



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**

**ESCUELA PROFESIONAL DE  
ADMINISTRACIÓN EN TURISMO Y  
HOTELERÍA**

“Análisis del turismo cultural en el distrito de Barranco desde la perspectiva del turista nacional, 2019”

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:  
LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN EN TURISMO Y HOTELERÍA**

**AUTORA:**

Saenz Aquije, Stheffany Mercedes (orcid.org/0000-0002-5333-7606)

**ASESORA:**

Mgtr Janampa Gómez, Glady Guissela (orcid.org/0000-0003-3663-3064)

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN**

Gestión Turística

**LIMA- PERÚ**

**2019**

## **Dedicatoria**

El presente trabajo de investigación está dedicado a mi madre por apoyarme a lograr mis metas y ayudándome a no rendirme, a mis abuelos por que fueron mi motivación a seguir adelante y gracias por el amor que me dieron, que ahora no están presentes físicamente conmigo, pero guían mis pasos. Y finalmente gracias a mi familia mi hermana y mamá por los momentos felices y tristes que pasé durante el proceso de mi trabajo de investigación.

### **Agradecimiento**

Agradezco a Dios, por guiarme y acompañarme en el transcurso de mi vida, a mi asesora y profesores por el conocimiento compartido, por su tiempo y paciencia brindada en todo momento; por la motivación para culminar mis estudios profesionales. Pero sobre todo por motivarme a continuar investigando, yendo varias veces al distrito de Barranco y poder contribuir con el desarrollo del turismo cultural.

## RESUMEN

El objetivo de esta investigación es conocer el turismo cultural en el distrito de Barranco desde la perspectiva del turista nacional, 2019.

Este estudio fue de campo, en esta investigación se usó las técnicas de recolección de datos como son las entrevistas a profundidad, que facilitaron el conocimiento del turismo cultural.

Los entrevistados fueron diez personas, entre ellos 1 guía turístico, 4 personas de la tercera edad y 4 jóvenes que residen en el distrito de Barranco, 1 persona que trabaja en la municipalidad de Barranco, ya que ellos visualizan el turismo que se realiza en Barranco y pudieron brindar una información real y precisa.

Finalmente, los resultados obtenidos demostraron que los turistas nacionales visitan Barranco los fines de semana y todos los fines de mes por los cuatro museos que ahí en el distrito y también por las ferias gastronómicas y estudiantiles que se realiza en el parque municipal de Barranco. Por otro lado, respecto a la edad, ambos entrevistados indicaron que antes había en las paredes de la biblioteca paneles de la biografía de Barranco. La sugerencia que brindaron es que la municipalidad del distrito debe brindar recorridos turísticos en todos los museos y en los lugares turísticos que ahí en el distrito de Barranco.

**PALABRAS CLAVES:** Turismo, perspectiva, turista.

## ABSTRACT

The main objective of this research is to learn about cultural tourism in the Barranco district from the perspective of the national tourist, 2019.

This study was in the field, in this research the data collection techniques such as in-depth interviews were used, which facilitated the knowledge of cultural tourism.

The interviewees were ten people, including 1 tour guide, 4 senior citizens and 4 young people residing in the Barranco district, 1 people who work in the Barranco municipality, since they visualize the tourism that takes place in Barranco and they were able to provide real and accurate information.

Finally, the results obtained showed that national tourists visit Barranco on weekends and every weekend for the four museums there in the district and also for the gastronomic and student fairs that take place in the Barranco municipal park. On the other hand, regarding the age, both interviewees indicated that previously there were on the walls of the library panels of the biography of Barranco. The suggestion they provided is that the district municipality should provide tours in all the museums and in the tourist places that there in the Barranco district.

KEYWORDS: TOURISM, PERSPECTIVE, TOURIST.

## ÍNDICE

Dedicatoria .....	ii
Agradecimiento... ..	iii
Página del jurado... ..	iv
Declaratoria de autenticidad de asesor .....	v
Declaratoria de originalidad de autor .....	vi
Índice.....	vii
Resumen.....	viii
Abstract... ..	ix
<b>I. INTRODUCCIÓN .....</b>	<b>1</b>
<b>II. MÉTODO .....</b>	<b>29</b>
<b>2.1. Tipo y diseño de investigación.....</b>	<b>29</b>
<b>2.2. Escenario de estudio.....</b>	<b>29</b>
<b>2.3. Participantes.....</b>	<b>30</b>
<b>2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....</b>	<b>31</b>
<b>2.5. Procedimiento.....</b>	<b>31</b>
<b>2.6. Método de Análisis de Información .....</b>	<b>31</b>
<b>2.7. Aspectos Éticos .....</b>	<b>32</b>
<b>III. RESULTADOS.....</b>	<b>33</b>
<b>IV. DISCUSIÓN .....</b>	<b>37</b>
<b>V. CONCLUSIONES.....</b>	<b>41</b>
<b>VI. RECOMENDACIONES.....</b>	<b>42</b>
REFERENCIAS.....	45
ANEXOS	54

## **I. INTRODUCCIÓN**

El turismo en la actualidad genera ingresos económicos por las actividades turísticas que se realizan. Asimismo, brinda un alto nivel de desarrollo nacional. La Organización Mundial del Turismo (OMT, 2016) obtuvo un informe anual indicando un porcentaje de 1000 turistas que viajan a distintos países con el interés de conocer nuevos destinos.

El proyecto de investigación se encuentra basado en el turismo cultural del distrito de Barranco, donde se realizan actividades turísticas. Los lugares más visitados son Parque Municipal, Plaza de Barranco, Biblioteca Manuel Beíngolea, Plazuela Chabuca Granda, Bajada de los Baños, Puente de los Suspiros, Museo de Arte Contemporáneo, Museo de la Electricidad, Museo Pedro de Osma, Museo Mario Testino conocido como MATE y Malecón de Costa Verde.

Por otro lado, los estudios de Pro-desarrollo Turístico (PRODESTUR, 2013) indica que el distrito de Barranco a diario recibe un buen porcentaje de visitantes locales y nacionales, esto es positivo para el desarrollo turístico y cultural del distrito.

Sin embargo, pese a esta gran variedad de lugares turísticos, muchos de los peruanos residentes en Lima no lo han visitado, y sí lo han hecho, el paso por este distrito ha sido muy ligero, está fundado en el año 1874 y el actual presidente del 2019 es José Rodríguez Cárdenas. Según, PromPerú Lima es la principal ciudad emisora que se realiza viajes por vacaciones durante el 2017. En dicho año se obtuvieron 3 660 225 viajes de limeños por turismo interno, el 24% visitan el distrito de Barranco, el lugar más visitado es el Puente de los Suspiros, y el tiempo promedio de estancia es de 1 hora, cuando este destino realmente requiere de tanto tiempo 3 horas aprox.

Marisol Benites (2012), en la tesis llamada -Factores determinantes del desarrollo turístico del distrito de Yura del año 2012, tiene como objetivo general identificar los factores determinantes del desarrollo turístico del distrito de Yura. Se concluyó que el distrito de Yura / Arequipa, hay espacios naturales turísticos.

Cada persona realiza un viaje en busca de destinos turísticos que generan necesidades de transporte, alojamiento, alimentación. Por ello, existe 75,3 % pobladores; en la provincia de La Unión que alberga a 14 mil 422 ciudadanos, que son parte de la población menor

Asimismo José Eladio Núñez Quiroga (2017), en su trabajo de investigación llamado, -Valoración económica de los recursos turísticos naturales y culturales en la Amazonía de Carabaya – Puno, 2017, el cual tuvo como objetivo determinar la disposición a pagar por la actividad turística en la Amazonía de Carabaya (Puno). Se concluyó que el estudio favorece las instituciones y organizaciones asociadas a las actividades turísticas, sea privados o estatales; del mismo modo a otras actividades que integran el mercado turístico, inicialmente a la población del distrito de Ollachea y San Gaban, para una toma de decisión de un paquete turístico, que muestre un buen servicio, que ofrezca las acciones que se deben tener siempre presente.

Por otro lado, Portocarrero Escobar, Elvira Alejandra (2017), quien realizó este proyecto de investigación para optar el grado profesional de Licenciada Potencialidades turísticas del Valle Jequetepeque para el desarrollo de un turismo cultural en el año 2017, el cual tuvo como objetivo indicar que en el Valle del Alto Mayo tiene potencialidades turísticas necesarias para ayudar al desarrollo económico local del destino. Se concluyó que el Valle Jequetepeque indica que las regiones de Cajamarca y La Libertad, encerrando la costa y sierra del Perú, se llegarán a convertir en un valle pluricultural, teniendo unas playas hermosas, distintos ecosistemas y atractivos turísticos, realizando un destino turístico potencial para todo tipo de turistas. En el valle nació algunos héroes nacionales como Alfredo Novoa Cava, José Andrés Rázuri, Justo Albújar y Manuel Guarníz.

Existe una investigación realizada por De la Cruz Vergaray, Lizbeth Denisse y Rodríguez Reyes, Iris Roxana (2017), quienes realizaron la tesis para obtener el grado Profesional de Licenciada de Administración en Hotelería y Turismo, el tema tiene por título -El análisis que influye la gentrificación en el turismo cultural del distrito de Barranco en Lima, 2017, tuvo como objetivo general analizar la influencia de la gentrificación en el turismo cultural del distrito



de Barranco en Lima 2017. Se concluyó que la gentrificación y su influencia ha sido un tema investigado en Europa y Estados Unidos, donde se realizó un gran proceso que genera cambios, culturales y sociales tanto con la población local. En el Perú son pocos los estudios sobre este tema y por ello se decidió realizar esta investigación en Barranco, el distrito en donde se refleja la renovación urbana.

Según Javier de Esteban Curiel (2007), la tesis llamada -La petición del turismo cultural y su vinculación con el Medio Ambiente urbano: Los casos de Madrid y Valencianal, tuvo como objetivo general investigar el turismo cultural de Madrid y que ocupaciones llevan a finalizar los turistas culturales que visitan atracciones contemporáneas en Valencia, para después ser analizado. Concluyendo que la demanda de turismo cultural de España / Madrid, ya es una tradición el diseño de / sol y playa se desempeñó el rol importante de la figura conocida del país, se sabe el cambió de la la atención en un alto impacto de sucesos culturales, obteniendo alto nivel de turistas internacionales que visitan las más importantes zonas turísticas de España. Se relacionan con destinos culturales exclusivamente las ciudades de Valencia y Madrid.

Así mismo José M<sup>a</sup> Prat Gemma Cánoves en su tesis llamada, El turismo cultural como oferta complementaria en los destinos del litoral: El caso de la Costa Brava (España) en el año 2011, cual tuvo por objetivo indicar sobre el turismo cultural que ya tiene funciones para interactuar y modernizar el sistema turístico.

Determinando que la Costa Brava hay una población censada de la cifra 656 333 personas (el 8.7% de la existente en Catalunya), existe una superficie de 3.893 km<sup>2</sup> (el 12.12% de Catalunya) y se presenta un levantamiento 169 hab./km<sup>2</sup>, se logra generar el 17.2% en economía de Catalunya se presenta la oferta de 74 069 plazas hoteleras (el 25.8% de Catalunya), 105 513 de camping (el 44.6% de Catalunya) y 3 096 de un turismo rural (el 19.5% Catalunya), últimamente en estos años hubo un crecimiento turístico, en la Costa Brava se experimentó un rechazo y se tuvo en efecto el riesgo económico ( se recibía cerca el 26% de los turistas extranjeros en Catalunya), está dispuesto a una estabilización del desarrollo territorial.

Por otro lado NL Bringas, J. González (2014). En su trabajo de

investigación, –El turismo alternativo: una opción para el desarrollo local en dos comunidades indígenas de Baja California en el año 2014, el cual tuvo por objetivo investigar el beneficio de los recursos naturales y culturales. Finalmente, se concluye que el desarrollo local y el turismo alternativo muestran un lugar de partida radical y la intranquilidad proveniente de dos agrupaciones indígenas de Baja California, México. Se prefiere indagar el turismo alternativo como una vía para el desarrollo, se menciona que si existe un proceso alto de concentración – separación de los ciudadanos, la infraestructura y de las funciones en las cinco cabeceras municipales. Se manifiestan el 81% de la población estatal; el resto es 19% que se difunde en localidades mínimas a 2,500 habitantes, se descubre desencajada social y económicamente.

A continuación las teorías relacionadas al tema de investigación:

Para el proceso del trabajo de investigación obtuvimos diferentes fuentes bibliográficas físicas y virtuales como revistas científicas y libros para desarrollar la tesis que tiene como unidad temática al turismo cultural.

El turismo cultural es urbano, arqueológico, literario, etc. También es la convivencia con comunidades indígenas igualmente origina un especial interés para visitar los patrimonios históricos y culturales.

De acuerdo La Escuela de Organización Industrial de Madrid (2013). El turismo cultural, se refiere de una manera clara del patrimonio, turismo y cultura.

Se puede comprender que turismo cultural tiene varios fines uno de ellos es el entendimiento de sitios históricos -artísticos. Se realiza un objetivo positivo para complacer la protección del turismo. El turismo manifiesta, la seguridad, los esfuerzos del mantenimiento que quiere los ciudadanos, por todos los beneficios económicos y socio-culturales que requiere para toda la población. [...] (p.22).

De acuerdo Gómez, Mudéjar, y Sevilla (2005). Indica que el turismo cultural es organizar y ejecutar varios viajes que llevan a determinar actividades que se permite experimentar la cultura y conocer distintas formas de vida de otras

personas.

Se puede identificar que el turismo cultural organiza y ejecuta viajes a diferentes destinos turísticos del país y otros países, siempre realiza actividades culturales u otros que indique el rubro turístico, las actividades que se realiza para satisfacer las curiosidades de los turistas observando directamente monumentos, también diferentes lugares que brinde turismo cultural. [...]. (p.05)

Asimismo Fuller Norma (2008). Indica que el turismo cultural tiene el conocimiento de los lugares turísticos, sitios históricos y artísticos. El turismo que se práctica en el Perú es inicialmente cultural, siempre los turistas están en busca de nuevas culturas. Se determina que el turismo cultural, lo vive los visitantes que buscan siempre empaparse de sus costumbres de los pobladores, por ejemplo, los turistas llegan a ingresar a las casas de los pobladores para observar su convivencia, con el permiso de los dueños de cada vivienda, proceden en fotografiar mientras participan en las fiestas patronales entre otras actividades [...]. (p.35)

Por otro lado, Recuero, Blasco, Madariaga (2016). -Indica que el turismo cultural realiza actividades que generan ingresos económicos justificados mediante el uso de recursos socio - culturales y medioambientales para obtener turistas (...), se sugiere que el turismo cultural es de suma importancia en sus acciones estratégicas de desarrollo económico y territorial.

