

# Caracterización del turismo patrimonial

## Characterization of heritage tourism

*Fabrizio Alberca-Sialer\**

Escuela Profesional de Turismo y Hotelería,  
Universidad de San Martín de Porres, Perú

Recibido: 18 de agosto de 2021

Aceptado: 2 de octubre de 2021

### Resumen

En el presente artículo teórico se exponen dos perspectivas sobre cómo entender el turismo patrimonial. Su caracterización, siguiendo la línea que lo define como un turismo en el que visitados y visitantes comparten el patrimonio cultural del destino, es el tema que se discute. La actividad turística a nivel global vive el peor momento de su historia, motivo por el cual es necesario explorar alternativas que permitan una reactivación viable y sostenible. El turismo patrimonial en consecuencia, y por sus características, podría ser un medio para fomentar el turismo interno, que se reactivará con mayor dinamismo que el internacional.

**Palabras clave:** turismo cultural, patrimonio cultural, COVID-19, pandemia, turismo basado en el patrimonio.

### Abstract

This theoretical article presents two perspectives on how to understand heritage tourism. Its characterization, following the line that defines it as a tourism in which the visited and the visitors share the cultural heritage of the destination, is the subject under discussion. Tourism activity at a global level is experiencing the worst moment in its history, which is why it is

---

Este es un artículo Open Access bajo la licencia Creative Commons Atribución-NoComercial-CompartirIgual 4.0



necessary to explore alternatives that allow a viable and sustainable reactivation. Consequently, and due to its characteristics, heritage tourism could be a means to promote domestic tourism, which will be reactivated with greater dynamism than international tourism.

**Keywords:** cultural tourism, cultural heritage, COVID-19, pandemic, heritage-based tourism.

## Introducción

La pandemia de la COVID-19 viene afectando al mundo en su totalidad. El turismo, una de las actividades económicas más importantes y de gran implicancia sociocultural, se vio disminuido a causa de las necesarias restricciones implementadas por los países y que tuvieron como efecto inmediato a nivel global la paralización total de vuelos internacionales, y la de vuelos internos en forma parcial (IATA, 2021). La recuperación paulatina de los desplazamientos aéreos, el número cada vez mayor de personas vacunadas y los incentivos de los destinos para atraer turistas permiten vislumbrar una evolución favorable del turismo aunque, ciertamente, el retorno al punto donde se quedó a inicios del año 2020 no sería antes del 2023, según expertos del sector (Organización Mundial del Turismo [OMT], 2021).

Vargas (2020) sostiene que la vuelta a la normalidad del *mundo turístico* tendrá dos momentos bien definidos: antes y después de la vacuna. Si partimos de esta premisa, el mundo se encuentra hoy en el punto medio: en plena vacunación. Por tal motivo, es conveniente repensar, explorar, analizar y replantear la forma en que se quiere (y puede) que el turismo vuelva desde la oferta (comunidades, administraciones, propietarios y otros); así como la forma en que la demanda quiere hacer turismo. En todo caso, es necesario considerar ambas perspectivas.

También es preciso mirar con atención el miedo y el pánico públicos que la pandemia por la COVID-19 ha instalado entre las personas (Zheng et al., 2021), razón por la cual es indispensable que las empresas y países-

destinos entiendan la psicología de la *nueva demanda* más que cuantificarla (Zheng et al., 2021); además de orientar las acciones a recuperar la confianza del consumidor-turista, es decir, ofrecer condiciones sanitarias óptimas (no mínimas), información útil y clara, y –sobre todo– percepciones de no riesgo. Así también, es momento para innovar y buscar alcanzar un turismo más sostenible, además de seguro y consciente de los riesgos que afronta como sector (Andreu et al., 2020; Paredes et al., 2020; Vargas, 2020).

