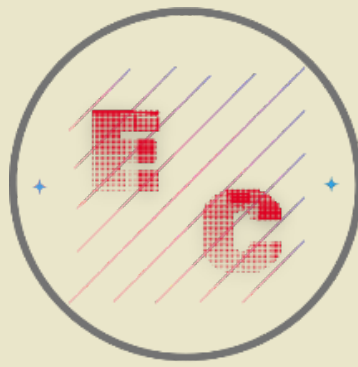




REVISTA MULTIDISCIPLINAR EPISTEMOLOGÍA DE LAS CIENCIAS

Volumen 3, Número 1
Enero-Marzo 2026

Edición Trimestral

CROSSREF PREFIX DOI: 10.71112

ISSN: 3061-7812, www.omniscens.com

Revista Multidisciplinar Epistemología de las Ciencias

Volumen 3, Número 1
enero-marzo 2026

Publicación trimestral
Hecho en México

La Revista Multidisciplinar Epistemología de las Ciencias acepta publicaciones de cualquier área del conocimiento, promoviendo una plataforma inclusiva para la discusión y análisis de los fundamentos epistemológicos en diversas disciplinas. La revista invita a investigadores y profesionales de campos como las ciencias naturales, sociales, humanísticas, tecnológicas y de la salud, entre otros, a contribuir con artículos originales, revisiones, estudios de caso y ensayos teóricos. Con su enfoque multidisciplinario, busca fomentar el diálogo y la reflexión sobre las metodologías, teorías y prácticas que sustentan el avance del conocimiento científico en todas las áreas.

Contacto principal: admin@omniscens.com

Las opiniones expresadas por los autores no necesariamente reflejan la postura del editor de la publicación

Se autoriza la reproducción total o parcial del contenido de la publicación sin previa autorización de la Revista Multidisciplinar Epistemología de las Ciencias siempre y cuando se cite la fuente completa y su dirección electrónica.

Esta obra está bajo una licencia internacional Creative Commons Atribución 4.0.



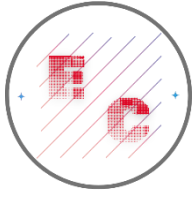
Copyright © 2026: Los autores



9773061781003

Cintillo legal

Revista Multidisciplinar Epistemología de las Ciencias Vol. 3, Núm. 1, enero-marzo 2026, es una publicación trimestral editada por el Dr. Moises Ake Uc, C. 51 #221 x 16B , Las Brisas, Mérida, Yucatán, México, C.P. 97144 , Tel. 9993556027, Web: <https://www.omniscens.com>, admin@omniscens.com, Editor responsable: Dr. Moises Ake Uc. Reserva de Derechos al Uso Exclusivo No. 04-2024-121717181700-102, ISSN: 3061-7812, ambos otorgados por el Instituto Nacional del Derecho de Autor (INDAUTOR). Responsable de la última actualización de este número, Dr. Moises Ake Uc, fecha de última modificación, 1 enero 2026.



Revista Multidisciplinar Epistemología de las Ciencias

Volumen 3, Número 1, 2026, enero-marzo

DOI: <https://doi.org/10.71112/q9z34m42>

**VALOR CULTURAL DE LA ARTESANÍA DE TOTORA Y PERCEPCIÓN DEL
TURISTA QUE VISITAN LAS ISLAS FLOTANTES DE LOS UROS DEL ALTIPLANO
PERUANO-2025**

**CULTURAL VALUE OF TOTORA REED CRAFTSMANSHIP AND PERCEPTION OF
TOURISTS VISITING THE UROS FLOATING ISLANDS OF THE PERUVIAN
ALTIPLANO-2025**

Jaime Huaracha Velasquez

Rosario María Mamani Miranda

Iván Grover Sánchez Mamani

Perú

Valor cultural de la artesanía de totora y percepción del turista que visitan las islas flotantes de los uros del altiplano peruano-2025

Cultural Value of Totora Reed Craftsmanship and Perception of Tourists Visiting the Uros Floating Islands of the Peruvian Altiplano-2025

Jaime Huaracha Velasquez

jaimehuaracha@unap.edu.pe

<https://orcid.org/0000-0002-8298-8491>

Universidad Nacional del Altiplano

Perú

Iván Grover Sánchez Mamani

ivansanchez@unap.edu.pe

<https://orcid.org/0000-0002-4307-7820>

Universidad Nacional del Altiplano

Perú

Rosario María Mamani Miranda

rosariomamani@unap.edu.pe

<https://orcid.org/0000-0002-3102-6997>

Universidad Nacional del Altiplano

Perú

RESUMEN

El altiplano peruano es un espacio turístico y cultural de gran relevancia, impulsado por el Lago Titicaca y por prácticas artesanales que expresan la identidad de las comunidades. La artesanía de totora constituye una de las manifestaciones culturales más representativas de los Uros. El estudio tuvo como objetivo determinar su valor cultural y analizar la percepción de los turistas que visitan las Islas Flotantes de los Uros. Se empleó el enfoque mixto: cualitativamente, se aplicaron entrevistas semiestructuradas y observación participante a artesanos locales, analizadas con atlas ti; cuantitativamente, se realizaron encuestas con escala Likert a turistas nacionales y extranjeros, evaluando experiencia, la percepción,

satisfacción e intención de recomendación. Los resultados muestran que la artesanía de totora es un patrimonio cultural vivo que preserva saberes ancestrales y fortalece la economía local. Se concluye que trasciende su función material, siendo clave para la identidad cultural de la sostenibilidad del turismo.

Palabras clave: Artesanía, cultura, percepción, turismo, valor.

ABSTRACT

The Peruvian highlands are a tourist and cultural area of great importance, driven by Lake Titicaca and by artisanal practices that express the identity of the communities. Totora reed craftsmanship is one of the most representative cultural expressions of the Uros people. The study aimed to determine its cultural value and analyze the perception of tourists who visit the Floating Islands of the Uros. A mixed approach was used: qualitatively, semi-structured interviews and participant observation were applied to local artisans, analyzed with Atlas.ti; quantitatively, Likert scale surveys were conducted with domestic and foreign tourists, evaluating experience, perception, satisfaction, and intention to recommend. The results show that totora reed craftsmanship is a living cultural heritage that preserves ancestral knowledge and strengthens the local economy. It is concluded that it transcends its material function, being key to the cultural identity of sustainable tourism.

Keywords: handicrafts, culture, perception, tourism, value.

