenido fue de 21.46 puntos sobre 54, lo que sitúa a la población en un nivel medio de conocimientos.

Para determinar el nivel general de cultura turística, se sumaron ambas dimensiones, considerando un puntaje máximo total de 120 puntos (66 de actitudes y 54 de conocimientos). Los rangos establecidos fueron: de 1 a 40 puntos, nivel bajo; de 41 a 80 puntos, nivel medio; y de 81 a 120 puntos, nivel alto.

El resultado final fue de 66 puntos sobre 120, lo que ubica a la población del C.P. Laguna San Nicolás en un nivel medio de cultura turística en el año 2024.

En este contexto, estos resultados evidencian que, si bien la población presenta actitudes favorables hacia su patrimonio y hacia la actividad turística, el nivel de conocimientos especialmente en lo relacionado con el turismo no alcanza el mismo nivel. Esta diferencia entre actitud y conocimiento influye en que el nivel de cultura turística se mantenga en un rango medio. Es decir, existe una disposición positiva, pero aún se requiere fortalecer la dimensión formativa para lograr una cultura turística más sólida y participativa dentro de la comunidad.

4.2. Discusión

En esta sección se discuten los resultados obtenidos sobre el nivel de cultura turística que presenta la población del Centro Poblado Laguna San Nicolás durante el año 2024. Dichos resultados evidencian la estrecha relación existente entre las actitudes y los conocimientos de la población en torno al turismo, confirmando que ambas dimensiones influyen de manera conjunta en el desarrollo de la actividad turística en la comunidad.

De manera general, se identificó que los pobladores que participan directamente en actividades vinculadas al turismo presentan mayor compromiso, interés, disposición y participación respecto a su Patrimonio y en el desarrollo del turismo. En contraste, aquellos que no se encuentran involucrados de manera permanente en dichas actividades manifiestan actitudes menos favorables, lo que pone en evidencia la influencia de la experiencia directa en la percepción y valoración del turismo.

En relación con la dimensión conocimientos, los resultados muestran una diferencia clara entre ambas áreas evaluadas. Por un lado, la población presenta un nivel alto de conocimientos sobre su patrimonio, mientras que, por otro, se evidencia un nivel bajo de conocimientos sobre el desarrollo del turismo. La sumatoria de ambos indicadores da como resultado un nivel medio de conocimientos, lo cual influye directamente en la determinación del nivel de cultura turística.

Esta combinación de actitudes positivas y disposición favorable, pero con limitaciones en los conocimientos sobre la actividad turística, sitúa a la comunidad en un nivel medio de cultura turística. Este resultado refleja la necesidad de fortalecer los procesos de información, sensibilización y formación dirigidos a la población, los cuales deben ser impulsados y

supervisados por las autoridades competentes, con el fin de contribuir al fortalecimiento del desarrollo turístico de la comunidad.

Cabe resaltar que el conocimiento del patrimonio, por sí solo, no resulta suficiente para lograr un adecuado desarrollo del turismo; este debe ir acompañado de conocimientos sobre la actividad turística, dado que ambos componentes deben trabajarse de manera articulada. Esta afirmación guarda relación con los resultados y conclusiones del antecedente de Atoche (2021), quien señala que, si bien una actitud positiva hacia el turismo y el patrimonio constituye un elemento favorable, esta no es sostenible en el tiempo si no va acompañada de procesos formativos continuos, los cuales deben ser gestionados por una entidad responsable.

En esta sección se presenta los resultados acerca del nivel de cultura turística que presenta la población del C.P Laguna San Nicolás, en el año 2024. Mismo que ha permitido evidenciar la estrecha relación existente entre las actitudes y conocimientos de la población entorno al turismo. Se identificó que los habitantes directamente involucrados en actividades turísticas muestran mayor compromiso, interés, participación y disposición hacia la valorización del patrimonio y el desarrollo del turismo. Por el contrario, aquellos que no participan activamente en el desarrollo de la actividad turística, reflejan actitudes menos favorables.

Las dimensiones de resultados globales se discuten continuación.

4.2.1. Actitudes de la población frente a su Patrimonio

La presente investigación analizó las actitudes de la población del C.P. Laguna San Nicolás en relación a su patrimonio, considerando las siguientes actitudes como parte de los indicadores: identidad, valoración, disposición, compromiso y participación. Los resultados

muestran que existe una actitud positiva hacia su patrimonio, principalmente en aquellos elementos donde la población tiene una participación activa y emocional, como es el caso de las festividades locales, pues presentan mayor actitud positiva respecto a la valoración y participación, por el mismo hecho de que en su mayoría son partícipes. Así mismo se resalta que la mayoría de los encuestados se identifica con sus costumbres, las valoran y muestran disposición a participar en acciones orientadas a su preservación, destacándose particularmente su involucramiento en actividades de limpieza y cuidado de su entorno.

No obstante, esta actitud positiva no se expresa igual en todos los indicadores evaluados. Si bien la población manifiesta identificación y valoración hacia su patrimonio, se evidencia una disposición limitada para participar en talleres de aprendizaje y fortalecimiento del patrimonio; una menor participación en acciones orientadas a la transmisión de costumbres a las nuevas generaciones.

Por otro lado, se identificó una disposición baja a participar en talleres de aprendizaje sobre su patrimonio y, de manera similar, en la transmisión activa de costumbres a las nuevas generaciones. Aunque muchos pobladores manifiestan que siguen practicando ciertas costumbres y tradiciones, no todas las transmiten a sus hijos, lo cual se atribuye principalmente a factores como la migración por motivos educativos o laborales, así como la inserción en actividades propias de sus profesiones, que a menudo los alejan del estilo de vida tradicional.

Asimismo, con respecto a la identidad en lo que refiere al uso de la vestimenta típica, presenta una disminución significativa, ya que la mayoría de la población manifiesta haber dejado de utilizarla en su vida. Cabe señalar que los resultados responden a la percepción

expresada por los pobladores, lo cual constituye un insumo relevante para el análisis; no obstante, futuras investigaciones podrían complementar estos hallazgos mediante la aplicación de fichas de observación..

Estos resultados reflejan la complejidad de las actitudes culturales en contextos de cambio. Teniendo en cuenta lo que menciona Allport (1935, citado en Marín & Baró, 1988) que define a las actitudes como “una disposición mental y nerviosa, organizada a partir de la experiencia, que influye de manera dinámica en la respuesta del individuo frente a diversos objetos y situaciones”. es posible afirmar que, aunque existan actitudes positivas hacia el patrimonio, estas pueden verse limitadas si no se acompañan de experiencias que refuercen su importancia. Por ello, las acciones participativas cobran relevancia para fomentar una conexión emocional sostenida con el patrimonio.

Desde este punto, se entiende que puede haber actitudes positivas hacia el patrimonio, pero si no van acompañadas de acciones que las refuercen, como tener buenas experiencias al momento de participar en diferentes actividades relacionadas a su patrimonio, estas actitudes pueden ser limitadas. Es importante considerar que estas transformaciones están enmarcadas en procesos de modernización social, debido a que el desarrollo de las sociedades está orientado a un cambio constante y mejora del estilo de vida.

Desde esta perspectiva, se reconoce que las actitudes que muestra la población se encuentran enmarcadas dentro de procesos de modernización social, caracterizados por cambios constantes en los estilos de vida. En este contexto, el turismo puede convertirse en una herramienta estratégica para fortalecer la identidad local, siempre que se promueva de

manera participativa e inclusiva, permitiendo que la población no solo valore su patrimonio, sino que también se involucre activamente en su conservación y puesta en valor.

4.2.3. Actitudes de la población frente a la actividad turística

La población del C.P Laguna San Nicolás tiene una actitud positiva de disposición para el recibimiento y ayuda a los turistas, así como también, consideran y valoran a la actividad turística como una forma de desarrollo para su comunidad, pero no en su totalidad, ya que cierto porcentaje considera que hay desigualdad en los beneficios que recibe la población. Como consecuencia, estas personas muestran menor compromiso para mejorar los servicios turísticos, escasa participación en actividades organizadas y poco interés en procesos de capacitación vinculados al turismo.