En ese sentido, en el presente artículo se busca dar un paso exploratorio a nivel teórico-conceptual sobre el turismo patrimonial. En otras palabras, analizar su definición y características, y explorar –en el contexto de recuperación de la pandemia por el COVID-19 (aún en curso)– posibilidades para el turismo interno peruano (particularmente para el caso de Lima), ya que será este turismo el primero en recuperarse (OMT, 2021; World Tourism Organization, 2020). *A priori*, estas posibilidades parecen ser pocas si se considera que tanto nacional como internacionalmente los estudios señalan como prioritarios al turismo de naturaleza, al rural y en general al que se dé en espacios al aire libre (OMT, 2021; Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo [PromPerú], 2020); mientras que el cultural en su amplia concepción (incluido el patrimonial) aparece más relegado. Con todo, es perentorio reaccionar y buscar opciones para el turismo vinculado a la cultura –y, en particular, para el vinculado al patrimonio–, en aras de su recuperación; pues, al final de cuentas, lo ofrecen y atienden personas que tienen necesidades y requieren reinsertarse a la economía.

### **Patrimonio cultural y su uso turístico**

El patrimonio cultural es una construcción de la sociedad (Prats, 2005); es decir, es una abstracción que se hace *real* cuando tiene uno o más significados unificadores y positivos para un grupo; se concreta cuando esos significados llegan al nivel de permitir la construcción y reforzamiento de la identidad cultural y personal. Es, en otros términos, un repertorio de significados y valores, además de la encarnación de símbolos de una sociedad determinada (Petronela, 2016). De no existir ese o esos significados solo se hablaría de lugares, objetos o actividades desprovistas de una especie

de *alma comunal*. Más que objetos o bienes, el patrimonio es esencia compartida y reconocida que, por lo demás, le permite a un grupo tener símbolos de su pasado y salvaguardar su identidad en un mundo cambiante (Silva y Henriques, 2021).

El patrimonio cultural es entendido también como un recurso –no renovable– del cual las comunidades pueden disponer (García, 1999; Olivera, 2011), siendo, por cierto, el turismo una posibilidad de uso. En este contexto, el patrimonio cultural puede proveer una ventaja competitiva y singularidad a la comunidad (George, 2010), lo que le permitiría integrarse mejor a un mercado turístico tan competitivo como globalizado.

Pero activar turísticamente el patrimonio no es tan sencillo, pues su condición social y definición temporal lo hacen susceptible de ciertos riesgos ocasionados por el turismo. Engelhardt (2007) señala como los principales a la simplificación, la descontextualización y la desconexión entre lo tangible e intangible (como se citó en Rodzi et al., 2013). Así también, a la larga, se puede pervertir al patrimonio en nombre del turismo, consecuencia de una especie de *empaquetamiento* para hacerlo más entendible y llamativo: querer solo o prioritariamente rentabilizar las inversiones empresariales, dejar de lado a las comunidades poseedoras y reproductoras del patrimonio, y depender económicamente del turismo, entre otras acciones. La idea es que el turismo en todas sus variantes sea sostenible y, para el caso del que involucra particularmente al patrimonio cultural, también responsable.

Todo turismo implica experiencias a través del consumo de productos y servicios: por ello, para insertarse en la oferta turística el patrimonio tendría que convertirse en un producto turístico, pero sin perder de vista su cuidado y salvaguarda (Fresneda y Lobo, 2014; Rodzi et al., 2013). Desde este punto es posible hablar de turismo patrimonial.

## **Turismo patrimonial**

La *liquidez* del mundo de la que habla Bauman (2000), la pérdida de importancia de los rituales por parte de la sociedad (Byung-Chul, 2020), así como la globalización extendida que dispara mensajes y pautas culturales en diferentes direcciones a la vez, y de ida y vuelta, aunque algunos con

mayor potencia, configuran una sociedad desraizada, cambiante, volátil, que encontraría en el patrimonio un punto de referencia al que mirar o al cual *volver*. Este es, entonces, un espacio físico o imaginario donde es posible verse uno mismo en relación con la comunidad a la que pertenece y sentirse parte de algo *concreto*, y no parte de un algo indiferenciado como podría definirse al mundo contemporáneo que aparece, además de todo, cada vez más desconectado.

De ese modo, para Dela Santa y Tiatco (2019), la conexión con el pasado, así como su interpretación y representación son el corazón del turismo patrimonial.

El turismo patrimonial, entonces, va más allá del hecho comercial turístico: visto con detenimiento, es una forma de encontrar al otro o de encontrarse uno mismo, o a ambos en realidad, sobre todo culturalmente hablando. De ahí la necesidad de entender que este turismo tiene una carga identitaria para quien lo ofrece, claro, pero también para quien lo practica.

