



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
ESCUELA PROFESIONAL ACADÉMICO DE  
ADMINISTRACIÓN EN TURISMO Y HOTELERÍA**

**Factores que limitan la integración de la cultura chicha en la  
oferta turística en el Centro Histórico de Lima - 2019**

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

Licenciada en Administración en Turismo y Hotelería

**AUTORAS:**

Morales Peña, Claudia (ORCID: 0000-0002-8111-1348)  
Valenzuela Chapilliquen, Alma Valentina (ORCID: 0000-0003-4525-5114)

**ASESORA:**

Mg. Velasquez Viloche, Leli Violeta (ORCID: 0000-0001-9985-0344)

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:**

Patrimonio y Recursos Turísticos

LIMA - PERÚ

2019

## Dedicatoria

Este sencillo gesto se lo dedico a ustedes, por ser pilar fundamental de mi vida personal y profesional, por su comprensión, apoyo y sobre todo su incondicional amor. Gracias por enseñarme a ser una mejor persona cada día, inculcándome humildad mediante sus actos.

Este logro es por ustedes y para ustedes,

***Padres.***

No tengo mucho que decir aquí, tan solo quiero dedicarle este trabajo a las dos mujeres que han sido clave durante todo este tiempo.

Primero, ***a mi madre*** por ser motivo de superación, enseñarme que el esfuerzo vale la pena y yo también.

Y por último ***a mi abuela***, no estás a mi lado pero sé que desde arriba me miras y estás sonriendo por la mujer que, bajo tus enseñanzas y ejemplo, se ha forjado.

## Agradecimiento

Para aquellas personas que aportaron para esta presente investigación, por brindarnos de su tiempo y conocimiento pero sobre todo a nuestra docente Leli Velasquez, por su enseñanza, por la pasión que nos trasmitía y, sobre todo, la paciencia, **gracias totales**.

Agradecer a todos aquellos que nos dieron su granito de arena para que sea posible el poder llegar hasta aquí... En especial a nuestra asesora Leli, más que una profesora se ha vuelto una amiga y compañera de ocurrencias, siempre dispuesta a ayudarnos. Un agradecimiento especial también para **mi papá Eduardo**, te debo mucho en esta vida. *Gracias.*

## ÍNDICE

<b>Dedicatoria .....</b>	<b>ii</b>
<b>Agradecimiento .....</b>	<b>iii</b>
<b>Resumen.....</b>	<b>v</b>
<b>Abstract.....</b>	<b>vi</b>
<b>I. INTRODUCCIÓN .....</b>	<b>4</b>
<b>I. MARCO TEÓRICO .....</b>	<b>6</b>
<b>II. METODOLOGÍA.....</b>	<b>22</b>
<b>3.1. Tipo y diseño de investigación .....</b>	<b>23</b>
<b>3.2. Categorías, Subcategorías y matriz de categorización .....</b>	<b>24</b>
<b>3.4. Participantes.....</b>	<b>24</b>
<b>3.6. Procedimientos .....</b>	<b>25</b>
<b>3.7. Rigor científico .....</b>	<b>25</b>
<b>3.8. Método de análisis de la información.....</b>	<b>26</b>
<b>3.9. Aspectos éticos.....</b>	<b>27</b>
<b>IV. RESULTADOS .....</b>	<b>28</b>
<b>V. DISCUSIÓN .....</b>	<b>36</b>
<b>VI. CONCLUSIONES .....</b>	<b>40</b>
<b>VII. RECOMENDACIONES .....</b>	<b>43</b>
<b>VIII. REFERENCIAS .....</b>	<b>45</b>
<b>IX. ANEXOS .....</b>	<b>49</b>

## ÍNDICE DE TABLAS

1. Tabla de matriz de datos .....	49
2. Tabla de operacionalización .....	53
3. Tabla de matriz de datos .....	59
4. Tabla matriz de análisis de datos .....	79
5. Tabla Ficha de observación .....	100

Resumen

La presente investigación tiene objetivo principal determinar los factores que limitan la integración de la cultura chicha en la oferta turística en el Centro Histórico de Lima, 2019. Así mismo se presentan teorías de la cultura chicha y oferta turística. A su vez la investigación tuvo como enfoque cualitativo, tipo básica, de nivel descriptivo y diseño fenomenológico. La población conformó por administradores de empresas turísticas tales como alojamiento, restauración y agencias de viajes. Del mismo modo a la Municipalidad de Lima, Ministerio de cultura y expertos de la cultura chicha.

De forma general y cumpliendo con el objetivo principal planteado, se concluyó que efectivamente existen factores limitantes para la integración de la cultura chicha en el Centro histórico de Lima, siendo en total cinco de ellos.

Palabras clave: Cultura chicha, oferta turística, recurso turístico.

The present investigation has as the principal objective determinate factors that limited the integration of the chicha culture in the touristic offer in the Historical Center of Lima, 2019.

In addition, we present theories about the chicha culture and touristic offer. This investigation had as focus the qualitative way, the type as basic, with descriptive level and a as the design, phenomenology. The population were touristic companies' managers, lodgings, restaurants and travel agencies. In the same way, the local authority of Lima, Culture's Ministry and experts about this culture.

In general, and fulfilling the main objective, it was concluded that there are indeed limiting factors for the integration of the Chicha culture in the Historic Center of Lima, with a total of five of them.

Keywords: Chicha culture, tourist offer, tourist resource.

## I. INTRODUCCIÓN



Con el pasar del tiempo, el turismo en el Perú se ha ido desarrollando con más fuerza, con la ayuda de los actores locales, empresas privadas y, por supuesto, los mismos turistas nacionales y extranjeros. De esta manera es que muchos de los recursos turísticos con los que cuenta nuestro país se han ido conociendo poco a poco y generando interés tanto por el lado de la oferta, integrándolos en sus servicios brindados, como el de la demanda, interesándose por saber más de ellos y a su vez vivir la experiencia de conocerlos. Al saber nosotros que el Perú es un país pluricultural y con grandes riquezas por explotar nos hemos llenado de información y hemos buscado la manera de lograrlo, generando así el poder mejorar económicamente y reforzar nuestra identidad cultural como peruanos.

Sin embargo, aunque se haya logrado la integración en ciertos casos, existen otros en los cuales no se logra el mismo resultado a pesar de cumplir con todos los requisitos y ser considerados un potencial turístico. Un ejemplo de ellos es la cultura chicha.

## I. MARCO TEÓRICO

Según (Levy, 2018) en la investigación titulada “La cultura chicha como recurso turístico de Lima”, tuvo como objetivo general analizar los motivos para considerar a la cultura chicha como recurso turístico de Lima. La metodología utilizó en su investigación fue cualitativa, de tipo aplicada y con alcance descriptivo y diseño fenomenológico. Se aplicó como herramienta de recolección de datos la entrevista abierta ya que se contaba con un esquema de preguntas, pero a medida que avanzaba la entrevista, se iban agregando preguntas y con ello, se obtuvo como resultado de la presente investigación que la cultura chicha preserva sucesos históricos y manifestaciones que crearon una identidad en el poblador limeño, a partir de los años 80's, y la cual se observa hasta la actualidad debido a la masificación y aceptación por parte de la “sociedad chichera” de Lima. Finalmente, se concluyó que la cultura chicha es un recurso turístico de Lima debido a que tiene un grupo de características particulares y singulares que conforman la cultura y folklore de los limeños, al igual que fortalece la identidad cultural de la mayoría de los pobladores.

Para este punto de fortalecimiento en la identidad cultural ya mencionada, (Cieza, 2018) en su investigación “*Manifestaciones folclóricas del distrito de Moche como factor de diversificación de la actual oferta turística año 2018*”, tuvo como objetivo general determinar las principales manifestaciones folclóricas del distrito Moche. La metodología que se utilizó fue de diseño no experimental, transversal de tipo descriptivo y se utilizó como herramienta las llamadas ficha de observación, entrevistas a profundidad y encuestas que fueron aplicadas a 8 informantes y practicantes de dichas actividades en las que le brindaron experiencias y conocimientos que permitieron ahondar en la cultura y tradiciones de la comunidad. Como resultados, se obtuvo que son 4 tipos de manifestaciones folclóricas existentes: Tradiciones culinarias, festividades tradicionales, danza y música además de arte y artesanías. Por último, se concluyó que la existencia de elementos patrimoniales de gran importancia cultural enriquece la cultura viva de sus raíces que se pueden difundir a futuras generaciones, ayudando a promover el desarrollo y diversificación del turismo en Moche, de manera que refuerce la identidad cultural de sus pobladores y su idiosincrasia. Seguido se encuentra (Pinto, 2017), en su investigación llamada “*De la chicha a la publicidad: ¿Cómo un género musical afecta los estilos de vida?*”, tuvo como objetivo general establecer si el

discurso chicha es un recurso publicitario que genere identificación en los neo limeños de 3era y 2da generación con una marca, considerando la relación de estos con las costumbres de sus antecesores. La metodología del trabajo de investigación fue cualitativa y exploratoria, ya que consideró estudios previos que fundamentan los objetivos planteados mientras que para el instrumento de recolección utilizó la entrevista a algunos profesionales relacionados con la cultura chicha, recursos turísticos o encargados de campañas a mencionar. Se obtuvo como resultado que sí, puesto que, al brindar valores, estos se pueden relacionar con aquellos enseñados en casa. De igual manera, encontramos historias de convivencia, pasado y empeño que se transmiten de generación en generación, así se da acceso a contenido de primera mano sobre el estilo de vida del “emprendedor chichero” y el neo limeño. Finalmente se obtuvo como conclusión que la música chicha se considera un recurso para llamar la atención de un público en específico. Sin embargo, no es un componente en la publicidad, más bien es principalmente como un recurso para atraer un público específico, pero no es un elemento que una marca pueda tener totalmente, ya que aún carga con pensamientos negativos, violentos y de marginación.

Tres de nuestros autores coinciden con que la cultura chicha y manifestaciones culturales o folclóricas son recursos que llaman la atención y que fortalece la identidad cultural de aquellos inmigrantes y sus sucesores, sin embargo, algo que también nos menciona Pinto es que no se considera un motivo como para desarrollar una actividad económica debido a la discriminación y rechazo por parte de gran parte de la población.

Para continuar con este mismo punto, al hablar de población también contamos con la presencia de la prensa, un elemento importante en cuanto a brindar información y presentarla ante los ciudadanos. Este elemento ha sido crucial a lo largo de los años para evitar que la cultura chicha haya desaparecido. Por ejemplo, se cuenta con (Alfonso, 2015), quien en su investigación “*Cultura viva: Serie documental*”, tuvo como objetivo principal realizar una serie documental para la televisión donde a través de la crónica y la entrevista planteada, se cuentan las historias de diferentes personas y comunidades que preservan el patrimonio cultural inmaterial en Bogotá. La metodología de su trabajo contó con un enfoque cualitativo, del tipo fenomenológico mientras que el instrumento de recolección que utilizó fue un

capítulo piloto de aproximadamente 22 minutos en el que se encontrará todo lo que se registró en los documentos de forma audiovisual. Finalmente, se obtuvo como conclusión que el esquema de serie y la filmación de la prueba sobre la Ciudad de Bogotá logró cumplir con la publicidad y la conservación del Patrimonio Cultural Inmaterial a través de la televisión. Es decir que definitivamente los medios de comunicación tales como la televisión, redes sociales y distintas plataformas virtuales también contribuyen o generan aceptación o rechazo sobre el concepto de cultura. Hablando de los periódicos chicha, estos han sido uno de los principales elementos que ha generado el rechazo y la discriminación hacia la cultura chicha por el estilo callejero con el que se expresan.

Si bien nos dan esa idea, no necesariamente debe tomarse como algo malo, ya que esta cultura es considerada una cultura viva peruana que nació tras uno de los fenómenos más resaltantes de la historia del Perú: el terrorismo a finales de la década de los 70's. Por su parte, (Naranjo A. , 2013), decide hablarnos de este tipo de culturas en "*Colombianadas*", *piezas de expresión callejera*", tuvo como objetivo general analizar la relación que se expresa entre el estilo popular de las "Colombianadas" publicitarias con las variedades y diferencias de las prácticas culturales de Colombia. Su metodología de investigación fue una técnica de investigación textual y discursiva. Su enfoque de investigación fue cualitativa y su tipo de estudio fue exploratorio, que permite indagar con la observación y analizar objeto de estudio. Su población fueron profesionales conocedores del tema a tratar y los métodos que se utilizaron para elaborar la investigación fueron la recolección de información basados en texto y gráficos, al igual que se utilizaron cuestionarios a los mismos. Por último, veremos que, como resultado, se reafirma el planteamiento propuesto al principio y como conclusión se encontró que ciertamente las "Colombianadas" muestran a través de la forma callejera la diversidad y diferencias de las la cultura colombiana. En comparación, las Colombianadas y la cultura chicha no tienen mucha diferencia ya que ambas muestran ser una cultura viva y son expresiones que forman parte del territorio de Colombia y del Perú, respectivamente.

Terminando de aclarar el punto de que la cultura chicha es un recurso y que, efectivamente, fortalece la identidad cultural de los pertenecientes, nos encontramos con la siguiente interrogante y que dé misma manera es nuestra

formulación del problema: ¿Por qué la oferta turística no implementa en sus servicios la temática de la cultura chicha? ¿Se encuentran realmente interesados en incluir esta cultura, que se ha mostrado con el pasar del tiempo, como temática principal en alguno de los servicios que brinda? ¿O cuál sería el impedimento de agregar o incorporar la cultura chicha en los servicios que brindan?

Como se dijo en un principio, hemos logrado dar a conocer poco a poco algunos de los recursos turísticos más atractivos para el turista. A pesar de ello, no hemos logrado diversificar, delimitar o masificar la oferta turística. Hoy en día se ha comercializado a gran magnitud el turismo y, de esta manera, ya no se logra la satisfacción completa del turista nacional y extranjero. Para explicar un poco mejor este punto, tenemos a (Reyna, 2017), quien en su investigación "*Oferta turística de la provincia de Hualgayoc para diversificar el turismo tradicional en el departamento de Cajamarca año 2017*", tuvo como objetivo general determinar la oferta turística en la provincia de Hualgayoc para diversificar el turismo tradicional en el departamento de Cajamarca año 2017. Para su investigación utilizó el método cualitativo, transversal descriptivo simple, su población estuvo compuesta por la oferta turística de la provincia de Hualgayoc del departamento de Cajamarca, el instrumento que utilizó fue observación directa y la entrevista. Obtuvo como resultado y conclusión que la provincia de Hualgayoc cuenta con diversidad en recursos turísticos naturales, culturales e históricos y de la misma manera tiene servicios que complementan los primeros, estos ayudarán a desarrollar el turismo no convencional en la provincia de Hualgayoc.

Es aquí donde nos damos cuenta que no solo es básico el contar con un recurso turístico el cual explotar y vender a las personas, cuando hablamos de turismo también se debe hablar de todos aquellos componentes que nos van a ayudar a poder ofrecer un buen servicio y que puedan utilizar los turistas para lograr que su estadía en el respectivo lugar sea satisfactoria.

Es (Alvarado, 2018) quien mencionó, en su investigación titulada "*Oferta turística y barreras de entrada del mercado de avistamiento de aves en operadores turísticos, distrito de Tarapoto, 2018*", que su objetivo general fue establecer la relación entre la oferta turística y las barreras de entrada del mercado de avistamiento de aves en operadores turísticos del distrito de Tarapoto. La metodología que se utilizó fue de tipo descriptivo correlacional, de diseño No experimental transversal, con técnica

de la encuesta y como instrumento de recopilación de información se elaboró un documento de encuesta que se aplicó a 59 operadores turísticos del distrito de Tarapoto. Los resultados dieron a conocer que el 86.44% de los encuestados opina que la oferta turística es medio, mientras que por otro lado el 72.88% de los encuestados opina que el nivel de las barreras de entrada que incluye factores administrativos, operativos, estratégicos y externos, es medio. Finalmente, se concluyó que efectivamente existe una relación entre la oferta turística y las barreras de entrada del mercado de avistamiento de aves en operadores turísticos de Tarapoto.

Quienes respaldan lo mencionado con anterioridad son Henriquez, Moquete, & Cartabini (2013) ya que en su investigación titulada "*Factores determinantes da oferta turística na Baía de camamu-BA para o planejamento do turismo e desenvolvimento local*". Tuvieron como objetivo general evaluar la oferta turística a partir de la percepción de los visitantes y comunidad local. Como metodología tuvo el enfoque cuantitativo ya que obtuvo sus datos primarios mediante un cuestionario y su población fue de 103 visitantes. Obtuvo como resultado que el componente de la oferta turística local indicó una cierta debilidad, hecho que también reflejó un registro propuesto y la exigencia de una mejora en la calidad en unos cuantos factores un acto urgente en otros. Finalmente tuvo como conclusión que las condiciones locales para el turismo se encuentran en una etapa indeterminada que indican un cierto grado de carencia en la atención a la satisfacción de los visitantes. Ahora, si hablamos del Centro Histórico de Lima, nos daremos cuenta que lleva este nombre porque es básicamente donde se encuentra toda la historia limeña. No solo hablamos de la colonial o republicana, sino que también se debe de considerar la contemporánea, y dentro de ella se mencionaría la cultura chicha, por lo mismo en el centro histórico de lima se le conoce como el origen de esta cultura ya mencionada. Así mismo se tiene la investigación de (Azpelicueta, Ramón, & Abril, 2018), "*La oferta turística de la ciudad de Ibiza en el siglo XX: patrimonio de la Humanidad y establecimiento de lujo*" se obtuvo como objetivo general fue realizar un análisis descriptivo de los dos grandes tipos de oferta turística de la ciudad de Ibiza: el turismo patrimonial y el turismo de lujo. La metodología de su trabajo fue descriptiva. Como resultado se obtuvo, que la ciudad de Ibiza cuenta con distintas clases de turismo lujoso que resaltan por su enorme impacto en los

medios y la economía, mientras que el desarrollado en patrimonios se reduce a una actividad sumatoria del de sol y playa. Por último, tuvo como conclusión que la isla de Ibiza se le conoce por el turismo de sol y playa y también las discotecas internacionalmente famosas, la cual también encontramos en la ciudad, pero es menor o se ha olvidado con el pasar de los años, ya que se desarrolló turísticamente entre las primeras.

Es decir que Lima siendo la capital del Perú cuenta con una gran diversidad de recursos, los cuales muy pocos nos muestran un gran impacto y uno de estos recursos es la mencionada y ya recalcada cultura chicha, que con el pasar del tiempo de su llegada muy pocas empresas demuestran el interés de conocerlo o integrarlos ya sean en sus servicios o sus decoraciones, nuestro proyecto de investigación demostrará los factores por la cual no se encuentran consideradas en las empresas como también en las entidades públicas.

A continuación, se presentará las definiciones y teorías de los temas relacionados a la cultura y a sus derivados.

Primero, se parte de la teoría crítica de la cultura que, según (Castro, 2000), se trata de la construcción social del elemento de estudio, no de un factor natural. Es así que la cultura no tiene la imagen de libertad al contrario de la naturaleza que desde siempre ha existido de esa manera, sino que es un conjunto de relaciones de poder que generan valores, creencias y formas de conocimiento. Es justo este mismo autor quien nos hace reflexionar acerca de la cultura. Nos dice que se transforma en objeto de conocimiento y saber solamente a raíz del momento en el que el hombre se ha vuelto sujeto de la historia.

Si hablamos del término de cultura, se considera como algo complejo ya que se determina que la cultura se ha venido trabajando en el comportamiento de las personas, como también la forma y la oportunidad de criticar a todos sus miembros que decidan defender sus disciplinas. (Páramo, 2017)

También se entiende la cultura como “el conjunto de los rasgos distintivos, espirituales y materiales, intelectuales y afectivos que caracterizan a una sociedad o un grupo social” (UNESCO, 2017). De esta manera, podemos decir que su significado es la esencia de toda sociedad existente en el mundo y que ayuda a desenvolverse de mejor manera día a día. Sin embargo, también sabemos que, al



tener gran variedad de culturas en el mundo, muchas veces puede existir ese enfrentamiento unas con otras al tener principios o costumbres distintas. Estos enfrentamientos o desacuerdos se ven minimizados por el respeto y la aceptación de diversidad en la mayoría de ocasiones.

Es en nuestras charlas diarias en las que definimos frecuentemente a la cultura como: manifestaciones y expresiones artísticas, nivel de educación de un grupo o sociedad, manifestaciones de originarios de nuestro pueblos y costumbres y tradiciones de una comunidad o pueblo, región o país. Todo ello encierra a este término “cultura” y se han encargado de definirla de distintas formas a lo largo del tiempo.