Esta situación puede ser analizada desde la teoría del intercambio social, la cual sostiene que las relaciones sociales se mantienen en la medida en que los actores perciben beneficios que compensen los costos asumidos. En el contexto turístico, ello implica que la disposición de la población local a involucrarse activamente dependerá del grado en que perciba beneficios tangibles o intangibles derivados de su participación. En este sentido, los resultados muestran que, si bien existe una actitud favorable hacia el turista expresada en acciones como brindar información y apoyo, esta no se traduce necesariamente en una participación activa en iniciativas turísticas, debido a la ausencia de beneficios percibidos de manera directa por toda la comunidad.

Lo anterior coincide con lo señalado por Ward y Berno (2011, citado en Monterrubio y Osorio, 2017), quienes adaptaron la teoría del intercambio social al ámbito turístico; indican que las comunidades locales tienden a desarrollar actitudes más favorables hacia el turismo

cuando perciben beneficios directos, especialmente de carácter económico. En el caso del C.P. Laguna San Nicolás, la falta de una relación clara entre el desarrollo de la actividad turística y mejoras concretas en los ingresos, la infraestructura o la calidad de vida limita el fortalecimiento de actitudes más comprometidas hacia esta actividad.

Un ejemplo que refuerza este planteamiento es el programa nacional “Turismo Emprende”, impulsado por el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, el cual busca fortalecer emprendimientos turísticos mediante incentivos económicos, capacitación y acompañamiento técnico (Mincetur, 2022). Este tipo de iniciativas evidencia que, la comunidad local percibe beneficios tangibles, se incrementa su disposición a participar y comprometerse con el desarrollo turístico, lo que responde directamente a los principios de la teoría del intercambio social

Estos hallazgos guardan relación con lo reportado por Atoche (2021) en su investigación realizada en el Santuario Histórico Bosque de Pómac, donde los emprendedores presentaron actitudes positivas hacia el turismo al asociarlo con oportunidades de generación de ingresos y beneficios para la comunidad. De manera similar, en el C.P. Laguna San Nicolás se observa que las actitudes favorables hacia el turista no siempre se traducen en una participación activa en la actividad turística, precisamente por la percepción limitada de beneficios. Esta coincidencia refuerza la premisa de que la reciprocidad constituye un elemento clave para el fortalecimiento de actitudes positivas y sostenidas hacia el desarrollo del turismo en las comunidades locales.

4.2.4. Conocimientos que presenta la población del C.P. Laguna San Nicolás acerca de su Patrimonio, 2024

En relación con los conocimientos que presenta la población sobre su patrimonio, los resultados evidencian que el 45.4 % de los encuestados reconoce a la laguna San Nicolás como el principal elemento que caracteriza a su comunidad, porcentaje que guarda relación con el nivel de participación de la población en la actividad turística (46.5 %), dado que este recurso constituye el eje central del Centro Poblado. Asimismo, la población identifica como elementos representativos los artículos elaborados a base de totora, así como las especies animales que habitan en la laguna, lo cual demuestra el reconocimiento de los recursos naturales.

Estos resultados reflejan la estrecha relación existente entre la comunidad local y la laguna San Nicolás, no solo porque representa una fuente de beneficios económicos a través del turismo y otras actividades, sino también porque constituye un elemento fundamental de la identidad local

Hallazgos similares fueron reportados por Atoche (2021), quien señala que los emprendedores del Santuario Histórico Bosque de Pómac demostraron un mayor compromiso con la conservación del área natural protegida, al reconocer que el cuidado del recurso constituye un factor clave para el crecimiento de sus emprendimientos y el desarrollo de su comunidad. Este antecedente permite contrastar que, cuando existe un vínculo directo entre el recurso patrimonial y los beneficios percibidos, el nivel de conocimiento y valoración tiende a incrementarse.

Por otro lado, respecto al conocimiento de las especies de fauna presentes en la laguna, se identificó que las especies más reconocidas fueron la carpa, el pejerrey y los patos, debido principalmente a su visibilidad y a los beneficios que generan para la población. Sin embargo,

solo un porcentaje reducido de los encuestados logró diferenciar entre las distintas especies de aves existentes, lo que evidencia un conocimiento limitado y generalizado sobre la biodiversidad local.

De manera similar, en cuanto a las especies de flora, la población identificó principalmente aquellas que generan algún beneficio directo, como el eucalipto y el capulí, este último considerado además un elemento caracterizador del distrito al que pertenece el C.P Laguna San Nicolás. En contraste, el reconocimiento de animales silvestres como el gorrión y el zorzal se mantuvo por debajo del 50 %, siendo frecuente el uso de denominaciones genéricas como “pajaritos”, lo que refleja un nivel básico de conocimiento sobre la fauna local.

Estos resultados permiten afirmar que el interés y el nivel de conocimiento de la población se orientan principalmente hacia aquellos elementos del patrimonio que generan beneficios inmediatos. Esta situación puede explicarse desde la teoría de las necesidades de Maslow, donde, según Colvin y Rutland (2008, citados en Quintero, s.f.), los individuos priorizan la satisfacción de sus necesidades básicas antes de desarrollar intereses vinculados a niveles superiores como la identidad, el reconocimiento o la autorrealización. En el caso del C.P. Laguna San Nicolás, la población prioriza actividades que contribuyen a la subsistencia económica, lo que condiciona su nivel de conocimiento y valoración del patrimonio.

En relación con el conocimiento sobre las actividades turísticas, la mayoría de los encuestados identificó el paseo en bote como la principal actividad que se realiza en la laguna, debido a que es la más visible y la única desarrollada de forma constante. No obstante, se evidenció un desconocimiento generalizado sobre otras posibles actividades, como el

avistamiento de aves, la pesca recreativa o actividades acuáticas complementarias, las cuales fueron reconocidas únicamente por aquellos pobladores que participan activamente en emprendimientos turísticos.

Asimismo, más del 90 % de los encuestados identificó correctamente las festividades locales, como la festividad de San Pedro y San Pablo y la festividad patronal en honor a San Nicolás, lo que se explica por el carácter colectivo y participativo de estas celebraciones dentro de una comunidad pequeña.

Finalmente, en cuanto al conocimiento de las rutas de acceso al centro poblado, la ruta Cajamarca-Namora-San Nicolás fue la más reconocida, debido a que es la utilizada por agencias de viaje y visitantes. En segundo lugar, se identificó la ruta Cajamarca-Palturo-San Nicolás, por su cercanía geográfica, mientras que la ruta Cajamarca-Jesús-San Nicolás resultó ser la menos conocida aunque conecta a estas dos comunidades no genera mayor movimiento, como una ruta comercial o alguna recorrido turístico que se realice uniendo estas dos comunidades.

4.2.5. Conocimiento sobre el desarrollo de la actividad turística

Los resultados evidencian que la población del Centro Poblado Laguna San Nicolás presenta un bajo nivel de conocimientos respecto al desarrollo de la actividad turística, particularmente en lo referido a las formas de participación y aprovechamiento integral del turismo. La mayoría de los encuestados asocia la participación turística únicamente con la implementación de emprendimientos, mientras que un porcentaje reducido reconoce el cuidado del patrimonio como una forma de ser partícipe del turismo. De manera similar, al

identificar los impactos positivos del turismo, predominan las respuestas vinculadas exclusivamente a la generación de ingresos económicos.

Esta percepción se relaciona con la teoría de las necesidades de Maslow, la cual plantea que los individuos priorizan la satisfacción de sus necesidades básicas antes de atender otras de orden superior, como la identidad cultural o la autorrealización. En este sentido, la población tiende a conocer e identificar los beneficios del turismo relacionados a ingresos económicos, dejando de lado aspectos vinculados a la cultura e identidad, los cuales requieren un mayor nivel de información y reflexión.