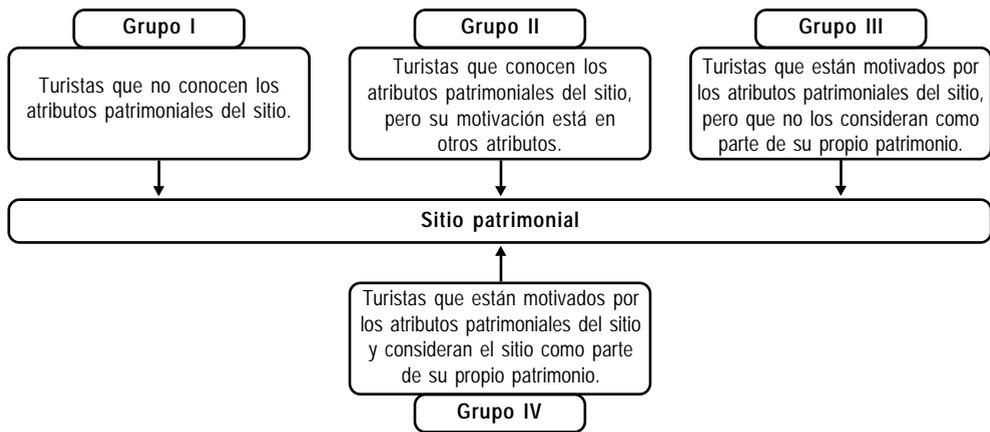
Poria et al. (2003) comentan que en el turismo patrimonial la principal motivación es visitar lo que el turista percibe como parte de su propio patrimonio. Es más, los autores señalan que este turismo no consiste en visitar bienes patrimoniales solo por el hecho de que estén ahí ni por haber sido declarados formalmente. En el turismo patrimonial los visitantes juegan un rol significativo; en otros términos, este turismo no solo se debe entender desde la oferta, sino también desde la demanda (Dela Santa y Tiatco, 2019). En todo caso, debe existir una conexión entre ambas perspectivas.

En cambio, para Vidal (2008), el turismo patrimonial implica viajar a un destino para incorporar, a través del patrimonio del lugar visitado, dentro de la propia identidad personal cosmopolita, a esas culturas *lejanas*; dice que este turismo no precisa de un bagaje cultural previo como requisito para la visita.

Es decir, para el último autor, el turismo patrimonial en términos de oferta y demanda dependería de la oferta; mientras que para Poria et al. (2003), la demanda jugaría un rol más protagónico, lo que se reflejaría en que para ser denominado turismo patrimonial el visitante deberá compartir

el valor y significados del patrimonio visitado. En la figura 1, que se reproduce a continuación, pueden verse las diferencias entre ambas posturas e identificarse algunas variantes en la primera (grupos I, II y III).

**Figura 1**  
*Segmentación de turistas que visitan sitios patrimoniales*



*Nota.* Se muestra la clasificación de los turistas que visitan sitios patrimoniales en relación con sus motivaciones. La traducción es propia. La figura fue tomada de Poria et al., 2003, p. 248.

Desde estas dos posiciones claramente contrapuestas nace la discusión que se dará mediante las siguientes preguntas:

1. ¿Qué es turismo patrimonial o cómo debería entenderse?
2. ¿Por qué pretender centrar su definición?
3. ¿Qué posibilidades tiene para el futuro inmediato?

En torno a la primera pregunta, la concepción del turismo patrimonial que a continuación se desarrolla se sustenta en la de Poria et al. (2003) presentada líneas antes. En detalle, este turismo tiene como centro, inequívocamente, al patrimonio cultural; bienes que son de interés de quien recibe a los visitantes, así como de quien realiza la visita. Este común denominador, ser un eje o punto de encuentro entre personas de una

comunidad (no necesariamente se hace referencia a la territorialidad), es quizás la razón principal de la existencia del patrimonio, contenida en su definición. Es decir, el turismo patrimonial consistiría en la visita a lugares patrimoniales de significado para la identidad cultural de ambos actores: locales y turistas, en el que los locales lo presentan y obtienen beneficios principalmente económicos, y los visitantes lo *viven* y se benefician cultural y emocionalmente. Es un turismo cuya principal motivación está en las características del lugar, en función de la percepción por parte del turista del patrimonio visitado como propio (Poria et al., 2003). Se trata, por lo tanto, de un turismo responsable y sostenible por definición, pues los involucrados se sienten dueños del patrimonio y por ende no solo lo cuidan, sino que lo entienden y valoran en su real significado; haciendo, además, la experiencia personal más gratificante, y la turística también.