Por otro lado (Pulido, 2013) menciona que la cultura ha sido objeto de confrontación y debate desde años atrás, de reflexión de grandes pensadores y se ha convertido en una de las definiciones que generan mayor interés y preocupación entre científicos sociales. Así mismo, considera que se pueden desarrollar desde tres perspectivas:

- Expresivo, que se basa en las expresiones que las personas han ido desarrollando en su acoplamiento y formación de su alrededor.
- Interpretativo, que genera un valor significativo a las expresiones existentes. De ejemplo se tiene a la cultura española que es la suma de sus manifestaciones artísticas, teóricas, literarias, etc. Pero que son propias del lugar, de España.
- Cognitiva, aquí ya se refiere al conjunto de las enseñanzas y aprendizajes que se acumulan diariamente.

Seguido se encuentra la definición de turismo cultural que según Ibañez y Cabrera, (2011) afirman que “Aquel viaje turístico motivado por conocer, comprender y disfrutar el conjunto de rasgos y elementos distintivos, espirituales y materiales, intelectuales y afectivos que caracterizan a una sociedad o grupo social de un destino específico”. Es decir que el turismo cultural es lo que llama la atención a la persona para aprender de los distintos lugares el cual lo visita, pero a su vez el destino es particular por lo mismo que se caracteriza por ser único, sin embargo, debe se debe preservar y tener un debido cuidado para que tenga una buena perdurabilidad.

Después de describir el concepto de la cultura y turismo cultural, se definirá cultura chicha para este caso desde la perspectiva de Castro (2009), basado en la definición que tiene Clifford sobre las redes culturales, se plantea la cultura chicha como la combinación continua de comportamientos, ideologías, valores, principios y códigos estéticos que nos ofrecen nuevas clases de ideas, nuevas conductas y pertenecer a un lugar andinizado y globalizado al mismo tiempo.

La connotación informal de “cultura chicha” se originó tras la movilización de los migrantes provincianos hacia la ciudad de Lima. Con ello trajeron sus costumbres, tradiciones, creencias, gastronomía y otros derivados para mezclarlos con la ya existente cultura aristocrática limeña de aquel entonces.

Morales, (2016) nos dice que el término chicha es porque “nos habla de una mezcla de ingredientes que, en este caso particular, se refiere a los peruanos de la costa sierra y selva, que decidieron dejar su tierra para lograr el sueño del desarrollo y de una vida mejor para sus hijos”. Es por ello que cuando hablamos de cultura chicha, nos referimos a la mixtura, mestizaje, hibridación y/o sincretismo de nuestras tres regiones peruanas y su adaptación en la Lima de los años 80.

(Neira, 2018) menciona en su artículo que deberíamos interesarnos más en las culturas urbanas, por las razones de poder precisar la temática que abordamos, como tema central sobre la cultura en particular la urbana, que han sido estudiados, observados y descritos por como comunidades urbanas, los migrantes, grupos marginales, las etnias de las subculturas urbanas. Neira cita a Quispe ya que la chicha se trata de colores estridentes, combinación en las comidas, mal gusto, la informalidad, la mezcla a lo que se llama *la chicha*, enfrentamiento entre dos tipos de culturas entre la andina y la costeña.

Para (Quispe, 2004) mencionó que la cultura chicha se ha relacionado con dos ambitos entre la politica y la cultura, por parte de la política menciona tres hechos entre ellos los diarios chichas que fueron parte del engaño y ocultamiento de información, el segundo hecho por las reelecciones del expresidente Alberto Fujimori y el último hecho fue por los parlamentarios que tuvieron la conversión de oposición al oficialismo. Quispe afirmó que todos estos hechos sucedia al son de la tecnocumbia. Por el ambito cultural, ocurrió la aceptación de la tecnocumbia o tecnochicha, lo cual fueron algunos conjuntos asociados a la llamada cultura chicha, estos conjuntos fueron la sociedad y medio de comunicación. Sin embargo

menciona que en los 80 hasta el 2000, la chicha se mostraba como un contenido negativo, por lo mismo de la vulneración, mal hecho o la informalidad. En su informe mencionó que políticos, analistas y sobre todo los medios de comunicación, asocian la palabra chicha en todos los terminos, entre ellos el ambito economico, político, social, cultural, espectáculo, deporte y la arquitectura. Por consiguiente Quispe indicó que la chicha es el sincretismo o mixtura de todas las culturas del Perú que se juntan en la capital, tambien la cultura chicha se ve ligado con lo mal hecho, criminal, entre otras aspectos que son negativos.

La cultura chicha presenta aspectos como los colores estravagantes o estridentes, la mezcla de comida, combinación de tradiciones y culturas, entre otros y que estos mismos aspectos son asociados con el mal gusto, otros aspectos con la que se crea la cultura es lo informal y la mezcla, como se menciona la cultura chicha se ha visto afectada ya que se liga a todo lo negativo, lo cual concuerda con Neira.

“De este modo, la chicha no solo era una bebida, si no además un género de música [...] la cultura chicha, basicamente se debió a migraciones andinas que arribaron a la ciudad”, Por lo tanto, según Quispe, la cultura chicha es difundida por lo informal e inescrupuloso, como tambien la combinación de las comidas, la difusión de colores estrevagantes o fuertes, la fuerza de las diferentes culturas en Lima. (p.6) Sin embargo, a pesar de ser una cultura más que forma parte de la sociedad peruana, tiene una imagen no muy buena para la mayoría. Debido a la gran población que se instaló en Lima, los migrantes se vieron casi obligados a crear nuevas “ciudades” a los alrededores de la capital, tomando el nombre de “pueblos jóvenes”. Asimismo, tomaron la decisión de obtener empleos informales para poder generar ingresos en sus familias, salir adelante y velar por el porvenir de sus hijos. Toda esta informalidad en el ámbito laboral y “recurseo” que se hizo presente ha sido duramente criticada y menospreciada a lo largo de los años. De la misma manera, se ha generado una gran flexibilidad en las normas y los valores que en aquel entonces había propuesto la sociedad. La mezcla de tradiciones culturales, la fusión culinaria, los colores estridentes y cada componente de la cultura chicha es mal vista, está asociada con el mal gusto visto desde la perspectiva de los cánones culturales “clásicos”.

El siguiente término es hibridación cultural del cual el antropólogo Canclini (1990), quien define la hibridación cultural como el proceso que ocurre tras la mezcla de

dos o más culturas distintas.

Este autor toma este término y lo aplica a los estudios sociales ya que, tal y como ocurre en la naturaleza, las sociedades también se adaptan y cambian. Muchas veces, suele pensarse que la hibridación cultural trae como consecuencia la desaparición de las prácticas ancestrales y el folclor, sin embargo, Canclini observa que más que cambiar costumbres, la hibridación las transforma. Es decir que donde dos sistemas son diferentes, que existían independientemente, actualmente están unidas y con ello crean una reciente dinámica, ya sea por supervivencia o para adaptarse al actual dominio.

También tenemos la definición de “hibridación cultural” como el proceso por el cual un elemento cultural como la gastronomía, idioma o música, se mezcla con otra cultura al modificar el elemento para que se ajuste a las normas culturales. (Kenton, 2014)

Ésta segunda definición coincide con la mezcla de dos culturas. Sin embargo, a diferencia de Canclini, Kenton nos dice que más que transformar ambas culturas, una de ellas se debe de adaptar o acoplar a las normas de la otra.

Por otro lado, también existe el término “sincretismo” que tiene, básicamente, el mismo significado que la hibridación. Por este lado, Espinoza y Recasens, A, (2010) nos dicen que el mestizaje, sincretismo e hibridación es algo que ha sucedido desde siempre a lo largo de la historia, incidiendo así en el cambio sociocultural del mundo.

A la vez se menciona sobre la cultura viva de la cual la definición de la cultura viva es que son las “expresiones que forman parte del patrimonio cultural de nuestro país y son de gran importancia para generar sentimientos de identidad y orgullo a través del tiempo.” (MINCETUR, 2017) Del mismo modo menciona que algunas de las manifestaciones, como el pago a la tierra, caballitos de totora, tejidos en las islas de Taquile, danza de tijeras, retablos ayacuchanos y algunas otras festividades forman parte donde la persona y el turista puede interactuar.

Para Turino (2015), la cultura es viva porque siempre está en cambio y no se pierde el hilo delgado de la historia ya que se une el pasado, presente y futuro, pero puede estar muerta cuando se vuelve anticuada o se vende y no por la intención de la vida, sino por las leyes o reglamentos que brinda el sistema.

A lo que se quiere llegar con cultura viva es a la descolonización de la mente y el

cuerpo, optando por otra percepción de la ética y la filosofía de la sociedad, antes desvalorizada, para su integración, contemplación e inclusión para la vida cotidiana. A su vez el término de la Cultura Popular que según la Revista de la Universidad de Azuay define a la cultura popular como la costumbre o el hábito que tiene como valor los aportes de las personas que nos antecedieron en el pasado y mantienen aún las pautas y las buenas conductas, de misma manera la cultura popular deriva de la forma de pensar y el actuar de la gran parte y no de las explicaciones o comentarios de la minoridad.” El término popular, se determina por la profundidad de su diversidad del conocimiento en el que se utiliza, lo cual toma complicado para la conceptualización de la cultura popular”. (Malo, 2012, pág. 16)

Del mismo modo Naranjo, tiene como concepto a la cultura popular en un mundo donde “las cosas ya están hechas”, sin embargo, acepta que la conceptualización ha sido irrumpida, por muchas connotaciones, pero por fortuna algunas discriminaciones, prejuicios y estereotipos negativos ya han sido superado, pero no ha sido nada sencillo y ha toma varios años ser reconocidos en prácticamente en los completos círculos del saber. (Naranjo M. , 2012, pág. 31)

Por consiguiente, Aguilar, define a la cultura popular como una idealización de particularidades enredadas, por lo mismo que se haya una variedad de culturas populares, es por eso que no se puede señalar dónde termina una y dónde comienza la otra. “La cultura popular es la cultura del pueblo”, lo cual lo establece un grupo de valores y los componentes de la identidad que la población lo conserva en un instante dado de la crónica, sin embargo destaca que las imposiciones culturales no conforman a la cultura popular, pero si las incautaciones que se proporciona mediante algún proceso selectivo y adecuación, pues siempre la cultura popular es solidaria y compartida (Aguilar, 2012, pág. 104), cuando se habla de la cultura popular se hace referencia a todas aquellas manifestaciones que no sirven para fines sagrados o religiosos. Siguiendo con Aguilar, resalta una de las manifestaciones que constituye a la cultura popular local, los cuales son las fiestas memorables, estructuradas y festejadas por el pueblo, lo cual tiene y conserva ritos, costumbres y tradiciones que incluye el origen hispánico e indígenas.

Por lo tanto, la cultura chicha es una cultura popular por lo mismo que se mantiene aún en los pueblos, sin embargo, la falta de identificación puede que esta cultura

no sea conocida y al mismo tiempo vaya perdiendo parte de sus orígenes.

A continuación, se redactará las teorías relacionadas al tema de investigación y tomada como variable de la cual es la oferta turística.

Según la Secretaría de Estado de Turismo, la oferta turística “es el conjunto de bienes y servicios, de recursos e infraestructura ordenados y estructurados de forma que estén disponibles en el mercado para ser usados o consumidos por los turistas” (SEGITTUR, s.f.) De esta manera, es que cada componente de la planta turística tiene que estar habilitado y contar con las características necesarias para poder llevar a cabo la actividad turística de forma viable. Así nos dice que la oferta turística se encuentra conformada por tres componentes. En primer lugar, contamos con los recursos turísticos, el cual es definido por el mismo autor como “todo aquello susceptible a ser utilizado por el Turismo, es decir cualquier elemento natural, actividad humano o producto antropológico que pueda motivar el desplazamiento con el móvil de la curiosidad o el poder realizar alguna actividad física o intelectual” (p. 32) Seguido, tenemos la infraestructura, definida como el grupo de servicios y obras que nos dan el acceso para desarrollarnos económicamente como país y que la actividad turística hace uso. Por último, contamos con las plantas turísticas, se refiere aquellos “proveedores de servicios turísticos y canales de distribución” como nos menciona SEGITTUR. (p. 55) Entre ellos se encuentran las compañías de transporte (aéreas, marítimas, terrestres), alojamiento (hoteles, apartamentos, casas rurales), Restauración, Otros (museos, espectáculos, eventos especiales) y por último los servicios y oferta complementaria. Mientras que por el lado de los canales de distribución se refiere a toda agencia de viajes (minorista, mayorista o tour operadora), centrales de reserva y sistemas globales de distribución.

Mediante la Teoría General del turismo, Ibañez y Cabrera, mencionan que el Sistema turístico propuesto por Molina se caracteriza porque se hizo de una manera totalizante e integradora.

Para Sy (s.f.), menciona que la oferta turística está establecida por una comunidad de bienes y servicios, infraestructura y recursos, organizados de la manera que dispone la satisfacción de la demanda de los visitantes, estos elementos debe estar acoplados, para ofrecer al turista una mirada armónica del recurso que se desea

promocionar, también menciona 5 elementos de la oferta turística los cuales son, el recurso turístico, planta turística, infraestructura turística, los servicios complementarios y el producto turístico.

Por otro lado, Cooper (1993) afirmó que “Básicamente un destino sustenta su oferta en los siguientes componentes: atractivos, accesibilidad entre las que se encuentra el transporte local, terminales de transporte; amenidades pudiéndose agrupar los establecimientos de alimentos y bebidas, alojamiento, entretenimiento y finalmente el apoyo de servicios en la forma de organizaciones locales”. (Citado en Covarrubias, 2015, pág. 15)

Para Varisco (2013), clasifica al recurso turístico y las empresas que constituyen el abastecimiento turístico. Por lo tanto, el recurso o atractivo es primordial para la oferta ya son los elementos de una cultura o la naturaleza que motiva al turista difundir y mejorar una corriente turística, de misma manera las empresas turísticas mencionan como subcategoría al alojamiento, gastronomía, transporte, agencias y operadores mayoristas de viajes. (pág. 67).

Al mismo tiempo (Varisco, 2013) define a la superestructura con el ligamiento que tiene con las organizaciones públicas, privadas y de tercer sector, cumpliendo un objetivo de planificar y coordinar las funciones de un sistema turístico, tanto como el sector público incluye a la secretaría culturas, deportes o producción, sabiendo que se trabaja de manera conjunta con las instituciones para así lograr un desarrollo de actividad positiva en el turismo (p.69), como también lo menciona.

En concordancia con Cárdenas (2006), menciona cuatro componentes de la oferta turística los cuales son, atractivos turísticos, planta turística, infraestructura y superestructura, por lo cual estos cuatro componentes de la oferta turística serán utilizados como las categorías de esta presente investigación.

Teniendo como concepto y conocimiento de la cultura y la oferta turística, nos planteamos como problema general la siguiente pregunta:

¿Cuáles son los factores que limitan la integración de la cultura chicha en la oferta turística en el Centro Histórico de Lima, 2019?

A su vez los siguientes problemas específicos:

¿Cuáles son los factores que limitan la integración de la cultura chicha como recurso turístico en el Centro Histórico de Lima, 2019?

¿Cuáles son los factores que limitan la integración de la cultura chicha en la planta turística en el Centro Histórico de Lima, 2019?

¿Cuáles son los factores que limitan la integración de la cultura chicha en la infraestructura en el Centro Histórico de Lima, 2019?

¿Cuáles son los factores que limitan la integración de la cultura chicha con la superestructura en el Centro Histórico de Lima, 2019?

No obstante, para el siguiente trabajo de investigación se muestra como justificación teórica del cual menciona que la investigación llenará un vacío teórico, comprobará o modificará una teoría existente. Es por ello que muestra como aporte las definiciones tanto como de la cultura chicha y de igual manera de la variable principal oferta turística, con la finalidad de entender y determinar el por qué ésta no se ha visto interesada o ha evitado incluir la temática chicha en sus servicios.

A su vez la justificación metodología para la investigación se justificará por el nivel metodológico, para así lograr cumplir con los objetivos. Para ello se utilizará la técnica de la entrevista para la variable “Oferta Turística”, como instrumento la lista de cotejo para las observaciones de la infraestructura en el escenario de estudio y guía de entrevista que contarán con las preguntas que serán realizadas a la planta turística (alojamiento, restauración y agencias de viajes), entidades públicas (municipalidad de Lima y MINCETUR) y expertos de la cultura chicha teniendo en cuenta que antes de ser utilizados, fueron evaluados por tres juicios de expertos en el tema, demostrando la validez y confiabilidad. Por la cual se va describir los factores limitantes sobre la integración de la cultura chicha en la oferta turística.

Finalmente, para nuestra justificación práctica se ha planteado en la aproximación temática y parte del marco teórico, sabemos que la cultura chicha es uno de los recursos turísticos que, en los últimos años, ha ido generando cierto interés en conocerla por parte de los peruanos y aplicarlas como temas de investigación para los estudiantes.

Sin embargo, como se había mencionado con anterioridad, debido a la mala imagen y concepto que se tiene de esta cultura y los pertenecientes a ella por su origen y sus formas de expresión. Pero respaldando lo que nos dice Aguilar (2012) para las culturas existen variedad de géneros, razas, creencias, tradiciones, etc. Por lo que rechazar una cultura solo por ser diferente a la propia no debe de ser un motivo



para no integrarla y explotarla en el desarrollo turístico. Además, siendo que la cultura chicha es una mixtura, una hibridación o una mezcla de la sociedad andina con la antigua aristocracia limeña destacaría mucho más ya que vienen a ser distintas ideologías en una sola y que fácilmente se desarrolla hoy en día en la capital del Perú.

## II. METODOLOGÍA

### 3.1. Tipo y diseño de investigación

Para esta investigación se utilizó como enfoque cualitativo ya que Hernández, Fernandez, & Baptista (2010) el enfoque, investigación o estudio cualitativo “puede concebirse como un conjunto de prácticas interpretativas que hacen el mundo más visibles, lo transforman y convierten en una serie de representaciones en forma de observaciones, anotaciones, grabaciones y documentos” (pág.10). De la misma manera un enfoque cualitativo no presenta hipótesis, sino que se presenta durante el tiempo de investigación y se mejoran conformen de obtienen los datos.

#### Tipo de investigación

Al mismo tiempo la investigación es de tipo básica ya que “tiene como objetivo mejorar el conocimiento *per se*, más que generar resultados o tecnologías que beneficien a la sociedad en un futuro inmediato” (Tam, Vera, & Oliveros, 2008, pág. 146)

#### Diseño de investigación

Asimismo, es de nivel descriptivo pues para Hernández, Fernandez, & Baptista (2014), indaga para evaluar o reunir investigaciones de manera individual o grupal sobre explicaciones o variables a las que se dirigen. Por otro lado el objetivo no es investigar cómo se relacionan estas definiciones (p, 92). Por ende, la presente definición se acopla a los fines de la presente investigación. A demás el nivel descriptivo se caracteriza principalmente por lo mismo que no se manipulan ninguna variable, por lo que se brinda a la descripción de los fenómenos relacionados con la población (Rodriguez W. , 2011, pág. 46)

A su vez se tiene como diseño fenomenológico ya que explica el desarrollo y estructura sociales. Según (Behar, 2008) el diseño fenomenológico “resulta particularmente útil para la interpretación, el fenómeno cobra sentido. La gente posee mayor conocimiento que partir de los cuales se interpreta nuevas experiencias” (pág. 45)

### 3.2. Categorías, Subcategorías y matriz de categorización

#### Categorías

La investigación sobre los factores que limitan la integración de la cultura chicha en el Centro Histórico de Lima, cuenta con cuatro categorías que fueron seleccionadas por el libro de proyectos turísticos: localización e inversión de Cárdenas el cual menciona que las categorías son el recurso turístico, planta turística, infraestructura y superestructura.

#### Subcategorías

Así mismo, se ha subcategorizado estos cuatro con Originalidad, Perdurabilidad, Valoración, Visibilidad, Alojamiento, Restauración, Agencia de Viajes, Señalización, Áreas Públicas y Entidades Públicas.

### 3.3. Escenario de estudio

El escenario de estudio tuvo como delimitación el Centro histórico de Lima, ubicado en el Cercado de Lima. El territorio abarca desde Avenida Tacna, llegando hasta el límite con Alameda Chabuca Granda. Seguido se encuentra Avenida Abancay y por último Avenida Nicolás de Piérola.