En relación con los impactos negativos del turismo, una parte significativa de la población identifica la contaminación como el principal efecto, mientras que otro grupo considera que esta actividad no genera impactos negativos. Esto evidencia que los impactos reconocidos corresponden principalmente a aquellos que pueden ser percibidos de manera directa y visible, lo que indica la presencia de una base de conocimiento sensorial. En contraste, los impactos menos evidentes, como la pérdida de identidad cultural o procesos de alienación, no son identificados, lo que demuestra limitaciones en el desarrollo del conocimiento conceptual sobre el turismo. Ello no solo relacionado al nivel de conocimiento sensorial sino también a la falta de información que brinda las autoridades, así como también a que no todos participan de esta actividad, ni se benefician de manera equitativa, es por ello que no se informan a mayor detalle sobre el turismo.

No obstante, los resultados también muestran indicios de conocimiento conceptual en un sector de la población, reflejado en quienes reconocen diversas formas de aprovechamiento turístico, muestran mayor preocupación por el cuidado del patrimonio o identifican impactos

negativos más allá de lo observable. Esto confirma que la comunidad no se encuentra únicamente en un nivel sensorial, sino que tiene avance hasta el nivel conceptual, aunque aún sin alcanzar una comprensión holística del turismo.

Si para que la población conozca mucho más sobre los impactos positivos y negativos del turismo, se le brindara la información necesaria, es muy probable que lleguen al nivel de conocimientos holístico, conociendo aquí todos los impactos del turismo (como la pérdida de identidad, alienación, entre otros) los cuales no pueden ser identificados a simple vista. En esta misma línea de conocimientos sobre los impactos negativos del turismo, observa que un pequeño porcentaje de la población reconoce impactos negativos relacionados con la desigualdad en la distribución de los beneficios. Algunos pobladores perciben que no todos acceden a las mismas oportunidades, lo que genera desinterés y desmotivación para participar en la actividad turística. Esta situación se ve reflejada en testimonios que aluden a una preferencia por parte de las agencias de viaje hacia emprendimientos más antiguos o conocidos, lo que incluso ha generado rivalidad entre emprendedores locales.

Estos resultados guardan relación con lo señalado por Esquivel, Villaseñor y Martínez (2021), quienes identificaron que, si bien las comunidades pueden tener nociones generales sobre el turismo, estas resultan insuficientes cuando no se acompañan de procesos de sensibilización y fortalecimiento de capacidades. Asimismo, esta percepción de desigualdad se analiza teniendo en cuenta la Teoría de la Equidad de Adams, la cual sostiene que la motivación de las personas está condicionada por la percepción de justicia en la distribución de beneficios. En este texto cuando los pobladores consideran que el esfuerzo y la participación no se traducen en beneficios equitativos, disminuye su disposición a involucrarse

activamente en la actividad turística. En otras palabras, aunque algunos miembros de la comunidad perciban incentivos, reconocimientos y beneficios por parte del desarrollo de la actividad turística, si el resto observa que no existe una distribución justa de oportunidades y beneficios, el resultado será que no percibirán al turismo como una buena oportunidad de mejoras para su comunidad, sino por el contrario como algo negativo y a buscarán otras alternativas de ingresos.

Esto evidencia también la deficiente gestión por parte de las autoridades para poder lograr que se cumpla uno de los objetivos del turismo (beneficios para la comunidad local), en donde se señala que los beneficios y oportunidades deberían ser igual para todos, por lo que se debería realizar un trabajo en conjunto como se refleja en otras comunidades donde se han organizado para que todos reciban turistas de igual manera y así no generar cierta desigualdad y descontento en la población. Ejemplo de ello muestra la asociación boliviana Ayuda en Acción (2017) donde muestra el caso de la comunidad José de Chiquitos en Bolivia en donde “más del 90% de las familias tienen una economía de auto-subsistencia con intervenciones aisladas en piscicultura, ganadería lechera y artesanías”. Asimismo, se menciona también que el 80% de la población ya está poniendo nuevos negocios que llamen aún más la atención de los turistas. Como se evidencia en esta realidad, la mayoría de la población se beneficia de la actividad turística e incluso ya están viendo nuevas formas de atraer a los turistas, pues están viendo resultados.

Esto guarda relación también con lo que menciona Siesquén (2021, citado en Ruiz 2016) en donde se evidencia una realidad parecida a la investigación en el C.P Laguna San Nicolás, pues, los resultados obtenidos fueron que “los pobladores cuentan con conocimientos previos sobre cultura y conservación, pero la desventaja es que no la ponen en

práctica, debido a que las autoridades locales no los incentivan por ende afectan al desarrollo turístico” (p. 57).

Respecto a su Patrimonio, lo único que los encuestados identifican como parte de su cuidado es evitar el arrojado de basura y participando en actividades de limpieza, mientras que muy pocos vigilan el daño que podrían causar otras personas a su Patrimonio y en lo que respecta al control de las aguas residuales, solo fue mencionado por algunos de los que se encuentran próximos a la Laguna.

Desde la perspectiva conceptual de la cultura turística propuesta por el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (Mincetur, 2015), la cual refiere a la cultura turística como el conjunto de conocimiento y actitudes, mismos que puestos en práctica fomentan el respeto por las tradiciones de las comunidades, promueven la protección del patrimonio y fomentan el buen trato al turista; reconociendo al turismo como fuente de desarrollo sostenible del país”. Al analizar los niveles de conocimiento planteados por Alan y Cortez (2017), se evidencia que predomina el conocimiento conceptual, con base de conocimiento sensorial, mientras que el conocimiento holístico se manifiesta de manera mínima.

De los resultados también se obtuvo que a mayor actitud hay un mayor conocimiento por parte de la población tanto en conocimientos sobre su Patrimonio y conocimientos relacionados al desarrollo de la actividad turística. Esta situación se debe a que la población local se beneficia económicamente y por ello participan y se interesa por esta actividad. Estos resultados respaldan lo que dicen las teorías dentro de esa investigación sostienen, como la Teoría de la Equidad y la Teoría del Intercambio Social.

Finalmente, a lo largo de la discusión se evidencia la importancia de que la población local tenga conocimientos tanto sobre su Patrimonio y sobre la actividad turística, debido a que con ello se logrará un mejor desarrollo de esta actividad, pues la población local al conocer lo que tienen (Patrimonio) podrán ofrecer un mejor servicio, añadiéndole a ello los conocimientos que deberían tener sobre el turismo, para así saber cómo actuar en el aprovechamiento de esta actividad y sobre todo que cuando lo hagan tengan en cuenta también los impactos negativos que pueden surgir si es que no se realiza de manera correcta. Dicha información se relaciona con lo que dice Pait *et.al* (2019, citado en Huamán 2020) recalca la importancia del conocimiento turístico como la base para un buen desarrollo del turismo, esta información debe ser suficiente en cuanto a recursos turísticos y también manejar conocimientos sobre un buen desarrollo de actividades turísticas. De acuerdo con este autor se afirma que, si no se empieza por brindar la información necesaria sobre el desarrollo de la actividad turística y eliminar las brechas de desigualdad en cuanto a los beneficios, es muy probable que no se logre un buen desarrollo de la actividad turística en el C.P Laguna San Nicolás.

En cuanto a las actitudes y conocimientos sobre la actividad turística, se destaca la disposición positiva de la población para recibir y ayudar a los turistas, considerando esta actividad como una oportunidad de desarrollo para su comunidad, pero no en su totalidad. Sin embargo, existe un reconocimiento limitado de los impactos negativos, centrandose principalmente en aspectos económicos y omitiendo aspectos culturales o de identidad.

Por otro lado, la desigualdad en la obtención de beneficios de la actividad turística es un tema importante que se evidencia en los resultados, pues genera desmotivación y falta de

compromiso por parte de algunos miembros de la comunidad para la participación en esta actividad, situación que se cumple según la teoría de la Equidad postulada por Adams.