Y es que mientras mayor es el contacto cultural-patrimonial (experiencia personal), la experiencia turística mejora (Chen y Rahman, 2018; Menor-Campos et al., 2020) y se resaltan más los sentimientos hacia el patrimonio (Su et al., 2020); y mientras más alto es el nivel de la experiencia turística, mayor es la intención de visitar el destino y recomendarlo (Chen y Rahman, 2018; Rasoolimanesh et al., 2021). Además de que la autenticidad de un lugar patrimonial puede optimizar la experiencia y calidad de la visita (Rasoolimanesh et al., 2021), en tanto que otros valores no culturales, como el del servicio o costo, no tienen efectos directos en la intención de visita, como identificaron Yao et al. (2020) respecto de quienes *experimentaron turísticamente* las festividades de culto religioso a Mazu en la isla Meizhou en China.

El turismo patrimonial es, pues, muy diferente al cultural basado en el patrimonio, en el que este es visitado por su ubicación, fama o interés cultural, mas no por su significado para quien lo visita<sup>1</sup>. Por cierto, esta conceptualización del turismo patrimonial aquí propuesta podría confundirse con el turismo de raíces o de diáspora; sin embargo, cabe señalar que la diferencia estriba en que este último es, según Timothy (1997), «una

---

<sup>1</sup> Gravari-Barbas (2018) dice que el turismo se ha vuelto una máquina productora de patrimonio, en razón de que el turismo basado en el patrimonio priorizaría lo comercial por sobre una conexión cultural (como se citó en Dela Santa y Tiatco, 2019).

forma de turismo de patrimonio personal que involucra a personas que poseen conexiones emocionales con la tierra de sus antepasados» (como se citó en Cardoso et al., 2018, p. 219)<sup>2</sup>, y no necesariamente conexiones a nivel sociocultural.

Por otro lado, respecto de la segunda y tercera preguntas o por qué intentar definir bien este tipo de turismo y sus posibilidades, se ha de prestar atención a las siguientes situaciones: 1) el turista de estos tiempos de pandemia y los venideros inmediatos ha dicho que sus preferencias estarán puestas en las prácticas que involucren visitar espacios abiertos; 2) el patrimonio cultural muchas veces se encuentra en espacios urbanos y/o cerrados que dificultan su reactivación; 3) la tragedia de las muertes a raíz de la pandemia por la COVID-19 y los confinamientos han permitido a las personas encontrar un espacio de intimidad y autorreflexión que podrían inicialmente exteriorizarse en la búsqueda-visita del patrimonio cultural de sus ciudades, una vez que se *normalicen* los desplazamientos y el miedo descienda; 4) los adultos que ya han sido vacunados, pero mantienen temores, y que podrían buscar visitar espacios culturales-patrimoniales en sus ciudades para no alejarse de lo conocido y seguro; y 5) las migraciones de las últimas décadas, la globalización y la consecuente búsqueda de reencuentro con los orígenes.

Así las cosas, es necesario identificar o definir este tipo de turismo para diferenciarlo, pues solo sobre la base de una definición precisa es posible diseñar experiencias y productos turísticos, y rastrear las posibilidades puntuales de cada territorio considerando las cinco situaciones mencionadas en función de la definición; a la que habrá que sumar la identificación previa de aspectos más específicos, como las vocaciones turísticas de los territorios, los perfiles de los turistas nacionales, los flujos turísticos tradicionales y la percepción de seguridad de cada destino, entre otros.