### 3.4. Participantes

Los participantes de esta investigación fueron los administradores y/o gerentes de las empresas turísticas pertenecientes al rubro de alojamiento, restauración y agencias de viajes del centro histórico de Lima, de mismo modo la Municipalidad de Lima y expertos o representantes de la cultura chicha conocedores del tema.

### 3.5. Técnicas e instrumentos de recolección de datos:

En esta investigación se trabajó el enfoque cualitativo por lo mismo que se utilizó una guía entrevista la cual permitirá la recolección de información para determinar los factores limitantes, del mismo modo tiene como tipo básica y a su vez un nivel descriptivo. Además, se utilizó una ficha de observación para determinar los factores limitantes y comparar resultados entre sí.

### 3.6. Procedimientos

Para realizar una investigación se necesita cumplir con diferentes pasos que nos lleven a responder la problemática formulada por lo mismo que se realizó acciones que permiten cumplir los objetivos, los cuales se obtuvieron con las categorías seleccionadas (recurso turístico, planta turística, infraestructura y superestructura)

Se ejecutó un conjunto ítems que se aplicará a los entrevistados. El instrumento fue validado por tres expertos en el tema y metodólogos de la Universidad Cesar Vallejo, la preguntas serán realizadas para las empresas turísticas (alojamientos, restauración y agencias de viajes) del centro Histórico de Lima, la municipalidad de Lima y a personas conocedoras de la cultura chicha. Ello también nos ayudará a la triangulación e interpretación del contenido de manera objetiva y rápida, finalmente se podrá procesar la data cualitativa en función a los objetivos.

### 3.7. Rigor científico

Esta investigación se fundamenta por dos teorías generales que brindaron una mejor comprensión acerca del asunto y el grupo académico donde se quiere abarcar, teniendo como temas la cultura chicha (hibridación, cultura viva y cultura popular) y la oferta turística, teniendo en cuenta que estas teorías tiene como finalidad entender de mejor manera el trabajo de investigación.

Se obtuvo al autor Cárdenas, que decide tener como elementos en la variable “oferta turística” cuatro categorías: recurso turístico, planta turística, infraestructura y superestructura, con lo cual se podrá investigar los factores que existen para integrar la cultura chicha en la variable oferta turística.

El trabajo obtuvo diferentes fuentes de credibilidad, uno de ellos fue los instrumentos que ayudaron el conocimiento para la temática, así como también estos mismos instrumentos pasaron a ser evaluados por asesores universitarios (dos metodólogos y uno temático) quienes proporcionaron la realidad y comprensión para que las preguntas que será realizadas a los entrevistados y así llegar al cumplimiento de los objetivos.

Para respaldar lo mencionado tenemos a Castillo y Velásquez nos dice que la credibilidad reconoce los hallazgos cuando son “reales” o “verdaderos”, tanto por

las personas que cooperaron en la investigación como también para los que han experimentado el fenómeno del estudio (citado por Arias & Giraldo , 2011, pag 503) Por lo tanto el trabajo de investigación tuvo la confiabilidad por lo mismo que se mostró fotografías y audios, además de la supervisión del instrumento presentado a los expertos.

Para aprobar la confiabilidad, el trabajo fue evaluado por los expertos donde se mostró las categorías de la variable, es por esto que se adaptó a un estudio cualitativo y a su vez se mostraron las preguntas pertenecientes a dichas categorías las cuales respaldaran o asegurar una respuesta contundente y completa para lograr y cumplir con los objetivos plasmados.

Según Arias & Giraldo (2011, pág 502) la confiabilidad es estimada por entre observadores entrados y expertos que observen algún fenómeno o acaecimiento en forma silmutánea y se registren de manera independiente las variables relavantes de la investigación con un base en un tiempo determinado o sistema de codificación.

Para la transferibilidad, este trabajo se realizó en lugares que no cuenta con la temática de la cultura chicha que a su vez observen y analicen los factores para integrarla, así mismo ayudar a futuros proyectos de investigación y obtener resultados óptimos.

Para Castillo y Vásquez, la transferibilidad “es la posibilidad de trasladar los resultados a otros contextos o grupos en estudios posteriores” (citado por Arias & Giraldo, 2011, pág 503)

### 3.8. Método de análisis de la información

Teniendo en cuenta el enfoque que lleva esta investigación, se utilizó como técnica la recolección de datos mediante una entrevista. Según Behar (2008; pág. 56) El investigador formula una serie de preguntas a los expertos o personas capaces de aportarles datos de interés, disponiendo una plática especial donde una de las partes busca recopilar información y la otra es aquella que brinda esta información. Por lo tanto el instrumento que se empleó fue la guía de entrevista la cual nos ayudó como investigadoras para obtener información. De igual manera se tomó uso de una ficha de observación para realizar una comparación entre las respuestas

brindadas con lo que se vio durante la entrevista. Por último, para aplicar el instrumento en el trabajo de campo, se decidió presentar las preguntas por tres expertos para validar y realizarlas. Finalmente se obtuvo un promedio final de 93.6%.

Los expertos N° 1, 2 y 3 nos dieron como recomendación cambiar las preguntas de la categoría de infraestructura.

### 3.9. Aspectos éticos

El presente trabajo de investigación cuenta con indicadores éticos que nos permiten mostrar la transparencia y originalidad de su desarrollo. Toda la información que se encuentra en el documento ha sido recopilada por distintas fuentes debidamente citadas y parafraseadas. Dentro de las preguntas que serán aplicadas en la entrevista se incluirán temas que estén acorde a la cultura chicha. Además, no se revelará el nombre de ningún entrevistado si es que así lo desean. Se protegerá en todo momento sus datos personales y la información que nos brinden, haciéndoles saber que sus respuestas serán utilizadas solo para la elaboración de los resultados.

#### IV. RESULTADOS



#### 4.1. Recurso Turístico

Esta categoría engloba a 4 subcategorías que hacen mención al recurso turístico a expertos de la cultura chicha. Estas subcategorías son: (A) Originalidad, (B) Perdurabilidad, (C) Valoración, (D) Visibilidad.

##### A. Originalidad

Respecto a la existencia y conocimiento de cómo se originó la cultura chicha, todos los encargados de los establecimientos que fueron entrevistados afirmaron que la cultura chicha, si existe y a su vez se origina mediante las migraciones de las personas que vivían en provincias del Perú, pero por falta de recursos, decidieron venir a la capital. Trayendo así su gastronomía, música, pero también la informalidad, ya que decidieron invadir zonas no aptas para un hogar, es decir los *cerros*. De igual manera, los expertos afirmaron que esta cultura llamada chicha, sí existe y con el tema del conocimiento, coincidieron diciendo que surge a partir de las migraciones de las personas que vivían en diferentes sectores y se establecen en un solo lugar, en este caso Lima, a su vez coincidieron diciendo qué se crea la informalidad por lo mismo de estas migraciones. Esta informalidad es producto de las necesidades que tiene las personas para poder salir a delante, así mismo afirman que se originó aproximadamente en los años 50 y obtiene un boom en los años 80. Respecto a la diferencias de otras culturas con la cultura chicha los expertos afirmaron que se diferencia, primero porque fue visto como algo negativo, por lo mismo de lo informal, lo andino, la delincuencia, el mal vivir y lo vulgar, debido a las migraciones también ocurrió el racismo y la xenofobia, segunda diferencia fue que ha llevado tiempo para que poco a poco sea aceptada, uno de los expertos nos mencionó una diferencia entre la cultura criolla que tiene más canales de difusión sin embargo la cultura chicha ha ido ganando un poco de espacio. Tercera diferencia, se da por el tema gastronómico. Según el segundo experto, la cultura chicha es reconocida por la gastronomía y se comienza a revalorar las fusiones de comida como también el tema musical, por los conciertos que brindaban y como estos artistas hacía que las personas migrantes se identifiquen con su lírica. Como última diferencia de la cultura chicha con otra cultura, es que los expertos coincidieron diciendo que la cultura chicha es Lima, no hay otra cultura que no represente o identifique a Lima. Así mismo afirmaron que no es integrada en un

circuito turístico, porque en el área de turismo son más conservadores. De igual forma mencionaron que el empresario local peruano le teme a la innovación, es decir que los empresarios no se arriesgan a utilizarla. Es por esto que lo tomamos como un primer factor limitante de la cultura en los establecimientos de rubro turístico, es decir el miedo a la innovación e incorporación de la cultura. De igual manera uno de los expertos mencionó que tiene que pasar más de cien años para ser considerada una cultura por algunas instituciones, pero como sabemos la cultura chicha surge en los años 50, es decir que, en teoría, no cumple con dicho requisito. Con respecto a la evolución que ha tenido la cultura chicha, los expertos mencionaron que esta cultura como todas, sufren de algunos cambios o trastornos, pero la cultura chicha se fue evolucionando más por el tema musical. Uno de los cambios fue con uno de los primeros grupos que fueron los Destellos, luego aparece Chacalón, y quienes consiguieron el punto más alto fueron los Shapis. Así mismo la aparición de la tecno cumbia con artistas femeninas en los años 90, y por último la cumbia con el Grupo Néctar y como este grupo ha perdurado, sin embargo uno de los expertos afirmó que un cambio fue cuando estos grupos que hacían cumbia, querían desligarse de la chicha, diciendo que lo que hacían ellos no era chicha.

#### B. Perdurabilidad

Con respecto a cómo ha perdurado la cultura chicha, los expertos nos afirmaron que la chicha no le teme a la fusiones, es decir se involucra con otras manifestaciones o diferentes géneros de música y a su vez ha perdurado por lo mismo que esta música gran parte de los peruanos en algún momento lo hemos escuchado y de todas maneras se nos queda aunque sea un parte del coro, así mismo es escuchada en fiestas. De esta manera, se ha determinado que efectivamente la cultura chicha ha logrado perdurar y no quedarse en el olvido con el tiempo.

#### C. Valoración

Respecto a la opinión que se tiene sobre la cultura chicha sabiendo que hoy en día es considerado un recurso turístico, los encargados de los establecimientos quienes fueron entrevistados coinciden que la cultura chicha aporta al turismo por lo mismo de toda la mixtura en la gastronomía, música, folklore. Que ésta misma cultura llama la atención de los turistas extranjeros y nacionales que desconocen

de ella, aventurándose a experimentar y conocer un poco más. Del mismo modo, los expertos comentaron que la opinión que ellos tienen es positiva y buena, ya que poco a poco se ha ido masificando y tomando valor, afirmaron que las opiniones fueron afectadas antiguamente por un tema de racismo, sin embargo afirman que es un proceso de poder reconocerla como parte de nosotros. Este proceso se lleva a cabo por parte de aquellos llamados nietos migrantes de hoy en día. Ya que los migrantes padres fueron los que iniciaron con esta cultura, los hijos fueron y son los que consideran a la misma como algo vulgar y mal visto. Mientras que son los nietos, la tercera generación, los que se encargan de revalorizarla y mostrar la verdadera cara de la cultura chicha.

#### D. Visibilidad

Respecto a cómo los medios publicitarios han afectado ya sea de manera positiva o negativa la opinión que se tiene de la cultura chicha, los expertos mencionaron que antiguamente, los medios, específicamente los periódicos generaban noticias de la chicha, pero de una manera no tan despectivamente y que ya existía revistas y periódicos izquierdistas, que analizaban la chicha como un fenómeno. Sin embargo, hoy en día lo hacen por moda, y es algo que no se debe hacer, ya que quieren que haya una investigación constante y que no les parece que solo lo hagan por tema de generar dinero y por moda. Es por esto que consideramos como un segundo factor a la falta de interés en los medios influyentes en conocer los orígenes de la cultura chicha y así mismo compartir este conocimiento con sus consumidores.

Acerca de las expresiones de la cultura chicha, los expertos afirmaron que si son visibles, a sí mismo mencionaron manifestaciones como los carteles chicha, los cuatro expertos coincidieron que la manifestación más resaltante es el arte popular y como llama la atención por sus fuertes colores, como también una de las manifestaciones es la gastronomía con el peculiar plato llamado siete colores.

#### 4.2. Planta Turística

Esta categoría engloba a las subcategorías que hacen mención a la planta turística a encargados de establecimientos tales como son: (A) Alojamiento, restauración, agencias de viaje.

##### A. Alojamiento, restauración, agencias de viajes

Respecto con la incorporación de la temática chicha (decoración, música, gastronomía, etc.) en sus servicios y/o productos, en su mayoría, los entrevistados mencionaron que no la incorporan o que lo hacen de manera indirecta debido a la falta de conocimiento con el que cuentan o debido a que su establecimiento no se adaptaría con las características de esta cultura. Por esta razón, se toma como un tercer factor a la falta de conocimiento acerca de la cultura chicha. Esto precisamente es una consecuencia del segundo factor ya mencionado anteriormente.

Así mismo el establecimiento *Bar Cordano* quien tiene como función más de cien años en el rubro de alimentos y bebida, decidió no integrar la cultura chicha en su decoración ni en la música por lo mismo que cuenta con un único segmento en sus clientes y de misma manera la agencia de viaje *Group Tour* mencionó no incorporar la cultura chicha de ninguna manera, ya que ellos tienen una segmentación corporativa. Por ello, según el encargado, no se tiene el interés ya que no va con su público objetivo. Además, el establecimiento *Maury* no incorpora la cultura chicha en ningún aspecto ya que este establecimiento viene desde la época republicana. Es decir, tanto el *Bar Cordano* como *Group Tour* cuentan con una segmentación definida mientras que el *Hotel Maury* se respalda en con el motivo de su antigüedad. Estos motivos son los que limitan incorporar la temática chicha tanto en sus servicios como en sus productos y su decoración, es por ello que se considera a este como un cuarto factor limitante.

Respecto a considerar la inclusión de la temática chicha (decoración, música, gastronomía, etc.) en sus servicios y/o productos, los entrevistados respondieron que efectivamente, les gustaría el poder incluirla en algún momento, mediante campañas, circuitos turísticos e incluso en la gastronomía para lograr la identificación de los peruanos con esta cultura y hacerla conocida.

Respecto a la discriminación por parte del personal con el que trabajan, los entrevistados mencionan que no han visto o han sentido rechazo por la cultura chicha ni sus integrantes o manifestantes. Ya que, en su mayoría, su personal viene y son pertenecientes a la cultura chicha. Inclusive, son ellos mismos quienes defienden dicha cultura y les gusta darla a conocer.

### 4.3 Infraestructura

Esta categoría engloba a 2 subcategorías que hacen mención a la infraestructura al área de patrimonio cultural y promoción cultural de la municipalidad metropolitana de Lima. Estas subcategorías son: (A) Señalización, (B) Áreas Públicas.

#### A. Señalización

Con respecto a las señaléticas, los entrevistados mencionaron que estas deben de ser estándar y de fácil entendimiento para todo público. Esto se debe a un convenio del Plan COPESCO en el que utilizan un diseño de normativa nacional. Además, que genera una inclusión social con el turista nacional y extranjero.

#### B. Áreas Públicas

En relación a la decoración o diseño en las áreas públicas, el primer entrevistado nos mencionó que es poco usual el incluir alguna manifestación que no se ha visto desde un comienzo en el Centro Histórico. Mientras que, por parte de la segunda entrevistada, ella mencionó que sí llegaron a existir en un determinado gobierno, sin embargo, fueron borrados con el tiempo. Del mismo modo en las actividades culturales que se realizan, se manifestó que, dentro del área de promoción cultural, existe una sub área que se encarga de la realización de dichos eventos o actividades que se encargan de promover y fortalecer la cultura chicha y la identidad de la misma. Esta área es denominada cultura viva comunitaria.

De manera específica, no se han realizado ningún tipo de actividad acerca de la cultura chicha, no por falta de interés por parte del actor local, sino más bien por aprobación en la inversión que se daría con un proyecto. Por lo tanto el quinto factor es la gestión y el proceso de aprobación de un ente para poder desarrollar una ruta o un circuito que nos dé a conocer sobre la cultura chicha. Sin embargo, si se han integrado ciertas manifestaciones en distintos eventos y, así mismo, se está proponiendo algunos proyectos que se traten exclusivamente de dicha cultura.

De acuerdo con el involucramiento de la comunidad, se determinó que esta misma se encuentra presente e interesada por solicitar información y conocimiento sobre respectiva expresión cultural. De hecho, también manifiesta que nos encontramos en una etapa en la que la cuarta generación de migrantes se encuentra interesada en revalorizar la cultura chicha y darla a conocer como algo propio del Perú y que nos identifique.

Respecto a la realización y/o promoción de circuito turístico chicha, se determinó

que no corresponde a su área, los encargados son la Sub Gerencia de turismo. Respecto a los elementos o personajes utilizados para la promoción de las manifestaciones culturales de la cultura chicha, los involucrados mencionaron que sí existe mucha influencia para obtener unificación y también que la comunidad se sienta aludida positivamente utilizando distintos elementos como colores vivos, música, entre otros.

#### 4.4. Superestructura

Esta categoría engloba a 1 subcategorías que hacen mención a la superestructura de la cultura chicha. Estas subcategorías son: (A) Entidades Publicas

##### A. Entidades Públicas

Con respecto a las actividades realizadas para fortalecer la identidad de la cultura chicha se mencionó que el Ministerio de Cultura se ha planteado y ha realizado y/o participado en distintas ocasiones en actividades culturales para hacer más visible la cultura chicha y que precisamente la comunidad limeña se sienta identificado de alguna manera con dicha cultura. El entrevistado mencionó principalmente un evento en el cual se le invitó al Perú a participar y con el cual se ha generado interés del país anfitrión sobre el arte visual y las gráficas chicheras. Respecto a involucramiento por parte de la población se determinó que sí se tiene participación por parte de la comunidad limeña desde los puntos de cultura, que se tratan de organizaciones culturales encabezados por los ciudadanos y que son reconocidos por el estado que se encargan del arte y el desarrollo social de dichas comunidades. También menciona que varios de estos grupos se encuentran relacionados con a la cultura chicha de distintas maneras, pero, en su mayoría, en la gráfica y claramente se identifican con ello. Lo sienten como algo propio, que les representa. En relación a la realización y/o promoción de circuitos turísticos con temática chicha, se obtuvo como respuesta que no se lleva a cabo ninguna de las dos. Esto se debe a que por parte de la dirección no se encuentra dentro de su línea de acción. Sin embargo, sí se mantiene un vínculo amplio con el sector relacionado a la cultura chicha, en este caso, distintos colectivos de la cultura chicha. En relación a utilizar personajes y elementos de la cultura chicha, el entrevistado nos confirma que se han utilizado tanto de manera nacional como internacional la gráfica chicha

ya que consideran importante visibilizar y hacer prevalecer las expresiones culturales en el país. Sin embargo, no se trata de brindar facilidades solo a la cultura chicha, el trabajo del Ministerio de Cultura es el de prevalecer el fortalecimiento de la identidad de las distintas culturas existentes.

## V. DISCUSIÓN



Según nuestros resultados obtenidos por los encargados de los establecimientos y los expertos de la cultura chicha para la subcategoría de la originalidad afirmaron que si existe dicha cultura y que esta misma se ha originado por las migraciones de las personas de diferentes provincias del Perú que llegaron a Lima, creando así la informalidad. A su vez trajeron su música tales como la cumbia y la tecno cumbia, así mismo la gastronomía, entre ellas las fusiones de diferentes platos típicos que representan a un lugar del Perú, por lo mismo de la falta de recursos o espacios en los que ellos pudieran desarrollarse. Esto nos indica que los encargados conocen acerca de la cultura y cómo se originó, de acuerdo con Castro (2009) señala que la cultura chicha se origina con el traslado de las personas migrantes de provincia hacia la ciudad de Lima, trayendo así sus costumbres, tradiciones, creencias, gastronomía.

Se menciona también que la cultura chicha se vio muy discriminada y desvalorizada en sus comienzos por motivos como la informalidad, mal gusto y la gastronomía. Es lo primero lo que justamente se encarga de precisarnos Neira (2018). Este autor nos dice que la cultura urbana ha sido investigada y descrita como los migrantes, grupos marginales o comunidades urbanas que viene de la combinación de la cultura andina y costeña. Y que es aquella que ha generado una mala imagen para el visitante extranjero y nacional.