Mientras Richards (1996) -La técnica del turismo cultural tiene movimientos de turistas dirigiéndose a lugares culturales, manifestaciones artísticas y culturales lejos del lugar donde viven. Por ello, se debe indagar al turista cultural, examinando lo principal de los productos que consumen a diario.

Por otro lado, Richard (1996) indica que desplazamiento turístico, el turista y el sistema turístico son las dimensiones del turismo cultural.

Desplazamiento turístico, en su determinación se indica que es toda persona que se moviliza en distintos lugares turísticos, que contribuye a agrandar las necesidades humanas, elevar el nivel de educación y así poder realizar más conocimientos y también complacer las necesidades educativas, viajes para conocer el folklor y el arte ellos hacen posible el turismo cultural por medio de agencias de viajes e

intermediarios, el transporte, el alojamiento, entre otros.

Los turistas cada día quieren saber más sobre la cultura, que es esencialmente conocer diferentes culturas, visitar patrimonios y manifestaciones artísticas, también se engloba, las letras y el arte, las formas de vida, los derechos humanos, las normas de valores, las tradiciones y las creencias, la cultura da a los humanos lo suficiente para meditar sobre sí mismo.

Sistema turístico, tiene hechos turísticos que se relacionan con (empresas, turistas, agentes públicos y agentes del tercer sector), ellos tienen un final de gestionar a las actividades y puedan dejar ingresar a la población a disfrutar del desarrollo turísticos, manifestaciones culturales o también turismo religioso.

Se indica que, en el año 2013, La Municipalidad de Barranco, realizó una investigación sobre el contorno del turista que visita Barranco, por ello llegó a obtener información precisa sobre las características de los turistas; un alto porcentaje vienen de países Sudamericanos, la edad es de 15 y 65 años; y un buen nivel de personas terminaron su carrera profesional; aproximadamente la mitad van a asesorías por parte de sus amigos o familiares. Se hospedan en hoteles en el mismo establecimiento de Barranco. Se menciona a turistas que visitan un aproximado de 1 a 3 horas, en Barranco se gastan \$ 500 durante su visita.

Conforme los comentarios de turistas, lo primero que les motiva en visitar el distrito de Barranco, es poder visualizar bienes inmuebles históricos y monumentos, en segundo lugar, la gastronomía. Es excesivo, las personas que visitan el lugar turístico, ellos desean colaborar en los eventos culturales desarrollado en toda la localidad. Por ello es bueno guiarlos a los lugares turísticos de Barranco que llegan a ser más visitados como: El Puente de los Suspiros, El Paseo Chabuca Granda y El Parque Municipal. De por medio los servicios culturales de lo que poco hacen uso y visitan, también hay galerías de arte, bares, entre otros. Después de que han visitado el distrito, los turistas en el 90 por ciento obtuvieron buenos resultados retirándose contentos y satisfechos asíellos podrán recomendar el distrito de Barranco a sus amigos y familiares para visitar [...]. (p. 9).

Por otro lado, Quesada (2000) el turismo, se refiere de una manera más básica en cuanto a esta actividad:

Si se brinda una respuesta filosófica del turismo, el principal fundamento sería el de que hay turismo porque existen personas que viajan [...] (p.10)  
Esto quiere decir que el turismo existe simplemente porque la gente viaja de un sitio a otro, motivados por conocer nuevos lugares y experimentar nuevas vivencias.  
En otras definiciones de turismo, Fernández (1978) citado por Quesada (2000) expresa que el turismo es realizar un -Viaje que es un grupo de vínculos y rareza del desplazamiento turístico, mantenerse fuera del domicilio, no se motivan a realizar alguna actividad lucrativa. (p.8).

Analizando la cita anterior se concluye que las acciones que generan el traslado de los turistas tienen como finalidad visitar lugares desconocidos y poder satisfacer sus necesidades de ocio, para así poder gozar nuevas experiencias.

Continuando con el mismo autor menciona lo siguiente:

[...] el turismo no manifiesta los viajes de todos los turistas, y el complejo proceso de información y organización, para poder brindar ofertas y multiplicar los servicios por ello, tanto en el destino, implica diversidad de relación y efecto positivo y negativo, ellos están dentro de este fenómeno, aunque sea interno o externo. (p.8).

De acuerdo a lo citado se puede comprender que el turismo no sólo es el desplazarse de un lugar a otro, sino que también es la participación activa de los muchos factores que intervienen, como las agencias de viajes, restaurantes, hoteles, entre otros y la participación buena o mala repercutirá en la satisfacción del viaje

De acuerdo (UNESCO, 2001), indica que -La cultura se considera como los conjuntos de cualidades diferentes. Se visualiza el arte y cultura, las formas de vida, los derechos fundamentales humanitarios, los procedimientos de valores, las costumbres y las creencias ya que la cultura se desarrolla poco a poco, así el hombre puede tener la capacidad de pensar sobre sí mismo. Los humanos son seres razonables e inteligentes. Se puede entender que la cultura tiene conjuntos que se marca distintamente, a través de ello el hombre se expresa y así tiene

conocimiento en realizar proyectos o actividades cerca de la cultura, la UNESCO cuenta con una información precisa y detallada. (p.2).

Los temas que se desarrollaran son la cultura y el turismo en el distrito de Barranco: Es importante expresar que Barranco tiene diferentes lugares turísticos y sitios de tendencia histórica, cultural y artística. Por ello, se brindará la información, se explicará los lugares y espacios históricos, culturales y artísticos más relevantes de Barranco:

**Puente de los Suspiros:** Se edificó mediante su duración del principal alcalde Don Francisco García Monterroso después se juntaron dos bordes de las calles Ayacucho, Cepita y La Ermita. Mientras la batalla con Chile, fue calcinado. Luego el cura de la Santísima Cruz; Manuel de la Fuente Chávez, se realizó una recaudación y se pudo restaurar el Puente de los Suspiro. El lugar se perdurado con el nombre de Chabuca Granda con su excelente vals puentecito escondido. (Lituma, 2014, pp. 302-304).

**Bajada a los Baños:** No hay una data que indique su fecha de comienzo. Principalmente de modo natural es reconocido por ese nombre. Ciertos autores nombraron al sacerdote Manuel de la Fuente Chávez, quien levantó La Ermita y El Puente de los Suspiros igualmente ordenó a diseñar la vía. Por origen de la ampliación sobre la circulación de buses, su función del municipio fue en 1990, el trámite lo realizo el alcalde Renato Lértora Ginetti, la exposición del lugar la Bajadaa los Baños y el Puente de los Suspiros a modo la vía turística de ingreso de buses limitados. (Lituma, 2014, pp. 112-115).

**Pasaje Chabuca Granda:** Ubicamos en el lado colateral Sur de la Municipalidad de Barranco, entre la Avenida San Martín y el Jirón Ayacucho, y fue hasta 1909 una zona de tránsito conocida como Calle Cepita; después se cerró el tránsito se transformó en un camino, se nombró Chabuca Granda. Todos los sábados y domingos se vende deliciosos aperitivos, la forma de presentación estaba a mando por Municipalidad. (Lituma, 2014, pp. 243-244).

**Biblioteca Municipal Manuel Beingolea:** El 16 de julio del año 1922, el alcalde Don Enrique de Casas, anunció el 28 de julio de ese mismo año sería la apertura de la Biblioteca Municipal era la principal del país, en aquel tiempo tenía

680 volúmenes. En la actualidad la biblioteca tiene más de 25,000 volúmenes. Se nota salones de ciegos, las carpetas de niños y salón de lectores adolescentes y personas mayores. La estación principal se maneja adecuadamente, mediante matrimonios civiles y conferencias. (Lituma, 2014, pp. 316-318)

Parque Municipal: Se inauguró como -Parque Central en febrero el 13 del año 1898, en el tiempo que el alcalde era Don Pedro Solari. El 28 de marzo de 1909, pasó a nombrarse Parque Municipal. Hubo un establecimiento pequeño ubicado en el parque para el funcionamiento de la alcaldía como un despacho. Luego había un escenario de 78 danzas sobre carnal un famoso de Lima. A través del medio, se encuentra una estatua de Danaide, por ello es igualmente el florero etrusco, dos bases de arcángeles. (Lituma, 2014, pp. 273-276).

Museo Pedro de Osma: Don Pedro de Osma Gildemeister fue un filántropo, de quien bajo su poder se encontraban creaciones correspondientes a la etapa de los virreyes del Perú, desde ese momento se crea el museo que lleva el nombre Pedro de Osma. Una gran parte de su vida fue durante la creación del museo, hasta el día de su muerte en el año 1967, también se pudo conseguir obras artísticas de siglo XVI, XVII y XVIII, principalmente de Cusco y Ayacucho. Gracias a la Fundación Pedro y Angélica de Osma Gildemeister, en 1988, este museo atendió por primera vez a grupos previa cita, y en 1996, abrió sus puertas fijamente (Museo Pedro de Osma, s.f., párr. 1-3).

Museo Mario Testino – MATE: Es una empresa privada, fundado en el 2012 por Mario Testino, con intento de promover la cultura del Perú, luego se ofrece hermosas fotografías realizadas en el museo. Está ubicado cerca una casa antigua fabricada del 1898, fue manifestada Patrimonio Cultural de la Nación ya renovada en el año 2011 de octubre / julio del 2012 (MATE, s.f., párr. 1-3).

Museo de la electricidad: La empresa Electrolima S.A. tuvo su iniciativa de crear el museo, el local del museo es pequeño y se recaudaba objetos antiguos, después se organizó en la presentación de cada sala. El museo fue inaugurado el 09 de agosto del 1994, se encuentra ubicado en la av. Pedro de Osma. (Museo de la Electricidad, 2011, párr. 1-7).

Museo de Arte Contemporáneo (MAC): Dentro del museo se visualiza las colecciones de obras artísticas contemporáneas y modernas, del año 50 hasta el año 2019. Se creó en 2013, en inicio fue un museo de la capital, mediante un apoyo al talento moderno y contemporáneo; su adaptación del edificio se presenta por un buen término, que son las visitas de los turistas locales, nacionales y extranjeros. Se resalta que la empresa es privada, se encuentra un guía oficial que brinda entendimiento y estudio del arte contemporáneo y moderno al mundo. (Museo de Arte Contemporáneo, s.f., párr. 1-3).

De acuerdo Winter, C.(2017). Del turismo “cultural” al “rural”: un caso de la Pampa bonaerense (Argentina). En el turismo cultural se trabajó bien con el paso de los años y se pudo acoplar el turismo rural, es el beneficio de los recursos nombrados estancias que abrieran puertas para obtener personas que desean conocer la forma de vida. Se concluye que el turismo cultural y rural en bonaerense se utilizan los medios de expansión proporcionado por la secretaria como páginas oficiales y una feria de turismo de Buenos Aires, se destaca su importancia que adquirió el turismo rural, principalmente en Buenos Aires. [...] (p.271).

Mientras Trigo, J., Chillogallo, D., Cordova, A. y León, L.(2018). El turista cultural: tipologías y análisis de las valoraciones del destino a partir del caso de estudio de Cuenca-Ecuador. En el turismo cultural se transforma las modalidades de mayor aumento, pensando en una oportunidad de crecimiento de destino tradicional de “sol y playa”. Será incompleto la cifra de trabajo encima de tipologías y evaluaciones de los turistas que asisten a destinos culturales. Se puede decir que este tipo de turismo es un conjunto de experiencias subjetivas que cada turista analiza según su equipaje sociocultural, el turismo incorpora una combinación de actividades económicas y prácticas culturales que son esenciales para la creación de paisajes geográficos. [...] (p.56).

De acuerdo Álvarez, I.(2017). Turismo cultural y peregrino. Producciones del pasado en Real de Catorce. Los turistas culturales que aparecen ansiosos de experimentar la arquitectura peculiar de las minas, sus ruinas y su extraordinario oferta gastronómica, hay un número creciente de viajeros que buscan “la tierra mágica del peyote”. Se concluyó que el turismo peregrino continuamente asiste a



la imagen San Francisco de Asís se encuentra en la parroquia de Real de Catorce, ya que el destino turístico cautiva interesante movimiento de individuos mientras las vacaciones de Semana Santa. [...] (p.51).

Mientras Suty, H. y Cruz, F. (2018). Luque: potencialidades y perspectivas para el desarrollo del turismo cultural. Se identifica en la literatura como ejemplo de turismo alternativo se enfrenta a las apariencias del turismo por volumen habitual y se examina lo negativo. Se concluye que el turismo cultural puede apoyar a revitalizar su cultura de una región o ciudad establecida, siempre cuando la comunidad distinga la rentabilidad socio/económico en forma recta, a través de los cuales pueda recaudar fondos para la protección de sus recursos turísticos culturales. [...] (p.3).

De acuerdo Urte, D. (2018). Apuntes para la construcción del turismo cultural a partir del análisis de la oferta cultural - patrimonial y su demanda por el sector turístico del Quindío. La idea del turismo patrimonial es comprobar la realidad de la cultura en los destinos, contener una priorización de algunas atracciones o costumbres, hay nuevos tipos de turismo que recalcan esos aspectos, como el turismo gastronómico, el turismo histórico, entre otros. Se puede determinar que la oferta turística del Quindío, a una fecha queda claro la apreciación de las manifestaciones culturales como componentes agregados a la realidad, también se promociona pocos productos que manifiestan el Paisaje Cultural Cafetero, cuentan con una potencia median los inventarios de recursos y atractivos turísticos, la oferta cultural artística del departamento. [...] (p.133).

Mientras Vargas, G. (2019). Entre la retórica y la ruta: la relación patrimonio y turismo cultural en la carta de ICOMOS. Es un factor de desarrollo para muchas economías nacionales y regionales es un buen crecimiento cuando se ejecuta apropiadamente. Se concluyó que la participación activa de la comunidad, son los protagonistas en el cuidado de su patrimonio, la carta de ICOMOS es un escenario de mención, reflexionar los lineamientos, que se coloquen en el vínculo acorde entre el turismo y el patrimonio cultural, pronto habrá iniciación para poder realizar sus prácticas. [...] (p.401).