Respecto de las posibilidades de desarrollo, el contexto de pandemia y las restricciones o autorrestricciones (básicamente por miedo a viajar)

---

<sup>2</sup> Ioro y Corsale (2013) dicen que el turismo de raíces o de diáspora se interesa por redescubrir lugares de importancia familiar y reforzar lazos emocionales (como se citó en Cardoso et al., 2018). Este turismo implica realizar un viaje a la historia, los recuerdos y eventos con significado personal y/o familiar (Cardoso et al., 2018, p. 220).

parecen ser propicios para el turismo patrimonial, pues constituirían una alternativa para los viajes cortos en duración y distancia; a la vez que una oportunidad, sobre todo en la primera etapa de reactivación del turismo, cuando los desplazamientos vayan volviendo a la *normalidad*, pero perviva aun el miedo natural, incluso por parte de quienes ya se encuentren vacunados contra la COVID-19.

En ese sentido, este turismo podría ser una alternativa para quienes viven en Lima (que no necesariamente tienen origen limeño), ya que por ejemplo podrían visitar, en un *full day*, los espacios patrimoniales que se encuentran, identifican y, de algún modo, explican –o debieran– la ciudad y el *ser limeño*: el Centro Histórico; la parte histórica y de interés arquitectónico del distrito del Rímac; el Sitio Arqueológico y Museo de Sitio de Pucllana, Complejo Arqueológico Mateo Salado y el Sitio Arqueológico Puruchuco, entre otros tantos sitios arqueológicos que ya han abierto sus puertas desde marzo de este año (El Peruano, 2021), o que se encuentran fácilmente en los distritos de la ciudad. Podrían participar en la procesión del Señor de los Milagros, visitar barrios tradicionales como Barranco o Pueblo Libre, además de lugares de expendio de comida tradicional o mercados como el de Surquillo o Magdalena; entre otros. Asimismo, podrían conocer lugares patrimoniales ubicados a las afueras de la ciudad, como el sitio arqueológico y museo de Pachacamac o la ciudad sagrada de Caral.

Por otro lado, es conocido que la ciudad de Lima se ha configurado en función de procesos de migraciones internas, sobre todo durante el siglo XX (Matos, 2010; Yamada, 2012), razón por la cual muchos de quienes hoy viven en la capital peruana nacieron en otras regiones, o son hijos o nietos suyos; por ende, parte de su identidad se vincula a esas regiones. En ese sentido, podrían viajar a reencontrarse con sus ciudades, con su pasado y, por qué no, también con sus raíces a través de lo que consideren su patrimonio cultural, dinamizando así el turismo interno irradiado desde Lima (para el ejemplo). Visto así, el turismo patrimonial y el de raíces podrían amalgamarse o complementarse.

Por último, vale recordar que en el presente artículo se pretende, tan solo, abrir la discusión y promover el tema.

## **A manera de conclusión**

El turismo patrimonial es un turismo de reencuentro en el que tanto locales como visitantes comparten su identificación con el patrimonio cultural ubicado en el destino. Es un turismo que tiene los elementos para ser culturalmente sostenible porque el turista reconoce también lo visitado como propio y, por tanto, su acercamiento debiera ser respetuoso; y porque los residentes, al tener contacto con el patrimonio que forma parte de su vida diaria, tendrían mayor interés por presentarlo adecuadamente y preservarlo (Luo y Ren, 2020); aunque, claro, esto teóricamente.

El turismo patrimonial puede generar experiencias memorables y de calidad, lo que se reflejaría en la revisita y recomendaciones. Es, quizás, una posibilidad para la reactivación del turismo en el corto plazo.

Así también, según la caracterización y definición del turismo patrimonial expuestas aquí, ha sido posible presentar someramente algunas posibilidades para este turismo en Lima. Estas propuestas deberán estudiarse con detenimiento en aras de articular una oferta de turismo patrimonial identificable.

Por último, queda abierta la posibilidad para que otros investigadores puedan ahondar empíricamente en el tema, considerando aspectos como la potencialidad de las regiones respecto del turismo patrimonial (y de raíces), el nivel de satisfacción de quienes lo practican entendiéndolo como se plantea en este texto, la identificación de preferencias, así como la carga emocional-experiencial que este turismo conlleva, entre otros.