Entonces se tiene que, el nivel de cultura turística al ser un conjunto de conocimientos y actitudes en este caso de la población local, la población del C.P Laguna San Nicolás sí tiene una actitud positiva teniendo en cuenta todos los ítems utilizados para la evaluación (identidad, compromiso, disposición y participación), pero por otro lado en lo que respecta a conocimientos se encuentran en un nivel medio, es por ello que la población del C.P Laguna San Nicolás tiene un nivel de cultura turística medio.

En resumen, esta investigación evidencia lo importante que es para la población local el tener conocimientos sobre su Patrimonio y sobre la actividad turística, asimismo se hace evidente el deficiente trabajo por parte de las autoridades en lo que refiere a generar beneficios económicos para que la población se interese, participe y se informe más acerca de su Patrimonio y la actividad turística para generar un alto nivel de cultura turística y así lograr un mejor desarrollo de esta actividad.

CONCLUSIONES

- Las actitudes que muestra la población del C.P Laguna San Nicolás en el año 2024 frente a su Patrimonio en términos generales es positiva. No obstante, el componente de identidad asociado al uso de la vestimenta típica muestra niveles menores en comparación con otros elementos del patrimonio cultural, debido a que su uso ha disminuido en la vida cotidiana de la población. Asimismo, las actitudes frente al desarrollo de la actividad turística también son positivas, destacando que las personas que participan y se benefician directamente de esta actividad presentan resultados más altos.
- Los conocimientos que presenta la población del C.P Laguna San Nicolás en el año 2024, en relación a su Patrimonio corresponden a un nivel medio, evidenciándose mayor nivel de conocimiento respecto a aquellos elementos y actividades de las que son partícipes y perciben algún beneficio, principalmente de carácter económico.
- Los conocimientos que presenta la población del C.P Laguna San Nicolás en el año 2024, frente al desarrollo de la actividad turística es de nivel bajo, no obstante, se evidencia mayor conocimiento de la población que es partícipe o está directamente relacionado con dicha actividad, destacando los conocimientos que se relacionan a la generación de beneficios, contrariamente a ello presentan nivel bajo de conocimientos relacionados a temas intangibles sobre el turismo.
- En función de la evaluación realizada a través de las dimensiones de actitudes y conocimientos, se determina que la población del C.P. Laguna San Nicolás presenta un nivel medio de cultura turística en el año 2024. Este resultado se obtuvo a partir de la integración de una actitud alta frente a su patrimonio y a la actividad turística, y un nivel medio de conocimientos sobre su patrimonio, junto

con un nivel bajo de conocimientos sobre la actividad turística. Por lo tanto, aunque existe una disposición positiva hacia el turismo, la cultura turística no alcanza un nivel alto debido a las limitaciones identificadas en la dimensión conocimientos.

RECOMENDACIONES

La Dirección Regional de Comercio Exterior y Cultura (DIRCETUR): Debe involucrarse más a fondo en la forma como se desarrolla el turismo en el C.P Laguna San Nicolás. Asimismo, es importante que realice capacitaciones en las que se destaque la importancia del turismo, las formas de aprovechar y participar en esta actividad, así como proporcionar información suficiente sobre los impactos positivos y negativos que genera esta actividad, a fin de que estos aspectos sean considerados al momento de brindar los servicios al turista.

Por otro lado, se recomienda a la DIRCETUR realizar el fomento de la competitividad mediante la creación de programas que permitan que la comunidad sea partícipe de manera equitativa en esta actividad.

La Municipalidad distrital de Namora: Se recomienda fomentar actividades que promuevan la identidad en la comunidad. Así como también, realizar trabajos en el sitio arqueológico Collor como mejoras en su acceso y llegar a un acuerdo con los dueños de los terrenos para permitir el acceso a los turistas, y así, la comunidad, las agencias de viaje lo consideren como recurso turístico y permitir que la comunidad también se beneficie mediante la implementación de servicios turísticos a los alrededores de este sitio arqueológico.

Comunidad local: Se recomienda trabajar en conjunto y también involucrarse más en esta actividad para tener los conocimientos adecuados para un correcto y mejor trabajo en la actividad turística, lo que les generará unos ingresos extra y mejorar en el desarrollo de su comunidad.

La Dirección Desconcentrada de Cultura (DDC): Debe realizar programas que fomenten el cuidado de la cultura local de la comunidad, realizar estrategias el cuidado del Patrimonio y revalorizar los elementos de la cultura que ya se están perdiendo.

Agencias de viaje y operadores turísticos: Se recomienda realizar un trabajo en donde se evidencie un beneficio equitativo para la comunidad, lo que significa que deben llevar a los turistas de manera equitativa a todos los emprendimientos, para evitar problemas de desigualdad y así todos puedan beneficiarse de esta actividad. Por otro lado, se recomienda innovar con las actividades que se realiza en este atractivo turístico y también involucrar a la población en estas actividades.

Los emprendedores del C.P Laguna San Nicolás: Deben informarse más acerca de cómo se desarrolla la actividad turística y cuáles son las formas que se puede aprovechar, para así trabajar en ello y poder brindar más actividades de las que ya se brindan hasta la actualidad y mejorar el servicio que se brinda en esta comunidad.

A los guías de turismo: brindar información sobre San Nicolás, realizar guiados en el que les genere aprendizaje a los turistas, más amenos y que se genere una experiencia mediante la innovación de actividades como contar historias y también incluir a la población local dentro de estas actividades.

En resumen, se recomienda realizar un trabajo en conjunto de las entidades de Superestructura con la comunidad local y así poder ayudar en el desarrollo de la actividad turística de la comunidad de Laguna San Nicolás y del departamento de Cajamarca.

REFERENCIAS

- A.C.E.R. Montaña (2016). *Laguna San Nicolás (Namora... Enamora)*. Recuperado el 12 de agosto de 2025, de <https://www.acermontania.org/laguna-san-nicolas-namora-enamora/>
- Agencia Peruana de Noticias – Andina. (2018, noviembre 27). *Laguna San Nicolás se posiciona como atractivo turístico en Cajamarca*. <https://andina.pe/agencia/noticia-laguna-san-nicolas-se-posiciona-como-atractivo-turisticocajamarca-724872.aspx>
- Agut, N y Carrero, V. (2007). Contribuciones al estudio de la motivación laboral: enfoques teóricos desde la dimensión de autoexpresión del ser humano. *Relayc*
<https://www.redalyc.org/pdf/2313/231317597003.pdf>
- Alan, D y Cortez, L. (2018). Procesos y Fundamentos de la Investigación Científica. *Ediciones UTMACH*
<https://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/14231/1/Cap.3Niveles%20del%20conocimiento.pdf>
- Ap, J. (1992). *Residents' perceptions on tourism impacts*. *Annals of Tourism Research*, 19(4),665–690.
https://www.academia.edu/7820055/Residents_perceptions_on_tourism_impacts
- Ayuda en acción. (2017, junio 12). Turismo comunitario, sinónimo de progreso y crecimiento.
<https://ayudaenaccion.org/blog/sostenibilidad/turismo-comunitario-sinonimo-progreso-crecimiento/>

Arista, F. (2020). Evaluación de la cultura turística y su influencia en el turismo sostenible en Chachapoyas [Trabajo de investigación, Universidad Científica del Sur]. Repositorio UC SUR. Uhttps://hdl.handle.net/20.500.12805/1325

Atoche, B. (2021). *Cultura turística de los emprendedores del santuario histórico Bosque De Pómac para su desarrollo turístico* [Tesis de pregrado, Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo]. Repositorio USAT. <https://tesis.usat.edu.pe/handle/20.500.12423/5174>

Barillas, J. (2022). *Protagonismo de las mujeres en el sistema local y comunitario*. <https://corredorrioeste.org/2022/08/19/protagonismo-de-las-mujeres-en-el-sistema-de-participacion-ciudadana-local-y-comunitario/>

Benavides, G. (2019). Cadenas de valor y tendencias en innovación en actividades turísticas. *Redalyc*. <https://www.redalyc.org/journal/4096/409661113009/html/>

Bustos, R. (2006). Valoración y conservación del patrimonio cultural. *Editorial Universitaria*.