De acuerdo Serrano, M. y Gálvez, J. (2017). Educación y turismo cultural

en la España: Identificación de perfiles turísticos mediante la aplicación de árboles de decisión. El turismo cultural no es un beneficio lujoso, la sociedad de mayor status socioeconómico, ellos gozan de tiempo libre y de altos recursos financieros, asimismo otras agrupaciones de mínimas posibilidades económicas. Se concluye que existe desigualdad en la educación en medio de las regiones españolas que definen las conclusiones del turismo cultural, se localiza incompleto mediante circunstancias socioeconómico, los cuales varían la fuerza aclaratoria del factor educacional. [...] (p.130).

Mientras Barrera, M. y Varela, R. (2017). Hacia la construcción de un sistema de información de turismo cultural y de naturaleza para la planificación en el municipio de Bucaramanga, Colombia. El crecimiento del turismo cultural en Colombia obtuvo una finalidad la sostenibilidad social y económica, tiene la atribución social del patrimonio cultural, y la intervención activa de las poblaciones locales en la edificación de lineamientos de planes. Se puede decir el turismo cultural se fortalece con el turismo natural mediante artículos de plaza propia y como las tipologías turísticas, el turismo no puede ser extraño al transformarse que está viviendo desigual de los grupos económicos, el vínculo de aumento de tecnologías. [...] (p.137).

De acuerdo Silvia, V. y Renée, S. Barrera, M. y Varela, R. (2017). Redes sociales en Internet en el marco del turismo cultural: los museos en Bahía Blanca (Argentina). Adentro de las nuevas formas en el ámbito de excursiones, el turismo cultural se posiciona de manera lenta lo bueno que está aumentando. Se concluyó que el turismo cultural se determina como las visitas realizadas por personas externas a una localidad, motivadas total o parcialmente por el interés por la oferta histórica, artística, estilo de vida o patrimonio de una sociedad y oferta regida por un grupo u organización. [...] (p.95).

Mientras Martorell, A. (2018). Políticas comparadas de turismo cultural en tiempos de crisis. De forma política del gobierno, existe toda una organización, más o menos exitosa, prácticamente en todos los países, el movimiento de turistas a nivel planetario es elevadamente esclarecedor. Se concluye que el turismo cultural tiene como fin de obviar las definiciones en la actualidad se puede entender la perspectiva de uno solo de sus factores, el del turista mismo, así como, se planifican en torno a uno solo de los factores, el de la generación de divisas, la cultura lanza todo su potencial a los turistas. [...] (p.105).

De acuerdo Tur, A., Peñalver, A. y Navarro, M. (2018). Tourism, cultural activities and sustainability in the Spanish Mediterranean regions: a probit approach. Se piensa que la cultura es complicada de determinar, en esta forma la Organización Mundial del Turismo define el turismo cultural como que los museos y monumentos han fundado tradicionalmente el núcleo del turismo cultural europeo. En los últimos veinte años, la necesidad de atraer más turistas ha llevado a los centros urbanos a extender nuevas atracciones culturales, al estilo de lo que Ritzer designa el desarrollo de las nuevas catedrales de consumo. Podemos decir que el turismo cultural se está convirtiendo en un campo de estudio notable desde que los investigadores y los responsables políticos comenzaron a reconocer la cantidad de conexiones reales entre cultura y turismo. Estas tareas representan el 40 por ciento de la afluencia de los turistas internacionales, aunque las personas que viajan por razones culturales específicas son probablemente solo el 5/10 por ciento de ellos, como señaló la Organización Mundial del Turismo. [...] (p.8).

Mientras Souza, A. y Gomes, A. (2018). Culture, sustainability and tourism destination image: a comparative study on the sub-regions of Brazil. Comprender la cultura es un esfuerzo que ha despertado la tendencia de los académicos en el campo de las ciencias humanas y sociales durante algún tiempo. Se concluye hace algunos años, para comprender con mayor detalle los principales elementos que caracterizaron el campo del dominio de la cultura. En base a esto, este trabajo tenía la intención de comprender cómo las imágenes de sostenibilidad sobre los destinos turísticos pueden verse afectadas por los destinos turísticos pueden verse afectados por la cultura. [...] (p.127).

De acuerdo Alcântara, P.(2016). Cultural tourism itineraries in Serra Gaúcha (RS-Brazil): Selection and creation of routes and their historical memory appeal. Las rutas de turismo cultural en Serra Gaúcha están profundamente arraigadas en recuerdos pasados del proceso de establecimiento de inmigrantes, particularmente de origen italiano. Concluyó que el turismo cultural que se dirige a la Serra Gaúcha está profundamente arraigado en el recuerdo del establecimiento de desarrollo de inmigrantes, propiamente de origen italiano, durante décadas, la cultura ha sido el principal producto turístico de la región. El turista la función utiliza el uso de la identidad europea como demanda. [...] (p.2)

Mientras Gómez, M. y Pérez, W. (2017). Cultural Consumption as a means for International Tourist development. An analysis applied to Villavicencio – Colombia. Durante décadas, la cultura ha sido el principal producto turístico de

la región. La actividad turística utiliza el uso de la identidad europea como un recurso. El turismo como ocupación económica ha tenido uno de los mejores percances en los últimos tiempos en todo el mundo. Se concluye según la percepción de los turistas internacionales sobre la oferta cultural de Villavicencio, los visitantes indican que es un buen lugar para el turismo, el porcentaje de favorabilidad del 95 por ciento significa una alta valoración en la calificación que les gusta el destino turístico, existe También un representante con un alto compromiso de la oferta en relación con los turistas [...] (p.4).

De acuerdo Henriques, H. (2013). *Tourism, nature and culture: disputes for “Heritage sites” in “Participative debates” in ilha grande, state of Rio de Janeiro (rj), Brazil*. En *Ilha Grande*, la idea de proteger la naturaleza se ha vuelto familiar.

Actualmente, tiene diferentes métodos, las conversaciones de las instituciones públicas, la sociedad civil organizada, el mercado turístico y, en general, es parte de las creencias de significado frecuente. Concluyó que la percepción del patrimonio cultural (y natural) actualmente está demostrando un gran cambio, un desarrollo iniciado durante los grupos de discusión, parte de la Asamblea Constituyente para la Constitución de 1988. Se inculcaron nuevos planes patrimoniales en los artículos 215 y 216 de la ley federal Constitución y estableció la protección de material y no material. [...] (p.5)

Mientras Sinay, L., Fogliatti, M., Bill, R. y Araujo, F. (2017). *Traditional people, protected areas and tourism: a 15-year Brazilian case study of cultural chang*. La palabra cultura se usa para determinar la totalidad de las reacciones y actividades mentales y físicas que caracterizan el comportamiento de los individuos en relación con su entorno natural. Se concluye que la variación cultural es una característica relacionada de la cultura e inevitable, las fuerzas de la globalización están dañando múltiples expresiones culturales al mismo tiempo. La cultura tiende a colapsar y se siente atraída por la cultura dominante. [...] (p.3).

De acuerdo Largo, L. (2018). *Cultural politics in culinary tourism with ethnic foods*. El turismo culinario presenta la comida como la principal atracción o motivación para viajar. Es una industria muy popular y rentable en los segmentos turísticos nacionales e internacionales. La identificación, selección, evaluación e

interpretación de las cocinas y platos incluidos en dicho turismo son cuestiones de poder decir, políticas culturales. Concluyó esta visión general de la política cultural en relación con la comida étnica dentro del turismo culinario específicamente la complejidad de esos temas. Las industrias del turismo culinario, los empresarios de alimentos étnicos y otros proveedores de la necesidad de servicios de comodidad relacionados con los alimentos para hacer frente a las demandas de las empresas sensibles a la naturaleza de los alimentos y el poder. [...] (p.323).

Mientras Mariutti, F. y Medeiros, M. (2018). Culture as a dimension of country brand: the highs and lows of Brazil's brand image. Culturalmente, un país es reconocido internacionalmente como un representante de un aspecto significativo de la marca del país y la marca de destino. Por lo tanto, el objetivo de este trabajo es explorar la "cultura" y sus asociaciones para Brasil como una dimensión de marca país, que es la unidad de análisis para este estudio interpretativo en Inglaterra. Por lo tanto, después del grupo focal y los análisis temáticos que exploran e interpretan los resultados, Brasil fue percibido como una "cultura diversa y positiva". Se concluye que las implicaciones teóricas muestran que la marca del país es un dominio de investigación sin fin en el que la identidad de la marca podría ser culturalmente apoyada cuando se promueve la imagen de marca de un país a nivel internacional. En cuanto a las implicaciones prácticas, una forma para que los países mejoren sus asociaciones de marca es alinear la dimensión cultural con la marca del país. [...] (p.126).

Mientras Carrasco, M. y Meléndez, A. (2016). The role of satisfaction in cultural activities' word-of-mouth. A case study in the Picasso Museum of Málaga (Spain). La exposición estuvo compuesta por 127 visitantes por primera vez al Museo Picasso. Todos los participantes tenían entre 19 y 27 años. Del total de participantes, el 52.8% eran residentes y no residentes en Málaga, España y el 47.2% eran turistas internacionales. Los turistas idiomáticos que visitaron Málaga para ir a la universidad (47,2% de la muestra) fueron elegidos por las siguientes razones: (1) no estaban familiarizados con el Museo Picasso de Málaga; (2) el experimento innovador requería una participación activa, por lo que la edad era importante. Se concluye en este artículo, un experimento en un museo, basado en

un marco teórico alrededor de WOM, ha sido descrito y sus resultados analizados. Los principales hallazgos se relacionan con la forma en que la participación activa de turistas internacionales y no turistas en una iniciativa innovadora tuvo un impacto positivo en evocar emociones entre los grupos. [...] (p.150).

De acuerdo Sandoval, L. (2017). The role of satisfaction in cultural activities' word-of-mouth. A case study in the Picasso Museum of Málaga (Spain). El patrimonio cultural y el turismo son dos términos de gran afecto para el grupo turístico a nivel nacional e internacional, ya que su relación define los placeres y las prioridades de los visitantes a sus destinos; Con base en la hipótesis, esta preparación tuvo como objetivo investigar la interrelación entre ellos, determinando los productos turísticos vinculados al turismo cultural, relacionados con el turismo cultural, debido al interés de la contribución interna al sector económico del país. Llegó a la conclusión de que el patrimonio cultural se remonta a la antigua Roma, una época en que la propiedad familiar ya se concebía como heredable y se transfería de generación en generación, a la que tenían derecho todos los miembros de un grupo familiar. [...] (p.24)

Mientras Cavenaghi, A. (2016). Marcel Mauss and the cultural history: a contemporary rescue. El mundo contemporáneo ha cambiado hoy, en el que su teoría se puede aplicar para comprender la protección de un mecanismo para comprender el mundo de hoy. Se concluye, en un momento en que la historia renace como una ciencia moderna que busca su propio análisis teórico y surge un enfoque interpretativo. [...] (p.461).

De acuerdo Acerenza, S. y Gandelman, N. (2018). Culture is a luxury in Latin America. Cultural spending is part of the broader study of cultural economics. La literatura moderna sobre economía cultural comenzó con Baumol y Bowen (1966), donde introdujo la economía de las artes y el museo. Concluyó entonces, puede ver información breve sobre finanzas, costos y precios, en teatros, orquestas, ópera y ballet. [...] (p.128)

Mientras Serrano, J. y Liñán, F. (2014). Culture and Entrepreneurship: The Case of Latin America. La cultura da forma a las imágenes cognitivas del individuo, programando patrones de comportamiento que son resistentes a la cultura. Se

concluye que la cultura puede influir en el espíritu empresarial a través de algunos mecanismos. Por ejemplo, una cultura de apoyo conduciría al testimonio social, produciendo una carrera empresarial más apreciada y socialmente reconocida, creando así un ambiente institucional adecuado. [...] (p.171).

De acuerdo Gushiken, Y. y Hirata, T. (2014). Processes of Cultural and Media Consumption: The Image of 'Otaku', from Japan to the World. En los tiempos de hoy, basada en la percepción mundial de la cultura pop japonesa, esta imagen negativa del grupo Otaku ha comenzado a tener una percepción más positiva incluso en Japón. Llegó a la conclusión de que existe un consumo mundial de productos de la cultura pop: está agotando los productos de los medios, producidos en Japón, establecen un momento histórico que demuestra la interpretación del significado de los medios y la producción cultural cuando se distinguen en su propio país y cómo es la percepción de dicha producción esencialmente cambió a los ojos de los consumidores extranjeros. [...] (p.147)

Mientras Kagan, C. y Burton, M. (2014). Culture, identity and alternatives to the consumer culture. Economic growth and consumerist culture. Use una idea sobre la compleja estructura de ideología-acción para comprender la naturaleza de saturación de la dominación social, política y económica, y luego investigue las participaciones en estos complejos, que tienen características de informalidad educativa, para impulsar el crecimiento cultural, creando nuevos entornos. Se concluye la práctica cultural en la dimensión pasiva y consumista, la mayoría de las personas con alta economía del "Norte" hoy. Un resultado de esto es un estado por el cual, para muchas personas, la creación cultural no se ve como algo que puedan hacer: existe el miedo a colaborar, al fracaso. Los individuos imaginan que no pueden dibujar, actuar o cantar. [...] (p.80).

Mientras que Santos, J. y Silva, J. (2016). Arte popular criativa e turismo cultural na cidade de Loulé (Algarve/Portugal). El arte popular creativo, como oferta adicional de productos / turismo cultural / entorno urbano, es una actividad social y económica que ganó importancia a principios del siglo XXI, básicamente en las ciudades turísticas, en una lógica de cambio de acuerdos culturales, espacios públicos, mejora y recalificación de barrios antiguos o sectores privados de la

ciudad. Se concluye a través del método cualitativo, fue posible observar las situaciones de la vida cotidiana, las dimensiones y áreas de los artesanos con su arte popular creativo, artesanías, gerentes de proyectos TASA y turismo cultural en el destino del Algarve. Loulé puede examinar literalmente un experimento científico memorable, un viaje al lugar de investigación y la existencia de este texto. [...] (p.10).