## Referencias

- Andreu, L., Palomo, J. y Stojanovic, I. (2020). Recuperar la confianza de los turistas: medidas a implementar por el COVID-19. En F. Bauzá y F. Melgosa (Eds.), *Turismo post COVID-19. El turismo después de la pandemia global. Análisis, perspectivas y vías de recuperación* (1ª ed., pp. 95-112). Ediciones Universidad de Salamanca. <https://doi.org/https://doi.org/10.14201/0AQ0296>
- Bauman, Z. (2000). *Modernidad líquida*. Fondo de Cultura Económica.
- Byung-Chul, H. (2020). *La desaparición de los rituales. Una topología del presente* (1ª ed.). Herder Editorial.
- Cardoso, L., Matos, A. y Marques, I. (2018). Turismo de raíces. Rutas de la memoria de la diáspora portuguesa: un modelo de evaluación de motivaciones. *Estudios y perspectivas en turismo*, 27(2), 213-232. <https://www.estudiosenturismo.com.ar/PDF/N27/N02/v27n2a02.pdf>
- Chen, H. y Rahman, I. (2018). Cultural tourism: An analysis of engagement, cultural contact, memorable tourism experience and destination loyalty. *Tourism Management Perspectives*, 26(October 2017), 153-163. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2017.10.006>
- Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo (PromPerú). (2020). *Conociendo al nuevo vacacionista nacional*. TurismoIn. [https://www.promperu.gob.pe/TurismoIN/sitio/VisorDocumentos?titulo=Conociendo%20al%20nuevo%20vacacionista%20nacional&url=Uploads/infografias/1089/loads\\_infografias\\_1089\\_El%20nuevo%20vacacionista%20nacional%20\(1\).pdf&nombObjeto=BibliotecaReportes&back=/TurismoIn/&issuuid=](https://www.promperu.gob.pe/TurismoIN/sitio/VisorDocumentos?titulo=Conociendo%20al%20nuevo%20vacacionista%20nacional&url=Uploads/infografias/1089/loads_infografias_1089_El%20nuevo%20vacacionista%20nacional%20(1).pdf&nombObjeto=BibliotecaReportes&back=/TurismoIn/&issuuid=)
- Dela Santa, E. y Tiatco, S. A. (2019). Tourism, heritage and cultural performance: Developing a modality of heritage tourism. *Tourism Management Perspectives*, 31(August 2018), 301-309. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2019.06.001>
- El Peruano. (2021, marzo 1). *¡Atención! Museos y sitios arqueológicos reabren sus puertas con todas las medidas de bioseguridad*. <https://elperuano.pe/noticial/116202-museos-y-sitios-arqueologicos-reabren-sus-puertas-con-todas-las-medidas-de-bioseguridad>
- Fresneda, S. y Lobo, A. (2014). Una aproximación a los factores claves para la gestión de los bienes de patrimonio cultural. *Tourism & Management Studies*, 10, 186-192. [http://www.scielo.mec.pt/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2182-84582014000300024](http://www.scielo.mec.pt/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2182-84582014000300024)
- García, N. (1999). Los usos sociales del patrimonio. En E. Aguilar Criado (Ed.), *Patrimonio etnológico: nuevas perspectivas de estudio* (pp. 16-33). Junta de Andalucía; Instituto Andaluz de Patrimonio Histórico. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/libro?codigo=1525>
- George, E. W. (2010). Intangible cultural heritage, ownership, copyrights, and tourism. *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*, 4(4), 376-388. <https://doi.org/10.1108/17506181011081541>
- IATA. (2021). *IATA Economics' Chart of the Week. Domestic travel remains the driver of demand in April*. <https://www.iata.org/en/iata-repository/publications/economic-reports/domestic-travel-remains-the-driver-of-demand-in-april/>
- Luo, J. M. y Ren, L. (2020). Qualitative analysis of residents' generativity motivation and behaviour in heritage tourism. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 45(August), 124-130. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2020.08.005>
- Matos, J. (2010). *Desborde popular y crisis del Estado*. Empresa Editora El Comercio.
- Menor-Campos, A., Pérez-Gálvez, J. C., Hidalgo-Fernández, A. y López-Guzmán, T. (2020). Foreign tourists in world heritage sites: A motivation-based segmentation. *Sustainability*, 12(8), 1-15. <https://doi.org/10.3390/SU12083263>