Bussnises Market School. (s.f). El valor del compromiso. <https://www.esic.edu/pdf/empleabilidad/el-valor-del-compromiso.pdf>

Calvo, V. E. (2022). *Cultura Turística en los pobladores del distrito del Callao 2022*. [Tesis de pregrado, Universidad Cesar Vallejo]. Repositorio UCV https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/115447/Calvo_CVE-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Carrillo, A. (2019). Teoría del intercambio social: que es y cuáles son sus autores. *Psicología y mente*.

<https://psicologiaymente.com/social/teoria-de-intercambio-social>

Cavero, N. (2018). *La conciencia y cultura turística en el desarrollo de servicios turísticos de la región Ica* [Tesis de maestría, Universidad Nacional de Educación Enrique Guzmán y Valle]. Repositorio UNE. <http://repositorio.une.edu.pe/handle/20.500.14039/3056>

Conferencia Mundial sobre las Políticas Culturales. (26 de julio - 6 de agosto de 1982). *Informe final*. México.

https://derechodelacultura.org/wpcontent/uploads/2015/02/d_inf_mundiacult_1982.pdf

Cotrina, S. (2019). *Desarrollo del Turismo Rural Comunitario en la Laguna San Nicolás y su incidencia en la calidad de vida de la comunidad, 2015-2018*. [Tesis de pregrado, Universidad Nacional de Cajamarca]. Repositorio Institucional UNC. <https://repositorio.unc.edu.pe/bitstream/handle/20.500.14074/3045/DESARROLLO%20DEL%20TRC%20EN%20LAGUNA%20DE%20SAN%20NICOL%C3%81S.pdf?sequence=1>

Coronado, G., Valdivia, M., Aguilera, A., y Alvarado, A. (2020). Compromiso organizacional: Antecedentes y consecuencias. *Conciencia Tecnológica*, 60. Instituto Tecnológico de Aguascalientes. *Redaly*

<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=94465715006>

Esquivel, R., Villaseñor, M., y Martínez, A. (2021). Análisis de la cultura turística y sus beneficios para el turismo en el pueblo mágico de Comonfort, Guanajuato, México. *Dialnet*. 4 (1): 49-68.

García, M. (2014). *La cultura turística de los pobladores y trabajadores del Centro Histórico de Trujillo como factor de desarrollo turístico* [Tesis de pregrado, Universidad Nacional de Trujillo]. Repositorio UNT.
<http://dspace.unitru.edu.pe/handle/UNITRU/2485>

Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, M. d. P. (2014). *Metodología de la investigación* (6ª ed.). McGraw-Hill.

Hotel Tartar. (s. f.). *Conoce los atractivos turísticos: Tours en Cajamarca*. Recuperado el 12 de agosto de 2025, de <https://hoteltartar.pe/conoce-los-atractivos-turisticos-tours-en-cajamarca/>

Huamán, L. (2020). *Cultura turística de los prestadores de servicios turísticos en el balneario de Ancón-2020* [Tesis de pregrado, Universidad César Vallejo]. Repositorio UCV.
<https://hdl.handle.net/20.500.12692/70467>

León, C.A. (2020). *Influencia de la cultura turística en el desarrollo del turismo cultural en la ciudad de Cajamarca 2019 – 2020*. [Tesis de pregrado, Universidad Nacional de Cajamarca]. Repositorio UNC
<https://repositorio.unc.edu.pe/bitstream/handle/20.500.14074/4610/INFLUENCIA%20DE%20LA%20CULTURA%20TUR%20C3%8dSTICA%20EN%20EL%20DESARROLL>

O%20DEL%20TURISMO%20CULTURAL%20EN%20LA%20CIUDAD%20DE%20CAJAMARCA%202019%20-%202020.pdf?sequence=5&isAllowed=y

Martínez, L. (2018). Investigación en Ciencias Sociales: Métodos y Técnicas. *Editorial Universitaria*.

Mendoza, M., Rodríguez, G., y Enciso, M. (2013). Actitud de la comunidad local como factor de éxito en un proyecto turístico. *Dialnet*

<https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/5322242.pdf>

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (2020). *Reporte Mensual de Turismo Diciembre 2019*.

https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/536829/Reporte_Mensual_de_Turismo_DICIEMBRE_2019.pdf

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (2023). *Reporte Mensual de Turismo Diciembre 2022*.

https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/4097173/RMT_Diciembre_2022.pdf

Ministerio de Comer Exterior y Turismo. (2023). *Reporte Regional de Turismo año 2022-Cajamarca*.

<https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/4331697/Reporte%20Regional%20de>

%20Turismo%20Cajamarca%20A%C3%B1o%202022.pdf?v=1679955574#:~:text=60%2C2%25)En%20el%20a%C3%B1o%202022%2C%20la%20llegada%20de%20pasajeros%20al%20Aeropuerto,niveles%20registrados%20en%20el%202019

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. (2022, enero 5). *Programa Turismo Emprende se amplía hasta el 2025*.

<https://www.gob.pe/institucion/mincetur/noticias/574147-programa-turismo-emprende-se-amplio-hasta-2025>

Ministerio de cultura. (s.f). *¿Qué es el Patrimonio cultural?*

[https://www2.congreso.gob.pe/sicr/cendocbib/con5_uibd.nsf/AF54A42EA8C6068B0525827A00781E61/\\$FILE/1manualqueespatrimonio.pdf](https://www2.congreso.gob.pe/sicr/cendocbib/con5_uibd.nsf/AF54A42EA8C6068B0525827A00781E61/$FILE/1manualqueespatrimonio.pdf)

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR). (s. f.). *Ficha inventario: Laguna San Nicolás (Ficha N.º 5677)*. Recuperado 8 de agosto de 2025, de:

https://consultasenlinea.mincetur.gob.pe/fichaInventario/index.aspx?cod_Ficha=5677

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR). (2024). *Reporte regional de turismo Cajamarca 2024*. Recuperado el 6 de agosto de 2025, de

<https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/6137010/5420947-reporte-regional-de-turismo-cajamarca-ano-2024.pdf>

Molano, O. (2007). *Identidad cultural un concepto que evoluciona*. Redalyc (7).

<https://www.redalyc.org/pdf/675/67500705.pdf>

Morales, E, R. (2020). *Identidad cultural y su influencia en el desarrollo turístico del barrio Isinche, cantón Pujilí*". [Tesis de posgrado, Universidad Técnica de Cotopaxi]. Repositorio institucional UTC.

Monterrubio, C y Osorio, M. (2017). Actitudes locales ante el turismo residencial: Un análisis basado en la matriz de actitudes y comportamiento. *Scielo*
https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1870-90362017000200221

Organización Mundial del Turismo. (18 de agosto de 2024). *Glosario de términos turísticos*.
<https://www.unwto.org/es/glosario-terminos-turisticos>

Quintero, J, L. (2004). Impactos económicos, socioculturales y medioambientales del turismo y sus vínculos con el turismo sostenible. *Dialnet*
<https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/1180522.pdf>

Quintero, J, R. (s.f). Teoría de las Necesidades de Maslow.
<https://www.sanfelipe.edu.uy/wp-content/uploads/2017/04/Teor%C3%ADa-de-Maslow-de-EVA-Udelar.pdf>

Orgaz, F. y Moral, S. (2016). El turismo como motor potencial para el desarrollo económico de zonas fronterizas en vías de desarrollo. Un estudio de caso. *Scielo* (31).
https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1870-90362016000200008

Organización de las Naciones Unidas para la Cultura, las Ciencias y la Educación – UNESCO
(2007). La UNESCO y el Patrimonio Mundial.

<https://www.unetxea.org/dokumentuak/UNESCOPatrimonio.pdf>

REAL ACADEMIA ESPAÑOLA: *Diccionario de la lengua española*, 23.^a ed., [versión 23.6 en línea]. <<https://dle.rae.es>> [29 de enero del 2023].

Ríos, A. ¿Cuántos turistas internacionales recibió el Perú en 2024?.