Recibido: 31 enero 2026 | Aceptado: 18 febrero 2026 | Publicado: 19 febrero 2026

INTRODUCCIÓN

La pandemia de COVID-19 provocó una contracción histórica del turismo mundial, impactando con mayor severidad a los destinos culturales dependientes de la movilidad

internacional (Sigala, 2020; Gössling et al., 2020). La paralización de flujos turísticos expuso la vulnerabilidad económica y sociocultural de comunidades cuya subsistencia se vincula al patrimonio y al turismo experiencial (Hall et al., 2020; Zenker & Kock, 2020). Estas disrupciones reconfiguraron la relación entre turismo, territorio e identidad local, posicionando la resiliencia comunitaria como eje de análisis en la recuperación sectorial (Cheer, 2020; Lew et al., 2020).

En el periodo postpandemia, la reactivación turística ha priorizado modelos más sostenibles y centrados en el valor cultural del destino, impulsando enfoques de gestión que integran sostenibilidad económica, social y cultural para fortalecer la resiliencia de las comunidades anfitrionas (Gonzales Cabrera et al., 2023; Efthimiou, 2025). La literatura reciente sostiene que la competitividad de los destinos culturales depende de la autenticidad percibida, la participación comunitaria y la calidad de la experiencia simbólica del visitante (Bec et al., 2021; Duxbury et al., 2021). En este marco, la autenticidad se consolida como un determinante clave de la satisfacción turística, la conexión emocional con el destino y la adopción de comportamientos favorables por parte de los visitantes, al influir directamente en la valoración de la experiencia y en la relación simbólica con el patrimonio cultural (Rickly, 2021; Yang et al., 2023).

La artesanía de totora en las islas de los Uros es una manifestación del patrimonio inmaterial que integra saberes ancestrales y adaptación ecológica. Según Maussa Pérez y Montes Hincapié (2023), la valorización turística participativa de este patrimonio fortalece el desarrollo comunitario. No obstante, para asegurar su sostenibilidad y evitar la mercantilización, es crucial integrar las perspectivas de los actores locales (Goh & Hussin, 2025). Estas prácticas diferencian al destino mediante narrativas de autenticidad que elevan la percepción de valor cultural en el visitante (Wang, 2025).

Desde la perspectiva del visitante, la interacción directa con portadores de tradición y la observación de procesos culturales vivos contribuyen significativamente al fortalecimiento de la

percepción de autenticidad y al incremento del valor experiencial del destino (Chen & Rahman, 2021; Farmaki, 2021). Estos elementos inciden de manera directa en la satisfacción del turista, la intención de recomendación y el respaldo a las economías locales (Rasoolimanesh et al., 2022; Luo et al., 2024). Asimismo, la literatura reciente evidencia que una mayor autenticidad percibida favorece el apego al lugar y promueve comportamientos responsables y sostenibles por parte de los visitantes, reforzando su compromiso con el entorno sociocultural y patrimonial de los destinos turísticos (Zhou et al., 2022; Qiu et al., 2025).

En este contexto, la artesanía de totora en las Islas Flotantes de los Uros constituye un patrimonio cultural vivo que articula identidad, conocimiento ancestral y uso sostenible del ecosistema lacustre. Analizar la percepción turística de su valor cultural permite comprender la relación entre autenticidad, experiencia y sostenibilidad, aportando evidencia para la gestión del turismo comunitario en el altiplano peruano.

METODOLOGÍA

El estudio se desarrolló bajo un enfoque mixto, con un diseño convergente paralelo, en el cual los datos cualitativos y cuantitativos fueron recolectados de manera simultánea, analizados de forma independiente y posteriormente integrados en la fase de interpretación. Este diseño es especialmente pertinente en investigaciones de turismo cultural, ya que permite articular la comprensión profunda de los significados culturales locales con la medición empírica de la percepción del turista, fortaleciendo la validez interpretativa de los resultados mediante estrategias formales de integración metodológica (Onwuegbuzie, Forzani & Corrigan, 2023).

El componente cualitativo se abordó desde un diseño etnográfico focalizado, adecuado para analizar el valor cultural de la artesanía de totora como expresión de identidad, memoria colectiva y adaptación sociocultural frente al turismo. Participaron 20 artesanos adultos

residentes en distintas islas flotantes de los Uros, seleccionados mediante muestreo intencional por criterios, considerando experiencia artesanal, participación en actividades turísticas y diversidad generacional. El tamaño de la muestra se definió por saturación teórica, alcanzada cuando los discursos dejaron de aportar nuevas categorías analíticas relevantes, criterio ampliamente validado en estudios cualitativos basados en análisis temático (Naeem et al., 2024). La información se recopiló mediante entrevistas semiestructuradas y observación participante durante cuatro semanas, entre junio y julio de 2024. El análisis se realizó a través de análisis temático inductivo, siguiendo procesos sistemáticos de codificación, categorización y construcción de temas culturales, lo que permitió identificar patrones de significado en el contexto sociocultural estudiado (Braun & Clarke, 2021).

El componente cuantitativo se desarrolló bajo un diseño no experimental, transversal y de alcance descriptivo-correlacional. La muestra estuvo conformada por 250 turistas nacionales y extranjeros, seleccionados mediante muestreo no probabilístico por conveniencia en el punto de visita. Este tamaño muestral permitió detectar correlaciones de magnitud media ($r \approx 0.30$) con una potencia estadística superior a 0.80 y un nivel de significancia de 0.05. Se aplicó un cuestionario estructurado con escala Likert de cinco puntos, que midió autenticidad cultural percibida, valor cultural atribuido, experiencia turística, satisfacción general y disposición de compra. La validez de contenido se estableció mediante juicio de expertos y prueba piloto, mientras que la confiabilidad interna se evaluó mediante el coeficiente alfa de Cronbach (≥ 0.70). La validez factorial se verificó mediante análisis factorial exploratorio, considerando valores KMO superiores a 0.70 y significancia en la prueba de esfericidad de Bartlett ($p < 0.05$).

El análisis estadístico incluyó estadística descriptiva, prueba de normalidad de Kolmogorov–Smirnov y correlaciones Rho de Spearman, con un nivel de significancia de $p < 0.05$, procedimientos adecuados para el análisis de variables ordinales en estudios de percepción turística (Rasoolimanesh et al., 2021).