Por parte de la perdurabilidad, los expertos afirmaron que la chicha ha contado con un constante cambio desde su inicio hasta la actualidad, generando mucha más mixtura y ha logrado ser persistente con el tiempo. Para ello, Castro (2000) mencionó que la cultura no es algo natural, sino que es una construcción social. Es decir, que no es necesario que la cultura permanezca tal y como comenzó. Podemos ver aquí que coinciden tanto las respuestas de los expertos como la teoría de Castro y también se puede decir que la cultura chicha no se ha quedado estancada con el pasar de los años. Como respaldo, también Turino (2013) dio a conocer que una cultura viva se encuentra en constante cambio y que no se queda tal y como se originó en un comienzo, que es característica de una cultura viva el ir desarrollando y cambiando con el tiempo, sino se le consideraría una cultura muerta.

Para la subcategoría valoración, tanto expertos como establecimientos, afirmaron que la cultura chicha ha generado un valor redundante y significativo para los

pobladores limeños, a pesar de que no fue así en un principio. Precisamente que su valor se debe a sus costumbres, gastronomía, manifestaciones artísticas, etc. Esto coincide con lo que nos menciona Pulido (2013), de que la cultura se puede desarrollar de manera interpretativa. Quiere decir que se genera un valor significativo a las expresiones existentes y propias de dicha cultura y del lugar, en este caso, la ciudad de Lima.

Por la subcategoría de visibilidad, se manifestó que las expresiones de dicha cultura efectivamente llaman la atención y generan gran interés por parte de la comunidad. Así mismo, estas expresiones logran que la población limeña tome dichas expresiones o manifestaciones como algo propio y se sienta identificado con ello. Precisamente es el MINCETUR (2017) quien nos menciona que la cultura viva es aquella expresión y que forma parte de un patrimonio cultural que nos genera sentimientos de identidad y orgullo a través del tiempo.

Debido a que cada subcategoría de la categoría “recurso turístico” ha coincidido con los autores citados, podemos decir que la cultura chicha sí es realmente una cultura y que, con justa razón, es considerada un recurso que contribuye con el desarrollo turístico y fortalece la identidad cultural del ciudadano.

Por parte de las subcategorías de alojamiento, restauración y agencias de viajes, con respecto a la inclusión existente o inexistente y a la discriminación por parte de su personal, los encargados de los establecimientos que fueron entrevistados, mencionaron que no incorporan la temática de la cultura chicha, debido a que tienen un público objetivo, como también por la mínima información que manejan sobre dicha cultura. Si nos enfocamos en lo que nos dice Varisco (2013) nos daremos cuenta que el desconocimiento que varios de los entrevistados comentaron se ha generado por decisión propia o por la falta de interés que se tiene a esta cultura. Ya que, según el autor, el recurso es importante para la motivación del turista debido a que este mismo es el que se encarga de difundir y mejorar la corriente turística. Basado en que los mismos entrevistados han mencionado el interés que ha generado ciertos elementos de la cultura chicha en sus distintas visitas, a pesar de dicho interés, en la mayoría de los establecimientos entrevistados no se ha visto cambio alguno o la necesidad de relacionarse con esta cultura. Aquí podemos ver que se están contradiciendo de una u otra forma con sus respuestas. Así como lo menciona Pulido (2013) acoplar las expresiones que la cultura chicha que se ha ido

desarrollando para acoplarlo en los establecimientos que interactúan diariamente con turistas y personas locales, así mismo para la formación y conocimiento de su alrededor como cultura.

Por las subcategorías dentro de la infraestructura, señaléticas y áreas públicas, la Municipalidad Metropolitana de Lima señaló que la señalética turística que se utiliza tiene que ser de fácil entendimiento para toda persona. Es por ello que las que se encuentran colocadas en este momento son estándar. De la misma manera, Ibañez y Cabrera nos mencionaron que, según Molina, el sistema turístico debe de ser integradora y totalizante para el desarrollo del turismo. Aquí ambos coinciden ya que, según la ficha de observación que se realizó alrededor de las calles del Centro histórico de Lima, se pudo comprobar que efectivamente todas las señaléticas turísticas utilizadas cumplen con las características antes mencionadas.

Por el lado de las áreas públicas, la Municipalidad Metropolitana de Lima también nos hizo saber que anteriormente se habían utilizado los murales chicha en las calles de Lima. Sin embargo, en algún momento y con el cambio de gestión, fueron retirados y tapados por los siguientes a cargo. De igual manera, al mencionar que no utilizan o hacen uso en cantidad de elementos o personajes directamente ligados con la cultura chicha, también nos dan a conocer que existen próximos proyectos en relación a ella. Es aquí donde Aguilar (2012) nos dice que la cultura popular es compartida y que genera identidad por parte de la población. En comparación con la respuesta brindada por los entrevistados, se pudo entender que, en ocasiones, el mismo gobierno no contribuye con el desarrollo de una cultura en todo su esplendor e incluso, las instituciones encargadas de poder potenciar una cultura, se ven enlentecidas por el mismo motivo. De cierta manera, esta teoría no se está cumpliendo.

Por la categorías de superestructura teniendo como subcategorías a las entidades públicas, el Ministerio de Cultura señaló que no han trabajado con alguna propuesta de circuito para dar a conocer la cultura chicha, sin embargo, sí trabajan con personajes como Elito Tupac quien es representante de la grafía chicha, llevando así su arte y la cultura popular a diferentes países, entonces nos damos cuenta con lo que mencionó Varisco que se debe de trabajar de manera conjunta para poder llevar a conocer la cultura, no solo en diferentes países, si no en el mismo lugar donde se originó.

## VI. CONCLUSIONES

Según el diagnóstico obtenido al realizar el trabajo de campo, recopilación de información y la observación, se pueden presentar las siguientes conclusiones:

De forma general y cumpliendo con el objetivo principal planteado, se concluyó que efectivamente existen factores limitantes para la integración de la cultura chicha en el Centro histórico de Lima, siendo en total cinco de ellos.

Como el primer factor limitante de la cultura chicha se obtuvo al miedo o temor que tienen los empresarios nacionales de innovar. Esto es lo que evita incorporar a la cultura chicha en los servicios de los establecimientos del rubro turístico, tanto en alojamiento, restauración y agencias de viaje.

Como segundo factor como recurso turístico es claramente la falta de interés y la mala imagen que se tiene por parte de los medios influyentes o, siendo más específicos, medios de comunicación. Es debido a este factor que hoy en día la mayoría de los limeños aún tienen una imagen errónea o discriminante de la cultura popular ya conocida. Afecta de tal manera que no genera el interés del turista nacional de conocer o saber más de dicha cultura, y de esta manera no se le reconoce completamente como un recurso valorizado y que puede ser utilizado para el desarrollo turístico.

Siguiendo con la planta turística, el tercer factor que se pudo obtener mediante la investigación, fue la falta de conocimiento de la cultura chicha y no solo de cómo se originó, sino como esta cultura ha perdurado, a pesar de ser vista como algo negativo y de cómo se ha podido y se puede integrar en el turismo hoy en día. Es precisamente este tercer factor el que se pudo tomar como motivo de temor por parte de los empresarios a arriesgar e innovar.

Como cuarto factor se halló que los establecimientos que se encuentran en Lima ya cuentan con una segmentación definida a la cual llevan enfocados por gran cantidad de años. Incluso algunos de ellos hicieron aparición antes que la misma cultura chicha.

Son estos tres factores los limitantes a integrar la cultura chicha en la planta turística del Centro histórico de Lima.

Por quinto y último factor que, en este caso, es limitante para la integración de la cultura chicha tanto en la infraestructura y superestructura del Centro histórico de Lima es la gestión y el proceso de aprobación e inversión de las entidades encargadas de la promoción cultural por medio de eventos, ferias y la creación de

circuitos turísticos. Sin embargo, se debe de rescatar que tanto la Municipalidad de Lima como el Ministerio de Cultura se encuentran interesados en lograr que otras entidades como el PROMPERÚ y PROLIMA trabajen con ellos y así lograr difundir poco a poco mucho más de esta cultura.

## VII. RECOMENDACIONES

Tras exponer las conclusiones finales de la investigación, se brindarán a continuación algunas recomendaciones para futuras investigaciones:

Como primera recomendación es trabajar de manera constante, por medio de eventos donde se muestren las manifestaciones culturales de la cultura chicha, para fortalecer fuertemente la identidad cultural de la sociedad limeña, así como cada componente que integre esta cultura para que no sea algo temporal, que se vuelva sólida y conocida en la comunidad y, de la misma manera, sea un recurso turístico más del cual sentirnos orgullosos de enseñar internacionalmente.

Para la segunda recomendación específica para la categoría de la planta turística en el Centro Histórico de Lima tenemos que mejorar los conocimientos para realizar y promover un trabajo de investigación que se encuentre focalizado en dar a conocer los orígenes, historia, manifestaciones culturales y todo aquello relacionado a la cultura chicha que tenga llegada principalmente a los encargados de los establecimientos de rubro turístico, de esta manera se dejaría el temor de lado y se impulsaría a innovar sus servicios y/o productos. Como también sucedería con los establecimientos que manejen una segmentación definida. Es decir, no trabajarían directamente con la temática chicha, sin embargo, podrían verse influenciados de cierta manera a incluir en sus servicios un elemento relacionado a la cultura chicha por temporadas, dándola a conocer con los turistas extranjeros.

Como se mencionó respecto a las categorías de la infraestructura y la superestructura del Centro Histórico de Lima, para poder desarrollar poco a poco y adelantarse al proceso de inversión en un proyecto de la cultura chicha en el Cercado de Lima, proyectos como ferias, talleres, eventos, entre otros. Así mismo sería recomendable trabajar en conjunto a la Universidad César Vallejo para obtener una categorización y jerarquización de las manifestaciones y expresiones chicheras, al igual que de los lugares donde se centralicen la mayoría de ellas. De esta manera también se podría trazar una posible ruta turística que realice un turismo no convencional en la ciudad de Lima.



## VIII. REFERENCIAS

- Aguilar, L. (2012). Cultura popular. *Revista de la Universidad de Azuay*, 104.
- Alfonso, K. (2015). *Cultura viva: Serie documental*. Bogotá: Pontificia Universidad Javeriana.
- Alvarado, L. (2018). *Oferta turística y barreras de entrada del mercado de avistamiento de aves en operadores turísticos, distrito de Tarapoto*. Tarapoto: Universidad César Vallejo.
- Arias, M., & Giraldo, C. (2011). El rigor científico en la investigación cualitativa. *Investigación y educación en enfermería*, 29(3), 500-514.
- Azpelicueta, M., Ramón, J., & Abril, M. (2018). *La oferta turística de la ciudad de Ibiza en el siglo XXI: Patrimonio de la humanidad y establecimientos de lujo*. Ibiza: Holos.
- Behar, D. (2008). *Introducción a la Metodología de la Investigación*. Tucuman: Shalom.
- Canclini, N. (1990). *Culturas Híbridas: Estrategias para entrar y salir de la modernidad*. San Bartolo Naucalpan: Gribaljo S.A.
- Cárdenas, F. (2006). *Proyectos turísticos, localización e inversión*. México D.F: Trillas Turismo.
- Castillo, E., & Vásquez, M. (2003). El rigor metodológico en la investigación cualitativa. *om colombia médica*, 34(3), 164-167.
- Castro, M. (2009). El mal/estar en la cultura chicha: La prensa sensacionalista. *Cronicas urbanas*, 1.
- Castro, S. (2000). *Reestructuración de las Ciencias Sociales en los países andinos*. Bogotá: Instituto Pensar.
- Cieza, A. (2018). *Manifestaciones folclóricas del distrito de Moche como factor de diversificación de la actual oferta turística año 2018*. Trujillo: Universidad César Vallejo.
- Cooper. (2015). En R. Covarrubias, *Evaluación del potencial en municipios turísticos a través de metodologías participativas. El caso de los municipios de la zona norte de Colima, México* (pág. 15). Colima: eumed.net Enciclopedia virtual.
- Covarrubias, R. (2015). *Evaluación del potencial en municipios turísticos a través*

- de metodologías participativas. El caso de los municipios de la zona norte de Colima, México.* Colima: eumed.net Enciclopedia virtual.
- Espinoza, C., & Recasens, A. (2010). *A tres bandas. Mestizaje, sincretismo e hibridación en el espacio sonoro Iberoamericano.* Madrid: SEACEX Y AKAL Ediciones.
- Henriquez, C., Moquete, S., & Cartabini, M. (2013). *Factores determinantes da Oferta turística na Bahía de camamu-BA para o planejamento do turismo e desenvolvimento local.* Sao Paulo: Turismo Em Análise.
- Hernández, R., Fernandez, C., & Baptista, M. (2010). *Metodología de la investigación.* México: McGraw.Hill/Interamericana Editores S.A DE C.V.
- Hernández, R., Fernandez, C., & Baptista, M. (2014). *6° ed Metodología de la investigación.* México: McGraw-Hill/Interamericana Editores S.A. DE C.V.
- Ibañez, R., & Cabrera, C. (2011). *Teoría General del Turismo: un enfoque global y nacional.* Baja California Sur: Universidad Autónoma de Baja California Sur Mexicana de Investigación turística.
- Kenton, B. (2014). *Cultural Hybridization.* Obtenido de Open Education Sociology Dictionary: <https://sociologydictionary.org/cultural-hybridization/>
- Levy, N. (2018). *La cultura chicha como recurso turístico de Lima.* Lima: Universidad César Vallejo.
- Malo, C. (2012). Cultura Popular. *Revista de la Universidad de Azuay*, 16.
- MINCETUR. (1 de Septiembre de 2017). *¿Qué es la cultura viva y cómo podemos darle valor?* Obtenido de B-Content grupo RPP: <https://rpp.pe/peruanos-camiseta/que-es-la-cultura-viva-y-como-podemos-darle-valor-noticia-1073933>
- Morales, O. (1 de Junio de 2016). *La cultura chicha y la nueva clase emprendedora.* Obtenido de ConexionESAN: <https://www.esan.edu.pe/conexion/bloggers/intercultural-management/2016/06/la-cultura-chicha-y-la-nueva-clase-emprendedora/>
- Naranjo, A. (2013). *Colombianadas: piezas de expresión callejera.* Palermo: Universidad de Palermo.
- Naranjo, M. (2012). Cultura popular. *Revista de la Universidad de Azuay*, 31.
- Neira, H. (06 de Agosto de 2018). *El Montonero.* Obtenido de <https://elmontonero.pe/columnas/a-que-llamamos-cultura-chicha-tres->

opiniones

- Páramo, D. (2017). Cultura y Comportamiento humano. *Pensamiento y gestión*, 1.
- Pinto, C. (2017). *De la chicha a la publicidad: ¿Cómo un género musical afecta los estilos de vida?* Lima: Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas .
- Pulido, J. (2013). *Turismo Cultural*. España: Síntesis.
- Quispe, A. (2004). La cultura chicha en el Perú. *Revista Electrónica Construyendo Nuestra Identidad*, 1(1), 1-7.
- Reyna, L. (2017). *Oferta turística de la provincia de Hualgayoc para diversificar el turismo tradicional en el departamento de Cajamarca*. Trujillo: Universidad César Vallejo.
- Rodriguez, A. (1993). La cultura en las organizaciones públicas y privadas. *Psicothema*, 5, 237-260.
- Rodriguez, W. (2011). *Guía de Investigación Científica*. Lima: Fondo Editorial UCH.
- SEGITTUR. (s.f.). *Turismo*. Obtenido de SEGITTUR:  
<https://www.segittur.es/opencms/export/sites/segitur/.content/galerias/descargas/proyectos/Industria-del-turismo.pdf>
- Sy, T. (s.f.). *Oferta turística: Componentes, tipos y ejemplos en Latinoamérica*. Obtenido de Lifeder: <https://www.lifeder.com/oferta-turistica/#>
- Tam, J., Vera, G., & Oliveros, R. (2008). Tipos, métodos y estrategias de investigación científica. *Pensamiento y acción*, 146.
- Turino, C. (28 de Diciembre de 2015). *La ecuación de la Cultura Viva:  $PC = (a+p)r$* . Obtenido de IBERCULTURAVIVA: <http://iberculturaviva.org/la-formula-de-la-cultura-viva-pc-a-p-r/?lang=es>
- UNESCO. (2017). *Cultura*. Obtenido de Oficina de la UNESCO en México:  
<http://www.unesco.org/new/es/mexico/work-areas/culture/>
- Varisco, C. (2013). Sistema turístico. Subsistemas, dimensiones y conceptos transdisciplinarios. En Benseny, & Graciela, *Gestores costeros. De la teoría a la práctica: una aplicación en áreas litorales* (págs. 63-78). Mar del Plata: Universidad de Mar del Plata.

## IX. ANEXOS

Tabla de Matriz de categorización

	<u>FORMULACIÓN DEL PROBLEMA</u>	<u>OBJETIVO GENERAL</u>	<u>METODOLOGÍA</u>	<u>VARIABLE</u>	<u>CATEGORÍAS</u>	<u>SUBCATEGORÍAS</u>	<u>ITEMS</u>
FACTORES QUE LIMITAN LA INTEGRACIÓN DE LA CULTURA CHICHA EN LA OFERTA TURÍSTICA EN EL CENTRO HISTÓRICO DE LIMA - 2019	PROBLEMA GENERAL: ¿Cuáles son los factores que limitan la integración de la cultura chicha en la oferta turística del centro histórico de Lima - 2019?	OBJETIVO GENERAL: Determinar los factores que limitan la integración de la cultura chicha en la oferta turística del centro histórico de Lima - 2019	TIPO: Básica	Oferta turística	Recurso turístico	Originalidad	1.- ¿Cree usted que la cultura chicha existe? De ser así, ¿tiene conocimiento sobre dicha cultura y cómo se originó?
							2.- ¿Cuál es la diferencia de la cultura chicha con las otras culturas?
							3.- ¿Cómo ha ido evolucionando la cultura chicha desde su creación hasta la actualidad?
	PROBLEMAS ESPECÍFICOS: 1.- ¿Cuáles son los factores que limitan la integración de la cultura chicha en el recurso turístico en el Centro Histórico de Lima, 2019?	OBJETIVOS ESPECÍFICOS: 1.-Establecer los factores que limitan la integración de la cultura chicha en el recurso turístico en el Centro					
					Valoración	5.- ¿Cuál es la opinión que tiene de la cultura chicha, considerando que es tomado como un recurso para el	

	Histórico de Lima, 2019.	NIVEL: Descriptivo		Visibilidad	desarrollo del turismo?
					6.- ¿Cómo ha ido cambiando la cobertura de los medios publicitarios hacia la cultura chicha?
			Planta turística	Alojamiento	7.- ¿Cuáles consideraría que son las expresiones más resaltantes y visibles de la cultura chicha?
					8.- ¿Incorpora la temática (decoración, música, gastronomía, tour, eventos) de la cultura chicha en sus servicios? ¿Por qué?
Restauración	9.- ¿Consideraría en algún momento incluir la temática (decoración, música, gastronomía, tour, eventos) de la cultura chicha en				







1. Tabla de operacionalización

<u>VARIABLE</u>	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	<u>CATEGORÍAS</u>	<u>SUBCATEGORÍAS</u>	<u>ITEMS</u>	
Oferta turística	Según el secretaría de estado de turismo (SEGITTUR) la oferta turística “es el conjunto de bienes y servicios, de recursos e infraestructura ordenados y estructurados de forma que estén disponibles en el mercado para ser usados o consumidos por los turistas”(p. 25) Cárdenas (2006), menciona cuatro componentes de la oferta turística los cuales son, atractivos turísticos, planta turística, infraestructura y superestructura, por lo cual estos cuatro componentes de la oferta turística serán	La variable de Oferta Turística se medirá con 4 categorías las cuales se encuentran divididas en 10 subcategorías. Se empleará la técnica de entrevista y como instrumento se utilizará la guía de entrevista	Recurso turístico	Originalidad	1.- ¿Cree usted que la cultura chicha existe? De ser así, ¿tiene conocimiento sobre dicha cultura y cómo se originó?	
					2.- ¿Cuál es la diferencia de la cultura chicha con las otras culturas?	
					3.- ¿Cómo ha ido evolucionando la cultura chicha desde su creación hasta la actualidad?	
				Perdurabilidad	4.- ¿Considera que la cultura chicha ha perdurado a través del tiempo a pesar de la globalización?	
					Valoración	5.- ¿Cuál es la opinión que tiene de la cultura chicha, considerando que es tomado como un recurso para el desarrollo del turismo?
						Visibilidad
			Planta turística	Alojamiento	7.- ¿Cuáles consideraría que son las expresiones más resaltantes y visibles de la cultura chicha?	
					Restauración	8.- ¿Incorpora la temática (decoración, música, gastronomía, tour, eventos) de la cultura chicha en sus servicios? ¿Por qué?
				9.- ¿Consideraría en algún momento incluir la temática (decoración, música, gastronomía, tour, eventos) de la cultura chicha en sus servicios? ¿Por qué?		

utilizados como las subcategorías de esta presente investigación.		Agencia de Viajes	10.- Teniendo en cuenta el alboroto que ocasionó la cultura chicha desde su aparición, ¿cree usted que en su personal se muestra alguna clase de prejuicio o discriminación hacia los miembros de esta cultura? De ser así, ¿por qué?
	Infraestructura	Señalización	11.- ¿Las señaléticas guardan algún tipo de relación con la temática de la cultura chicha?
		Áreas públicas	12.- ¿Las áreas públicas del centro histórico de lima cuentan algún diseño o tipo de decoración en base a la cultura chicha? ¿Por qué?
	Superestructura	Entidades públicas	13.- ¿Qué actividades culturales realiza para el fortalecimiento de la cultura chicha?
			14.- ¿Cómo se involucra la comunidad en el desarrollo de estas actividades?
			15.- ¿Realizan un circuito turístico que permita conocer las raíces de la cultura chicha?
			16.- ¿Ha utilizado elementos o personajes de la cultura chicha para promover las actividades?