- Olivera, A. (2011). Patrimonio inmaterial, recurso turístico y espíritu de los territorios. *Cuadernos de Turismo*, 27, 663-677.
- Organización Mundial del Turismo - OMT. (2021). *COVID-19 y el sector turístico. El turismo antes de la pandemia. 2020: Análisis del año*. <https://www.unwto.org/es/covid-19-y-sector-turistico-2020>
- Paredes, J., Alberca, F., Arriola, A., Ávila, C., Gavidia, M., Gómez, E., Julca, E., Llontop, C., Marsano, J., Noriega, C. y Zapata, S. (2020). La COVID-19 y el turismo en el Perú. Análisis y propuestas ante un nuevo escenario. *Turismo y Patrimonio*, 15, 11-30. <https://doi.org/10.24265/turpatrim.2020.n15.02>
- Petronela, T. (2016). The Importance of the Intangible Cultural Heritage in the Economy. *Procedia Economics and Finance*, 39(November 2015), 731-736. [https://doi.org/10.1016/s2212-5671\(16\)30271-4](https://doi.org/10.1016/s2212-5671(16)30271-4)
- Poria, Y., Butler, R. y Airey, D. (2003). The core of heritage tourism. *Annals of Tourism Research*, 30(1), 238-254. [https://doi.org/10.1016/S0160-7383\(02\)00064-6](https://doi.org/10.1016/S0160-7383(02)00064-6)
- Prats, L. (2005). Concepto y gestión del patrimonio local. *Cuadernos de Antropología Social*, 21, 17-35. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=180913910002>
- Rasoolimanesh, S. M., Seyfi, S., Hall, C. M. y Hatamifar, P. (2021). Understanding memorable tourism experiences and behavioural intentions of heritage tourists. *Journal of Destination Marketing and Management*, 21(May), 100621. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2021.100621>
- Rodzi, N. I. M., Zaki, S. A. y Subli, S. M. H. S. (2013). Between Tourism and Intangible Cultural Heritage. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 85, 411-420. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2013.08.370>
- Silva, H. E. y Henriques, F. M. A. (2021). The impact of tourism on the conservation and IAQ of cultural heritage: The case of the Monastery of Jerónimos (Portugal). *Building and Environment*, 190, 107536. <https://doi.org/10.1016/j.buildenv.2020.107536>
- Su, X., Li, X., Wang, Y., Zheng, Z. y Huang, Y. (2020). Awe of Intangible Cultural Heritage: The Perspective of ICH Tourists. *SAGE Open*, 10(3), 1-14. <https://doi.org/10.1177/2158244020941467>
- Vargas, A. (2020). Entender el turismo post-coronavirus: posibles escenarios. En F. Bauzá y F. Melgosa (Eds.), *Turismo post COVID-19. El turismo después de la pandemia global. Análisis, perspectivas y vías de recuperación* (1ª ed., pp. 15-40). Ediciones Universidad de Salamanca. <https://doi.org/10.14201/0AQ0296>
- Vidal, M. (2008). Intangible heritage tourism and identity. *Tourism Management*, 29, 807-810. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2007.07.003>
- World Tourism Organization. (2020). UNWTO World Tourism Barometer, May 2020 – Special focus on the Impact of COVID-19. *UNWTO World Tourism Barometer, May 2020 – Special focus on the Impact of COVID-19* (Issue May). <https://doi.org/10.18111/9789284421930>
- Yamada, G. (2012). Patrones de migración interna en el Perú reciente. *Empleo y protección social*, 91-124. <http://files.pucp.edu.pe/departamento/economia/LDE-2012-01-04.pdf>
- Yao, D., Zhang, K., Wang, L., Law, R. y Zhang, M. (2020). From religious belief to intangible cultural heritage tourism: A case study of Mazu belief. *Sustainability*, 12(10), 1-15. <https://doi.org/10.3390/su12104229>
- Zheng, D., Luo, Q. y Ritchie, B. W. (2021). Afraid to travel after COVID-19? Self-protection, coping and resilience against pandemic 'travel fear'. *Tourism Management*, 83(November 2020), 104261. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2020.104261>