<https://www.entornoturistico.com/cuantos-turistas-internacionales-recibio-peru-en-2024>. [13 de febrero de 2025]

Robbins, S. P., & Coulter, M. (2013). *Administración* (11.^a ed.). Pearson Educación

https://frq.cvg.utn.edu.ar/pluginfile.php/15549/mod_resource/content/0/Robbins-Administracion.pdf

Roncal-Rabanal, M. (2018, 22 de febrero). *Laguna San Nicolás Namora. Aves de Cajamarca*.

Recuperado el 12 de agosto de 2025, de

<https://avesdecajamarca.blogspot.com/2018/02/laguna-san-nicolas-namora.html>

Rodríguez, F. (2007). Generalidades acerca de las técnicas de investigación cuantitativa.

Paradigmas, Vol 2, No. 1 Bogotá, D. C. *Dialnet*

<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4942053>

Rodríguez, A, y Pérez, A. (2017). Métodos científicos de indagación y de construcción del conocimiento. *Revista EAN*, 82, pp.179-200.

<http://www.scielo.org.co/pdf/ean/n82/0120-8160-ean-82-00179.pdf>

- Sabater, M. (1989). Teoría de la educación: sobre el concepto de actitud. *Revistas UM*
<https://revistas.um.es/analespedagogia/article/view/287671>
- Salas, M. (2012). Cultura Turística de los Prestadores de Servicio de las Posadas de Turismo de Puerto Ordaz, Venezuela. *Biblat* <https://biblat.unam.mx/hevila/Strategos/2012/no9/4.pdf>
- Santisteban, C.A. (2019). *Programa de cultura turística para el desarrollo turístico del distrito de Lambayeque*. [Tesis de pregrado, Universidad Señor de Sipán]. Repositorio USS
<https://repositorio.uss.edu.pe/handle/20.500.12802/6450>
- Segarra, M y Bou, J. (2005). Concepto, tipos y dimensiones del conocimiento: configuración del conocimiento estratégico. *Dialnet*
<https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/2274043.pdf>
- Siesquen, L. (2021). *Cultura turística para fortalecer el desarrollo sostenible de la población ferreñafana, 2019* [Tesis de pregrado, Universidad Señor de Sipán]. Repositorio USS.
<https://hdl.handle.net/20.500.12802/8349>
- Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia – UTP. (s.f). *Introducción a la investigación, Unidad 1: Ciencia y conocimiento científico*.
https://virtual.uptc.edu.co/ova/cursos/introInv/Unidad_1/pdf.pdf
- Ubillos S., Páez, D., y Mayordomo, S. (2004). *Actitudes: definición y medición. Componentes de la actitud. Modelo de la acción razonada y acción planificada*. En D. Páez Rovira, I. Fernández Sedano, S. Ubillos Landa, & E. M. Zubieta (Coords.), *Psicología social, cultura y educación* (pp. 301–326). Pearson Educación.
<https://www.ehu.eus/documents/1463215/1504276/Capitulo+X.pdf>

Uriol, M. K. y Vargas, L. M. (2022). *Cultura turística en los artesanos del Complejo Arqueológico de Chan Chan, Trujillo, 2022*. [Tesis de pregrado, Universidad Cesar Vallejo]. Repositorio UCV.

https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/105951/Uriol_RMK-Vargas_CLM%20-%20SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y

World Travel and Tourism Council. (s.f). *Cual es el impacto económico de los viajes y el turismo: WTTC*

<https://wtcc.org/research/economic-impact>

ANEXOS Y APÉNDICES

ANEXO 1: DOCUMENTO FIRMADO DE JUICIO DE EXPERTOS DE
VALIDACION DE INSTRUMENTO – CUESTIONARIO TIPO TEST

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

FICHA DE EVALUACIÓN DE CONTENIDO POR JUICIO DE EXPERTOS

I. DATOS DEL JUEZ EXPERTO

Apellidos y nombres	Miguel Angel Cueva Zavala
DNI	72865654
Especialidad	Turismo
Grado académico	Maestro de Gestión Ambiental

II. DATOS DE LA INVESTIGACIÓN Y EL INSTRUMENTO

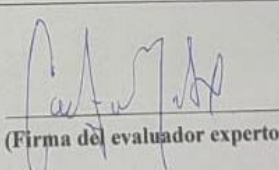
Autor	Cano Vasquez, Daniel Shavelin		
Título de la investigación	Cultura turística de la población del Centro Poblado Laguna San Nicolás - Cajamarca, 2024		
Objetivo de la investigación	Evaluar el nivel de cultura turística de la población del CP Laguna San Nicolás - Cajamarca, 2024		
Instrumento a evaluar	Cuestionario Tipo Test	Variable sujeta a medición	Cultura turística

III. VALIDACIÓN DE CONTENIDO
A continuación, se presenta la evaluación del instrumento objeto de validación, teniendo en consideración diez criterios y una escala de medición con cinco valores, siendo su interpretación la siguiente:
1=muy malo, 2=malo, 3=regular, 4=bueno, 5=muy bueno



Nº	Criterios	PUNTAJE				
		1	2	3	4	5
1	Claridad: Está formulado con un lenguaje apropiado y comprensible			X		
2	Objetividad: Permite medir hechos observables				X	
3	Actualidad: Adecuado al avance de la ciencia y la tecnología				X	
4	Organización: Presentación y estructuras ordenadas				X	
5	Suficiencia: Comprende los aspectos en cantidad y calidad				X	
6	Pertinencia: Permite conocer datos de acuerdo a objetivos			X		
7	Consistencia: Permite conseguir datos basados en modelos teóricos					X
8	Coherencia: Hay coherencia entre las variables, indicadores e ítem				X	
9	Metodología: La estrategia responde al propósito de la investigación				X	
10	Aplicación: Permite recoger datos útiles y que son posibles de organizar			X		
	Subtotales	0	0	9	24	5
	Totales			38		
	Puntaje en base 20			15		

OBSERVACIONES

Fecha diciembre del 2024


 (Firma del evaluador experto)

**ANEXO 2: DOCUMENTO FIRMADO DE JUICIO DE EXPERTOS DE
VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO - CUESTIONARIO TIPO LIKERT**


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


FICHA DE EVALUACIÓN DE CONTENIDO POR JUICIO DE EXPERTOS

I. DATOS DEL JUEZ EXPERTO

Apellidos y nombres	Rigoberto Angel Cueva Zavala
DNI	42865634
Especialidad	Turismo
Grado académico	Maestro de Gestión Ambiental

II. DATOS DE LA INVESTIGACIÓN Y EL INSTRUMENTO

Autor	Cano Vasquez, Doneri Jhordis		
Título de la investigación	Cultura turística de la población del Centro Poblado Laguna San Nicolás - Cajamarca, 2024		
Objetivo de la investigación	Evaluar el nivel de cultura turística de la población del C.P. Laguna San Nicolás - Cajamarca, 2024		
Instrumento a evaluar	Cuestionario Tipo Likert	Variable sujeta a medición	Cultura turística

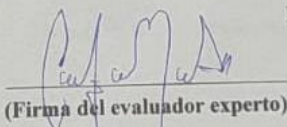
III. VALIDACIÓN DE CONTENIDO

A continuación, se presenta la evaluación del instrumento objeto de validación, teniendo en consideración diez criterios y una escala de medición con cinco valores, siendo su interpretación la siguiente:
1=muy malo, 2=malo, 3=regular, 4=bueno, 5=muy bueno

N°	Criterios	PUNTAJE				
		1	2	3	4	5
1	Claridad: Está formulado con un lenguaje apropiado y comprensible				X	
2	Objetividad: Permite medir hechos observables				X	
3	Actualidad: Adecuado al avance de la ciencia y la tecnología				X	
4	Organización: Presentación y estructuras ordenadas				X	
5	Suficiencia: Comprende los aspectos en cantidad y calidad				X	
6	Pertinencia: Permite conocer datos de acuerdo a objetivos			X		
7	Consistencia: Permite conseguir datos basados en modelos teóricos					X
8	Coherencia: Hay coherencia entre las variables, indicadores e ítem				X	
9	Metodología: La estrategia responde al propósito de la investigación				X	
10	Aplicación: Permite recoger datos útiles y que son posibles de organizar				X	
	Subtotales	0	0	03	32	5
	Totales				40	
	Puntaje en base 20				16	

OBSERVACIONES

Fecha diciembre del 2024


 (Firma del evaluador experto)

**ANEXO 3: CUESTIONARIO TIPO LIKERT APLICADO A LA POBLACION
DEL C.P LAGUNA SAN NICOLÁS**



Universidad Nacional de
Cajamarca



Facultad de Ciencias
Sociales

E.A.P: Turismo y
Hotelería

**Cuestionario para determinar las actitudes de la población del C.P. Laguna San
Nicolás – Cajamarca frente a la actividad turística, en el año 2024**

El presente cuestionario tiene la finalidad de recoger información sobre las actitudes de la población del C.P Laguna San Nicolas para determinar el nivel de cultura turística, es de carácter anónimo. A continuación, se le formularán una serie de preguntas que deberá responder con toda sinceridad. Se le agradece de antemano por su colaboración.