De acuerdo Rossini, D., Tricárico, L. y Tomelin, C. (2016). O Português Centro Histórico de São Francisco do Sul (BR): um atributo para o turismo cultural. La protección de la identidad se anuncia a través de la conservación del patrimonio histórico construido, que puede convertirse en la representación para el desarrollo del turismo cultural. Las áreas de estudio fueron Baixa Pombalina en Lisboa y el centro histórico de São Francisco do Sul. Se concluye la preocupación por la pérdida de identidad paisajística, reemplaza con arquitectura y diseño urbano, los problemas generados por el crecimiento tecnológico combinado con el desarrollo de la globalización que ha provocado la pérdida de memoria e identidad debido al mito cultural. [...] (p.111)

Mientras que Andrade, P. (2018). Epistemologia e metodologia do turismo cultural urbano: o caso da Sociologia Artística das culturas móveis e da comunicação turística em redes sociais urbanas. La disputa epistemológica, teórica y metodológica que conduce a la credibilidad científica no puede prescindir de la gestión correspondiente del tejido social. Se puede decir que, después de todo, todos somos científicos, tecnológicos y artísticos que queremos analizar, pero por pequeños que sean los descubridores, la cultura móvil es un paradigma emergente en la humanidad móvil actual, donde los procedimientos, capitales, actores y cosas, y la naturaleza representa un poco la cultura y continuamente cambia / transforma. [...] (p.222).

De acuerdo Rodrigues, E. (2016). A aliança indissociável entre o turismo cultural e o turismo em espaço rural na Madeira. El turismo y la cultura son identificados como áreas estratégicas en el ambiente de crecimiento económico de las regiones e, dado que su patrimonio cultural es el elemento clave de la atracción turística en el contexto del turismo rural, este artículo muestra una necesidad de



valorizar la dimensión cultural. Se concluye que el turismo y la cultura se capacitan en áreas de habilidades y en el área del desarrollo económico y social en muchas regiones y, dado que en el día del patrimonio cultural, la madera es un componente de atracción turística importante en el entorno turístico en el área rural. La isla, esta revista tiene como objetivo demostrar la necesidad de valor de la dimensión cultural como demanda turística esencial en la futura oferta turística de vivienda en la isla de Madeira. [...] (p.71).

De acuerdo Melo, A. y Cardozo, P. (2015). Patrimônio, turismo cultural e educação patrimonial. Se analiza la necesidad de ampliar las acciones interdisciplinarias en las políticas de turismo y la educación del patrimonio, a fin de hacer un mejor uso del patrimonio, difundir su atractivo a las ciudades y mejorar la experiencia turística. Se puede decir que el turismo cultural indica que la acción de las visitas y el conocimiento del patrimonio cultural tienen un sentido educativo, ya que es un conciliador en el proceso de socialización y ocupación de los activos humanos incorporados en el patrimonio, que son los atractivos de las ciudades turísticas. [...] (p.8).

Mientras que Bauer, J. y Lisboa, A. (2017). O Caminho das Tropas Desterro-Lages e o legado patrimonial: potencialidades para o desenvolvimento do seu turismo cultural. INTERACCIONES El patrimonio cultural, siendo respetado por un grupo social particular como su propia cultura, apoya su identidad y la diferencia de otros grupos. Se concluye que el turismo se define como el lugar específico donde ocurre el movimiento de personas. Por lo tanto, los significados sobre el turismo han avanzado con el tiempo, lo que demuestra que, desde el principio, su declaración incorporó las ideas de civilización y cultura. [...] (p.662).

De acuerdo Aparecida, L. y Elcione, L. (2019). Turismo cultural e interpretação do patrimonio na cidade de Diamantina - Minas Gerais/Brasil. El patrimonio cultural representa las características sorprendentes de la identidad cultural de un pueblo y refleja su forma de vida y su conexión con el pasado colectivamente construido, la actividad turística, así como el apoyo al impulso económico. Concluyó que la riqueza cultural existente, el patrimonio cultural diverso de la humanidad, se observa que en el diamante algunos de los recursos del

patrimonio de la ciudad tenían colecciones limitadas, falta de infraestructura de servicio, falta de señalización interpretativa y pocas acciones de comunicación que acercarán a los turistas a la ciudad. historia local. [...] (p.760).

Mientras Moraes, E. (2019). O papel do turismo cultural em Santiago (Cabo Verde): o caso do artesanat. El turismo influye en el desarrollo de la comunidad, es un patrimonio cultural que debe ser protegido y transmitido a las nuevas generaciones, porque la artesanía significa hacer del objeto de su origen un manual ilustre. Se puede decir que el turismo cultural comenzó hace mucho tiempo. Ha sido un producto importante desde fines de la década de 1970. Una de las principales causas del desarrollo del turismo cultural en las últimas décadas es el crecimiento en los niveles de educación, la información que tienen los turistas y el nivel de demanda. [...] (p.598).

De acuerdo Chagas, M. y Ramos, J. (2019). O turismo cultural, territorialidade e cultura local da comunidade pesqueira artesanal de Arraial do Cabo. El turismo cultural ofrece a la comunidad la oportunidad de redefinir las funciones del evento cultural, adaptándolo a una nueva realidad sin perder lazos con el grupo social. Se concluye cuando pensamos en el territorio de las lagunas de la tierra de Río de Janeiro, luego nos referimos a sus hermosas playas, su clima tropical, en definitiva, su belleza natural. Esta región está formada por varios municipios, entre ellos, podemos mencionar algunos más conocidos: peculiar, principalmente, en la formación cultural y también en lo que se refiere a las bellezas naturales. [...] (p.116).

Mientras Meira, M. (2019). Complexo da Estação Ferroviária de Jundiá e Complexo FEPASA1: análise comparativa dos bens como recurso cultural ao turismo. En cuanto a la recopilación de información sobre la protección existente en los conjuntos caídos, los procesos de protección asignados a cada complejo fueron consultados en la sede del instituto responsable de su protección. Concluyó que la actividad turística, la posibilidad de actuar en la reactivación económica y en la preservación de la memoria de la sociedad, a través de visitas que promuevan el reconocimiento de elementos de un período diferente, pero no muy lejano, y que permitan el desarrollo de las formas de vida que actualmente se entiende [...]

(p.370).

El problema general del trabajo de investigación es la siguiente:

- ¿Cuál es la percepción del turismo cultural desde la perspectiva del turista nacional en el distrito de Barranco, 2019?

Los problemas específicos del proyecto de investigación son los siguientes:

- ¿Cuál es la percepción del desplazamiento turístico del turismo cultural desde la perspectiva del turista nacional en el distrito de Barranco, 2019?
- ¿Cuál es la percepción del turista sobre el turismo cultural del distrito de Barranco, 2019?
- ¿Cuál es la percepción del sistema turístico del turismo cultural desde la perspectiva del turista nacional en el distrito de Barranco, 2019?

La justificación de estudio de la investigación sobre el -Análisis del turismo cultural en el distrito de Barranco desde la perspectiva del turista nacional, que propone alternativas para mejorar la gestión del desarrollo en el turismo cultural e incentivar la visita, ya que no todos los turistas nacionales que radican en Lima u otro departamento del Perú han visitado el distrito de Barranco.

El análisis del turismo cultural desde la perspectiva del turista nacional nos ayuda a determinar los aspectos que se perciben en la investigación, por ello podemos utilizar este proyecto de investigación como modelo para mejorar estas actividades en otros distritos o localidades.

Su objetivo general del proyecto de investigación es conocer la percepción del turismo cultural desde la perspectiva del turista nacional en el distrito de Barranco, 2019

Los objetivos específicos son los siguientes:

El primer objetivo específico. —Identificar la percepción del desplazamiento turístico de turismo cultural desde la perspectiva del turista nacional en el distrito de Barranco, 2019. El segundo objetivo específico. —Identificar la percepción del turista sobre el turismo cultural del distrito de Barranco, 2019.

El tercer objetivo específico. —Identificar la percepción del sistema turístico del turismo cultural desde la perspectiva del turista nacional en el distrito de Barranco,

## **II. MÉTODO**

### **2.1 Tipo de Diseño de Investigación**

Blasco y Pérez (2017) Indica que el proyecto de investigación cualitativa analiza la existencia en su entorno natural, mostrando todo más simple.

Se ejecuta variedades de instrumentos para tener información de las encuestas, imágenes, observaciones, historias de vida, en los que se describen las costumbres y las situaciones problemáticas. (p.01).

Hernández, Fernández y Baptista (2014) Informan que el entorno del trabajo cualitativo se manifiesta a las acciones generales que se maneja en el desarrollo de investigación, será manejable la trayectoria de las entrevistas que se realizará en el lugar turístico. (p. 358).

El trabajo tiene como diseño etnográfico porque detalla y estudia las características de un lugar específico.

De acuerdo Hernández, Fernández y Baptista (2014), explica que los diseños etnográficos describen y analizan creencias, ideas, conocimientos, cultura y comunidad. (p. 482).

### **2.2 Escenario de Estudio**

El distrito de Barranco está ubicado en el Sur de Lima a minutos de la Plaza Mayor de Lima trasladándose en auto por la vía expresa, se presenta en Barranco ferias turísticas, danzas turísticas en el Parque Municipal y todos los turistas locales, nacionales e internacionales participan en las actividades turísticas, también los turistas visitan los museos que se encuentran en el distrito.

### **2.3 Participantes**

#### **2.2.1 Muestra**

El actual proyecto de investigación tiene diseño cualitativo, no se trabajará con un número

establecido de muestra, los elegidos fueron seleccionados con la intención de brindar una excelente información sobre el problema de investigación, se realizarán diez encuestas a los turistas nacionales y locales del distrito de Barranco. Para Sánchez Silva, Modesto, la investigación cualitativa no muestra criterios de selección numérico, por ello no es parte de un número establecido de personas a encuestar Hernández, Fernández y Baptista (2014), no muestra una selección establecida por lo que no parte de un número, el modelo de proyecto cualitativo se manifiesta que el desarrollo del trabajo es sencillo. (p. 358).

### **2.1.2 Muestreo**

La técnica utilizada en el proyecto de investigación ha sido la intencional ya que las personas elegidas para las entrevistas son los turistas locales y nacionales que visitan los lugares turísticos del distrito de Barranco, serán elegidos por el investigador.

Según Pedro Luis López (2004). El muestreo es un diseño ya usado, y se puede obtener información precisa por medio de los turistas nacionales. "Existe conjunto de reglas, procedimiento y opiniones por los ciudadanos residentes del lugar turístico. (p. 19)

Hernández y Baptista (2014), no hay una muestra de datos que indique la cantidad de turistas que ingresan diariamente a un lugar turístico, el modelo de investigación cualitativa se utiliza para obtener un proceso de investigación sencilla, la trayectoria del trabajo se ejecutará en un destino turístico. (p. 358).

De acuerdo Hernández y Fernández (2014). El muestreo no respeta una regla establecida, ni detalle numérico y las encuestas se realizan a los turistas nacionales y locales, este tipo de muestreo está dirigido intencionalmente al turista y al encargado del área de turismo del distrito de Barranco. (p. 358).

Según Serbia, J.M. (2007), se presenta en los estudios cualitativos una relación de un individuo interpretando las sugerencias de otros, que se debe tener presente, se debe determinar todas las interpretaciones (p.01). . En Barranco su tipo de muestreo ha sido considerado que las encuestas dirigidas a los turistas nacionales sobre Barranco, no se nombrará ningún apellido y nombre de cada encuestado.

## **2.4 Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos**

La técnica que se desarrollará son las entrevistas a profundidad, en instrumento se realizan cuestionarios, los entrevistados serán los turistas locales y nacionales, en ellos se podrá obtener una información sobre los lugares turísticos y museos del distrito de Barranco.

## **2.5 Procedimiento**

El proyecto de investigación tiene como finalidad de dar a conocer: El análisis del turismo cultural del distrito de Barranco desde la perspectiva del turista nacional; para describir el trabajo se tiene previos conocimientos del lugar, por ello se indagó en fuentes informativas como tesis, libros, entre otros. Así también se hizo entrevistas y la observación directa, así se obtendrá información sobre el turismo cultural del distrito, será la manera fácil de recolectar los datos para el trabajo de investigación, para finalmente procesarla y responder al problema de investigación planteado.

## **2.6 Método de Análisis de Información**

Sobre los análisis de datos se debe examinar las informaciones obtenidas, para poder sacar conclusiones sobre el tema planteado, los datos cualitativos se realizan mediante las entrevistas abiertas, por cantidades pequeñas o grandes de los grupos de observación.

Según Ryan y Bernard (2003) -Los investigadores deben indagar información, seleccionar cantidades de estudio de los libros. La información obtenida puede ser de (libros, encuestas, revistas) (p.5).

Para calcular la unidad temática del turismo cultural se utilizó la ficha de observación, de creación propia, en donde se describió las encuestas.

## **2.7 Aspecto Ético**

El proyecto de investigación se realizó con honestidad, respetando el uso de norma APA y el derecho del autor, así como el anonimato de los encuestados, porque ellos así lo han deseado.

# **III. RESULTADOS**

## **Resultados de las entrevistas a profundidad**

En cuanto a los resultados de esta tesis mediante los entrevistados a profundidad, se obtuvieron los siguientes hallazgos. Estos resultados han sido estructurados de la siguiente

manera, desplazamiento turístico, el turista y sistema turístico. La información mostrada está a base del estudio cualitativo.

### **Desplazamiento turístico**

#### **1. ¿Usted visitó algún museo en el distrito de Barranco?**

La mayoría de los entrevistados afirman que sí han visitado algún museo en el distrito de Barranco.

- “Sí” **Geraldinne**
- “Bueno, Sí” **Gustavo**
- “Sí” **Anderson**
- “Sí” **Rosario**

#### **2. ¿Cuáles son los museos que visitó en el distrito de Barranco?**

Con respecto de los museos visitados los entrevistados coincidieron su mayoría en visitar el mismo museo. A continuación detallaremos la respuesta de algunos entrevistados:

- “Museo MAC, Electricidad y Mate.” **Rosario**
- “Museo de la Electricidad, Pedro de Osma y MAC.”  
**Claudia**
- “Museo MAC y Electricidad ” **Anderson**

#### **3. ¿Qué museo fue el que más le gustó del distrito de Barranco?**

La gran mayoría de los entrevistados han coincidido en el mismo museo que le han gustado museos MAC y Electricidad.

- “Solo el museo de la Electricidad.” **Raúl**
- “Ah! solo visité un museo MAC.” **Anali**
- “Visité un museo MAC.” **Rosario**

#### **4. ¿Usted cuántas veces al año visita el distrito de Barranco?**

Por otra parte, los entrevistados han visitan el distrito de Barranco por turismo y la otra parte mencionaron que visitan el distrito por su trabajo.

- “Bueno, visitó Barranco cinco o seis veces a la semana.” **Marcos**
- “Ah!!! Siempre.” **Alejandro**
- “Bueno, solo visitó pocas veces.” **Anderson**

## 5. ¿Qué ha sido lo que más le gustó del distrito de Barranco?

Según los entrevistados lo que más le ha gustado del distrito de Barranco es sus parques, calles y su cultura.