*Instrumento*  
*Guías de entrevistas*

**GUÍA DE ENTREVISTA PARA EXPERTOS EN CULTURA CHICHA**

*N° de registro:*

*Nombre del investigador/entrevistador:*

*Nombre del entrevistado:*

*Cargo y/o puesto:*

*Fecha de la entrevista:*

*Tema:* Factores que limitan la integración de la cultura chicha en la oferta turística del centro histórico de Lima

*Contextualización:*

*Observaciones:*

1.- ¿Cree usted que la cultura chicha existe? De ser así, ¿tiene conocimiento sobre dicha cultura y cómo se originó?
2.- ¿Cuál es la diferencia de la cultura chicha con las otras culturas?
3.- ¿Cómo ha ido evolucionando la cultura chicha desde su creación hasta la actualidad?
4.- ¿Considera que la cultura chicha ha perdurado a través del tiempo a pesar de la globalización?
5.- ¿Cuál es la opinión que tiene de la cultura chicha, considerando que es tomado como un recurso para el desarrollo del turismo?
6.- ¿Cómo ha ido cambiando la cobertura de los medios publicitarios hacia la cultura chicha?
7.- ¿Cuáles consideraría que son las expresiones más resaltantes y visibles de la cultura chicha?

## GUÍA DE ENTREVISTA PARA ENTIDADES PÚBLICAS

*N° de registro:*

*Nombre del investigador/entrevistador:*

*Nombre del entrevistado:*

*Cargo y/o puesto:*

*Fecha de la entrevista:*

*Tema:* Factores que limitan la integración de la cultura chicha en la oferta turística del centro histórico de Lima

*Contextualización:*

*Observaciones:*

1.- ¿Cree usted que la cultura chicha existe? De ser así, ¿tiene conocimiento sobre dicha cultura y cómo se originó?
11.- ¿Las señaléticas guardan algún tipo de relación con la temática de la cultura chicha?
14.- ¿Cómo se involucra la comunidad en el desarrollo de estas actividades?
15.- ¿Realizan un circuito turístico que permita conocer las raíces de la cultura chicha?
16.- ¿Ha utilizado elementos o personajes de la cultura chicha para promover las actividades?

*N° de registro:*

*Nombre del investigador/entrevistador:*

*Nombre del entrevistado:*

*Cargo y/o puesto:*

*Fecha de la entrevista:*

*Tema:* Factores que limitan la integración de la cultura chicha en la oferta turística del centro histórico de Lima

*Contextualización:*

*Observaciones:*

1.- ¿Cree usted que la cultura chicha existe? De ser así, ¿tiene conocimiento sobre dicha cultura y cómo se originó?
11.- ¿Las señaléticas guardan algún tipo de relación con la temática de la cultura chicha?
12.- ¿Las áreas públicas del centro histórico de Lima cuentan algún diseño o tipo de decoración en base a la cultura chicha? ¿Por qué?
13.- ¿Qué actividades culturales realiza para el fortalecimiento de la cultura chicha?
14.- ¿Cómo se involucra la comunidad en el desarrollo de estas actividades?
15.- ¿Realizan un circuito turístico que permita conocer las raíces de la cultura chicha?
16.- ¿Ha utilizado elementos o personajes de la cultura chicha para promover las actividades?

## GUÍA DE ENTREVISTA PARA PLANTA TURÍSTICA

*N° de registro:*

*Nombre del investigador/entrevistador:*

*Nombre del entrevistado:*

*Cargo y/o puesto:*

*Fecha de la entrevista:*

*Tema:* Factores que limitan la integración de la cultura chicha en la oferta turística del centro histórico de Lima

*Contextualización:*

*Observaciones:*

- Recuerde que las preguntas son en base al rubro en el que se encuentra enfocado (restauración, alojamiento y/o agencia de viajes)

1.- ¿Cree usted que la cultura chicha existe? De ser así, ¿tiene conocimiento sobre dicha cultura y cómo se originó?

5.- ¿Cuál es la opinión que tiene de la cultura chicha, considerando que es tomado como un recurso para el desarrollo del turismo?

8.- ¿Incorpora la temática (decoración, música, gastronomía, tour, eventos) de la cultura chicha en sus servicios? ¿Por qué?

9.- ¿Consideraría en algún momento incluir la temática (decoración, música, gastronomía, tour, eventos) de la cultura chicha en sus servicios? ¿Por qué?

10.- Teniendo en cuenta el alboroto que ocasionó la cultura chicha desde su aparición, ¿cree usted que en su personal se muestra alguna clase de prejuicio o discriminación hacia los miembros de esta cultura? De ser así, ¿por qué?

2. Tabla de Matriz de datos

EXPERTOS EN CULTURA						
CATEGORÍA	SUBCATEGORÍA	ENTREVISTADO 1	ENTREVISTADO 2	ENTREVISTADO 3	ENTREVISTADO 4	ANÁLISIS
RECURSO TURISTICO	ORIGINALIDAD	<p>“Bueno si ¿no?, en la medida que definimos cultura como conjunto de prácticas, creencias, valores, grupo social estaría involucrado yo creo que sí. El Perú es un país ....., parafraseando a Francisco Duran en este libro Perú fracturado, en realidad somos 3 países, Perú formal, Perú informal y el Perú delincuencial lamentablemente y el Perú informal es posiblemente el Perú es más grande, más numeroso, cerca de 8 de cada 10 peruanos viven en la informalidad, creo que el 70% de la economía es informal, no podemos</p>	<p>“La cultura chicha es un fenómeno reconocido por la academia, no solamente por los sociólogos, sino también por los antropólogos, por historiadores, y bueno en este caso en turismo que está empezando a trabajar eso. Más o menos es un fenómeno que atañe netamente a Lima, ósea no hay cultura chicha en otros lados, la cultura chicha se refiere a lo que es Lima, la singulariza la historia de Lima, entonces la cultura chicha se puede identificar desde las grandes migraciones que ocurrieron en el siglo XX, ¿Cuáles</p>	<p>"Si, si existe mucha gente dice que no, o que no existió, pero yo creo ser conscientes en muchas cosas tienes que pasar algún tiempo, algunos años para que puedas volver mirar atrás entonces, mirar atrás ya tienes un visión mucho más amplia de las cosas y es mucho más posible darte cuenta de lo que existió y no existió, a veces cuando estas en el medio todo esta vorágine , entonces en ese momento no te das cuenta pero como todo en la vida cuando pasa el tiempo vez y puedes darte cuenta de muchas cosas, entonces yo estoy</p>	<p>"Sí, en sí, la cultura chicha existe y hoy en día es como una cultura súper valorada tanto en lo musical como en lo artístico y simplemente en el día a día. Si tú caminas por las calles de Lima o cualquier lado, siempre ves una gráfica chicha, un póster grande que son de esos conciertos y creo que eso ha hecho que la cultura chicha sea mejor vista hoy en día. Conocimiento como cultura chicha, de hecho sí porque estoy muy involucrado en todo esto. Yo soy un DJ de todo tipo de música pero me he involucrado más o me he especializado más en la cumbia y</p>	<p>Con respecto a la existencia de la cultura chicha, los expertos afirmaron que está sí existe y con el tema del conocimiento de la cultura chicha, coincidieron diciendo que surge a partir de las migraciones de las personas que vivían en diferentes sectores y se establecen en un solo lugar, en este caso Lima, a su vez coincidieron diciendo que se crea la informalidad por lo mismo de estas migraciones, está informalidad es producto de las necesidades que tiene las personas</p>

		<p>estar de espalda a todo esto y la música chicha, la cumbia fue una expresión artística que acompaño a todo este proceso de gestación de informalidad, producto de las migraciones de las poblaciones alto andinas, del ande a las grandes ciudades de la costa ¿no?. La chicha fue la banda sonora de todo este fenómeno social en esa medida yo si estaría hablando con todo derecho de la cultura chicha. Los procesos migratorios se fueron gestando posiblemente de la mitad del siglo XX y se agudizaron hasta fines del siglo XX, producto del terrorismo, de la búsqueda de mejores oportunidades en la capital, entonces yo diría que este fenómeno se</p>	<p>migraciones?, bueno hay varias olas, la primera migración que menciona Mato Mar se dio en el 50 – 60 en Lima Norte, la segunda en los 70's con Lima Sur y los 80's con Lima Este, lo que refiere Mato Mar en su libro Desborde popular, entonces la cultura chicha más que una creación autónoma ósea que surge a partir que un grupo social vive manera ancestral en un lugar es más confluencia cultural, ósea personas que vienen desde diferentes sectores del país llegaron a un punto de sinergia y a partir de la convivencia que tuvieron experiencias en sus lugares donde se establecieron, empezaron a ver singularidades y particularidades que de alguna manera los</p>	<p>completamente seguro que si existió y le origen de la cultura chicha básicamente es la migración de la gente de provincia a Lima, la migración comienza aproximadamente en los 50's y básicamente por el hecho de que el estado tenía en abandono a las provincias, no somos un país descentralizado, las mismas oportunidades que hay acá (Lima) no pasan en algunas provincias o lugares del Perú, entonces el provinciano emigrante ve la única oportunidad de poder hacer estas cosas viniendo a Lima o el sueño del joven de venir a conocer la capital, porque en su provincia no hay ese tipo de cosas o si nos</p>	<p>chicha. Dicho sea de paso es como que ese tipo de música es muy feeling y las letras que tú puedas escuchar en las canciones son letras vivenciales del provinciano que vino desde muy lejos para lograr su futuro, para poder llevar un pan de comida a su hogar. Y desde ahí las personas que hemos tomado como referencia la chicha, hemos tratado de darle un sentido y se ha convertido en algo cultural. Es como algo muy bueno."</p>	<p>para poder salir a delante, así mismo afirman que se originó aproximadamente en los años 50 y obtiene un boom en los años 80.</p>
--	--	---	---	---	--	--



	consolida en los años 70 y adquiere un bum en los años 80 con la chapimanía”	identificaban como pobladores, no solo para mi existe la cultura chicha, también para la academia e inclusive para el estado peruano porque hace poco en los juegos panamericanos se han involucrado básicamente han dicho que la cultura chicha es la identidad del pueblo peruano”	ponemos en el tema de acceder a estudios que en provincias no había, entonces la razón básica y el origen básico de la chicha es la migración absolutamente eso y el proceso es básicamente es intentar adecuar para subsistir las necesidades básicas de las personas, Lima no solamente estaba preparada para recibir a los migrantes, los provincianos sí que tampoco no quería estar preparada y los trataban mal y no recibían facilidades. Se forja y se crea a base de empuje, esfuerzo, sueños anhelos es donde se forja la cultura chicha"		
	“Bueno primero porque está fuertemente ligada a	“Yo pienso que a futuro se va a considerar, lo que	"Podríamos hablar de la cultura del hip hop en el Perú, o la salsa,	"La diferencia como te dije es muy vivencial, lo tomamos	Respecto a la diferencias de otras culturas con la

		<p>este Perú informal, si bien lo tenemos ahí está como invisibilizado, no sé si ustedes recuerdan de esta triste noticia de estos chicos que murieron en un container, el trabajo de ellos básicamente era adulterar etiquetas de fosforescentes, de marcas desconocidas por marcas reconocidas y estos chicos eran parte del Perú informal, la clase trabajadora del Perú informal, pero este container no estaba a las fuera de Lima ¿no?, estaba en pleno centro de Lima, o sea una cosa enorme, donde todo el mundo lo veía pero simplemente las autoridades se hacían de la vista gorda, están allí solo que no los quiere ver, no hay que irse tan lejos chicas aquí mismo ustedes cuando han</p>	<p>pasa es que la cultura chicha ocurrió en un proceso difícil muy convulsionado en nuestro país, que es en los 80's 70's que no solo Perú, sino todo Sudamérica pasaba por una crisis, considerada la década perdida los 80's, entonces se asoció bueno también por la connotación racistas que las personas la dieron se asoció lo chicha con lo vulgar, lo informal, lo negativo y lo andino, entonces eso hizo que a los 90 muy difícil de establecer hasta que Fujimori lo empezó a utilizar en su campaña política porque se dio cuenta que la cultura chicha era algo que lo caracterizaba a la población de Lima, bueno Lima tiene diez millones de votantes , entonces Fujimori lo uso para</p>	<p>pero yo creo que básicamente la cultura chicha como tal es percibida como algo que está mal algo que produce caos, que está muy ligado a la delincuencia, que está ligado al mal vivir, que está ligado a la informalidad, al desorden y eso es lo que han vendido los medios, porque nunca llegaron a investigar más y como esta netamente ligada esto, pues no se la considera o ni siquiera se les da la intención de pensar en que podría crear un circuito turístico alrededor de él, todos se han quedado en la superficie, en el caos en la informalidad, en la delincuencia que genera, pero yo creo que tú te vas a cualquier concierto de música este totalmente</p>	<p>de parte del pueblo y para el pueblo. Son personas pujantes, migrantes pujantes que han venido a hacerse un futuro y tomamos eso como referencia... Viene desde lo más profundo, desde un campesino como Chapulín de los Shapis, que allá en su pueblo se dedicaba a otra cosa y vino acá a hacer música. En el principio no era muy valorado, ni sabían ni qué género musical eran, los botaban de los conciertos y poco a poco fueron labrándose un camino. Con respecto a lo de circuito turístico, creo yo que los empresarios han visto que la cultura está valorizada pero no se arriesgan a hacer una ruta turística netamente chichera, como tipo un local conocido en</p>	<p>cultura chicha los expertos afirmaron que se diferencia, primero porque fue visto como algo negativo, por lo mismo de lo informal, lo andino, la delincuencia, el más vivir y lo vulgar, así mismo ocurrió el racismo y la xenofobia producto de las migraciones, segunda diferencia fue que ha llevado tiempo para que poco a poco sea aceptada, uno de los expertos nos mencionó una diferencia entre la cultura criolla que tiene más canales de difusión sin embargo la cultura chicha ha ido ganando un poco de espacio. Tercera diferencia, se da por el tema gastronómico, según el segundo</p>
--	--	--	--	---	---	---

		<p>entrado por la puerta Olgin han visto que hay vendedores ambulantes (hay un señor que yo lo conozco desde que era cachimbo, que lo conocen como el tío wasa, él y su familia, sobrinos vienen vendiendo ahí años, yo diría décadas inclusive ¿no?, han salido en algunos spot porque son parte de la Universidad de Lima) no tienes que salir a la periferia para ver este fenómeno, la informalidad está a la vuelta de la esquina, no sé si han tomado un carro, no sé las combis, son parte también de la informalidad, los taxis piratas, hasta el mismo uber es una forma de informalidad un sujeto que se poner hacer taxi pero no tiene ni licencia, ni los permisos ,</p>	<p>fines políticos, yo pienso que ese fue el otro riesgo de su negatividad que tuvo porque los grupos de tecnocumbia que salieron post Fujimori que fue en el 2000, como que se dieron otra temática, ¿Cuándo se empieza a reflotar ese tema de lo chicha?, fue cuando surge este movimiento gastronómico y quien empieza revalorar la comida, la fusión de la comida y es ahí donde se empieza a considerar, no solo gastronómico, también lo musical se empieza a considerar lo chicha como parte de la identidad, siempre fue parte de pero no fue autorizado, los grupos musicales que salieron, las fusiones que salieron, los artistas que salieron empezaron a ser</p>	<p>emocionada escuchando no lo vas a encontrar con una chela en la mano, cantando y bailando, ósea no hay ninguna diferencia simplemente que estos otros ritmos no están estigmatizado como la cultura chicha, la cultura chicha si esta estigmatizada y por eso es que no se ve más allá, siendo muy raro además porque la cultura chicha tiene muchas forma de como mostrarse, en la comida, la gráfica, la música hasta en la arquitectura yo creo que es eso la estigmatización que tiene y como se la ve"</p>	<p>la carretera central donde todos los fines de semana la gente que trabaja de lunes a sábado va a tomarse sus chelas o simplemente en el cerro San Cosme que es una referencia muy grande porque ahí vivió uno de los referentes más grandes que tenemos: Lorenzo Palacios, Chacalón. Creo que es eso, apostar nada más por una ruta turística chichera. Sería un boom."</p>	<p>experto, la cultura chicha es reconocida por la gastronomía y se comienza a revalorar las fusiones de comida como también el tema musical, por los conciertos que brindaban y como estos artistas hacía que las personas migrantes se identifiquen con su lírica, como ultima diferencia de la cultura chicha con otra cultura, es que los expertos coincidieron diciendo que la cultura chicha es Lima, no hay otra cultura que no represente o identifique a Lima, así mismo afirmaron que no es integrada en un circuito turístico, porque en el área de turismo son más conservadores, por</p>
--	--	--	---	--	--	---

		<p>entonces está allí, está presente y yo creo que es una de las razones que por la cuales esa invisibilización hace que no sé qué este grupo no se aparte en ningún proyecto político o no tiene la visibilidad ¿no?. La cultura chicha a diferencia de la cultura criolla, que tiene carta de ciudadanía, tiene mayores canales de difusión ¿no? Aunque lo chicha está ganando cada vez más espacio , yo eh visto en algunos restaurantes usan mucho el ..... y no necesariamente restaurantes populares ah, si no restaurante de 5 tenedores la identidad gráfica propia de la chicha”</p>	<p>revalorados a partir del año 2009 y en la actualidad tenemos que la cultura chicha es empoderada tanto que el estado peruano lo usa entonces no se ha utilizado, bueno en el turismo somos muy conservadores, entonces estamos en lo cultural debe de tener cien años y la chicha tiene cincuenta entonces nosotros(los de turismo), no lo utilizamos porque somos muy conservadores, pero al extranjero tú le planteas esto, feliz y encantado, porque eso de la cultura chicha identifica Lima, no hay otra cosa que no identifique a lo Lima, más que la chicha, no hay otra manifestación”</p>			<p>lo mismo que tiene que pasar más de cien años para ser considerada una cultura, pero como sabemos la cultura chicha surge en los años 50 y por último mencionaron que los empresarios no se arriesgan a utilizarla.</p>
		<p>Si bueno como todo proceso cultural ha sufrido una serie de</p>	<p>“Ya bueno, más que evolucionado; a partir del siglo XX</p>	<p>"Yo creo que tenemos que partir desde el punto desde que la</p>	<p>"Yo vería más que todo la evolución de la cultura chicha</p>	<p>Con respecto a la evolución que ha tenido la cultura</p>