I. CARACTERIZACIÓN

1.1. Sexo

Femenino Masculino

1.2. Edad: _____

1.3. Grado de instrucción

Primaria Superior universitario

Secundaria Ninguno

Superior técnico

1.4. Ocupación: _____

1.5. ¿Participa en actividades relacionadas al turismo? Sí No

Si la respuesta es sí, indique en cual participa: _____

- a. Tengo un restaurante
- b. Brindo alojamiento
- c. Brindo actividades de recreación
- d. otro

II. CULTURA TURÍSTICA

A continuación, se presentará una serie de enunciados, a los cuales usted deberá asignar una valoración en la escala del 1 al 3, siendo 0 = EN DESACUERDO, 1 = MEDIANAMENTE DE ACUERDO, 2 DE ACUERDO y 3 TOTALMENTE DE ACUERDO.

ITEMS	0	1	2	3
Identidad				
Me siento orgulloso de ser San Nicolasino				
Me siento orgulloso de mis costumbres				
Me siento identificado con la vestimenta típica de mi comunidad				
Me siento identificado con mi patrimonio				
Practico las costumbres que me enseñaron mis antepasados.				
Transmito los conocimientos sobre mi comunidad a las nuevas generaciones.				
Disposición				
Me siento dispuesto a recibir a los turistas				
Me siento dispuesto a ayudar a los turistas				
Me siento dispuesto a participar en talleres de aprendizaje sobre el patrimonio cultural y natural de Namora				
Me siento dispuesto a recibir capacitación para mejorar sus capacidades como trabajador				
Valoración				
Considero importante mi patrimonio cultural				
Considero importante mi patrimonio natural				
Considero importante mis costumbres				
Considero importante la actividad turística				
Considero a la actividad turística como una forma de desarrollo para mi comunidad				
Compromiso				
Estoy comprometido con mi trabajo en la actividad turística				
Me siento comprometido a cuidar mi patrimonio cultural y natural				
Me siento comprometido con crear o mejorar los servicios que brindo al turista				
Participación				
Participo en la actividad turística				
Participo de las actividades culturales de mi comunidad				
Participo de las actividades de cuidado de los recursos naturales de mi comunidad.				
Participo en capacitaciones para mejorar el servicio que se brinda al turista				

**ANEXO 4: CUESTIONARIO TIPO TEST APLICADO A LA POBLACION DEL
C.P LAGUNA SAN NICOLÁS**



**Universidad Nacional de
Cajamarca
Facultad de Ciencias Sociales
E.A.P: Turismo y Hotelería**



Test para determinar el nivel de conocimiento de la población del C.P Laguna San Nicolás – Cajamarca en relación al patrimonio local y la actividad turística, en el año 2024

El presente test tiene la finalidad de recoger información acerca de los conocimientos sobre el patrimonio local y la actividad turística de la población del C.P Laguna San Nicolás para determinar el nivel de cultura turística. A continuación, se le formularán una serie de preguntas que deberá responder con total sinceridad.

Se le agradece de antemano por su colaboración.

CONOCIMIENTOS

Instrucciones: Lea atentamente la pregunta y marque la alternativa que usted considere correcta.

I. Conocimientos sobre su Patrimonio

1.1. ¿Qué es lo que caracteriza al Centro Poblado Laguna San Nicolás?

.....
.....

1.2. ¿Qué animales viven en la Laguna San Nicolás?

.....

1.3. ¿Qué plantas existen en el C.P Laguna San Nicolás?

.....

.....

1.4. ¿Qué animales silvestres viven en el C.P Laguna San Nicolás?

.....
.....

1.5. ¿Cuáles son los recursos turísticos del Centro Poblado Laguna San Nicolás?

.....
.....

1.6. ¿Qué actividades se pueden realizar dentro de la Laguna San Nicolás?

.....
.....

1.7. ¿Cuáles son las fiestas que se realizan en su comunidad?

.....
.....

1.8. ¿Cuáles son las rutas para llegar a San Nicolás desde Cajamarca?

.....
.....

II. Conocimiento sobre el Turismo

2.1. ¿Cómo puedo aprovechar y participar de la actividad turística?

.....
.....

2.2. ¿Cuáles son los impactos positivos del turismo?

.....
.....

2.3. ¿Cuáles son los impactos negativos del turismo?

.....
.....

2.4. ¿Cuál considera usted que es la mejor forma de conservar su Patrimonio?

.....
.....

ANEXO 5: CARTILLA DE RESPUESTAS PARA EL CUESTIONARIO TIPO TEST

Preguntas	Respuestas							
¿Qué animales viven en la Laguna San Nicolás?	Pato	Carpa	Pejerrey	Trucha	Garzas	Gaviota	Gallareta andina	Polla de agua
¿Qué plantas existen en el C.P Laguna San Nicolás?	Tuna	Eucalipto	Lloque	Taya o tara	Sauce	Capulí	Lloctara	Retama
¿Qué animales silvestres viven en el C.P Laguna San Nicolás?	Colibrí gigante	Conejos	Halcón peregrino	Gorrión	Zorzal negro	Perdices	Vizcachas	venados
¿Cuáles son los recursos turísticos del Centro Poblado Laguna San Nicolás?	Laguna San Nicolas	Sitio Arqueológico Collor						
¿Qué actividades se pueden realizar dentro de la Laguna San Nicolás?	Paseo en bote	Pesca	Avistamiento de aves	Kayak	Natación			
¿Cuáles son las fiestas que se realizan en su comunidad?		Festividad en honor a San Nicolas	Festividad de San Pedro y San Pablo					
¿Cuáles son las rutas para llegar a San Nicolás desde Cajamarca?	Cajamarca-Namora- San Nicolás	Cajamarca – Cochambul-Palturo – San Nicolás	Cajamarca – Jesús – San Nicolás					
¿Cómo puedo aprovechar y participar de la actividad turística?	Creación de emprendimientos locales	Informándome más sobre esta actividad	Solicitando a las autoridades diversas mejoras para ofrecer un mejor servicio	Ciudadano mi patrimonio	Brindando información a los turistas			

<p>¿Cuáles son los impactos positivos del turismo?</p>	<p>Ayuda en la economía local y mejora la calidad de vida</p>	<p>Genera puestos de trabajo</p>	<p>Mejora mi identidad cultural</p>	<p>Permite el intercambio de conocimientos</p>	<p>Promueve la protección del patrimonio natural y cultural</p>			
<p>¿Cuáles son los impactos negativos del turismo?</p>	<p>Genera pérdida de la identidad</p>	<p>Contaminación</p>	<p>Deterioro de los atractivos turísticos</p>	<p>Desigualdad</p>				
<p>¿Cuál considera usted que es la mejor forma de conservar su Patrimonio?</p>	<p>Evitando el arrojado de basura o con actividades de limpieza</p>	<p>Control de aguas residuales y evita uso de materiales tóxicos</p>	<p>Evitando hacer modificaciones en mi patrimonio</p>	<p>Vigilando que otras personas no dañen mi patrimonio</p>				

ANEXO 6: FOTOGRAFÍA DE LAGUNA SAN NICOLÁS

Nota: Vista general de la Laguna San Nicolás, tomada desde lo alto del Collor.