La integración de los resultados se realizó mediante triangulación por convergencia, contrastando los significados culturales expresados por los artesanos con las valoraciones reportadas por los turistas. Este procedimiento permitió identificar coincidencias y divergencias entre la valoración cultural local y la experiencia turística percibida, fortaleciendo la interpretación conjunta de los hallazgos y la coherencia explicativa del estudio, conforme a enfoques contemporáneos de integración en investigaciones con métodos mixtos (Onwuegbuzie, Forzani & Corrigan, 2023).

Para asegurar el rigor metodológico, en el componente cualitativo se consideraron criterios de credibilidad, transferibilidad y reflexividad, mientras que en el componente cuantitativo se garantizó la validez del instrumento y la confiabilidad de las mediciones. La investigación respetó los principios éticos de consentimiento informado, anonimato, confidencialidad y respeto a los saberes tradicionales del pueblo Uro, en concordancia con enfoques éticos contemporáneos para la investigación con pueblos indígenas y comunidades locales (Albuquerque et al., 2025).

Se reconoce como limitación que el uso de muestreo no probabilístico restringe la generalización estadística de los resultados y que podría existir sesgo de deseabilidad social en las respuestas de los turistas. No obstante, la integración de métodos permitió fortalecer la consistencia interpretativa y la robustez analítica del estudio.

RESULTADOS

Tabla 1.

Relación entre objetos de artesanía de totora, valor cultural y percepción del turista

Objeto de artesanía de totora	Valor cultural (Variable 1)	Percepción del turista (Variable 2)
Islas flotantes	Representan la identidad histórica y la adaptación ancestral del pueblo Uro al ecosistema lacustre; simbolizan memoria colectiva, conocimiento tradicional y continuidad cultural.	Son percibidas como un atractivo auténtico, único y exótico; generan interés cultural, admiración y alta valoración de la experiencia vivencial.
Embarcaciones o balsas de totora	Constituyen un saber ancestral vinculado al transporte, la pesca y la relación espiritual con el lago Titicaca.	Son valoradas como símbolo icónico del destino; fortalecen la percepción de autenticidad y tradición cultural.
Miniaturas de balsas de totora	Expresan la transmisión simbólica de la cultura Uro y la resignificación de elementos tradicionales en contextos contemporáneos.	Son percibidas como souvenirs representativos y memorables, asociados a la identidad del lugar visitado.
Viviendas de totora	Reflejan la organización social, el uso sostenible de recursos naturales y el modo de vida comunitario.	Generan curiosidad y valoración por el estilo de vida tradicional; refuerzan la percepción de turismo cultural y comunitario.
Esteras o colchones de totora	Evidencian prácticas domésticas tradicionales y conocimientos ecológicos transmitidos inter generacionalmente.	Son percibidas como elementos funcionales y ecológicos que refuerzan la autenticidad del entorno cultural.
Canastas y recipientes de totora	Representan el uso cotidiano de la totora en actividades domésticas y productivas, vinculadas a la autosuficiencia cultural.	Son valorados como artesanía utilitaria, sostenible y hecha a mano, con percepción positiva de calidad artesanal.
Figuras decorativas de totora	Simbolizan la creatividad cultural y la adaptación de la artesanía tradicional al mercado turístico.	Son percibidas como objetos estéticos y representativos, influyendo en la satisfacción y recuerdo del viaje.
Tapetes y tejidos simples	Reflejan técnicas tradicionales de tejido y uso integral de la totora como recurso cultural.	Son apreciados por su carácter ecológico y artesanal, influyendo en la percepción de turismo sostenible.
Souvenirs artesanales de totora	Representan la mercantilización cultural controlada y la resignificación del patrimonio para la subsistencia económica.	Influyen directamente en la satisfacción del turista y en su percepción del valor cultural del destino.

Los resultados del análisis cualitativo evidencian que la artesanía de totora asegura un papel central en la vida sociocultural y económica de las islas de los Uros, configurándose como un elemento articulador entre identidad cultural, transmisión de conocimientos ancestrales y dinámica turística.

Tabla 2

Análisis de entrevista de según categorías de investigación.

Categoría	Subcategoría	Código	Indicadores	Preguntas asociadas	Evidencia empírica (respuestas de los entrevistados)	Interpretación analítica
Valor cultural de la artesanía de totora	Significado cultural	VC1	Importancia cultural, identidad, subsistencia	P1, P5 P1. ¿Qué significado cultural tiene para usted la artesanía elaborada con totora? P5. ¿De qué manera la artesanía contribuye a la identidad cultural del pueblo Uros?	“Es muy importante para la vida, porque elaboramos y vendemos”; “Nos identificamos y mantenemos nuestra cultura”.	La artesanía de totora es percibida como un elemento central de la identidad cultural y, al mismo tiempo, como un medio de subsistencia. Esta doble función refuerza su valor simbólico y social dentro de la comunidad Uro.
	Conocimiento ancestral	VC2	Saberes heredados, tradición oral, técnicas tradicionales	P2, P3 P2. ¿Qué conocimientos ancestrales se transmiten a través de esta actividad? P3. ¿Cómo se aprende y quiénes participan	“Rescatamos desde la construcción manual de la totora seca resistente”; “Participan varones desde los 13 años”.	La producción artesanal se basa en conocimientos ancestrales transmitidos de forma práctica y oral, evidenciando la continuidad de técnicas

	Simbolismo cultural	VC3	Símbolos, cosmovisión, representaciones culturales	en la elaboración de la artesanía? P4 ¿Qué símbolos, historias o tradiciones están presentes en los productos de totora?	"La balsa de totora es lo más representativo"; "Diseñamos fauna silvestre y cabezas de puma".	tradicionales vinculadas al entorno lacustre. Los objetos artesanales incorporan símbolos ligados a la cosmovisión andina y al ecosistema del lago, reforzando el carácter identitario y representativo de la artesanía.
Conservación cultural	Transmisión generacional	CC1	Enseñanza familiar, participación juvenil	P6 . ¿Cómo se está transmitiendo este conocimiento a las nuevas generaciones?	"Enseñamos a nuestros hijos para no perder esta costumbre".	La transmisión intergeneracional se configura como una estrategia clave para la conservación cultural, asegurando la continuidad de la tradición artesanal en el tiempo.
	Riesgos culturales	CC2	Pérdida de identidad, contaminación, degradación ambiental	P9 ¿Qué riesgos existen para la conservación de esta tradición?	"Perder nuestra identidad"; "La contaminación y quema de totora".	Los entrevistados identifican amenazas tanto culturales como ambientales, lo que evidencia la vulnerabilidad de la tradición frente a procesos externos no regulados.