- “Me gusta sus parques y sus calles que tiene barranco, es un lugar turístico.”

**Geraldinne**

- “Sus calles y parques.” **Rosario**
- “Solo me gusta sus lugares turísticos y sus calles.” **Marcos**

## 6. ¿Usted asistió a ferias turísticas en el distrito de Barranco?

Los entrevistados todos indicaron que si han asistido a ferias turísticas del distrito algunos han coincidido en las mismas ferias.

- “Sí” **Raúl**
- “Sí” **Jhonathan**
- “Ah!!! Sí.” **Alejandro**

## 7. ¿Qué feria turística visitó en el distrito de Barranco?

Por otra parte los entrevistados sí visitaron ferias turísticas del distrito coincidieron en la visita de la Feria del pan y gastronómica.

- “La feria El pan francés.” **Anali**
- “La feria gastronómica que realizan los domingos en el parque municipal.”

**Alejandro**

**El turista**

## 8. ¿Usted como cuidaría el patrimonio cultural del distrito de Barranco?

Los entrevistados indicaron que cuidarían el patrimonio cultural median el cuidado de las calles, la limpieza e incentivando a las nuevas generaciones.

- “Cuidaría las calles del distrito, no ensuciando” **Marcos**
- “Cuidando la limpieza de las calles.” **Claudia**
- “Incentivando a las nuevas generaciones en cuidar su patrimonio cultural.”

**Rosario**

## 9. ¿Usted cree que Barranco es un distrito cultural? ¿Por qué?

Los entrevistados todos respondieron que sí es un distrito cultural porque tiene una hermosa historia y ahí museos y lugares turísticos muy reconocidos nacionalmente.

- “Sí, claro que sí.” **Anderson**



- “Sí, claro es un distrito cultural” **Gustavo**
- “Sí.” **Marcos**

**10. ¿Cree usted que la Municipalidad de Barranco da a conocer la riqueza del distrito?**

La mayoría de los entrevistados respondieron que sí, la municipalidad de Barranco da a conocer la riqueza del distrito.

- “Si, la municipalidad se preocupa por su distrito.” **Geraldinne**
- “Si, la municipalidad se preocupa por su distrito pero se nota que solo poco se preocupa por los lugares turísticos que existe en el distrito de Barranco.” **Rosario**
- “Bueno, sí.” **Marcos**

**Sistema turístico**

**11. ¿Usted participaría para el desarrollo de las actividades turísticas del distrito de Barranco?**

Por otra parte los entrevistados respondieron que sí participarían en el desarrollo de las actividades turísticas del distrito.

- “Sí” **Raúl**
- “Sí, claro soy guía oficial” **Jhonathan**
- “Sí.” **Rosario**

**12. ¿Usted como colaboraría en el desarrollo cultural del distrito de Barranco?**

Los entrevistados indicaron que colaborarían en el desarrollo del distrito mediante la incentivación de las futuras generaciones y realizando talleres.

- “Realizando talleres, para niños y adolescentes sobre pintura y danzas típicas.” **Anali**
- “Incentivando a la niñez que quieran el arte y la poesía.” **Alejandro**
- “Incentivando a los niños.” **Marcos**

**13. ¿Usted cree que los turistas extranjeros le dan importancia al turismo cultural del distrito de Barranco?**

Según las entrevistas, los entrevistados indican que los turistas extranjeros sí les importan el turismo cultural del distrito.

- “Si, justamente es una zona cultural.” **Marcos**
- “Sí, muchísimo ellos les gusta saber nuestra historia, como ha cambiado el distrito.”

**Claudia**

- “Sí, preguntan sobre la historia del distrito.” **Anderson**

## **IV. DISCUSIÓN**

### **4.1 Discusión de los resultados**

En la discusión se presentan los resultados obtenidos en las entrevistas a profundidad de los turistas nacionales de Barranco. Las discusiones están agrupadas en tres categorías: Desplazamiento turístico, el turista y el sistema turístico.

#### **4.1.1 Desplazamiento turístico.**

Con respecto a los turistas nacionales y locales, se obtuvo como resultados que los entrevistados visitan dos o tres museos en el distrito de Barranco. La mayoría coincidieron con la visita al museo de la Electricidad y MAC., la mayoría tiene la edad de veinte años a sesenta años.

Fernández (1978) citado por Quesada (2000) expresa que el turismo es realizar un viaje que es un grupo de vínculos y rareza del desplazamiento turístico, mantenerse fuera del domicilio, no se motivan a realizar alguna actividad lucrativa, las acciones que generan el traslado de los turistas tienen como finalidad visitar lugares desconocidos y poder satisfacer sus necesidades de ocio, para así poder gozar nuevas experiencias. (p.8).

Los turistas han visitado Barranco para realizar turismo otros indicaron que solo por motivos de laborales, los entrevistados respondieron lo que más le ha gustado de Barranco sus calles, parques y sus lugares turísticos.

La Municipalidad de Barranco indica que en el 2013, se realizó una investigación sobre el turista que visita Barranco, por ello se obtuvo una información precisa sobre las características de los turistas; un alto porcentaje vienen de países sudamericanos, la edad es de 15 y 65 años; y un buen nivel de personas terminaron su carrera profesional; aproximadamente la mitad van a asesorías por parte de sus amigos o familiares. Se hospedan en hoteles en el mismo establecimiento de Barranco. Se menciona a turistas que visitan un aproximado de 1 a 3 horas, en Barranco se gastan \$ 500 durante su visita. Conforme los comentarios de turistas, lo primero que les motiva en visitar el distrito de Barranco, es poder visualizar bienes inmuebles históricos y monumentos, en segundo lugar, la gastronomía.

Los entrevistados respondieron que han asistido a la feria del pan francés y también a

ferias gastronómicas que lo realizan en el parque municipal del distrito de Barranco.

Richard (1996), indica que el desplazamiento turístico se determina en que las personas se movilizan en distintos lugares turísticos, elevando su nivel de educación.

#### **4.1.2 El turista.**

Los turistas nacionales y locales respondieron que cuidarían el patrimonio cultural del distrito de Barranco mediante la limpieza de sus calles, ya no construyendo edificios, incentivando las futuras generaciones que participen en la protección de los lugares turísticos, no ensuciando las áreas verdes.

Núñez, J. (2017), manifiesta que la “Valoración económica de los recursos turísticos naturales y culturales en la Amazonía de Carabaya – Puno, 2017.” se favorecen las instituciones y organizaciones asociadas a las actividades turísticas, sea privados o estatales; del mismo modo a otras actividades que integran el mercado turístico, inicialmente a la población del distrito de Ollachea y San Gaban, para una toma de decisión de un paquete turístico, que muestre un buen servicio, que ofrece las acciones que se deben tener siempre presente.

Creen los turistas que Barranco sí, es un distrito cultural por su historia y también por sus lugares turísticos como el Parque Municipal, Plazuela Chabuca Granda, Puente los Suspiros entre otros, también los museos que son conocidos nacionalmente el museo MAC, Electricidad, Pedro de Osma y MATE.

De la Cruz Vergaray, Lizbeth Denisse y Rodríguez Reyes, Iris Roxana (2017), ratifican que “El análisis que influye la gentrificación en el turismo cultural del distrito de Barranco en Lima, 2017.” es un proceso de transformación de un espacio urbano deteriorado y su influencia ha sido un tema investigado en Europa y Estados Unidos, donde se realizó un gran proceso que genera cambios, culturales y sociales tanto con la población local. En el Perú son pocos los estudios sobre este tema y por ello se decidió realizar esta investigación en Barranco, el distrito en donde se refleja la renovación urbana.

Por otro lado los turistas el cincuenta por ciento de los entrevistados respondieron que la municipalidad de Barranco da a conocer la riqueza del distrito se preocupan por los lugares turísticos, el otro cincuenta por ciento indicaron que la municipalidad del distrito no se preocupa por Barranco, solo ven lo monetario, antes habían letreros con la historia

de Barranco ahora no hay absolutamente nada.

Trigo, J., Chillogallo, D., Cordova, A. y León, L.(2018). El turista cultural: tipologías y análisis de las valoraciones del destino a partir del caso de estudio de Cuenca-Ecuador. En el turismo cultural se transforma las modalidades de mayor aumento, pensando en una oportunidad de crecimiento de destino tradicional de “sol y playa”. Será incompleta la cifra de trabajo encima de tipologías y evaluaciones de los turistas que asisten a destinos culturales. Este tipo de turismo es un conjunto de experiencias subjetivas que cada turista analiza según su equipaje sociocultural, el turismo incorpora una combinación de actividades económicas y prácticas culturales que son esenciales para la creación de paisajes geográficos. [...] (p.56).

Richard (1996), indico que los turistas cada día quieren explorar más sobre la cultura, visitar destinos turísticos, conocer diferentes culturas, museos, las tradiciones, las creencias y costumbres.

#### **4.1.3 Sistema turístico.**

Con respecto al sistema turísticos los diez entrevistados respondieron que participarían en el desarrollo de las actividades turísticas del distrito de Barranco, algunos indicaron que la participación sería mediante los eventos realizados en los museos o en el parque municipal del distrito y otros impulsando a las futuras generaciones en visualizar en otras perspectiva el arte y la música, siendo guía en el recorrido de los lugares turísticos de Barranco.

La Escuela de Organización Industrial de Madrid (2013). Reafirma que el turismo cultural tiene varios fines uno de ellos es el entendimiento de sitios históricos -artísticos. Se realiza un objetivo positivo para complacer la protección del turismo. El turismo manifiesta, la seguridad, los esfuerzos del mantenimiento que quiere los ciudadanos, por todos los beneficios económicos y socio-culturales que requiere para toda la población. [...] (p.22)

Los turistas respondieron que sí colaborarían en el desarrollo cultural del distrito, realizando talleres para niños y adolescentes sobre pintura y danzas típicas, dando a conocer la historia antigua de Barranco, incentivando a la niñez que quieran el arte y la poesía, también mediante circuitos turísticos gratis.

Fuller, N. (2008). indica que el turismo cultural tiene el conocimiento de los lugares turísticos, sitios históricos y artísticos. El turismo que se práctica en el Perú es

inicialmente cultural, siempre los turistas están en busca de nuevas culturas.

Se determina que el turismo cultural, lo vive los visitantes que buscan siempre empaparse de sus costumbres de los pobladores, por ejemplo, los turistas llegan a ingresar a las casas de los pobladores para observar su convivencia, con el permiso de los dueños de cada vivienda, proceden en fotografiar mientras participan en las fiestas patronales entre otras actividades [...]. (p.35)

De acuerdo las respuestas de los entrevistados los turistas extranjeros un cincuenta por ciento sí, le da importancia al turismo cultural del distrito de Barranco quieren conocer la historia del distrito y cuidan mucho sus calles, también tienen curiosidad de saber sobre diferentes culturas y como fue cambiando el distrito de Barranco, el otro cincuenta por ciento respondieron que los turistas extranjeros no les importa el turismo cultural del distrito solo visitan las discotecas y bares de Barranco.

Winter, C.(2017). Confirma que el turismo “cultural” al “rural”: un caso de la Pampa bonaerense (Argentina). En el turismo cultural se trabajó bien con el paso de los años y se pudo acoplar el turismo rural, es el beneficio de los recursos nombrados estancias que abran puertas para obtener personas que desean conocer la forma de vida. El turismo cultural y rural en bonaerense se utilizan los medios de expansión proporcionado por la secretaria como páginas oficiales y una feria de turismo de Buenos Aires, se destaca su importancia que adquirió el turismo rural, principalmente en Buenos Aires. [...] (p.271).

Richard (1996), indica que el sistema turístico, se relacionan con algunas empresas turísticas, agentes públicos y privados, con el fin de gestionar las actividades y así la población pueda ingresar a disfrutar el desarrollo turísticos y cultural, de diferentes lugares turísticos.

## **V. CONCLUSIONES**

En la presente investigación se puede concluir que el análisis del turismo cultural en el distrito de Barranco desde la perspectiva del turista nacional, 2019 sus objetivos específicos y generales son los siguientes:

Se determinó que la percepción del desplazamiento turístico del turismo cultural desde la perspectiva del turista nacional del distrito de Barranco se lleva de una manera positiva, los turistas nacionales indicaron que el distrito tiene hermosos lugares turísticos, parques y calles. Mostraron su satisfacción sobre las ferías que se realizan en

el parque municipal como la feria del pan francés y feria gastronómica.

La percepción del turista sobre el turismo cultural del distrito de Barranco se encuentra en un buen nivel los turistas nacionales respondieron que cuidarían el patrimonio cultural del distrito mediante la limpieza de sus calles, incentivando a las futuras generaciones en la protección de los lugares turísticos, también los turistas confirman que Barranco sí es un lugar cultural por su historia y sus sitios turísticos.

Sobre la percepción del sistema turístico del turismo cultural desde la perspectiva del turista nacional en el distrito de Barranco, los turistas apoyarían en el desarrollo de las actividades turísticas del distrito mediante eventos que se realiza en los museos o en el parque municipal del distrito y también impulsando a las futuras generaciones en visualizar en otras perspectiva el arte y la música.

Con respecto al objetivo general de la investigación presentada, es posible concluir que la percepción del turismo cultural desde la perspectiva del turista nacional en el distrito de Barranco, los turistas indicaron que falta desarrollar en el distrito el turismo cultural y ellos ayudarían realizando talleres para niños y adolescentes sobre pintura y danzas típicas dándoles a conocer la historia de Barranco.

## **VI. RECOMENDACIONES**

Los resultados obtenidos en la investigación llevada a cabo propone las siguientes recomendaciones, las cuales pueden mejorar la situación actual del distrito de Barranco.

Con respecto al desplazamiento turístico se plantea las siguientes recomendaciones:

Sensibilización sobre los museos que tiene el distrito, como el museo MAC, Electricidad, Pedro de Osma y MATE, realizando alianzas con los *influencers* para obtener una alta demanda turística en los museos que se encuentran en el distrito de Barranco.

Retomar los tour gratuitos mediante publicaciones en la página web de la Municipalidad de Barranco y publicaciones en Facebook, realizarlos tres veces por semana en dos horarios, con ayuda de guías voluntarios.