		<p>transformaciones desde sus inicios, los llamados precursores de la cumbia peruana, te estoy hablando de Los Destellos, Girasoles, Pedro Miguel y sus Maracibos, Manzanita y su Conjunto y luego ellos mismos comienzan, ellos son grupo de la costa, pero la migración hacen que comiencen, aparece pues Chacalón, Vico que sería un segunda jornada cuyo punto más alto son Los Shapis, Alegría, Génesis en los 80's , pintura roja que es un grupo importante y en los 90's con la tecno cumbia Rossy War, Ana Kohler Euforia, que gran interpretes eran mujeres y ya en el 2010 con la presencia de bandas Ráfaga, Complot que tocaban con grupos</p>	<p>podemos identificar una primera oleada un proceso de multiculturalidad, la multiculturalidad es una reunión de personas pero que no necesariamente intercambian experiencias, entonces la multiculturalidad inicial de la cultura chicha se refleja un poco en el aspecto donde tú has venido a una ciudad desconocida y con unos patrones culturales que tu tenías en provincia y que acá de alguna otra manera los valores comunitarios en tu tierra no funcionan acá en Lima, eso lo refleja muy Enrique Congrains con su libro "El niño junto al cielo" la Lima de las mil cabezas absorbió y tuvo que adaptarse a unos valores de</p>	<p>chicha, ósea en que los medios decidieron estigmatizar la chicha, siempre se ha considerado que la chicha está mal, todas las notas o entrevistas que se daban siempre giraba alrededor de eso, no había un trasfondo, no explicaban el porqué, no explicaban la razón, digamos una visión antropológica o social de las cosas entonces este, lo que se consiguió de alguna manera la chicha como cultura, digamos que baje o decaiga, entonces no ha dejado de existir, pero si con esta estigmatización que se consiguió, por ejemplo había muchos que estaban en la música tropical, pero dejaron de hacer chicha o decían nosotros no hacemos chicha nosotros hacemos cumbia,</p>	<p>desde lo musical. El tema musical ha ayudado bastante que la cultura chicha se desarrolle, sea hoy en día una cultura muy vista por todos porque la música traspasa fronteras. Llegó un momento en que la chicha empezó a sonar en lugares tipo Asia, Miraflores, Surco porque unos blanquitos como Bareto, que yo creo que fueron unos de los que reventaron esto, fueron de referencia a los grandes como Chacalón, Shapis, Destellos, y empezaron a revolucionar esto, haciendo que el tema musical sea más valorada y haya incrementado esto. Ya después con la gráfica de la gente como Nación Chicha que hace que la</p>	<p>chicha, los expertos mencionaron que esta cultura como todas, sufren de algunos cambios o trastornos, pero la cultura chicha se fue evolucionando más por el tema musical, uno de los cambios fue con uno de los primeros grupos que fueron los Destellos, luego aparece Chacalón, y quienes consiguieron el punto más alto fueron los Shapis, así mismo la aparición de la tecno cumbia con artistas femeninas en los años 90, y por último la cumbia con el grupo néctar y como este grupo ha perdurado, sin embargo uno de los expertos afirmó que un cambio fue cuando estos grupos que hacían</p>
--	--	---	---	--	---	---

		<p>locales y bandas peruanas que migraron a Argentina y que regresan, no sé si recuerdan los que interpretaban el arbolito - Néctar que se froma en Argentina y que tiene mucha repercusión en Bolivia, Perú y hasta ahora su hijo sigue con su proyecto. Habido entonces ahí una evolución, transformación.</p>	<p>ciudad y junto con esa confluencia no fue una cuestión pasivo sí que le puso lo suyo, no es casualidad que la primera la primera oleada de Lima Norte se haya establecido aquí Lima Norte, la segunda oleada en Lima Sur vinieron puros sureños, iqueños, arequipeños, la oleada de Lima Este se vino junto al cerro Colorado que es en San Juan de Lurigancho, de otra manera al inicio se busca esa adaptabilidad, cómo yo con mi constructo cultural que vengo0 puedo sobrevivir, entonces al inicio hay una multiculturalidad, entonces no significa una fusión de culturas y ahí surgió el racismo, la xenofobia todo eso y más o menos empieza a ver un discurso, de</p>	<p>porque justo querían desligarse de esto y si te das cuenta ahora, los grupos que hacen cumbia o hacen música tropical, no mencionan mucho la chicha, si no más cumbia, llámese La Nueva Invasión, Los Olaya y de más grupos, no hablan lo chicha hablan más cumbia, de alguna manera se consiguió sacarla del punto cúspide donde se encontraba."</p>	<p>gráfica sea muy bonita."</p>	<p>cumbia, querían desligarse de la chicha, diciendo que lo que hacían ellos no era chicha.</p>
--	--	--	---	--	---------------------------------	---

			<p>interculturalidad en la cual ya se ve una, ósea la masificación da en los 80's por la música pero esa masificación de los 80's llevo a su clímax cuando Chacalón y Fujimori lo usó se volvió apagar toda esa coyuntura cultural de la chicha y a partir del año 2004 empieza primeramente con los grupos musicales que empiezan hacer una neo fusión, de ahí viene con el tema de la gastronomía y los artistas que empezaron a revalorar eso, se da un reviva del ochentero a partir del 2006, empieza a ver como este fenómeno surgió, empiezan a estudiarlo a analizarlo, hay tesis sobre eso, entonces la cultura chicha como factor intercultural surge a mi entender</p>		
--	--	--	---	--	--

			en el 2004-2005 y el acto real de lo chicha se ha visto no solamente como un factor importante que define lo que es la identidad de Lima”			
PERDURABILIDAD	<p>“Si, si yo más bien diría que se ha retroalimentado una de las grandes virtudes que tiene este género es que no le teme pues a las fusiones, es más, es parte de su propia lógica porque está constantemente viendo cómo se apropia de otros géneros, la misma chicha es el resultado de una serie de fusiones con el Rock, con la sicodelia, con el tecno”</p>	<p>“Bueno si pues ¿no? Ahorita está un poco ya institucionalizado, ya el estado si bien lo uso en los juegos panamericanos no sabemos qué política adaptar, se espera que a partir de ahora ya surja o se masifique en otras carreras, puntos de disciplina, el tema de la globalización bueno lo que pasa es que la globalización es complejo, a parte hay un fenómeno llamado glocalización en la cual algún rasgo cultural local que tiene potencial el capitalismo global lo utiliza para poder industrializarlo,</p>	<p>"Tú no puedes matar una cultura, la cultura está más ligada a lo migrante, de alguna manera la cultura chicha ha sido modificando, ha ido creciendo y se ha mantenido de alguna manera ¿cómo lo sabemos? Porque tu puedes pensar que no escuchas ni chicha ni cumbia pero si te ponen una de Chacalón o de los Shapis o una conocida de alguna manera la vas a sacarla, vas a saber no toda la letra, pero algo de la letra, ¿por qué? Porque en algún momento tus padres lo han escuchado, tus</p>	<p>"De hecho no, desde un principio como te dije no era muy aceptada. La gente A o B sentía o decía que esa música es para provincianos o delincuentes. Los eventos en la carpa donde tocaba Chacalón... La gente marginaba eso. Yo creo que con la globalización esto ha ido subiendo, bueno no se siente la marginación. Tal vez sea un poco hipócrita la situación pero ya es más aceptado. Es como que la gente te pide. Yo me acuerdo de una anécdota aquí cerca de Miraflores, yo fui a tocar a una</p>	<p>Con respecto de cómo a perdurado la cultura chicha, nos afirmaron que la chicha no le teme a la fusiones, es decir se involucra con otras manifestaciones o diferentes géneros de música y a su vez a perdurado por lo mismo que esta música gran parte de los peruanos en algún momento lo hemos escuchado y de todas maneras se nos queda aunque sea un parte del coro, así mismo es escuchada en fiestas.</p>	



			<p>entonces la cultura chicha de una u otra manera a sufrido como un proceso de glocalización en la cual es algo que representa, por ejemplo los grupos más conocidos en el extranjero son los grupos que hacen fusión, ósea no tanto los grupos de rock surgen, entonces lo grupos que más se escucha en el extranjero de nosotros es la música fusión, entonces el capitalismo, la globalización toma algo local como lo nuestro y lo masifica, entonces la cultura chicha está pasando por un proceso de globalización , sí, pero como es tan singular esta glocalizando a nivel mundial como algo que representa a lo peruano, entonces es esto de acá, más que</p>	<p>tíos, algún primo mayor y se te quedo grabada, y la llevamos dentro, es parte de nosotros, porque la quisieron eliminar, no sé sí inconscientemente, pero la cultura chicha si sigue ahí, por ejemplo hay algo que me gusta decir mucho que venimos de un proceso que era de la resistencia chicha, la chicha a estado aguantando y ahora hay un proceso de revolución que es de la que yo trato hacer con nación, es como salir y decir esto es chicha, se trabaja la chicha, somos chicha"</p>	<p>fiesta de blancos y estaba poniendo música, entonces llega un chico todo elegante y me dice "Oe, ponme Chacalón". Y fluyó, puse Viento de Chacalón, la guitarra sonó y explosionó toda esta locura que es el feeling de la chicha."</p>	
--	--	--	---	---	--	--

		globalización es más glocalización y ese contexto lo puedes encontrar en internet”			
VALORACIÓN	<p>“Si, obviamente positiva veo ahí que mucha potencia, mucha creatividad, es más cuando yo hice la investigación ya hace años 10 años cuando el libro Chicha Power, lo que nos llamó la atención con el profesor Alberto Nicoli quien es el coautor, era que mucho de mányer de la chicha habían establecido muy creativas estrategias de marketing de su producto, por ejemplo desde muy pronto ellos se dieron cuenta que combatir a la piratería era muy difícil, la piratería discográfica en ese época, los CD’S, los casete, entonces tenemos que cambiar</p>	<p>“Bueno al inicio, en los 90 era un poco impensado esto por el tema de la xenofobia y el racismo que se tiene, yo pienso que con la nueva generación y con ese tema de la resucción de la democracia post-Fujimori, no fue al instante, pero ya a partir del 2008-2009, ya los grupos empiezan a tomarlo como parte de su itinerario e inclusive muchos periódicos empiezan y los artistas empiezan a empoderarse, entonces la cultura chicha para que algo sea considerado como recurso turístico, es primero que la persona que vive ahí tiene que reconocerlo</p>	<p>"Mi opinión de la cultura chicha, que somos chichas, yo creo que somos hijos de primera, segunda y tercera generación de aquellos migrantes que vinieron alguna vez a Lima y que trataron de hacer un espacio en lugar donde nadie quería darle el espacio. Y si no somos, lo cual es muy raro... Sería un muy bajo porcentaje, igual estamos entintados por ese proceso, de alguna u otra manera."</p>	<p>"La opinión que yo tengo de la cultura chicha es muy buena. De hecho yo trabajo con ella, es parte de mi. Lo poco que estoy consiguiendo como Chicha Kriminal, eso me ha ayudado bastante. Como cultura yo creo que está muy bien desarrollada, pero las personas que nos abanderamos o decimos "Sí", creo que hay que trabajarlo en nosotros mismos para hacer de esta cultura, una corriente fuerte. Que tenga buenos cimientos y que en cualquier momento, a pesar del tiempo, no se caiga. Porque mayormente las cosas pasan de moda y lo</p>	<p>Respecto a la opinión que tienen de la cultura chicha, considerando que es tomado como un recurso para el turismo, los expertos comentaron que la opinión que ellos tienen es positiva y buena, ya que poco a poco se ha ido masificando y tomando valor, afirmaron que las opiniones fueron afectadas antiguamente por un tema de racismo, sin embargo afirman que es un proceso de poder reconocerla como parte de nosotros.</p>

		<p>el sentido del negocio de la música, ya no vamos a vender discos, sino más bien conciertos y la venta de licor, tu des cuenta que un concierto era exitoso por la cantidad de licor que se vendía, entonces Chacalon decía que la fiesta era un éxito porque habían vendido 300 o 400 cajas o mil caja. La opinión ha cambiado obviamente, yo recuerdo cuando inicié esta investigación como estudiante de aquí en la universidad, mis amigos me decían ¿cómo vas a estudiar esto? Ósea de veía como una música de marginales, obviamente la gente que escuchaba esto era muy pobre, migrantes o vendedores ambulantes, no era vendedores</p>	<p>como parte suyo, identificarlo como lo suyo, entonces creo que ya estamos en ese proceso, hemos identificado de una u otra manera, la mayoría no todos, porque aún hay que gente que se renuente a eso, lo chicha es parte de nuestra cultura, entonces a partir de ahí en un plazo mínimo yo pienso que los circuitos y todo eso va a empezar e incluso ha habido muchos muestra museográficas sobre desborde popular, las migraciones, habido bastantes muestras sobre las obras de arte de Herbe Rodriguez y de Jaime Iga que hicieron temática de lo chicha en los 90, Eliot Tupac que ahora en las bolsas de saga Falabella con cinco soles, ósea es genial la obra de arte,</p>		<p>que yo quisiera es que no sea de un momento. Que en el 2020 se diga "Ah, sí. En el 2018 o 2019 se empezó el boom de la cultura chicha o de la música chicha y después en el 2020 murió", no. Me gustaría que esto trascienda. Creo que lo ha hecho porque hablamos de que la cultura chicha vienes desde hace más de veinte años y con grupos así de la litoral del país. Pero yo creo que las personas que hacemos esta música o esta cultura, para que crezca, tienen que ser un poco más consecuentes con lo que dicen. Cambió en el sentido de que, como te digo, algunas personas que se abanderan de que hacen chicha o fusión o que mueven todo esto, lo hacen ver</p>	
--	--	--	--	--	--	--

		<p>comerciales que más bien escuchaban salsa en esa época o el Rock, era básicamente emigrantes pobres, o público lumpen, entonces todo el mundo decía Oye, ¿Qué es esto? estoy hablando de los años 90 tenía ese estigma de gente que se alcoholizaba o terminaba en peleas, yo recuerdo haber ido a un chichodromo acompañando a Chacalón, era un concierto en San Juan de Miraflores, que era un colegio, que en los domingos se convertía en un chichodromo, entonces en la loza del colegio pisábamos sobre el vidrio, esa imagen se me quedo grabada, toda la loseta era vidrio y la gente bailaba y tiraba las botellas al piso y</p>	<p>entonces hay una masificación de lo industrial en lo chicha, que hemos visto en los bancos ahora ojala que eso no haga que lo chicha pierda no su carácter original sino su carácter artesanal, que es más o menos lo singular, entonces es importante. Pienso que no hay mejor cosa que puede identificar la cultura limeña que lo chicha en la actualidad, lo lima tradicional creo que también se significa, se hace novelas, pero esto de acá (cultura chicha) a partir de estos años se está masificando y se va masificar durante muchos años más</p>		<p>como una moda. Y es lo que un poco a mi me fastidia en algunos sectores de lo musical, lo visual y lo artístico. Pero creo que con el ejemplo tienes que darles a entender."</p>	
--	--	--	--	--	---	--

	<p>seguía bailando, era una imagen muy potente, pero eso cambio con los grupos de tecnocumbia, más presencia de intérpretes mujeres, además comenzó a ver otro público. Yo creo que mucho tuvo que ver la cumbia argentina, yo recuerdo un año nuevo del milenio en Asia, Asia todavía no era lo que es ahora, pero había discotecas y la canción que empezó fue el grupo de Ráfaga y pues ahí nos dimos cuenta que llego la chicha llegó a Asia, y ahora ya se escucha en todos los lugares”</p>				
VISIBILIDAD	<p>“Yo creo que más bien ahora ha cambiado, ya no existe esa estigmatización que si</p>	<p>“Bueno claro, a partir de los 80 y 90 el único periódico que más o menos hablaba no tan</p>	<p>"El problema con los medios es que, me parece a mí, que nunca va a generar de por si un tema de</p>	<p>"Ahora vemos pues, por ejemplo, este programa del 4 "El chino". Su logo, su escenografía es medio</p>	<p>Respecto a cómo los medios publicitarios han afectado ya sea de manera positiva o</p>

		<p>existía en los años 80's o 90's donde había un muerto y pues colocaban murió en fiesta chicha era ese tipo de noticia, yo creo que eso ya ha ido cambiando, lo que pasó también con el grupo Corazón Serrano hace unos años la repercusión de la muerte de su cantante eso ha hecho que muy pocos señalan la compasión social de Lima ha cambiado, lo que era Lima hace 40 años, lima es una ciudad de emigrantes, yo mismo les pregunto a mis alumnos cuántos de ellos tienen los 4 abuelos Limeños y me levanta la mano solo uno, todos somos de alguna manera hijos de emigrantes. Lima es la ciudad quechua hablante más importante del Perú, en Lima se habla más</p>	<p>despectivamente de lo chicha era la república con su semanario el caballo rojo, el diario marca, ósea los periódicos de izquierda y las revistas izquierda como Caretas, Gente y oiga fueron los primeros que empezaron a analizar lo chicha como un fenómeno importante, ahora si tu revisas otros periódicos, como el expreso, el comercio, el extra que en esa época no era chicha, esas revistas como que no pasaban la noticia o si no lo pasaban como algo peculiar, pero no era comentarios racistas, era más exótico, ósea es un comentario y nada más, entonces la república, el extra lo tomaban como ya un fenómeno que se está empezando a gestar y que más adelante va definir los patrones</p>	<p>investigación por una cultura específica si es que no está pasando algo con esta en el medio, ¿me entiendes? Por ejemplo, la fecha en la que muere Chacalón todos quiere hablar de chicha. Escribieron aquí a Nación Chicha para entrevistarme pero no hay interés real. Hay un interés de llenar contenido. Como si todos hablan de la piña, hay que hablar de la piña. Si a todos les está gustando el arroz con pollo, hay que hablar de al arroz con pollo. Es como el hashtag de moda. No hay un compromiso, lo que es terrible porque como periodistas deben tener ese compromiso en esa función porque es eso y no simplemente llenar un programa o un periódico con una</p>	<p>chichera. Los pósters toman de referencia de moda. La publicidad para mi es buena, te ayudan a llegar a sectores que tal vez tú por redes o como persona no puede llegar. Ya sea en la televisión, sea cual sea su forma de publicidad te ayude a llegar a más gente, a masificar el contenido que haces. Pero la publicidad está haciendo ver la cultura chicha como una moda que, en lo particular, no me gusta."</p>	<p>negativa la opinión que se tiene de la cultura chicha, los expertos mencionaron que antiguamente, los medios, específicamente los periódicos generaban noticias de la chicha pero de una manera no tan despectivamente y que ya existía revistas y periódicos izquierdistas, que analizaban la chicha como un fenómeno, sin embargo hoy en día lo hacen por moda, y es algo que no se debe hacer, ya que quieren que haya un investigación constante y que no les parece que solo lo hagan por tema de generar dinero y por moda.</p>
--	--	---	---	--	--	--

		<p>quechua que en Cuzco, entonces es una nueva ciudad y con una nueva clase media”</p>	<p>culturales de Lima y todo eso. Entonces los periódicos izquierda, si abordaron eso y los periódicos de derecha lo abordaron como algo exótico”</p>	<p>nota porque es una fecha. ¿Qué pasaría, por ejemplo, si hacen un trabajo de investigación que dure tres meses o cuatro meses para poder generar contenido? Entonces, eso no pasa. Ese es el problema con los medios de comunicación, que están con tanta intención de generar dinero, porque ya son básicamente empresas que generan dinero y no nos brindan información que deberíamos tener, que sus necesidades obedecen a eso, a lo que se está hablando, a lo que está de moda, a lo que está funcionando. Entonces sí, está generando más interés que antes, ¿no? Porque colectivos o grupos, como nación chicha están trabajando en</p>	
--	--	--	---	---	--

				<p>esto, ¿no? Se está haciendo mucho más visible y creo también tienen mucho que ver los medios digitales. No hay interés por el medio y no solamente con la chicha. No creo que todos sean así, debe haber alguien que sí le interesa y diga "No, sí quiero hacer esto porque me interesa" pero no son todos."</p>		
		<p>"Bueno, las que acabo de decir cumbia electrónica, los carteles chicha, los multicolores, la música, las estrategias la forma de hacer negocios, justo el sábado estuve dando una charla de marketing de cómo estos grupos nos han enseñado que más importante que el producto son las experiencias"</p>	<p>"Bueno claro, visibles por todo lado, por ejemplo la comida típica de Lima es la mazamorra porque existe desde los antes de los cincuenta el ceviche del siglo XVI y el pollo a la brasa que existe desde 1949, pero si tú quieres escenificar la Lima de los 70 y 80 hay un plato que se llama la comida de siete colores, ahora a ver analicemos ese</p>	<p>"Yo creo que lo chicha es de por si resaltante de manera visual. De hecho si tú ves un póster de chicha o de cumbia en la calle es muy posible que de repente no te guste pero ya lo viste. Ya cumplió su función. Entonces a mí me gusta verlo por el lado más social o encontrar una explicación y de que en su momento,</p>	<p>"De hecho sí, son muy resaltantes. Si te das cuenta en lo visual, en los carteles, la onda es muy llamativa. Tú estás en un micro pasado por un lugar, ves un cartel y como que te jala la vista. Es imposible no ver los colores que le ponen. En la música también porque carga un feeling muy bonito en la música chicha, con las canciones te identificas. En la</p>	<p>A cerca de las expresiones de la cultura chicha, los expertos afirmaron que si son visibles, a sí mismo mencionaron manifestaciones como los carteles chicha, los cuatros expertos coincidieron que la manifestación más resaltante es el arte popular y como llama la atención por sus fuertes</p>