Fuente: Elaboracion propia (2024).

ANEXO 7: ACTIVIDADES QUE SE PUEDE REALIZAR EN LA LAGUNA SAN NICOLÁS



Nota: La imagen muestra a un poblador local navegando en una embarcación artesanal hecha de totora, práctica ancestral que forma parte del patrimonio cultural inmaterial de la comunidad de San Nicolás, en el distrito de Namora. Este tipo de experiencias constituye uno de los principales atractivos turísticos de la laguna, que combina tradiciones vivas con el entorno natural andino.

Fuente: Hotel Tartar. (s. f.). *Conoce los atractivos turísticos: Tours en Cajamarca*. Recuperado el 12 de agosto de 2025, de <https://hoteltartar.pe/conoce-los-atractivos-turisticos-tours-en-cajamarca/>

ANEXO 8: LEYENDAS DE LA LAGUNA SAN NICOLÁS

Los pobladores cuentan que la laguna San Nicolás fue bautizada allá por los años 1800 por los frailes, y que, en su intento por apaciguar a la laguna, esta se los comió enteros. Luego de un tiempo, volvieron a bautizar a la laguna, pero esta vez provistos de 4 sacos de sal llevados en 4 acémilas, arrojando la sal desde el filo de un cerro cercano a la laguna y donde realizaron un ritual, que de alguna manera tuvo un efecto positivo, pues desde hace tiempo ya no hay desaparecidos en sus aguas.

También se dice que en noches de luna llena se escucha la campana de oro de la plaza del pueblo resonando en sus profundidades, junto con cantos de sirenas y gritos de personas, como en un antiguo diluvio, según los pobladores de la zona. Además, algunos relatos mencionan que la laguna es un lugar encantado, morada de seres de otro mundo.

Cuentan que hace muchos años, a las 6 de la tarde, un señor se trasladaba por el camino blanco de las faldas del cerro Coyor, con su yunta de bueyes, y sus mulas que cargaban la cosecha de trigo; de pronto, sin razón alguna, se abrió un camino directo a la laguna el cual llevó al hombre y sus animales a perderse dentro de ella, es por ello que también algunos pobladores lo conocen como la laguna encantada.

Fuente: Roncal-Rabanal, M. (2018). *Laguna San Nicolás Namora*, Aves de Cajamarca.

Recuperado el 12 de agosto de 2025, de

<https://avesdecajamarca.blogspot.com/2018/02/laguna-san-nicolas-namora.html>

ANEXO 9: SITIO ARQUEOLOGICO DE COLLOR

En el cerro Coyor, que proviene de la palabra quechua Collur que significa “estrella” ubicado en el caserío Laguna San Nicolás, se encuentran los restos de una Fortaleza, último refugio de defensa de la cultura Caxamarca, descrito entre 1875 y 1877 por el francés Charles Wiener, como uno de los monumentos más extraordinarios, lo suficientemente grande para albergar cientos de personas.

La Fortaleza Coyor; es uno de los principales restos arqueológicos de la cultura Caxamarca, se ubica al este de la Laguna San Nicolás, a 2970 msnm; hay presencia de terrazas que formaban parte del templo del Sol, también existen construcciones circulares que utilizaban como depósitos de alimentos y elevados muros de piedras que servían de protección. Los Caxamarcas se caracterizaron por ser un pueblo organizado y guerrero, habían desarrollado el arte textil y su cerámica era fina; es posible que hayan tenido influencia de la cultura Wari en la fase intermedia (450 d.C. – 900 d.C).

Desde la cumbre del cerro Coyor se puede apreciar la magnitud en su totalidad de la Laguna San Nicolás, ideal para la toma de fotografías.



Fuente: Fuente: A.C.E.R. Montaña (2016). *Laguna San Nicolás (Namora... Enamora)*. Recuperado el 12 de agosto de 2025, de <https://www.acermontania.org/laguna-san-nicolas-namora-enamora/>

ANEXO 10: COPLA CARNAVALESCA EN HONOR A LA LAGUNA SAN NICOLAS

Mi laguna está de novia
con el cerro de Coyor
el Mollorco está llorando
porque le han quitado su amor



Nota: Celebración de carnavales en el C.P, laguna San Nicolás, cantando coplas y al son de las características guitarras del distrito de Namora.

Fuente: Roncal-Rabanal, M. (2018). *Laguna San Nicolás Namora*, Aves de Cajamarca.

Recuperado el 12 de agosto de 2025, de

<https://avesdecajamarca.blogspot.com/2018/02/laguna-san-nicolas-namora.html>



Universidad Nacional de Cajamarca

"Norte de la Universidad Peruana"

Fundada por Ley 14015 del 13 de febrero de 1962

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE TURISMO Y HOTELETERÍA



ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS

Siendo las 11:40hs de la mañana del día 30 de diciembre de 2025, reunidos en el auditorio "Yma Sumac" - ambiente 1T – 106 de la Escuela Profesional de Turismo y Hotelería; el Jurado Evaluador aprobado con **Resolución de Consejo de Facultad N° 156-2025-FCS-UNC**, presidido por la Dra. Yesenia Liceth Fernández Silva, como secretario el M. Cs Miguel Ángel Cueva Zavala, vocal M.Cs. Rolando Carlos Malca Huaripata; y en calidad de asesor el Dr. Alfonso Antonio Terán Vigo y Co Dr. Lorenzo Jesús Terrones Rabanal, a fin de proceder con la sustentación de la Tesis titulada: "*CULTURA TURÍSTICA DE LA POBLACIÓN DEL CENTRO POBLADO LAGUNA SAN NICOLÁS – CAJAMARCA, 2024*" presentada por la Bachiller Daneri Jhoselín Cano Vasquez, para optar el **Título Profesional de Licenciada en Turismo y Hotelería** de la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad Nacional de Cajamarca.

El presidente del Jurado Evaluador inició el acto de sustentación, haciendo la respectiva presentación e indicaciones a la bachiller, manifestándole el tiempo que dispone para la sustentación y fundamentación de los aspectos principales de la tesis.


Concluida la exposición, los integrantes del jurado formularon sus comentarios y preguntas respectivas sobre el tema, las mismas que fueron absueltas y consideradas por la sustentante para la presentación del informe final.

Acto seguido la presidente del jurado invitó a la sustentante y asistentes en general a que abandonaran la sala, para la deliberación y calificación respectiva. Realizado el acto deliberativo el Jurado determinó aprobar la tesis con el calificativo de dieciséis (16).

Siendo las 12:30hs del mismo día, se dio por concluido dicho acto académico, firmando el jurado en señal de conformidad.


Dra. Yesenia Liceth Fernández Silva
PRESIDENTE


M. Cs Miguel Ángel Cueva Zavala
SECRETARIO


M. Cs. Rolando Carlos Malca Huaripata
VOCAL



Universidad Nacional de Cajamarca

"Norte de la Universidad Peruana"

Fundada por Ley 14015 del 13 de febrero de 1962

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES

ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE TURISMO Y HOTELERÍA



ACTA DE LEVANTAMIENTO DE OBSERVACIONES DE TESIS

El Jurado Evaluador de la Tesis titulada: "CULTURA TURÍSTICA DE LA POBLACIÓN DEL CENTRO POBLADO LAGUNA SAN NICOLÁS – CAJAMARCA, 2024"; presentado por la Bachiller Daneri Jhoselín Cano Vasquez, otorgan su conformidad del levantamiento de las observaciones y sugerencias realizadas en el acto académico de la sustentación.

Cajamarca, 11 de marzo de 2026


.....
Yesenia Liceth Fernández Silva
PRESIDENTE


.....
M. Cs. Miguel Ángel Cueva Zavala
SECRETARIO


.....
M. Cs. Rolando Carlos Malca Huaripata
VOCAL