Planificar y realizar programas regulares de inspección y de mantenimiento para los lugares turísticos del distrito con la ayuda de la Municipalidad de Barranco, realizando convocatorias en las páginas sociales para obtener voluntarios que ayuden el mantenimiento de los lugares turísticos de Barranco, ayudando en la limpieza de los lugares turísticos, inspeccionando las calles sobre la limpieza. Además, se debería gestionar alianzas con universidades para que los estudiantes de turismo realicen sus prácticas pre profesionales realizando el guiado y además den mantenimiento a los lugares turísticos de Barranco.

Realizar un segundo estudio de investigación que procure la opinión de los turistas sobre los tours gratuitos y poder corroborar la satisfacción del servicio, con ayuda de la Municipalidad de Barranco, el cuestionario se puede realizar en las páginas sociales como Facebook, Twitter e Instagram.

Con respecto a la percepción del turista se plantea las siguientes recomendaciones:

Elaborar campañas educativas y culturales para promover el respeto del patrimonio cultural y destacar la necesidad de protegerlo, sensibilizar a la opinión pública y a los profesionales del contenido de las leyes culturales pertinentes a la protección de los bienes con valor cultural mediante las redes sociales y con la Municipalidad de Barranco. Incentivar la información cultural con paneles afuera de la Municipalidad de Barranco y en las redes sociales como Facebook, Instagram y Twitter, también en la página web de la Municipalidad.

Adecuar los lugares turísticos en cuanto a señalización para que los turistas puedan recorrer el distrito de Barranco, realizar alianzas con Inventrip para obtener señalización es la primera red global de señalización turística inteligente basada en tecnología Beacons, donde cada dispositivo colocado estratégicamente es una oficina de turismo digital funcionando 24 horas los 7 días de la semana.

Mejoramiento de la transitabilidad vehicular y peatonal, rehabilitación de pistas, veredas y áreas verdes con la ayuda del Ministerio de Vivienda, Construcción y Saneamiento.

Colocar paneles reciclables sobre la educación y cultura así se podrá promocionar el arte y la cultura, de este modo, la autoestima, la capacidad de escuchar, la empatía y la

seguridad, son algunas de las fortalezas que se desarrollarán adecuadamente en beneficio de todos los vecinos del distrito de Barranco.

Con respecto al sistema turístico se plantea las siguientes recomendaciones:

Realizar convenios con empresas de telecomunicaciones para que brinde internet gratuito alrededor de los lugares turísticos de Barranco, para que los turistas utilicen WIFI y así sea accesible su recorrido en el distrito y puedan obtener información precisa de los museos y lugares turísticos de Barranco.

Se sabe que el futuro de Barranco está en el desarrollo turístico, por eso se debe trabajar organizadamente en sus sitios turísticos, mejorar la infraestructura de los lugares turísticos con ayuda de la Municipalidad de Barranco y el Alcalde de Lima.

Mejoramiento en la puesta en valor de los servicios de la Biblioteca Municipal de Barranco, elaborando proyectos creativos para adolescentes y niños con la ayuda de la Municipalidad.

Diseñar mejores servicios de transporte que respondan a las necesidades de los turistas en coordinación con otras Municipalidades.

Establecer programas estratégicos mediante publicaciones en redes sociales y en la página web de la Municipalidad de Barranco como “Visitemos todos Barranco”, “Infórmate sobre el turismo cultural” y “Mejora la percepción sobre la cultura”.

Mejoramiento “puesta en valor” de los servicios de la Biblioteca Municipal de Barranco, mediante *influencers locales*, sería llegar a un acuerdo de colaboración con ellos para que hagan promocionar la biblioteca o ayudasen con su conocimiento para atraer a las personas hacia la biblioteca.

Modificar la infraestructura de la iglesia ermita del distrito de Barranco con la ayuda del alcalde, realizando actividades para obtener fondos y poder arreglar su infraestructura de la iglesia.

## **REFERENCIAS:**

Benítez, M. (2012). *-Factores determinantes del desarrollo turístico del distrito de Yura.*



(Tesis de Licenciatura). Recuperado en <http://www.eumed.net/rev/turydes/12/mbc2.pdf>

Bringas, NL. y González, J.(2014) *-El turismo alternativo: una opción para el desarrollo local en dos comunidades indígenas de Baja California* (Tesis). Recuperado de <file:///C:/Users/PRIVATO/Desktop/AVANCE%20DE%20PROYECTO%20DE%20INVESTIGACION/TESIS%2005%20INTERNACIONAL.html>

Blasco y Pérez (2017). *Definición de investigación cualitativa*. Recuperado de [http://www.eumed.net/tesis-doctorales/2012/mirm/enfoque\\_cualitativo.html](http://www.eumed.net/tesis-doctorales/2012/mirm/enfoque_cualitativo.html)

Curiel, J. (2007) *-La petición del turismo cultural y su vinculación con el medio ambiente urbano: Los casos de Madrid y Valencia* (Tesis). Recuperado en <https://eprints.ucm.es/7527/1/T29665.pdf>

De la Cruz, L. y Rodríguez, I. (2017) *-Análisis de la influencia de la gentrificación en el turismo cultural en el distrito de Barranco*. (Tesis de Licenciatura). Recuperado de [https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/625430/delacruz\\_v1.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/625430/delacruz_v1.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

EOI – Madrid Escuela de Organización Industrial. (2013). *-Turismo cultural patrimonio, museos y empleabilidad*. Recuperado de [http://api.eoi.es/api\\_v1\\_dev.php/fedora/asset/eoi:80090/EOI\\_TurismoCultural\\_2013.pdf](http://api.eoi.es/api_v1_dev.php/fedora/asset/eoi:80090/EOI_TurismoCultural_2013.pdf)

Fuller, N. (2008). *-Turismo y Cultural*. Lima: Biblioteca Nacional del Perú & Universidad Católica del Perú.

Gemma, J. (2011) *-El turismo cultural como oferta complementaria en los destinos del litoral: El caso de la Costa Brava (España)* (Tesis). Recuperado de

[https://www.researchgate.net/publication/260776827\\_El\\_turismo\\_cultural\\_como\\_oferta\\_complementaria\\_en\\_los\\_destinos\\_de\\_litoral\\_El\\_caso\\_de\\_la\\_Costa\\_Brava\\_Espana](https://www.researchgate.net/publication/260776827_El_turismo_cultural_como_oferta_complementaria_en_los_destinos_de_litoral_El_caso_de_la_Costa_Brava_Espana)

Gómez, M., Mondejaf, J & Sevilla, C. (2005). *-Gestión del turismo cultural y sus ciudades.*

*Españal.*

Hernández, F. & Baptista (2006) *-Diseño de investigación*|| Recuperado de

[http://www.scielo.org.pe/scielo.php?pid=S172948272007000100009&script=sci\\_arttext&tlng=en](http://www.scielo.org.pe/scielo.php?pid=S172948272007000100009&script=sci_arttext&tlng=en)

Lituma, F. (2014). *-Historias de la calles de Barranco.*|| Recuperado de

<http://www.librosperuanos.com/libros/detalle/19063/Historia-de-las-calles-de-Barranco>

MINCETUR (2012). *-Desarrollo turístico*|| Recuperado de

[https://issuu.com/prodesarrolloturistico/peru/docs/perfil\\_del\\_turista\\_que\\_visita\\_el\\_dia](https://issuu.com/prodesarrolloturistico/peru/docs/perfil_del_turista_que_visita_el_dia)

Municipalidad de Barranco. (2016). Evaluación cultural de Barranco. Recuperado de

<http://www.munibarranco.gob.pe/jdownloads/Agenda%2021/Diagnostico%20Cultura%20de%20Barranco.pdf>

Museo Pedro de Osma. (s.f.). Historia.

Recuperado de <http://museopedrodeosma.org/historia/>

Museo de Mario Testino. (s.f.). Acercadel museo.

Recuperado de <https://www.mate.pe/es/acerca-del-museo/>

Museo de Electricidad. (13 de septiembre del 2011). Historia del museo de la electricidad.

Recuperado de <http://museodelaelectricidad.blogspot.pe/2011/09/historia-del-museo-de-laelectricidad.html?m=1>

Museo de Arte Contemporáneo. (s.f.). Historia del museo. Recuperado de [http://www.maclima.pe/?page\\_id=57#historia](http://www.maclima.pe/?page_id=57#historia)

PROMPERÚ (2017). *-Indicadores turísticos*. Recuperado de <https://www.promperu.gob.pe/TurismoIN/sitio/Ciudades/96/Lima>

Portocarrero, E. (2017), *-Potencialidades turísticas del Valle Jequetepeque para el desarrollo de un turismo cultural* (Tesis de Licenciatura). Recuperado de <http://repositorio.ucv.edu.pe/handle/UCV/11689>

Quesada, R. (2000). *-Elementos del turismo*. San José: Universidad Estatal a Distancia.

Quiroga, J. (2017). *-Valoración económica de los recursos turísticos naturales y culturales en la Amazonía de Carabaya – Puno* (Tesis de Licenciatura). Recuperado en <http://repositorio.unap.edu.pe/handle/UNAP/8606>

Recuero, N., Blasco, F& Mandariaga, J (2016) *-Marketing del turismo cultural*.

Richards, G. (1996) *-Alcance y significado del turismo cultural* Recuperado en <https://www.cabdirect.org/cabdirect/abstract/19961805565>

Ryan , Bernard (2003) *-Los investigadores primero deben identificar* Recuperado en

<http://www.ub.edu/ice/recerca/pdf/ficha7-cast.pdf>

Serbia, J. (2007) –Análisis de investigación cualitativa, diseño y muestreo|| Recuperado en <http://dspace.usalca.cl/handle/1950/9421>

UNESCO (2001) –La Cultura se considera como conjunto de proceso diferenciadores se puede obtener un conjunto actual de rasgos espirituales, materiales y afectivos que determinan una sociedad o un grupo.|| Recuperado de <http://www.munibarranco.gob.pe/jdownloads/Agenda%2021/Diagnostico%20Cultural%20de%20Barranco.pdf>

Alcântara, P.(2016). Cultural tourism itineraries in Serra Gaúcha (RS-Brazil): Selection and creation of routes and their historical memory appeal. *Rev. Bras. Tur. Scielo, 10(3)*, 2-4. Recuperado de doi: <http://dx.doi.org/10.7784/rbtur.v10i3.1042>

Álvarez, I.(2017). Turismo cultural y peregrino. Producciones del pasado en Real de Catorce. *Revista de El Colegio de San Luis. Scielo, 88(46)*, 50-63. Recuperado de doi: <http://dx.doi.org/10.21696/rcls19182019944>

Andrade, P. (2018). Epistemología e metodologia do turismo cultural urbano: O casp da sociología artística das culturas móveis e da comunicação turística em redes sociais urbanas. *Comunicação e Sociedade. Ebsco, 33(0)*, 216-224 doi: 10.17231/comsoc.33(2018).2915

Acerenza, S. y Gandelman, N. (2018). Culture is a luxury in Latin America. *Rev. Estudios de economía 46(1)*, 126-130. Recuperado de doi: <http://dx.doi.org/10.4067/S0718-52862019000100125>

Aparecida, L. y Elcione, L. (2019). Turismo cultural e interpretação do patrimonio na cidade de Diamantina - Minas Gerais/Brasil. *Revista de Turismo y Patrimonio Cultura. Ebsco, 17(4)*, 760-763 Recuperado de doi: <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2019.17.053>

Barrera, M. y Varela, R. (2017). Hacia la construcción de un sistema de información de turismo cultural y de naturaleza para la planificación en el municipio de Bucaramanga, Colombia. *Revista Iberoamericana de Turismo.Ebsco*, 7(1), 136-138.doi: 10.2436/20.8070.01.50

Bauer, J. y Lisboa, A. (2017). O Caminho das Tropas Desterro-Lages e o legado patrimonial: potencialidades para o desenvolvimento do seu turismo cultural. *INTERAÇÕES. Scielo*, 19(3), 656-662. Recuperado de doi: <http://dx.doi.org/10.20435/inter.v19i3.1677>

Carrasco, M. y Meléndez, A. (2016). The role of satisfaction in cultural activities' word-of-mouth. A case study in the Picasso Museum of Málaga (Spain). *Tourism & Management Studies. Scielo*, 12(1), 145-152. Recuperado de doi: <http://dx.doi.org/10.18089/tms.2016.12115>

Cavenaghi, A. (2016). Marcel Mauss and the cultural history: a contemporary rescue. *Rev. Bras. Pesq.. Scielo*, 10(3), 464-470. Recuperado de doi: <http://dx.doi.org/10.7784/rbtur.v10i3.1132>

Chagas, M. y Ramos, J. (2019). O turismo cultural, territorialidade e cultura local da comunidade pesqueira artesanal de Arraial do Cabo. *Revista Iberoamericana de Turismo. Ebsco*, 9(0), 115-120. doi: 10.2436/20.8070.01.120

Gómez, M. y Pérez, W. (2017). Cultural Consumption as a means for International Tourist development. An analysis applied to Villavicencio – Colombia. *Cultural consumption, internationalization, tourism. Scielo*, 16(1), 65-70. Recuperado de doi: <http://dx.doi.org/10.15665/.v16i01.1413>

Gushiken, Y. y Hirata, T. (2014). Processes of Cultural and Media Consumption: The Image of 'Otaku', from Japan to the World. *Rev. Bras. Ciênc. Comun.* 37(2), 141-147. Recuperado de doi: <http://dx.doi.org/10.1590/1809-584420146>

Henriques, H. (2013). Tourism, nature and culture: disputes for “Heritage sites” in “Participative debates” in ilha grande, state of Rio de Janeiro (rj), Brazil. *Ambiente & Sociedade. Scielo*, 16(4), 3-10. Recuperado de doi: <http://dx.doi.org/10.1590/S1414-753X2013000400005>

Kagan, C. y Burton, M. (2014). Culture, identity and alternatives to the consumer culture. *Revista, Curitiba, Brasi* 0(53), 80-84. Recuperado de doi: <http://dx.doi.org/10.1590/0104-4060.36583>

Largo, L. (2018). Cultural politics in culinary tourism with ethnic foods. *Rev. adm. empres.. Scielo*, 58 (3), 320-323. Recuperado de doi: <http://dx.doi.org/10.1590/s0034-759020180313>

Martorell, A. (2018). Políticas comparadas de turismo cultural en tiempos de crisis. *Revista Turismo y Patrimonio. Ebsco*, 12(6), 101-106.doi: 10.24265/turpatrim.2018.n12.06