		<p>plato, la comida de siete colores no significa que la carapulcra la haya inventado acá (Lima), y de igual manera con el tallarín y el arroz con pollo se haya inventado acá (Lima), pero ya yo soy del norte y quiero mi ceviche, pero mi esposa es del sur entonces colocamos la carapulcra, pero yo soy de Abancay entonces colocamos el tallarín, ósea el plato de siete colores refleja lo que es Lima actual, ósea con personas del Norte, Sur, Este y de Oeste, entonces el plato de siete colores escenifica mejor que cualquiera a la Lima, la Lima es diversa, entonces ese platillo más que una innovación es una manifestación cultural que refleja a Lima en el momento</p>	<p>cuando la cultura chicha estaba dándose en su máximo esplendor o años después, el poster era una manera de visibilizar, de decirle a esa Lima que no quería que estés ahí "Ya estoy aquí. No te gusta de repente, ya me viste, ya estoy aquí, yo soy esto y así me gusta ser. Yo creo que siempre va a ser resaltante... Yo creo que la forma más directa y más activista es el póster."</p>	<p>comida, yo creo que ahorita estamos en un boom gastronómico y si te das cuenta, todo lo asocian con los letreros chicha, con arte chicha. O sea vamos todo relacionado. Todo lo han englobado en chicha. Como que la bandera del Perú afuera es chicha."</p>	<p>colores, como también una de las manifestaciones es la gastronomía con el peculiar plato llamado siete colores.</p>
--	--	--	---	---	--

			<p>de la migración masiva lo que sufrió a partir del siglo XX, entonces si tú le cuentas al turista exterior no le va importar comer en un restaurante cinco tenedores, si tú le cuentas esta historia y cuál es el origen cultural de ese plato, él va a quedar fascinado. Uno de las expresiones, sería el arte popular, el arte urbano”</p>			
--	--	--	--	--	--	--

3. Tabla Matriz de análisis de datos

MATRIZ DE ANALIZIS DE DATOS										
CATEGORÍA	SUBCATEGORÍA	ENTREVISTADO 1	ENTREVISTADO 2	ENTREVISTADO 3	ENTREVISTADO 4	ENTREVISTADO 5	ENTREVISTADO 6	ENTREVISTADO 7	ENTREVISTADO 8	ANÁLISIS
RECURSO TURISTICO	ORIGINALIDAD	"La cultura chicha, existe y siempre ha existido, lo que pasa es que no la hemos reconocido en su verdadera dimensión, todos los restaurantes, especialmente de los conos Norte y sur siempre han sido chicha, lo que	"La cultura chicha, si existe. Bueno se ha originado a una música chicha que se le llama porque ha nacido de gente de recursos más bajos de la periferia de Lima, ni siquiera en provincia, sino que ha nacido aquí, en Lima. En el principio	"Creo que sí, somos autóctonos netos de la chicha por ser oriundo de nuestro huayno, la chicha y la cumbia, toda una mixtura"	"Por supuesto que sí, bueno la cultura chicha nace más o menos en los años 70 por la migración de los pueblos en la capital, por falta de recurso en las provincias, llegan con una cultura muy diferente, por el tema	"La cultura chicha si existe. Se originó por la migración de los provincianos a la capital y sumado a todo el desorden que se originó y se genera la informalidad, y se practican diferentes actividades informales, en tanto la	"Si, mira la cultura chicha viene de varios años atrás con la migración de los pobladores de la sierra y la selva hacía la costa esa migración ese intercambio de culturas, en gastronomía, en modos de vivir, no? En	Si existe por muchos motivos, porque anteriormente en el gobierno de Fujimori, se dio el tiempo del terrorismo, donde a muchas personas afectó su economía y dichas personas vienen de diferentes culturas,	"Si creo que la cultura chicha existe, obviamente más en un tema artístico que algunas empresas lo utilizan como temática, en algunos bares, restaurantes que ayudan a fortalecer la identidad peruana. "El origen	Respecto a la existencia y conocimiento de cómo se originó la cultura chicha, todos los entrevistados afirmaron que la cultura chicha, si existe y afirmaron que ser origina

		<p>sucede es que existe mucha gente que, por obvias razones, no aceptan la palabra chicha. En el tema gastronómico, la chicha respecto a los que podrían estar en zonas como, San Isidro o Miraflores, que criollamente lo llamamos <i>zonas pitucas</i>, entonces la pituquería no va a aceptar la palabra chicha. La cultura chicha se origina por las</p>	<p>la cultura chicha, tuvo ciertos rechazos, pero tanto fue la mayoría de personas que somos de provincia que se fue aceptando y ahora es prácticamente una forma de vida"</p>		<p>de la música, colores ya que resaltan en los carteles, pinturas. Fue un cambio radical ya que refleja a las provincias del Perú, que es lo nuestro.</p>	<p>calidad y servicio."</p>	<p>diferentes aspectos que ha creado la cultura chicha (entonces, para usted ¿si existe la cultura chicha?) bueno si, si existe"</p>	<p>entre ellas se combinaron sus costumbres y así se originó la cultura chicha.</p>	<p>empezó desde la cultura popular, si es que no me equivoco, de la forma como gráficamente lo presentaban, en anuncios coloridos, tipografías básicamente eso y creo que empezó con eso, entonces es una forma de identificar a una de las raíces peruanas"</p>	<p>mediante las migraciones de las personas que vivían en provincias del Perú, pero por falta de recursos, decidieron no venir a la capital. Trayendo así su gastronomía, música, pero también la informalidad, ya que decidieron invadir zonas no aptas para un hogar, es decir</p>
--	--	--	--	--	--	-----------------------------	--	---	--	--

		migraciones, ya que en Lima solo existía el criollismo, siendo así que el 99% de Lima es chicha lo acepten o no lo acepten".							los cerros.
	VALORACIÓN	"Para el desarrollo del turismo, justamente está basado con esa fiebre de la cultura chicha, existe una fiebre gastronómica. El mundo no nos mira por que diferentes Chef criollos hayan hecho noticia, sino por la fuerza de la gastronomía	"Mi opinión es que la mayoría se ha adecuado al tipo de música, dando a las demás personas que vienen del extranjero, ellos observan que nosotros gozamos y cultivamos, entonces ellos también lo disfrutan, es por eso que se ha ido conociendo	"Lo nuestro está bien admirado por los turistas, ya que nos felicitan por la misma comida y el ambiente, porque viene un turista un <i>gringo</i> y se pone a bailar un <i>Huayno</i> y <i>zapatea rico</i> ."	"El hecho que ya exista la cultura chicha y creo que hay una expectativa por parte de los turistas, en conocer algo más de esta cultura. Si es un producto más que uno puede ofrecer a los visitantes, es algo que nosotros que trabajamos en área de turismo,	"Esta cultura creo que es algo interesante para poder mostrar más acerca de cómo somos los peruanos hacia el mundo exterior, hacia el extranjero y creo que si me gustaría implementar algunas que otras actividades o mezclas de esto para darlo a	La cultura chicha es un conjunto de situaciones de una sociedad en transformación. La cultura chicha está afectada de cierta forma, existe la discriminación por ello y no tomar el valor de un patrimonio.	"Si obviamente que puede ser tomada como un buen factor o puede ser considerada para el tema del turismo, como te digo es una raíz o características que nos identifican como peruano y que otros países no vas a encontrar, una forma de poder	Respecto a la opinión que se tiene sobre la cultura chicha sabiendo que hoy en día es considerado un recurso turístico, los entrevistados coinciden que la cultura chicha aporta al

		de nuestras tres regiones del Perú, y cada región tiene su propia temática en tanto gastronomía, música y cultura. En resumen, chicha es el Perú, no es otra cosa”	y se está poniendo más fuerte la cultura, que sin embargo no fue de la noche a la mañana ya que hubo varias resistencias y pasaron varios años para ir aceptándolo”.			debemos tener en cuenta para incluirlo como un producto más, a pesar de que surgió en la informalidad, hoy en día es un atractivo”.	conocer al mercado extranjero, sería muy interesante. Bueno como en todos lados siempre hay personas de repente que pueden causar un poco más de alboroto, otras personas que de repente tiene otras costumbres, hay varios factores que puedan influenciar a que no tengan como que un buen ejemplo o algo así”		identificar ante el mundo o poder diferencias de la cultura chicha”	turismo por lo mismo de toda la mixtura en la gastronomía, música, folklore. Que ésta misma cultura llama la atención de los turistas extranjeros y nacionales que desconocen de ella, aventurándose a experimentar y conocer un poco más.
PLAN TA TURÍSTICA	ALOJAMIENTO	“No, yo la incluyo	"Bueno, el restaurant	"Por eso, mira,		"En algunos destinos,	"La verdad no, porque	En el establecimie	“No, no utilizo	Respecto a la

		<p>solamente en mi carta, por ejemplo, tengo picante de cuy, lo que antes no se comí acá, coloco cancha todos los días en los menús, los frijoles ustedes recordaran que en los años 50 los frijoles eran para la tropa y de misma manera el camote que era para los cerdos, pero ahora no, ya que es un lujo comer camote. La gente que viene del exterior valora lo que</p>	<p>Cordano lleva 114 años, ¿no? Es uno de los pocos restaurantes en el Centro Histórico. Entonces aquí no hemos escuchado música casi de ningún tipo, ¿no? La gente está acostumbrada a venir al Bar Cordano no a escuchar música ni a ver televisión sino a hablar con su pareja, con su familia, de una manera como están</p>	<p>nosotros hemos puesto un diseño que hemos utilizado para atraer al turismo. Claro, los colores del mural, todo eso les agrada a los turistas. Bueno, nosotros vendemos todo tipo de comida. Platos típicos, platos criollos, pescado, mariscos, de todo... Tenemos una mixtura total. Tengo cocineros de variadas especialidad</p>		<p>todavía no nos hemos dedicado todavía a promocionar , ¿no? Pero sí incluimos porque es parte de nuestra cultura. Es parte del desarrollo del mismo turismo. En la mayoría de los productos en los que nosotros trabajamos, no está explícitamente dedicado, pero aparece en los recorridos que realizamos porque en realidad los destinos que</p>	<p>no es una cultura que me haya llamado la atención, más lo eh visto en el caso de la gastronomía, en algunas fiestas, cuando se hacen eventos de turismo eh visto que colocan este tipo de decoración"</p>	<p>nto de rubro hotelero no se integra la cultura chicha ya que vemos otros factores. Nuestro hotel es conocido como el Pisco Bandera.</p>	<p>mucho la cultura popular chicha. Primero porque queremos darle una temática más corporativa, ósea no digo que está mal pero no vamos por ese lado, no vamos por ese enfoque. Trabajamos más en el mercado nacional y extranjero y no es necesario utilizar la cultura chicha, porque también nos hace ver como muy</p>	<p>incorporación de la temática chicha (decoración, música, gastronomía, etc.) en sus servicios y/o productos , en su mayoría, los entrevistados mencionaron que no la incorporan o que lo hacen de manera indirecta debido a la falta de conocimiento con el que cuentan o</p>
--	--	---	---	---	--	--	--	--	---	---

	tenemos sin embargo nosotros no, como la quinua, el trigo, el choyo. Ahora, en la música y la decoración es de manera indirecta”	viendo ustedes en este momento. Entonces, si ponemos música de cualquier tipo, a la gente, que en su mayoría son mayores de edad, no les agrada... Por la misma razón no se puede incorporar ese tipo de propagando o publicidad, ¿no? De poner afiches y todo eso”	es... Tenemos 6 cocineros, cada uno sabe lo que saca.”		se están trabajando recién se están consolidando, recién están mejorando. No lo incluimos, pero sí sabemos que existe, no lo promovimos como un producto en específico, pero sí está dentro.”		populares, y nos enfocamos más corporativo, pero también buscamos algo autóctono. Somos más temática andina”	debido a que su establecimiento no se adaptaría con las características de esta cultura.	
RESTAURACIÓN	“Pero por supuesto, nos sentimos comprometidos. La temática es muy importante	"Por lo dicho, yo creo que no."	"Por supuesto. Uno quisiera mejorar, salir más adelante, ser conocido ¿no? Hacer		"Considerando que es parte de nuestra realidad, por supuesto, estaría interesado.	"Si, sería interesante porque como te comentaba sería un buen este darle a	Sí, porque contamos con un restaurante que podríamos integrar.	“Podría ser en campañas exclusivas donde queramos resaltar el énfasis de peruanidad,	Respecto a considerar la inclusión de la temática chicha



		<p>porque permite realizar de manera integral, lo único que no hay es la difusión de la cultura. Y que ya se debe oficializar”</p>	<p>tu fama, tu local, tu restaurant en nombre de uno... No es que no se pueda hacer, sí se puede, pero el problema es que tenemos que salir de nuestra idea. Por ejemplo, nosotros tenemos unos platos, unas ofertas de último tiempo que estamos sacando y están pegando, y bastantes turistas vienen y se van satisfechos... Quizás el factor sería que no tenemos mucho</p>	<p>Pero hay que dedicarse un poquito más, hay que tener mayor información porque también el tema del producto turístico requiere también tener mucho en cuenta el tema de seguridad. Entonces si bien es cierto que es parte de nuestra identidad, tenemos que trabajar ese tema. También falta crear consciencia en los factores que participan en la cultura chicha</p>	<p>conocer al mercado extranjero de que mezclas esta hecho el peruano porque tenemos varias culturas”</p>	<p>de repente a un público más joven podría utilizarse la cultura chicha. Uno por la temática que pude ser aceptada para el público joven y puede ser un poco más flexible, más amigable. Como campaña lo puedo usar más no como temática fija”</p>	<p>(decoración, música, gastronomía, etc.) en sus servicios y/o productos, los entrevistados respondieron que efectivamente, les gustaría el poder incluirla en algún momento para lograr la identificación de los peruanos con esta cultura y hacerla conocida.</p>
--	--	--	--	---	---	---	--

			conocimiento de ello, pero sí queremos. Las mismas ideas salen."		porque para muchos es esencial el tema económico, no el tema de dar a conocer, de enseñar sobre esta cultura... Falto de conocimiento, quizás."				
AGENCIAS DE VIAJES	"No, ciertamente la discriminación siempre ha existido, comprenderán ustedes que el huayno solo escuchaba hasta las 5 de la mañana porque luego ya no se escuchaba ya que el	"No creo, no. Como te estoy diciendo, la mayoría gana, ¿no? La cultura chicha es parte nuestra. Incluso, se importa afuera de nuestro país la música, algo que antes no existía.	"No. Muy aparte acá nosotros somos provincianos. Yo, como provinciano, mi gente son provincianos, nuestra cultura, nuestro folclore, nuestra chicha siempre se mantiene. Escuchamos		"Creo que hay un avance bastante bueno en ese sentido, de las agencias, que estamos ya haciendo bastante en el mercado. Como administradores, hacemos lo posible por capacitarlos y para que	"No, la verdad no creo que haya un tipo de discriminación por parte del personal de acá"	Como indique en la pregunta 3, si existe discriminación, por ello afecta a que no sea valorada como patrimonio cultural y recurso turístico.	"No, a nosotros nos gusta bastante la cultura peruana, tanto gastronómica como en todos los sentidos, la disfrutamos en realidad no hay ningún tipo de barrera, en cuanto música, en	Respecto a la discriminación por parte del personal con el que trabajan, los entrevistados mencionan que no han visto o han sentido rechazo

		<p>huayno era para serranos y todos somos serranos y con orgullo, el huayno es la cultura neta de las personas de los andes y nosotros somos de los andes. Y mi personal no ha demostrado ningún comportamiento de discriminación, desde el momento que ingresan a estos cuatros paredes están en las mismas condiciones”</p>	<p>Tanto es la música, tanto es la cultura, que aparecen y está dando fuerte, está siendo aceptado hoy en día. Incluso creo que ya está superando a la música criolla que hoy en día no se escuche tanto como antes.”</p>	<p>nuestra música, nuestro ambiente... Agarramos nuestra radio y ponemos nuestro huayno, nuestra chicha y la gente está feliz. Nunca puede desaparecer nuestro oriundo, nuestros orígenes, debe ser así. Y eso les encanta a nuestros turistas.”</p>		<p>entiendan que el turismo es todo. No se le puede marginar y mucho menos discriminar. Tal vez por desconocimiento, pero no es porque le nazca al personal o haya una directiva en ese sentido. Creo que mucho depende de la capacitación que se tenga. Uno inconscientemente puede proceder y pues estaríamos dejando de lado nuestra realidad.”</p>		<p>cuanto arte es bien aceptado, la disfrutamos también y sabemos que es algo que nos identifica bastante entonces no habría porque excluirla de nuestra cultura”</p>	<p>por la cultura chicha ni sus integrantes o manifestantes. Ya que, en su mayoría, su personal viene y son pertenecientes a la cultura chicha. Inclusive, son ellos mismos quienes defienden dicha cultura y les gusta darla a conocer.</p>
--	--	---	---	--	--	--	--	---	--

**MUNICIPALIDAD METROPOLITANA DE LIMA: PROMOCIÓN CULTURAL - PATRIMONIO CULTURAL, INDUSTRIAS CULTURALES, BIBLIOTECAS Y MUSEOS**

<b>CATEGORÍA A</b>	<b>SUBCATEGORÍA A</b>	<b>ENTREVISTADO 1</b>	<b>ENTREVISTADO 2</b>	<b>ANÁLISIS</b>
<b>RECURSO TURISTICO</b>	<b>ORIGINALIDAD</b>	"Sí, sé que la cultura chicha existe. Creo que como cultura chicha tal cual a la actualidad ya no hay como que una manifestación propiamente dicha porque creo que las culturas van evolucionando y en esa medida que existe evolución cultural va cambiando. Pero sí existe. Sé que empezó también con la migración en los años 80, creo que esta empezó un poco antes. El INEI nos manifiesta que la	"Tendríamos que remontarnos a la época de los años 40, con las migraciones en la ciudad. El tema de la música y de muchos saberes que los migrantes traen a la ciudad de Lima y de los que somos o hijos o nietos. Se asocia la cultura chicha desde la música y el arte. Desde la música el ejemplo más claro es los Shapis y	Respecto a la existencia de la cultura chicha, los entrevistados reconocieron que es existente y que además su origen viene desde los años 40 o 50 pero se masifica en los años 70 u 80. Además de ello, Diana mencionó que el sincretismo de esta cultura no se encuentra en el interior del país o en otras ciudades de la costa. Es decir, la cultura

		<p>mayor población migrante fue a partir de los 40 y luego pasó a los 60 pero la cultura chicha empieza a desarrollarse a partir de los 80."</p>	<p>la mezcla, este sincretismo que hay siempre por la parte del rock con la cumbia, que es una mezcla interesante y propio de la ciudad de Lima. No lo vemos en el interior del país o en otras ciudades de la costa. Y bueno, que se asienta en la zona del cerro del pino, en La Victoria y en la zona de los nuevos barrios que están originándose en Lima precisamente por producto de esta migración y se ve con mayor fuerza en los años 70, con durante el gobierno revolucionario de las fuerzas armadas. Y desde el arte, desde estos anuncios de las fiestas en estos colores neón, algo fuerte, que se ponían en la carretera central. Justo donde se hacían estas fiestas, los famosos chichodromos y que sigue vigente y se reinterpreta también. Y que es más, son los máximos interpretadores de la marca Perú con estas gráficas o lo que hace Eliott Tupac, por ejemplo."</p>	<p>chicha posee particularidad frente al resto de culturas.</p>
--	--	--	--	---