Artesanía de totora y turismo	Influencia del turismo	AT1	Cambios en producción, impacto económico	P7. ¿Qué cambios ha generado el turismo en la producción artesanal?	“Es bueno porque gracias a ellos ganamos plata”.	El turismo es percibido como un factor positivo, principalmente por su contribución económica, influyendo en la continuidad de la producción artesanal. La percepción de valoración por parte del turista refuerza la autoestima cultural de los artesanos y legitima socialmente la práctica artesanal. Se evidencia la necesidad de políticas públicas y acciones educativas que fortalezcan el valor cultural de la artesanía frente al crecimiento del turismo.
	Valoración del turista	AT2	Reconocimiento cultural, respeto, apreciación	P8 ¿Considera que los turistas valoran el significado cultural de la artesanía? Explique.	“Sí aprecian nuestro trabajo y se lo llevan de recuerdo”.	
	Fortalecimiento cultural	AT3	Apoyo institucional, educación intercultural	P10. ¿Qué acciones permitirían fortalecer el valor cultural de la artesanía frente al turismo?	“Apoyo del gobierno local, empresas privadas y educación intercultural”.	

En la Tabla 2 en relación al valor cultural de la artesanía de totora y desde la perspectiva de los entrevistados, la artesanía elaborada con totora posee un significado cultural profundo, estrechamente vinculado a la identidad colectiva y a la subsistencia cotidiana. Los participantes resaltan que esta actividad no solo representa una herencia cultural transmitida por los antepasados, sino también un medio que permite sostener la vida familiar mediante su comercialización. Esta doble dimensión cultural y económica que refuerza a la actividad de la artesanía dentro de la estructura social de las Islas de los Uros, evidenciando que el valor

cultural no se limita a lo simbólico, sino que se materializa en prácticas concretas de sobrevivencia.

Asimismo, los discursos revelan que la elaboración artesanal se sustenta en conocimientos ancestrales, transmitidos principalmente de forma oral y práctica. La construcción manual de embarcaciones, viviendas y objetos utilitarios demuestra la continuidad de técnicas tradicionales adaptadas al entorno lacustre. La participación temprana de los varones en la producción y de las mujeres en la comercialización refleja una organización social tradicional que contribuye a la preservación del saber cultural, consolidando la artesanía como una práctica comunitaria y no individual.

En cuanto al simbolismo cultural, los entrevistados identifican a la balsa de totora como el objeto más representativo de su cultura, asociado históricamente a la pesca y a la movilidad en el lago Titicaca. Además, la incorporación de figuras de fauna local y símbolos como la cabeza de puma evidencia la presencia de elementos de la cosmovisión andina en los productos artesanales. Estos símbolos no solo refuerzan la identidad cultural, sino que también permiten comunicar visualmente la historia y el vínculo espiritual de Islas de los Uros con su entorno natural.

En relación a la conservación cultural y transmisión generacional, constituye una estrategia fundamental para la conservación de la artesanía de totora. Los entrevistados enfatizan la enseñanza directa a los hijos como una forma de asegurar la continuidad de la tradición y evitar su desaparición en el tiempo. Este proceso de aprendizaje familiar fortalece los lazos culturales y garantiza la permanencia del conocimiento ancestral en las nuevas generaciones.

No obstante, también se identifican riesgos significativos para la conservación cultural, entre los cuales destacan la posible pérdida de identidad, la contaminación del lago y la quema indiscriminada de totora. Estas amenazas evidencian una preocupación latente por la

sostenibilidad de la práctica artesanal y por la preservación del recurso natural que sustenta la cultura de los Uros. La percepción de estos riesgos revela una conciencia cultural crítica frente a los impactos externos que pueden debilitar la continuidad de la tradición.

En relación a la artesanía de totora y percepción del turismo los entrevistados perciben mayoritariamente su influencia como positiva, especialmente por los beneficios económicos derivados de la venta de artesanías. El turismo se configura como un incentivo para mantener la producción artesanal, contribuyendo a su continuidad y visibilización. Esta valoración económica no reemplaza el significado cultural, sino que lo complementa, generando una resignificación de la artesanía en el contexto turístico.

Asimismo, los participantes consideran que los turistas valoran y respetan el trabajo artesanal, especialmente cuando adquieren los productos como recuerdos culturales. Esta percepción de reconocimiento externo fortalece la autoestima cultural de los artesanos y legitima socialmente su práctica tradicional. Sin embargo, los entrevistados manifiestan la necesidad de acciones concretas para fortalecer el valor cultural de la artesanía frente al turismo, señalando el rol del gobierno local, las empresas privadas y la educación intercultural. Estas propuestas evidencian que, si bien el turismo genera beneficios, su sostenibilidad depende de políticas públicas y estrategias educativas que protejan la identidad cultural y el recurso natural.

De todo el contexto de las entrevistas, los resultados indican que la artesanía de totora actúa como un puente entre el pasado y el presente, articulando conocimiento ancestral, identidad cultural y percepción del turista. La valoración positiva del visitante contribuye al fortalecimiento cultural; sin embargo, persisten riesgos que requieren una gestión integral del turismo cultural. Por tanto, el reconocimiento y preservación del valor cultural de la artesanía de totora resultan fundamentales para garantizar un desarrollo turístico sostenible y respetuoso en las Islas Flotantes de los Uros.

Tabla 3.*Dimensión 1: Experiencia turística.*

Indicadores						TOTAL
	Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	
	11	22	23	54	55	
Mi experiencia al conocer la artesanía de totora fue satisfactoria.	0	8	30	89	123	250
La demostración del proceso artesanal enriqueció mi visita.	0	3	12	137	98	250
La artesanía de totora hizo más interesante el recorrido turístico.	13	10	15	118	94	250
La interacción con los artesanos mejoró mi experiencia de viaje.	0	0	11	128	111	250
Promedio	3	5	17	118	107	250
Porcentaje de escala	1	2	7	47	43	100
Porcentaje general	1%	2%	7%	90%		100

En la tabla 3 los resultados de la dimensión 1: La experiencia turística evidencia una percepción ampliamente favorable del turista hacia la artesanía de totora y las actividades asociadas en las Islas Flotantes de los Uros. De manera global, el 90% de los encuestados se concentra en los niveles “De acuerdo” (47%) y “Totalmente de acuerdo” (43%), lo que confirma que la experiencia turística vivida es altamente satisfactoria y significativa. En contraste, solo el 3% manifiesta algún nivel de desacuerdo y el 7% mantiene una posición neutral, lo cual indica una aceptación generalizada del componente cultural del destino.