Mariutti, F. y Medeiros, M. (2018). Culture as a dimension of country brand: the highs and lows of Brazil’s brand image. *Tourism & Management Studies. Scielo*, 14(1), 120-126. Recuperado de doi: <http://dx.doi.org/10.18089/tms.2018.14110>

Melo, A. y Cardozo, P. (2015). Patrimônio, turismo cultural e educação patrimonial. *Educ. Soc., Campinas. Scielo*, 36(133), 7-14. Recuperado de doi: <http://dx.doi.org/10.1590/ES0101-73302015137387>

Meira, M. (2019). Complexo da Estação Ferroviária de Jundiaí e Complexo FEPASA1: análise comparativa dos bens como recurso cultural ao turismo. *Revista de Turismo y Patrimonio Cultural. Ebsco*, 16(2), 368-372 doi : 10.25145/j.pasos.2018.16.026

Moraes, E. (2019). O papel do turismo cultural em Santiago (Cabo Verde): o caso do artesanat. *Revista de Turismo y Patrimonio Cultural. Ebsco*, 17(3), 595-561. doi: 10.25145/j.pasos.2019.17.042

Rodrigues, E. (2016). A aliança indissociável entre o turismo cultural e o turismo em espaço rural na Madeira. *Tourism y Management Studies. Scielo, 12(2)*, 72-76. doi: 10.18089/tms.2016.12208

Rossini, D., Tricárico, L. y Tomelin, C. (2016). O Português Centro Histórico de São Francisco do Sul (BR): um atributo para o turismo cultural. *INTERAÇÕES. Scielo, 17(1)*, 111-117. Recuperado de doi: <http://dx.doi.org/10.20435/1518-70122016111>

Sandoval, L. (2017). The role of satisfaction in cultural activities' word-of-mouth. A case study in the Picasso Museum of Málaga (Spain). *Rev. Tsafiqui 9(0)*, 4-24. Recuperado de doi: <https://doi.org/10.29019/tsafiqui.v0i9.349>

Santos, J. y Silva, J. (2016). Arte popular criativa e turismo cultural na cidade de Loulé (Algarve/Portugal). *Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo, Sao Paulo. Scielo, 10(2)*, 213-222. Recuperado de doi: <http://dx.doi.org/10.7784/rbtur.v10i2.1060>

Serrano, J. y Liñán, F. (2014). Culture and Entrepreneurship: The Case of Latin America. *Rev. innovar 24(0)*, 170-174. Recuperado de doi: <http://dx.doi.org/10.15446/innovar.v24n1spe.47616>

Serrano, M. y Gálvez, J. (2017). Educación y turismo cultural en la España: Identificación de perfiles turísticos mediante la aplicación de árboles de decisión. *Revista de Metodología de Ciencias Sociales. Ebsco, 0(38)*, 129-133. doi /empiria.38.2018.19714

Silvia, V. y Renée, S. Barrera, M. y Varela, R. (2017). Redes sociales en Internet en el marco del turismo cultural: los museos en Bahía Blanca (Argentina). *Revista Hispana para el Análisis de Redes Sociales. Ebsco, 29(1)*, 93-95. doi: 10.5565/rev/redes.732

Sinay, L., Fogliatti, M., Bill, R. y Araujo, F. (2017). Traditional people, protected areas and tourism: a 15-year Brazilian case study of cultural chang. *Ambiente & Sociedade. Scielo, 22(0)*, 3-5. Recuperado de doi: <http://dx.doi.org/10.1590/1809->

4422asoc0070r4vu1911ao

Souza, A. y Gomes, A. (2018). Culture, sustainability and tourism destination image: a comparative study on the sub-regions of Brazil. *Rev. Bras. Tur. Scielo*, 12(3), 125-131. Recuperado de doi: <http://dx.doi.org/10.7784/rbtur.v12i3.1417>

Sutty, H. y Cruz, F. (2018). Luque: potencialidades y perspectivas para el desarrollo del turismo cultural. *Revista de Investigación en Ciencias Sociales y Humanidades. Scielo*, 5(1), 2-4. doi: 10.30545/academo.2018.ene-jun.2

Trigo, J., Chillogallo, D., Cordova, A. y León, L.(2018). El turista cultural: tipologías y análisis de las valoraciones del destino a partir del caso de estudio de Cuenca-Ecuador. *Revista de Turismo y Patrimonio Cultural. Ebsco*, 16(1), 55-58. Recuperado de doi: <http://doi.org/10.25145/j.pasos.2018.16.004>

Tur, A., Peñalver, A. y Navarro, M. (2018). Tourism, cultural activities and sustainability in the Spanish Mediterranean regions: a probit approach. *Tourism y Management Studies. Ebsco*, 14(1), 8-17 doi: 10.18089/tms.2018.14101

Urte, D. (2018). Apuntes para la construcción del turismo cultural a partir del análisis de la oferta cultural - patrimonial y su demanda por el sector turístico del Quindío. *Rev. Turismo y Sociedad. Ebsco*. 22(0), 129-145. Recuperado de doi: <https://doi.org/10.18601/01207555.n22.07>

Vargas, G. (2019). Entre la retórica y la ruta: la relación patrimonio y turismo cultural en la carta de ICOMOS. *Revista de Turismo y Patrimonio Cultural. Ebsco*, 17(2), 390-400. doi: 10.25145/j.pasos.2019.17.027

Winter, C.(2017). Del turismo “cultural” al “rural”: un caso de la Pampa bonaerense (Argentina).*Revista Colombiana de Geografía. Ebsco*, 26(2), 266-275 doi: 10.154467rcdg.v26n2.59105



**ANEXOS**

ANEXOS 1: Matriz de consistencia.

**MATRIZ DE CONSISTENCIA**

Diagnóstico del turismo cultural en el distrito de Barranco desde la perspectiva del turista nacional, 2019.

FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	OBJETIVOS	UNIDAD TEMÁTICA	CATEGORÍA	SUBCATEGORIA	DISEÑO DEL MÉTODO
<p><b>PROBLEMA GENERAL</b> ¿Cuál es la percepción del turismo cultural desde la perspectiva del turista nacional del distrito de Barranco, 2019?</p> <p><b>PROBLEMAS ESPECÍFICOS</b> ¿Cuál es la percepción del desplazamiento turístico del turismo cultural desde la perspectiva del turista nacional del distrito de Barranco, 2019?</p> <p>¿Cuál es la percepción del turista sobre el turismo cultural del distrito de Barranco, 2019?</p> <p>¿Cuál es la percepción del sistema turístico sobre el turismo cultural desde la perspectiva del turista nacional del distrito de Barranco, 2019?</p>	<p><b>OBJETIVO GENERAL</b> Conocer la percepción del turismo cultural desde la perspectiva del turista nacional del distrito de Barranco, 2019</p> <p><b>OBJETIVOS ESPECÍFICOS</b> Identificar la percepción del desplazamiento turístico del turismo cultural desde la perspectiva del turista nacional del distrito de Barranco, 2019.</p> <p>Identificar la percepción del turista sobre el turismo cultural desde del distrito de Barranco, 2019.</p> <p>Identificar la percepción del sistema turístico del turismo cultural desde la perspectiva del turista nacional del distrito de Barranco, 2019.</p>	<p><b>TURISMO CULTURAL</b></p>	<p>Desplazamiento turístico</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ N° De museos visitados al año</li> <li>❖ N° De ferias turísticas visitados al año</li> <li>❖ N° De lugares turísticos visitados al año</li> </ul>	<p><b>Tipo de investigación:</b> Interpretativa cualitativa orientada a la comprensión de la realidad.</p> <p><b>Diseño:</b> ~ Etnográfico</p> <p><b>Población y muestra:</b> Se trabajará con un número establecido de muestra, los elegidos fueron seleccionados con la intención de profundizar en la comprensión del problema de investigación. Se realizará diez entrevista a los turistas nacionales y locales del distrito de Barranco.</p> <p><b>Instrumento:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Guía de entrevista</li> <li>• Ficha de Observación</li> </ul> <p><b>Técnica de recolección de datos:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Entrevista</li> <li>• Observación</li> </ul>
<p>El turista</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Intención de cuidar el Patrimonio Cultural</li> <li>❖ Valoración de los museos y lugares turísticos</li> <li>❖ Interés de conocer diferentes culturas</li> </ul>				
<p>Sistema turístico</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Desarrollo cultural</li> <li>❖ Desarrollo de actividades turísticas</li> <li>❖ Importancia del turismo cultural</li> </ul>				

## ANEXO 2: Cuestionario.

**Tabla 3: Cuestionario para entrevista a profundidad**

<b>CUESTIONARIO</b>
<b>INTRODUCCIÓN</b>  El presente instrumento forma parte del trabajo de investigación titulado: -Diagnóstico del turismo cultural en el distrito de Barranco desde la perspectiva del turista nacional, 2019.  La información obtenida se manejará discretamente, los resultados serán manejados por el investigador.  Agradezco anticipadamente su valiosa participación.
<b>INTRUCCIONES</b>  A continuación, se realizará 13 preguntas que debe responder con sus propias palabras.
<b>Nombre y Apellido del entrevistado</b>
<b>Ocupación</b>
<b>Residencia</b>
<b>Categoría: Desplazamiento turístico.</b>
1. ¿Usted visitó algún museo en el distrito de Barranco?
2. ¿Cuáles son los museos que visitó en el distrito de Barranco?
3. ¿Qué museo fue el que más le gustó del distrito de Barranco?
4. ¿Usted cuántas veces al año visita el distrito de Barranco?
5. ¿Qué ha sido lo que más le gustó del distrito de Barranco?
6. ¿Usted asistió a ferias turísticas en el distrito de Barranco?
7. ¿Qué feria turística visitó en el distrito de Barranco?

<b>Categoría: El turista.</b>
8. ¿Usted como cuidaría el patrimonio cultural del distrito de Barranco?
9. ¿Usted cree que Barranco es un distrito cultural? ¿Por qué?
10. ¿Cree usted que la Municipalidad de Barranco da a conocer la riqueza del distrito?
<b>Categoría: Sistema turístico.</b>
11. ¿Usted participaría para el desarrollo de las actividades turísticas del distrito de Barranco?
12. ¿Usted como colaboraría en el desarrollo cultural del distrito de Barranco?
13. ¿Usted cree que los turistas extranjeros le dan importancia al turismo cultural del distrito de Barranco?

### ANEXO 3: Transcripción de entrevistas.

#### Desplazamiento turístico

<b>1. ¿Usted visitó algún museo en el distrito de Barranco?</b>	
E.1. Sí.	
E.2. Bueno...Sí.	
E.3. Sí.	
E.4. Ah!!1 Sí.	
E.5. Sí.	
E.6. Sí.	
E.7. Claro que Sí.	
E.8. Sí.	
E.9. Sí.	
E.10. Sí!!!!	

<b>2. ¿Cuáles son los museos que visitó en el distrito de Barranco?</b>	
E.1. Museo MAC.	
E.2. Museo de la Electricidad.	
E.3. Museo MAC.	
E.4. Museo Pedro de Osma.	
E.5. Museo de la Electricidad.	
E.6. Museo Mate.	
E.7. Museo MAC, Electricidad y Mate.”	
E.8. Museo de la Electricidad, Pedro de Osma y MAC.	
E.9. Museo Mate.	
E.10. . Museo de la Electricidad.	

<b>3. ¿Qué museo fue el que más le gustó del distrito de Barranco?</b>	
E.1. Solo visité un museo MAC.	
E.2. Le dije que solo visité un museo de la Electricidad.	
E.3. Ah! solo visité un museo MAC.	
E.4. Bueno, solo el único museo que visite es el Pedro de Osma.	
E.5. Solo el museo de la Electricidad.	
E.6. Ah! Le dije que solo visité un museo Mate.	
E.7. El que más me gustó fue el museo MAC, ya que visite otros dos museos más el de la Electricidad y Mate.”	
E.8. Visité varios museos como de la Electricidad, Pedro de Osma y MAC, pero el que me gusto es el museo Pedro de Osma.	
E.9. Visite solo un museo Mate.	
E.10. El único museo que visite fue el de la Electricidad.	

<b>4. ¿Usted cuántas veces al año visita el distrito de Barranco?</b>	
E.1. Bueno claro, visitó Barranco cuatro o cinco veces a la semana.	
E.2. Bueno, visitó Barranco cinco o seis veces a la semana.	
E.3. Yo, vivo en el distrito así que siempre paso por el parque municipal de Barranco.	
E.4. Varias veces...	
E.5. Solo los fines de semana.	
E.6. Siempre por q vivo en Barranco.	
E.7. Solo una o dos veces a la semana.	
E.8. Pucha pocas veces...	
E.9. Ah!!! Siempre.	
E.10. Bueno sí, visitó Barranco por q por acá trabajo y estudio por Miraflores.	

<b>5. ¿Qué ha sido lo que más le gustó del distrito de Barranco?</b>	
--	--

E.1. “Me gustó más la historia que tiene barranco, es un lugar turístico y cultural.”	
E.2. Me gusta sus parques y sus calles que tiene barranco, es un lugar turístico.	
E.3. Bueno me gusta sus calles.	
E.4.Me gustó, más en las noches pasar por la Plazuela Chabuca Granda por que ponen siempre músicas criollas.	
E.5. Me gustó cuando colocan en los restaurantes, músicas clásicas.	
E.6. Ah!!! Me gusta cuando realizan danzas típicas en el Parque Municipal del distrito.	
E.7. Ah, bueno sus lugares turísticos... que tiene el distrito.	
E.8. Me gustó sus horas en las mañanas porque todo no hay mucho ruido.	
E.9. Sus calles y parques.	
E.10. Los museos que están por el pasaje Pedro de Osma.	

<b>6. ¿Usted asistió a ferias turísticas en el distrito de Barranco?</b>	
E.1. Sí	
E.2. Sí	
E.3. Sí	
E.4. Sí	
E.5. Ah!!! No.	
E.6. mmm... No.	
E.7. Bueno, no por motivos de trabajo.	
E.8. Sí.	
E.9. Sí.	
E.10. Sí.	

<b>7. ¿Qué feria turística visitó en el distrito de Barranco?</b>	
---	--

E.1. La feria El pan francés.	
E.2. La feria de libros.	
E.3. La feria gastronómica que realizan los domingos en el parque municipal.	
E.4. “La feria de chocolates.”	
E.5. Ninguna	
E.6. Ninguna!!!	
E.7. Nada...	
E.8. Feria marciana.	
E.9. La feria del pan.	
E.10. Feria gastronómica.	