En relación a la satisfacción con la experiencia artesanal, el 84,8% de los turistas expresó una valoración positiva respecto a la experiencia de conocer la artesanía de totora, lo que se explica porque esta práctica no se presenta como un producto aislado, sino como una expresión cultural viva integrada a la vida cotidiana del pueblo Uros. La satisfacción del visitante surge del contacto directo con una tradición ancestral que mantiene vigencia, permitiendo comprender cómo la totora sostiene la vivienda, la movilidad y la subsistencia de la comunidad. Por ello, la experiencia resulta auténtica y emocionalmente significativa.

La importancia de la demostración del proceso artesanal, alcanza una valoración positiva del 94%, reflejando que el turista valora especialmente el aprendizaje cultural durante la visita. El alto nivel de la escala “de acuerdo” se debe a que observar el proceso de transformación de la totora permite comprender el esfuerzo, el conocimiento transmitido y la relación histórica con el entorno natural. Esta vivencia convierte la visita en una experiencia educativa y genera respeto hacia la cultura local, fortaleciendo la percepción positiva del destino.

En referencia a la artesanía de totora es más interesante el recorrido turístico, el 84,8% de los encuestados manifestó acuerdo o total acuerdo. Este resultado se explica porque la artesanía dota al recorrido de contenido simbólico y narrativo, evitando que la experiencia se limite a la contemplación paisajística. La presencia de la artesanía permite al turista comprender la historia, la cosmovisión y la adaptación cultural de las Islas de los Uros, haciendo que el recorrido resulte más atractivo y memorable.

Otro aspecto relevante es la interacción con los artesanos que es valorado, equivalente al 95,6% de aceptación positiva. Este resultado se debe a que el contacto directo con los portadores de la cultura genera empatía, confianza y conexión humana, elementos fundamentales en el turismo cultural contemporáneo. La interacción permite al visitante reconocer el valor humano detrás de cada pieza artesanal, transformando la compra en un acto de reconocimiento cultural más que en una transacción comercial.

Desde la esencia del estudio, los resultados confirman que la percepción del turista se construye a partir de experiencias auténticas basadas en la interacción cultural, el aprendizaje vivencial y el respeto por el conocimiento ancestral. La alta valoración porcentual demuestra que la artesanía de totora cumple una doble función: fortalece la identidad cultural de la Isla de los Uros y actúa como un recurso turístico diferenciador que incrementa la satisfacción del visitante.

Tabla 4.*Calidad percibida.*

Indicadores						TOTAL
	Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	
	11	22	23	54	55	
La artesanía de totora presenta buena calidad.	0	0	45	146	59	250
Los productos están bien elaborados y son duraderos.	0	0	58	120	72	250
La presentación de la artesanía es atractiva para los turistas.	0	0	60	99	91	250
La variedad de productos de totora es adecuada.			34	76	140	250
Promedio	0	0	49	110	91	250
Porcentaje de escala	0	0	20	44	36	100
Porcentaje general	0	0	20%	90%		100

En la tabla 4, los resultados correspondientes a la dimensión 2 la calidad percibida evidencia una valoración altamente positiva por parte de los turistas respecto a la artesanía de totora elaborada en las Islas Flotantes de los Uros. De manera global, el 90% de los encuestados se concentra en los niveles “De acuerdo” (44%) y “Totalmente de acuerdo” (36%), lo que refleja una percepción sólida y favorable de la calidad de los productos artesanales. Asimismo, se observa que no existen respuestas en los niveles de desacuerdo, lo cual refuerza la consistencia de esta valoración positiva; mientras que el 20% mantiene una posición neutral.

La percepción de la calidad general de la artesanía en el ítem “La artesanía de totora presenta buena calidad”, el 82% de los turistas manifestó acuerdo o total acuerdo. Este resultado se explica porque los productos de totora responden a técnicas tradicionales consolidadas, transmitidas de generación en generación, lo que garantiza estándares estables de elaboración. La percepción de calidad no se limita al acabado estético, sino que incluye el reconocimiento del conocimiento ancestral y del dominio técnico que poseen los artesanos.

Para la elaboración y durabilidad de los productos respecto al ítem “Los productos están bien elaborados y son duraderos”, el 76,8% de los encuestados expresó una valoración positiva. Este resultado se debe a que la totora, como material natural, es adecuadamente seleccionada, secada y trabajada mediante técnicas tradicionales que aseguran resistencia y funcionalidad. La durabilidad percibida refuerza la confianza del turista en el producto, legitimando su valor más allá de lo simbólico y posicionándolo como un bien cultural utilitario.

En relación al atractivo de la presentación artesanal, el 76% de los turistas manifestó de acuerdo o total de acuerdo. Este resultado sugiere que, además del valor cultural, existe un esfuerzo por adaptar la presentación de los productos a las expectativas del mercado turístico, sin perder su identidad tradicional. La presentación atractiva facilita la apreciación estética y favorece la decisión de compra, fortaleciendo la percepción global de calidad.

En el ítem “La variedad de productos de totora es adecuada” presenta la mayor valoración positiva, con un 86,4% de acuerdo o total acuerdo. Este resultado se explica porque la diversidad de objetos artesanales utilitarios, decorativos y simbólicos permite atender distintos intereses y preferencias del turista. La variedad percibida refleja la capacidad creativa y adaptativa de los artesanos, quienes incorporan nuevas formas y diseños sin desvincularse de la tradición cultural.

Por tanto, la esencia de los resultados de esta dimensión, confirman que la calidad percibida de la artesanía de totora constituye un factor determinante en la percepción positiva del turista. La alta valoración porcentual no responde únicamente a criterios estéticos o comerciales, sino al reconocimiento implícito del conocimiento ancestral, la técnica artesanal y la identidad cultural que sustentan cada producto.

Tabla 5.*Satisfacción del turista.*

Indicadores						TOTAL
	Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	
	1	2	3	4	5	
Me siento satisfecho con la artesanía de totora adquirida u observada.	0	0	16	49	185	250
La artesanía de totora cumplió mis expectativas.	0	0	21	90	139	250
Considero positiva la experiencia cultural vivida en las islas.	0	0	23	179	48	250
La visita a las Islas de los Uros valió la pena por su valor cultural.	0	0	17	47	186	250
Promedio	0	0	9	91	40	250
Porcentaje de escala	0	0	8	37	56	100
Porcentaje general	0	0	8%	93%		100

En la tabla 5 los resultados correspondientes a la dimensión 3, la satisfacción del turista evidencia un nivel de satisfacción extraordinariamente alto respecto a la experiencia cultural vinculada a la artesanía de totora y la visita a las Islas Flotantes de los Uros. De manera global, el 93% de los encuestados se concentra en los niveles “De acuerdo” (37%) y “Totalmente de acuerdo” (56%), sin registrarse respuestas en los niveles de desacuerdo. Este patrón confirma que la experiencia turística no solo cumple, sino que supera las expectativas del visitante.

En el ítem “Me siento satisfecho con la artesanía de totora adquirida u observada”, el 93,6% de los turistas manifestó una valoración positiva (19,6% de acuerdo y 74% totalmente de acuerdo). Este resultado se explica porque la artesanía de totora no es percibida únicamente como un souvenir, sino como una expresión cultural auténtica que simboliza la identidad de los Uros. La satisfacción surge del reconocimiento del valor cultural, del trabajo manual y del significado simbólico que acompaña a cada pieza.

Respecto al ítem “La artesanía de totora cumplió mis expectativas”, el 91,6% de los encuestados expresó acuerdo o total acuerdo. Este resultado indica que las expectativas

previas del visitante en relación con autenticidad, calidad y significado cultural y fueron satisfechas de manera efectiva. El porqué de este cumplimiento radica en la coherencia entre el discurso turístico y la experiencia real, donde la artesanía mantiene su esencia tradicional y evita la artificialización cultural.

En el ítem “Considero positiva la experiencia cultural vivida en las islas”, el 90,8% de los turistas manifestó una valoración positiva. Este resultado se explica porque la visita a las islas no se limita a la observación, sino que incluye interacción, aprendizaje y contacto directo con los portadores de la cultura. La experiencia cultural se percibe como genuina, participativa y respetuosa, lo que fortalece la satisfacción global del visitante.

El ítem “La visita a las Islas de los Uros valió la pena por su valor cultural” alcanzó uno de los niveles más altos de satisfacción, con un 93,2% de acuerdo o total acuerdo. Este resultado confirma que el principal atractivo del destino no es únicamente paisajístico, sino eminentemente cultural. El turista percibe que la visita aporta conocimiento, significado y conexión cultural, elementos esenciales para una experiencia turística memorable.

Por tanto, la esencia del estudio, los resultados demuestran que la satisfacción del turista es consecuencia directa de la articulación entre valor cultural de la artesanía, calidad percibida y experiencia turística vivencial. La alta satisfacción no responde a factores superficiales, sino a la posibilidad de experimentar una cultura viva que mantiene coherencia entre tradición, práctica cotidiana y oferta turística.

Tabla 6.*Intención de recomendación.*

Indicadores	Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo	TOTAL
	1	2	3	4	5	
Recomendaría visitar las Islas de los Uros por su artesanía de totora.	0	0	21	180	49	250
Recomendaría la compra de artesanía de totora a otros turistas.	0	0	11	49	190	250
Volvería a visitar las Islas de los Uros por su riqueza cultural.	0	0	40	199	11	250
Compartiría mi experiencia cultural con otras personas.	0	0	0	190	60	250
Promedio	0	0	18	155	78	250
Porcentaje de escala	0	0	7	62	31	100
Porcentaje general	0	0	7%	93%		100

En la tabla 6 en relación a la recomendación por la artesanía de totora, el 93% está "De acuerdo" y un 7% es neutral. Esto indica que la artesanía es un motor fuerte de recomendación, aunque la mayoría se mantiene en un nivel de acuerdo moderado. En el Ítem 14: Recomendación de compra de artesanía Es el ítem con mayor nivel de entusiasmo. El 76% (190 personas) está "Totalmente de acuerdo". Esto sugiere que la calidad o el valor percibido de los productos físicos es tan alto que los turistas se sienten muy seguros al incentivar a otros a comprar.

En el ítem 15: Volvería a visitar por riqueza cultural Aquí observamos el nivel de neutralidad más alto de la tabla (16% o 40 personas). Si bien el 79.6% está "De acuerdo", solo el 4.4% está "Totalmente de acuerdo". Esto podría indicar que, aunque la cultura es apreciada, la intención de repetir el viaje es menos intensa que la intención de recomendarlo a otros.

El argumento principal derivado de esta tabla es que las Islas de los Uros poseen un alto valor de lealtad y promoción por parte del visitante. La intención de recomendación es un indicador clave de la calidad del servicio y del producto turístico. El hecho de que el 93% tenga

una disposición positiva hacia la recomendación sugiere que: la artesanía de totora es el activo más tangible y valorado, siendo el principal impulsor de la recomendación de compra.

Existe un efecto de "boca a boca" garantizado, ya que el ítem 16 muestra que todos los turistas planean compartir su experiencia. Rescata la oportunidad de mejora en fidelización: El ítem 15 sugiere que, aunque la gente recomienda el lugar, la intención de regresar no es tan fuerte como la de recomendar. Esto es común en destinos de "lista de deseos" (bucket list), donde el turista siente que ya "conoció lo que debía conocer".

La esencia de la investigación se sustenta en que la artesanía de totora no solo representa un bien material, sino un símbolo cultural identitario que fortalece la experiencia turística, genera satisfacción y promueve conductas favorables como la recomendación, la recompra y el retorno al destino. La intención de recomendación actúa, por tanto, como un resultado directo de la valoración cultural, demostrando que cuando el turista percibe autenticidad, tradición y significado cultural, se convierte en un promotor activo del destino.

DISCUSIÓN

Los resultados obtenidos en la dimensión Experiencia turística coinciden con estudios recientes que destacan la importancia de los productos culturales locales como elementos que generan satisfacción y significado en las experiencias turísticas. En consonancia con estos resultados, investigaciones han demostrado que la autenticidad percibida actúa como un antecedente significativo de la calidad de la experiencia y la satisfacción del visitante en contextos de patrimonio cultural (Zhu, 2025), ya que potencia la resonancia emocional y el compromiso cognitivo con el destino cultural. Asimismo, estudios aplicados a turismo de patrimonio han encontrado que la autenticidad y la estética del entorno influyen directamente en la valoración global del visitante y en su intención de generar recomendaciones positivas (Yi et al., 2025). Los altos niveles de acuerdo registrados en los ítems sobre interacción con

artesanos y demostración del proceso manual reflejan esta relación entre autenticidad, percepción sensorial y calidad de la experiencia.