#### El turista

<b>8. ¿Usted como cuidaría el patrimonio cultural del distrito de Barranco?</b>	
E.1. Ya no construiría condominios	
E.2. Cuidaría las calles del distrito, no ensuciando	
E.3. Ya no construiría edificios	
E.4. Cuidaría la limpieza, el desorden en general que no haiga peleas.	
E.5. No, ensuciando cuidando las áreas verdes.	
E.6. Pucha...dependiendo, es un lugar que no se puede tocar, por ejemplo el puente de suspiros pondría unas vigas en caso de emergencia.	
E.7. Invirtiendo más infraestructura.	
E.8. Incentivando a las futuras generaciones, que participen.	
E.9. Cuidando la limpieza de las calles.	
E.10. He, me he dado cuenta, que hay muchos condominios, destruir las construcciones.	



<b>9. ¿Usted cree que Barranco es un distrito cultural? ¿Por qué?</b>	
E.1. Sí, claro es un distrito cultural	
E.2. Sí, claro es cultural el distrito”	
E.3. Sí, es un distrito cultural	
E.4. Sí, por supuesto.	
E.5. Sí.	
E.6. Sí, claro.	
E.7. Sí...	
E.8. Por supuesto...	
E.9. Sí.	
E.10. Sí, claro que sí.	

<b>10. ¿Cree usted que la Municipalidad de Barranco da a conocer la riqueza del distrito?</b>	
E.1. Si, la municipalidad se preocupa por su distrito.	
E.2. Si, la municipalidad se preocupa por su distrito pero se nota que solo poco se preocupa por los lugares turísticos que existe en el distrito de Barranco.	
E.3. Sí...	
E.4. Quizás, no en la mejor manera posible.	
E.5. Sí.	
E.6. No, veo letreros...sobre la historia del distrito.	
E.7. No, muy poco.	
E.8. Bueno, hasta ahora no se observa nada.	
E.9. Sí.	
E.10. Creo, que sí, más que nada siempre ven lo monetario...maso menos.	

## Sistema turístico

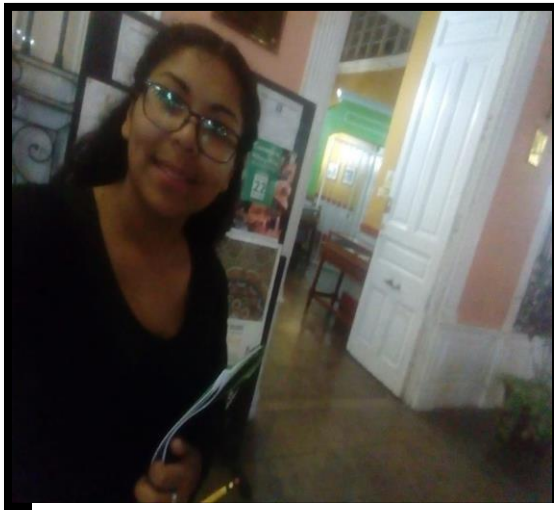
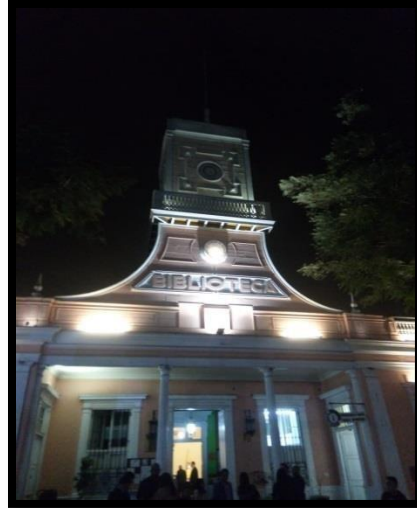
<b>11. ¿Usted participaría para el desarrollo de las actividades turísticas del distrito de Barranco?</b>	
E.1. Sí.	
E.2. Sí.	
E.3. No, por motivos de trabajo, pero me gustaría participar en alguna actividad turística del distrito.	
E.4. Sí, se da la oportunidad quizás.	
E.5. Apoyando en los eventos, participando en los museos.	
E.6. Sí, impulsando, dando conocer el lugar.	
E.7. Sí, me encantaría.	
E.8. Sí.	
E.9. Sí.	
E.10. Sí, claro soy guía oficial.	

<b>12. ¿Usted como colaboraría en el desarrollo cultural del distrito de Barranco?</b>	
E.1. Realizando talleres, para niños y adolescentes sobre pintura y danzas típicas.	
E.2. Ser guía voluntario.	
E.3. Colocaría tiendas para poder venderles a los turistas, adornos diseñados de los lugares turísticos más conocidos del distrito.	
E.4. Ah!!! Cuidando el distrito.	
E.5. Sí.	
E.6. Dando a conocer la historia antigua del distrito.	
E.7. Hablando con los turistas, indicándoles los paraderos.	
E.8. Incentivando a la niñez que quieran el artes y la poesía.	
E.9. Con el arte.	

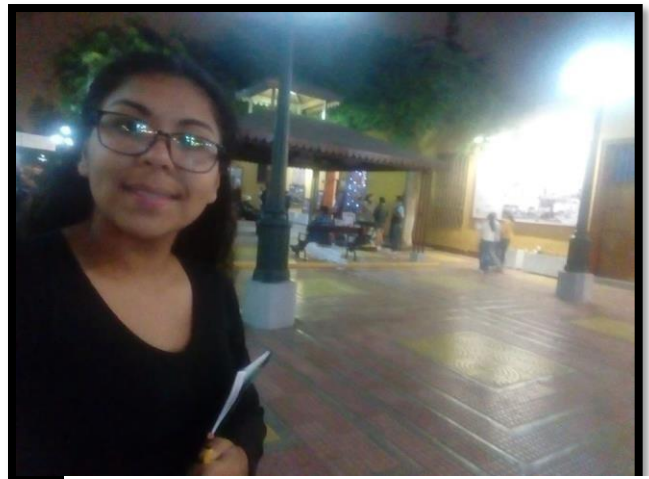
<b>E.10. Conocimientos, talleres libres, circuitos.</b>	
---	--

<b>13. ¿Usted cree que los turistas extranjeros le dan importancia al turismo cultural del distrito de Barranco?</b>	
<b>E.1. Si, los turistas quieren saber la historia del distrito y cuida mucho la cultura.</b>	
<b>E.2. Si, los turistas extranjeros tienen siempre curiosidad en saber más sobre diferentes culturas.</b>	
<b>E.3. No, porque la mayoría vienen a las discotecas que se encuentra en el distrito.</b>	
<b>E.4. Si, justamente es una zona cultural.</b>	
<b>E.5. Sí.</b>	
<b>E.6. No!!!</b>	
<b>E.7. Sí.</b>	
<b>E.8. Sí!!!</b>	
<b>E.9. Sí.</b>	
<b>E.10. Sí, muchísimo ellos les gusta saber nuestra historia, como ha cambiado el distrito.</b>	

**ANEXO 4:** Fotos del distrito de Barranco.



BIBLIOTECA MANUEL BEINGOLEA



PLAZUELA CHABUCA GRANDA

PUENTE DE LOS  
SUSPIROS





MUSEO DE ARTE CONTEMPORÁNEO



MUSEO DE LA ELECTRICIDAD



MUSEO MARIO TESTINO



MUSEO PEDRO DE OSMA

## ANEXO 5: Validación de expertos.



### ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN EN TURISMO Y HOTELERÍA

#### TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Lima Julio del 2019

Apellido y nombres del experto: SOLANO LAVADO STACY  
 DNI: 09911082 Teléfono: 993603755  
 Título/grado: MAG. MARKETING TURÍSTICO Y HOTELERO  
 Cargo e institución en la que labora: DOCENTE - UCV

Mediante la tabla de evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con "x" en cada una de las celdas.

	ITEM	INACEPTABLE					ACEPTABLE					OBSERVACIONES	
		0	10	20	30	40	50	60	70	80	90		100
1	¿El instrumento de recolección de datos está formulado con lenguaje apropiado y comprensible?										X		
2	¿El instrumento de recolección de datos guarda relación con el título de la investigación?										X		
3	¿El instrumento de recolección de datos facilitará el logro de los objetivos de la investigación?										X		
4	¿Las preguntas del instrumento de recolección de datos se sostienen en un marco teórico?										X		
5	¿Las preguntas del instrumento de recolección de datos se sostienen en antecedentes relacionados con el tema?										X		
6	¿El diseño del instrumento de recolección de datos facilitará el análisis y el procesamiento de los datos?										X		
7	¿El instrumento de recolección de datos tiene una presentación ordenada?										X		
8	¿El instrumento guarda relación con el avance de la ciencia y la tecnología?										X		

Promedio de valoración: \_\_\_\_\_

  
 \_\_\_\_\_  
 FIRMA DEL EXPERTO

**ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN EN TURISMO Y HOTELERÍA**
**TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS**

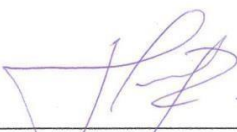
Lima Julio del 2019

 Apellido y nombres del experto: Inga Ramirez, Johnny Alberto  
 DNI: 41960444 Teléfono: 997018870  
 Título/grado: Maestro en Marketing Turístico  
 Cargo e institución en la que labora: USMP/UCV

Mediante la tabla de evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con "x" en cada una de las celdas.

ITEM	INACEPTABLE					ACEPTABLE					OBSERVACIONES	
	0	10	20	30	40	50	60	70	80	90		100
1									X			
2									X			
3									X			
4										X		
5									X			
6									X			
7									X			
8									X			

Promedio de valoración: \_\_\_\_\_



FIRMA DEL EXPERTO

ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN EN TURISMO Y HOTELERÍA

TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Lima Julio del 2019

Apellido y nombres del experto: Vigo Gálvez María

DNI: 42367134 Teléfono: 948960947

Título/grado: MBA

Cargo e institución en la que labora: Universidad César Vallejo

Mediante la tabla de evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con "x" en cada una de las celdas.

ITEM	INACEPTABLE					ACEPTABLE					OBSERVACIONES	
	0	10	20	30	40	50	60	70	80	90		100
1								X				
2								X				
3							X					
4								X				
5									X			
6							X					
7										X		
8									X			

Promedio de valoración: \_\_\_\_\_



FIRMA DEL EXPERTO



## ANEXO 6: Turnitin.

feedback studio Stheffany Mercedes SAENZ AQUIJE Análisis del Turismo Cultural en el Distrito de Barranco desde la perspectiva del turista nacional, 2019. ?

 UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

Facultad de Ciencias Empresariales

ESCUELA ACADÉMICA PROFESIONAL DE  
ADMINISTRACIÓN EN TURISMO Y  
HOTELERÍA

Análisis del turismo cultural en el distrito de Barranco desde la  
perspectiva del turista nacional, 2019.

TESIS

AUTOR: 0000-0002-5333-7606  
SAENZ AQUIJE, STHEFFANY MERCEDES

ASESORA: 0000-0002-5333-7606  
JANAMPA GÓMEZ, GLADY GUISSOLA

**Resumen de coincidencias** X

**14 %**

Se están viendo fuentes estándar

Ver fuentes en inglés (Beta)

Coincidencias

1	repositorio.ucv.edu.pe Fuente de Internet	2 % >
2	Entregado a Universida... Trabajo del estudiante	2 % >
3	dspace.ucuenca.edu.ec Fuente de Internet	1 % >
4	ddd.uab.cat Fuente de Internet	<1 % >
5	arent-comdailynews.co... Fuente de Internet	<1 % >
6	Entregado a CONACYT Trabajo del estudiante	<1 % >



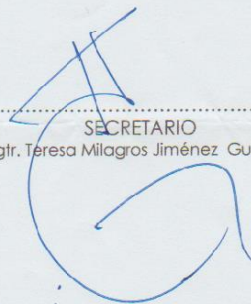
El Jurado encargado de evaluar la tesis presentada por don (a) Stheffany Mercedes, Saenz Aquije cuyo título es:  
"Análisis del turismo cultural en el distrito de Barranco desde la perspectiva del turista nacional, 2019"

Reunido en la fecha, escuchó la sustentación y la resolución de preguntas por el estudiante, otorgándole el calificativo de: ...13...(número)  
.....trce.....(letras).


Lima, 06 de diciembre del 2019



.....  
PRESIDENTE  
Mgtr. Lilian Consuelo Pozo Trigozo



.....  
SECRETARIO  
Mgtr. Teresa Milagros Jiménez Guítton



.....  
VOCAL  
Mgtr. Gladys Guissela Janampa Gómez

Elaboró	Dirección de Investigación	Revisó	Representante de la Dirección / Vicerrectorado de Investigación y Calidad	Aprobó	Rectorado
---------	----------------------------	--------	---	--------	-----------



	<b>ACTA DE APROBACIÓN DE ORIGINALIDAD DE TESIS</b>	Código : F06-PP-PR-02.02 Versión : 10 Fecha : 10-06-2019 Página : 1 de 1
---	--	---

Yo, **Glady Guissela Janampa Gómez,,** docente de la Facultad de Ciencias Empresariales y Escuela Profesional **de Administración en Turismo y Hotelería** de la Universidad César Vallejo **Lima Este**, revisor (a) de la tesis titulada

“Análisis del turismo cultural en el distrito de Barranco desde la perspectiva del turista nacional, 2019””, del (de la) estudiante **Sthefany Mercedes, SaenzAquiye**, constato que la investigación tiene un índice de similitud de **17%** verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin.

El/la suscrito (a) analizó dicho reporte y concluyó que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender la tesis cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad César Vallejo.

Lima, 06 de diciembre del 2019



.....

**Mgrt. Glady Guissela Janampa Gómez,,**

**DNI: 44319936**

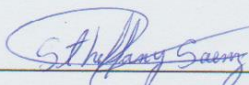
Elaboró	Dirección de Investigación	Revisó	Representante de la Dirección / Vicerrectorado de Investigación y Calidad	Aprobó	Rectorado
---------	----------------------------	--------	---	--------	-----------

### DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD

Yo, Stheffany Mercedes, Saenz Aquije con DNI N° 74544526, presento al jurado encargado de mi evaluación, mi tesis y expongo:

Al fin de cumplir con las disposiciones vigentes estimadas en el reglamento de grados y títulos de la Universidad César Vallejo, Facultad de Ciencias Empresariales, Escuela Académica Profesional de Administración en Turismo y Hotelería, declaro bajo juramento que toda información y documentación presentada en mi tesis es veraz y legítimo.

Lima, 06 de diciembre del 2019



---

Stheffany Mercedes, Saenz Aquije