Además, la literatura contemporánea sobre co-creación de experiencias turísticas enfatiza que la inmersión, interacción y novedad son dimensiones clave que impulsan el valor experiencial del turista cuando participan activamente en prácticas culturales (Campos et al., 2024). Esto se alinea con los resultados presentados, donde la mayoría de los turistas indicó que el proceso artesanal de totora no solo enriqueció su visita, sino que también funcionó como un mecanismo de aprendizaje cultural profundo y reconocimiento del patrimonio local. De manera similar, estudios empíricos han confirmado que experiencias culturales ricas incrementan la satisfacción y las intenciones de comportamiento positivo, como la recomendación y la lealtad hacia el destino (Qin & Zhang, 2025).

Por otro lado, las investigaciones sobre turismo inmersivo muestran que el involucramiento emocional y social del visitante con prácticas culturales vivas intensifica la percepción de autenticidad, lo que a su vez fortalece la satisfacción y la valoración subjetiva de la experiencia turística (Uslu, 2024). Esto es congruente con los hallazgos de este estudio, donde la interacción directa con los artesanos se valoró como un aspecto esencial de la experiencia cultural. Además, en el contexto del turismo de patrimonio, se ha documentado que una experiencia auténtica no solo incremental la satisfacción, sino también influye en la formación de comportamientos leales y promocionales, reforzando la vinculación emocional del turista con la comunidad anfitriona (Hu et al., 2025).

Analíticamente, estos resultados sugieren que la percepción positiva generalizada hacia la artesanía de totora como producto cultural no se reconoce únicamente por su materialidad, sino también por su capacidad para articular elementos simbólicos, estéticos y educativos en la experiencia turística. Esta conclusión está respaldada por estudios que identifican que la integración de atributos culturales auténticos en la oferta turística mejora la calidad de la

experiencia y la intención de recomendación (Manojlović et al., 2025). De igual forma, investigaciones recientes han resaltado que las experiencias memorables, construidas a partir de interacciones significativas con la cultura local, consolidan resultados positivos tanto en satisfacción como en el comportamiento posterior al viaje (Qin & Zhang, 2025).

En síntesis, los resultados del estudio refuerzan el rol de la autenticidad cultural y la interacción activa como motores de experiencias turísticas significativas y satisfactorias. La artesanía de totora no solo cumple una función física o utilitaria, sino que se configura como un recurso simbólico y vivencial que articula identidad, memoria colectiva y aprendizaje cultural, aportando evidencia empírica sobre cómo estos componentes fortalecen la relación entre autenticidad, experiencia y desarrollo sostenible en destinos comunitarios del altiplano peruano.

CONCLUSIONES

La artesanía de totora constituye un patrimonio cultural vivo que expresa de manera integral la identidad, la memoria colectiva y los conocimientos ancestrales del pueblo Uro. Los resultados evidencian que esta práctica artesanal no solo cumple una función simbólica y representativa, sino que también se articula con la subsistencia económica y la organización social de la comunidad. La transmisión intergeneracional de saberes, el simbolismo presente en los objetos artesanales y el uso sostenible de la totora consolidan su alto valor cultural, posicionándola como un elemento clave para la conservación de la identidad cultural y la resiliencia sociocultural de las Islas Flotantes de los Uros.

La percepción del turista respecto a la artesanía de totora es altamente positiva, manifestándose en elevados niveles de satisfacción, calidad percibida y valoración de la experiencia turística. Los turistas reconocen la autenticidad cultural, el significado simbólico y la calidad artesanal de los productos, especialmente cuando existe interacción directa con los artesanos y demostración del proceso de elaboración. Esta percepción favorable confirma que

la experiencia turística basada en la artesanía de totora trasciende lo estético y comercial, convirtiéndose en una experiencia cultural significativa que fortalece el aprendizaje, la conexión emocional con el destino y la apreciación del patrimonio cultural inmaterial

Existe una relación directa y complementaria entre el valor cultural de la artesanía de totora y la percepción positiva del turista. Los resultados demuestran que cuanto mayor es el reconocimiento del significado cultural, la autenticidad y el conocimiento ancestral asociados a la artesanía, mayor es la satisfacción del visitante, su intención de recomendación y su disposición a promover el destino. En este sentido, la artesanía de totora actúa como un recurso articulador entre identidad cultural y desarrollo turístico, evidenciando que la valorización del patrimonio cultural local fortalece la sostenibilidad del turismo cultural en las Islas Flotantes de los Uros en el contexto postpandemia.

Declaración de conflicto de intereses

Los autores declaramos no tener ningún conflicto de intereses.

Declaración de contribución a la autoría

Jaime Huaracha Velasquez, realizo el proyecto de investigación a partir de la conceptualización y administración.

Rosario María Mamani Miranda, fortalece la redacción del borrador original del artículo

Iván Grover Sánchez Mamani, fortalece la redacción a partir de la revisión y edición del artículo.

Declaración de uso de inteligencia artificial

Los autores declaramos que utilizamos la inteligencia artificial como apoyo para este artículo, el trabajo fue producto de un trabajo intelectual de equipo y no ha sido publicado en ninguna plataforma electrónica.

REFERENCIAS

Albuquerque, UP, Nóbrega Alves, RR, y Ferreira Júnior, WS (2025).

El desafío contemporáneo para la investigación ética que involucra el conocimiento de los pueblos indígenas y las comunidades locales, así como de los afrodescendientes y otros grupos marginados, minoritarios o minorizados. *Revista de Etnobiología y Etnomedicina*, 21 (1), Artículo 774.

<https://doi.org/10.1186/s13002-025-00774-4>

Bec, A., Moyle, B., Timms, K., Schaffer, V., Skavronskaya, L., & Little, C. (2021). Management of immersive heritage tourism experiences: A conceptual model. *Tourism Management*, 86, 104345. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2021.104345>

Braun, V., & Clarke, V. (2021). To saturate or not to saturate? Questioning data saturation as a useful concept for thematic analysis and sample-size rationales. *Qualitative Research in Sport, Exercise and Health*, 13(2), 201–216.

<https://doi.org/10.1080/2159676X.2019.1704846>

Campos, A., Mendes, J., do Valle, P. O., & Scott, N. (2024). Co-creation of the tourist experience. *Tourism Management Perspectives*, 51, 101212.

<https://doi.org/10.1016/j.tmp.2023.101212>

Cheer, J. M. (2020). Human flourishing, tourism transformation and COVID-19: A conceptual touchstone. *Tourism Geographies*, 22(3), 514–524.

<https://doi.org/10.1080/14616688.2020.1765016>

Chen, H., & Rahman, I. (2021). Cultural tourism: An analysis of engagement, cultural contact, memorable experiences and destination loyalty. *Tourism Management Perspectives*, 37, 100781. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2020.100781>

- Duxbury, N., Bakas, F. E., de Castro, T. V., & Silva, S. (2021). Creative tourism development models towards sustainable and regenerative tourism. *Sustainability*, 13(1), 2. <https://doi.org/10.3390/su13010002>
- Efthimiou, S. G. (2025). The trends of tourism sector after COVID-19 period. **Central Balkan Review*, 6*(1), Article 12. <https://doi.org/10.22495/cbsrv6i1art12>
- Farmaki, A. (2021). Memoria y olvido en la investigación de crisis turísticas. *Gestión Turística*, 83, Artículo 104210. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2020.104210>
- Goh, H. C., & Hussin, H. (2025). Stakeholders' perspectives of intangible cultural heritage tourism: A systematic review. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 64, 101303. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2025.101303>
- Gonzales Cabrera, S. T., Panca Humpiri, L. V., & Calsin Turpo, J. R. (2023). Perspectiva de reactivación turística peruana basada en los principios de la sostenibilidad de destinos en tiempos de pandemia. **Ateliê Geográfico*, 17*(2), 58–75. <https://doi.org/10.5216/ag.v17i2.73968>
- Gössling, S., Scott, D., & Hall, C. M. (2020). Pandemics, tourism and global change. *Journal of Sustainable Tourism*, 29(1), 1–20. <https://doi.org/10.1080/09669582.2020.1758708>
- Hall, C. M., Scott, D., & Gössling, S. (2020). Pandemics, transformations and tourism. *Tourism Geographies*, 22(3), 577–598. <https://doi.org/10.1080/14616688.2020.1759131>
- Hu, Y. (2025). The influence of exhibition interactivity on tourist satisfaction and loyalty. *Sustainability*, 17(17), 7720. <https://doi.org/10.3390/su17177720>
- Lew, A. A., Cheer, J. M., Haywood, M., Brouder, P., & Salazar, N. B. (2020). Visions of travel and tourism after COVID-19. *Tourism Geographies*, 22(3), 455–466. <https://doi.org/10.1080/14616688.2020.1770326>

- Luo, L., Chen, J., Cheng, Y., & Cai, K. (2024). Empirical Analysis on Influence of Authenticity Perception on Tourist Loyalty in Historical Blocks in China. *Sustainability*, 16(7), 2799. <https://doi.org/10.3390/su16072799>
- Manojlović, M., Stanovčić, T. y Perović, Đ. (2025). Efectos de la experiencia del turismo cultural en el comportamiento turístico: EnSAGE Open . <https://doi.org/10.1177/21582440251397318>
- Maussa Pérez, F. O., & Montes Hincapié, J. M. (2023). Patrimonio cultural inmaterial y ecosistemas creativos: una revisión de literatura. *Revista Finanzas y Política Económica*, 15(2), 517–535. <https://doi.org/10.14718/revfinanzpolitecon.v15.n2.2023.9>
- Naeem, M., Ozuem, W., Howell, K. y Ranfagni, S. (2024). Desmitificación y actualización de la saturación de datos en la investigación cualitativa mediante el análisis temático. *Revista Internacional de Métodos Cualitativos*, 23, 1–17. <https://doi.org/10.1177/16094069241229777>
- Onwuegbuzie, AJ, Forzani, E. y Corrigan, JA (2023). Una revisión sistemática completamente integrada de la investigación basada en diseño con métodos mixtos. *Journal of Mixed Methods Studies*, 8 , 24–51. <https://doi.org/10.59455/jomes.34>
- Qin, L., & Zhang, H. (2025). Impact of rich cultural tourism experience on tourist satisfaction and behavioral intentions. *PLOS ONE*, 20(11), e0336220. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0336220>
- Qiu, N., Wu, J., Li, H., Pan, C. y Guo, J. (2025). Relación entre la autenticidad percibida, el apego al lugar y el comportamiento ambiental de los turistas en el patrimonio industrial. *Sustainability*, 17 (11), 5152. <https://doi.org/10.3390/su17115152>

- Rasoolimanesh, S. M., Seyfi, S., Rastegar, R., & Hall, C. M. (2022). Destination image during crises. *Tourism Management Perspectives*, 43, 100996.
<https://doi.org/10.1016/j.tmp.2022.100996>
- Rasoolimanesh, S. M., Seyfi, S., Rather, R. A., & Hall, C. M. (2021). Investigating the mediating role of visitor satisfaction in the relationship between memorable tourism experiences and behavioral intentions in heritage tourism context. *Tourism Review*.
<https://doi.org/10.1108/TR-02-2021-0086>
- Rickly, J. (2021). Authenticity and tourism. *Annals of Tourism Research*, 86, 103059.
<https://doi.org/10.1016/j.annals.2020.103059>
- Sigala, M. (2020). Tourism and COVID-19. *Journal of Business Research*, 117, 312–321.
<https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.06.015>
- Wang, J. (2025). The intangible cultural heritage of local tourism through spatial distribution characteristics. *Computational Urban Science*, 5, 68. <https://doi.org/10.1007/s43762-025-00228-3>
- Yang, L., Hu, X., Lee, HM y Zhang, Y. (2023).
Los impactos de la autenticidad percibida y el valor percibido de los ecoturistas
Sostenibilidad, 15 (2), 1551. <https://doi.org/10.3390/su15021551>
- Yi, X. (2025). Investigating the impact of tourists' perceived authenticity and aesthetics on word-of-mouth in cultural heritage sites. *Tourism Management*, 111, 105167.
<https://doi.org/10.1016/j.tourman.2025.105167>
- Zenker, S. y Kock, F. (2020). El coronavirus *Gestión Turística*, 81, 104164.
<https://doi.org/10.1016/j.tourman.2020.104164>
- Zhou, G., Chen, W. y Wu, Y. (2022). Investigación sobre el efecto de la autenticidad en la intención de visitar en el turismo patrimonial. *Frontiers in Psychology*, 13, 883380.
<https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.883380>

Zhu, P. (2025). Experience economy and authenticity in heritage tourism: A multi-dimensional approach. *Acta Psychologica*, 257, 105118. <https://doi.org/10.1016/j.actpsy.2025.105118>