INFRAESTRUCTURA	SEÑALIZACIÓN	<p>"Creo que no, porque la señalética en general tiene que ser como estándar. En ese sentido, hay diversas señalética, yo creo que no, básicamente porque tiene que ser un espectro donde todos podamos entenderlo. Entonces, creo que guarda relación más con el signo que pueda entenderse internacionalmente. Una moto no la puedo poner a ese nivel. Pero si podríamos decir que algunos de, no sé si podríamos incluir a una moto taxi como parte de la cultura chicha que de alguna manera si ha generado que surja un signo donde son prohibidas las moto taxis o si se permiten. Pero está dentro de una forma en específico. Tiene que ser algo estándar, es algo que nos facilita a todos leerlas."</p>	<p>"No, porque las señaléticas, se hicieron dentro del convenio del Plan COPESCO, cuando se comenzó a señalar los atractivos y recursos turísticos en Lima Metropolitana y eso podemos apreciar en todo Lima Metropolitana y guardan un diseño que es la normativa que es a nivel nacional entonces en Lima, tu puedes armar una ruta de diversas cosas, no necesitas estar necesariamente ligado a la señalética."</p>	<p>Con respecto a las señaléticas, los entrevistados mencionaron que estas deben de ser estándar y de fácil entendimiento para todo público. Esto se debe a un convenio del Plan COPESCO en el que utilizan un diseño de normativa nacional.</p>
	ÁREAS PÚBLICAS	<p>"No, el centro histórico de Lima está basado dentro de lo que tiene como patrimonio. Raramente se puede incluir alguna otra manifestación que antes no estuvo ahí. En ese sentido a más detalle quien te podría dar más información es PROLIMA que ve más lo que es espacios públicos."</p>	<p>"Bueno si caminamos por el centro histórico de Lima vamos a ver murales, por ejemplo que aparecieron en la gestión de la exalcaldesa Susana Villarán, parte de este concurso Latir Latinoamericano y siguen vigentes, a pesar que fueron borrados alguno de ellos, por ejemplo aquí en el Jr. Ica <b>¿Por qué cree que crearon estas nuevas manifestaciones?</b> Porque es parte de nuestra identidad de nuestra cultura."</p>	<p>En relación a la decoración o diseño en las áreas públicas, el primer entrevistado nos mencionó que es poco usual el incluir alguna manifestación que no se ha visto desde un comienzo en el centro histórico. Mientras que por parte de la segunda entrevistada, ella mencionó que sí llegaron a existir en un determinado gobierno, sin embargo, fueron borrados con el tiempo.</p>

<p style="text-align: center;">SUPERESTRUCTURA</p>	<p style="text-align: center;">ENTIDADES PÚBLICAS</p>	<p>"Nosotros tenemos tres áreas. La gerencia de cultura se divide en tres subgerencias y esta es la gerencia de promoción cultural y ciudadanía, tenemos patrimonios culturales, artes visuales, museos y bibliotecas y tenemos a industrias culturales. Dentro de lo que es promoción cultural, digamos que si hacemos alguna actividad cultural netamente que fortalezca a la cultura chicha, no. Pero si incluimos ciertas manifestaciones que yo he notado. Por ejemplo, dentro de promoción cultural también se divide en dos áreas: promoción cultural, que se encarga de los eventos que se hacen en Lima, y cultura viva comunitaria, que es un programa que se da a nivel mundial. Lo que busca es la integración de las diversas manifestaciones artísticas. Creo que el fortalecimiento viene a partir de que cada grupo que se inscribe dentro del programa cultura viva comunitaria y requiere algún programa en específico que nosotros le podamos brindar, sí. También podría decirte que el fortalecimiento podría venir desde el sentido que nosotros utilizamos mucho de la estética que utiliza la cultura chicha. Pero creo que más por un tema de integración entiendes que todos podamos sentirnos identificados, que tiene que ver mucho con la cultura chicha. Con el que yo me sienta identificado como otra persona también se pueda sentir identificada. En ese sentido,</p>	<p style="text-align: center;">“Bueno, esa área la ve desde la participación de los diversos grupos sociales, culturales y artísticos, el área de promoción ciudadana”</p>	<p>Respecto a las actividades culturales que se realizan, se manifestó que dentro del área de promoción cultural, existe una sub área que se encarga de la realización de dichos eventos o actividades que se encargan de promover y fortalecer la cultura chicha y la identidad de la misma. Esta área es denominada Cultura viva comunitaria. De manera específica, no se han realizado ningún tipo de actividad acerca de la cultura chicha. Sin embargo, si se han integrado ciertas manifestaciones en distintos eventos y, así mismo, se está proponiendo algunos proyectos que se traten exclusivamente de dicha cultura.</p>
--	---	---	--	--

creo que ayuda mucho. **Por curiosidad, aparte de eventos grandes, ¿han realizado alguna feria donde se exhiba la cultura chicha?** Nosotros no, específicamente no. Si se hacen los festivales, tenemos tres festivales grandes y hay un congreso que nosotros realizamos. Cultura viva comunitaria ha realizado ahora el 4to Congreso de Cultura Viva Comunitaria donde se incluyen ciertos aspectos que podrían ser música, visuales que tienen que ver o que guardan relación mucho con la cultura chicha y dentro de nosotros tenemos el día del folclore que nosotros sí incluimos lo mismo, ¿no? Lo que es canciones y también artes visuales. Creo que la cultura chicha es un gran degradado de cosas. No podría decir como específicamente hacemos un festival de la cultura chicha. **¿Por qué?** Porque creo que es importante que podríamos integrar a varias cosas. Si nos parece importante pero creo que debemos tener una mayor investigación para nosotros proponer un programa. No puede salir un programa así por así, sin la estructuración de un proyecto a nivel municipal. Probablemente tome un poco más de tiempo y eso tiene que ver mucho con presupuesto y cosas que nosotros vayamos aprobando. En ese sentido creo que sí estamos en rumbo de poder proponer algunos proyectos que tengan que ver exclusivamente con cultura chicha.



	<p>"Si se involucra bien. Creo que la mayor involucración es cuando ellos lo solicitan en parte de Cultura Viva Comunitaria porque son ellos los que dicen "Me gustaría tener más información sobre este programa" o sobre esta forma de expresiones culturales que tengan que ver con la migración. Se le brinda apoyo pero parte mucho de ellos. En el caso de promoción cultural es cuando ellos vienen a alguno de nuestros eventos. Ejemplo, dentro del día del folclor, dentro del marco grande, se encuentran con una manifestación de cultura chicha y se involucran de esta manera... Mayormente no tenemos reacciones negativas. Creo que las manifestaciones negativas han pasado ya a un segundo plano y creo que tiene que ver con las facetas de migrantes que han venido. Tenemos la primera faceta que llega y que establece la cultura chicha, la segunda generación de migrantes que rechaza la cultura y tenemos a la tercera y cuarta generación que vuelven a rescatarla. Creo que estamos en ese período de tratar de rescatarla en vez de decir "No, yo no soy esto". Hemos entendido mucho como peruanos que somos una integración de todo y como bien viene esta palabra "chicha" ¿no? Que viene del hecho de tomar chicha y la chicha está en diversos lugares del país, eso es lo que somos. Al menos nunca hemos escuchado que nos</p>	<p>"Bueno más que nada en la otra área, ya que ellos han mapeado la cultura viva comunitaria"</p>	<p>De acuerdo con el involucramiento de la comunidad, se determinó que esta misma se encuentra presente e interesada por solicitar información y conocimiento sobre respectiva expresión cultural. De hecho, también manifiesta que nos encontramos en una etapa en la que la cuarta generación de migrantes se encuentra interesada en revalorizar la cultura chicha y darla a conocer como algo propio del Perú y que nos identifique.</p>
--	--	---	--

	<p>hayan dicho "¿Por qué están escuchando los Shapis?"</p>		
	<p>"Que yo sepa no pero tampoco está dentro de nuestra gerencia de cultura de promoción turística. Eso lo ve otra gerencia que se llama la gerencia de turismo. Ellos te brindarían más información sobre el circuito turístico de la cultura chicha"</p>	<p>Eso le corresponde a la Sub Gerencia de Turismo.</p>	<p>Respecto a la realización y/o promoción de circuito turístico chicha, se determinó que no corresponde a su área, los encargados son la Sub Gerencia de turismo.</p>

	<p>"Netamente yo creo que sí hay mucha influencia en el sentido de poder lograr unificación, que todos se sientan de alguna manera aludidos pero positivamente. Utilizando los colores vivos, ciertas máscaras, música... Como te digo ya es una evolución. Utilizamos varias cosas. Por ejemplo, CVC utiliza mucho las flores de la parte de la sierra que están representadas con colores muy fuertes, entonces creo que es una parte de la cultura chicha, no todos. También intentamos incluir parte de la Selva con algunos dibujos. Tratar de representar a todos porque tiene que ver con todos. También en promoción cultural tenemos un programa llamado Somos Barrio, somos Arte donde también hay mucha inclusión visual. A nivel musical, creo que es un poco menos pero no es que no haya."</p>	<p>"Bueno desde aquí desde la gestión que tenemos como patrimonio, no. ¿Por qué? Porque si bien sabemos no es una competencia exclusiva, si estamos en coordinación con las otras gerencias para promocionar el arte, la cultura en sus diversas manifestaciones, no solo la cultura chicha, sino que en general todas las diversas manifestaciones que hay en Lima metropolitana."</p>	<p>Respecto a los elementos o personajes utilizados para la promoción de las manifestaciones culturales de la cultura chicha, los involucrados mencionaron que sí existe mucha influencia para obtener unificación y también que la comunidad se sienta aludida positivamente utilizando distintos elementos como colores vivos, música, entre otros.</p>
--	--	---	---

**MINISTERIO DE CULTURA: DIRECCIÓN GENERAL DE INDUSTRIAS CULTURALES Y ARTE**



CATEGORÍA	SUBCATEGORÍA	RESPUESTA DE ENTREVISTADO	ANÁLISIS
RECURSO TURISTICO	ORIGINALIDAD	<p>"Dentro de lo que podríamos hablar de lo que si existe o no existe, es claro que sí. El Ministerio de Cultura revalora todos los tipos de identidades y diversos tipos de cosmovisiones culturales que existen en nuestro país. Uno de ellos claramente es esta llamada cultura chicha, que hemos sido conscientes desde que se escribió el libro de Matos Mar sobre el Desborde Popular. No significa que antes no existiera, sino que desde entonces se empezó a hacer más consciente, más visible esta concepción sobre la cultura chicha. Una concepción que está muy relacionada con la población migrante que se encuentra con una ciudad o una costa que no recogía muchas de sus demandas y empieza ese choque cultural. Definitivamente el Ministerio de Cultura lo reconoce y no solo como algo peri dativo, eso es algo muy importante de decir. En el Ministerio de Cultura está, dentro de sus competencias y funciones, el revalorizar y fortalecer las identidades culturales del país. Si me preguntas de donde pienso que viene, los colores vivos y estridentes, se podría tener como pasado directo desde los bordados Huanca. Los mismos afiches que vemos en la carretera central, de los mismos lugares donde se ha focalizado la cultura chicha, tienen estas correlaciones directas con este tipo de bordados. Y es verdad, la cultura chicha es triunfante y se mantiene... que ya de por sí se ha convertido en una marca. Por ejemplo, tenemos a Eliott Túpac, que trabaja mucho con el Ministerio."</p>	<p>Con respecto a la existencia de la cultura chicha, el entrevistado respondió que efectivamente sí existe dicha cultura, que no es algo nuevo a conocer sino que proviene desde la migración de las personas hacia la ciudad de Lima y como es que esta misma no se encontraba preparada para albergar a tantas personas. Así mismo, también nos mencionó que es la combinación de distintas culturas para formar una sola.</p>

SUPERESTRUCTURA	ENTIDADES PÚBLICAS	<p>"Justo estábamos pensando bastante en eso. Nosotros, este año, es un ejemplo clarísimo de cómo hemos visibilizado justamente la identidad de la cultura chicha. Este año se organizó el evento de Arco Madrid que es justamente donde se presentan artes plásticas que se da en Madrid y que es una de las mayores vitrinas en el mundo que se da para mostrar tanto artes visuales como escénicas y es en este que se invita al Perú para ser expositor de su arte. Y Elliott Túpac fue uno de los principales promovidos y financiados para que participe de esta escena y efectivamente no solo eso. Su participación y la del Perú dentro de Arco Madrid lo llevo a tener su taller de arte, posicionarse dentro de uno de los espacios más importantes que es La Casa Encendida. Es un lugar, centro artístico, que tiene mucho renombre, mucha visibilidad y es justo ahí donde están los talleres de gráfico de Elliott Túpac. Además que la publicidad en Madrid, la presencia del Perú con Arco Madrid estuvo en lugares súper visibles de Madrid. Además en los Panamericanos, están los carteles de los participantes, que fueron hechos con la temática chicha y además fueron encargados a Elliott Túpac. Por otro lado, en la plataforma Conecta, se estimula la capacitación, orientación y articulación de emprendedores culturales de la sociedad civil o emprendedores que están relacionados al tema. En estas plataformas se brinda capacitación precisamente de temas que a ellos les interesen y que les puedan ayudar a fortalecer sus capacidades. En ésta última plataforma, participó Fortunato Urcuhuaranga, padre de Elliott Tupac y quien inició con las gráficas de la cultura chicha. Él fue expositor del evento del Ministerio de Cultura como un ejemplo de vida de cómo empezar con un proyecto como emprendedor cultural."</p>	<p>Con respecto a las actividades realizadas para fortalecer la identidad de la cultura chicha se mencionó que el Ministerio de Cultura se ha planteado y ha realizado y/o participado en distintas ocasiones en actividades culturales para hacer más visible la cultura chicha y que precisamente la comunidad limeña se sienta identificado de alguna manera con dicha cultura. El entrevistado mencionó principalmente un evento en el cual se le invitó al Perú a participar y con el cual se ha generado interés del país anfitrión sobre el arte visual y las gráficas chicheras.</p>
-----------------	--------------------	---	--

		<p>"En temas de la comunidad efectivamente, el ministerio de cultura dentro de sus distintas direcciones, tiene la dirección de Artes y dentro están los distintos puntos de cultura. Esto se trata de las organizaciones culturales de la sociedad civil que son reconocidos por el estado como organizaciones que están vinculadas al arte y al desarrollo social de las comunidades. Y el Ministerio les brinda capacitación, asistencia técnica, financiamiento a estos puntos de cultura, que genera un impacto social en sus propias comunidades. En ese sentido, bastante de estos grupos de cultura reconocidos están relacionados con la cultura chicha, entonces la comunidad si se relaciona constantemente con ese tipo de gráfica. Con ese tipo de expresión artística que es la forma más tangible de ver la cultura chicha. ¿Por qué? Porque es algo que ellos lo consideran propio, consideran suyo. Si ahorita les pongo algunas gráficas respecto a la cultura japonesa o de otro país ustedes automáticamente no van a considerar como algo suyo, algo perteneciente, pero si yo le pongo la gráfica de algún poster del grupo Caricia o de los Shapis o de los Ecos, claramente parte del sentimiento de identidad que tenemos lo hace sentir como algo propio, sí efectivamente las comunidades sí lo consideran y lo tienen constante, nosotros lo vemos de manera visible en el ministerio de cultura, en el día a día usan distintos tipos de gráficas"</p>	<p>Respecto a involucramiento por parte de la población se determinó que sí se tiene participación por parte de la comunidad limeña desde los puntos de cultura, que se tratan de organizaciones culturales encabezados por los ciudadanos y que son reconocidos por el estado que se encargan del arte y el desarrollo social de dichas comunidades. También menciona que varios de estos grupos se encuentran relacionados con la cultura chicha de distintas maneras pero, en su mayoría, en la gráfica y claramente se identifican con ello. Lo sienten como algo propio, que les representa.</p>
		<p>"Sobre lo que es un circuito turístico, no. Sobre todo en las líneas de acción que tiene industrias culturales, generar un circuito turístico, no está dentro de línea de acción, lo que si mantenemos un estrecha relación con el sector relacionado a la cultura chicha, se tiene reuniones constante dentro de la dirección de artes, con colectivos de nación chicha, brocha gorda, el mismo grupo que representa a Eliott Tupac, se tiene ese tipo de reuniones constantes, para poder fomentar su capacitación y su asistencia técnica, pero como circuito turístico, no."</p>	<p>En relación a la realización y/o promoción de circuitos turísticos con temática chicha, se obtuvo como respuesta que no se lleva a cabo ninguna de las dos. Esto se debe a que por parte de la dirección no se encuentra dentro de su línea de acción. Sin embargo, sí se mantiene un vínculo amplio con el sector relacionado a la cultura chicha, en este caso, distintos colectivos de la cultura chicha.</p>

	<p>"Hemos utilizado de manera súper clara y de manera internacional grafica chicha, expresión chicha, hasta en las publicidades y merchandising, todos fueron hechos justamente con la temática chicha, entonces el ministerio considera importante visibilizar y prevalecer todo tipo de expresiones culturales que tiene el país, no podemos negar y debemos fomentar este tipo de expresiones que es claro que en el día a día salen. Bueno por el lado musical tenemos los estímulos económicos para las artes, que son ayudas económicas que se brindan en el año 2018-2019 en las cuales se brindan concursos en las cuales se puedan presentar cualquier ciudadano con un proyecto ya sea audiovisual, músicas, de impacto social, entre otros, sí se brinda esos espacios pero no se puede hacer de una manera como focalizada solamente a la cultura chicha porque estaría dejando de ayudar a otras culturas y como te digo esa cultura debe prevalecer el fortalecimiento de las diversas identidades y la cultura chicha no es la única"</p>	<p>En relación a utilizar personajes y elementos de la cultura chicha, el entrevistado nos confirma que se han utilizado tanto de manera nacional como internacional la gráfica chicha ya que consideran importante visibilizar y hacer prevalecer las expresiones culturales en el país. Sin embargo, no se trata de brindar facilidades solo a la cultura chicha, el trabajo del Ministerio de Cultura es el de prevalecer el fortalecimiento de la identidad de las distintas culturas existentes.</p>
--	--	---

4. Tabla Ficha de observación

<p><b>CATEGORÍA</b></p>	<p><b>FECHA</b></p>	<p>25/09/19</p>
<p>PLANTA TURISTICA</p>	<p><b>FOTOGRAFÍA 1</b></p>	
<p><b>NOMBRE DEL ESTABLECIMIENTO</b></p>		
<p>CORDON BLUE</p>		
<p><b>DESCRIPCIÓN</b></p>		
<p>Se realizó la entrevista dentro de las instalaciones del restaurante "Cordon Blue" a cargo del gerente general Bardonio Alva, mostrándose amable en todo momento de la entrevista. El señor Bardonio se encargó de informarnos acerca de los servicios que brindaba, principalmente dedicados a alimentos y bebidas.</p>		
<p><b>DESCRIPCIÓN</b></p>	<p><b>FOTOGRAFÍA 2</b></p>	
<p>La carta del establecimiento contaba con platillos variados. Desde comida marina hasta comida criolla que tenía ciertos insumos propios de la sierra como la papa, el camote o el cuy, comúnmente consumido en dicha zona. Sin embargo, no se encontró que en el lugar se ofrecieran platillos de la cultura chicha, tales como la mixtura o mezcla de distintos platillos peruanos para formar uno solo.</p>		



DESCRIPCIÓN	FOTOGRAFÍA 3
<p>En las instalaciones del restaurante Cordon Blue no se observó algún tipo de temática que lo represente, mucho menos una temática chicha. Carecía un poco de decoración, la música que se escuchaban por los parlantes era variada e incluso había momentos en los que carecía de música por completo.</p>	 <p>The top photograph shows the interior of the restaurant, featuring a long dining area with a black and white checkered floor. There are several tables with chairs, and a service counter is visible on the right side. The ceiling has recessed lighting. The bottom photograph is a close-up of the restaurant's sign, which features a green pepper and the text 'Cordon Blue Cevicheria - Bar - Restaurant'. Below the main text, it says 'Especialidad en comidas criollas, marinas y pastas. Atención de cumpleaños, buffets y eventos.'</p>

<b>CATEGORÍA</b>	<b>FECHA</b>	25/09/19
PLANTA TURISTICA	<b>FOTOGRAFÍA 1</b>	
<b>NOMBRE DEL ESTABLECIMIENTO</b>		
FULLTURISMO		
<b>DESCRIPCIÓN</b>		
<p>Quando se realizó la entrevista con el gerente general, Wilman notamos un cocimiento muy bajo que tenía acerca de la cultura chicha, a su vez pudimos notar que la agencia no contaba con ninguna decoración acerca de la temática de la cultura, como también los circuitos o paquetes que exhibían, ninguno se relacionaba con la cultura chicha. Por último notamos el desinterés de incluir a la cultura chicha en alguno de sus productos.</p>		

<b>RUBRO DEL ESTABLECIMIENTO</b>	<b>FECHA</b>	25/09/19
RESTAURACIÓN	<b>FOTOGRAFÍA 1</b>	
<b>NOMBRE DEL ESTABLECIMIENTO</b>		
BAR CORDANO		
<b>DESCRIPCIÓN</b>		
<p>El restaurante bar Cordano cuenta con un estilo colonial debido a que se ubica en uno de los edificios de la época. Cuenta con más de 100 años en el lugar y se dedica a servicios de alimentos y bebidas alcohólicas y sin alcohol. Se observó que debido a su trayectoria y su segmentación definida, no cuenta con temática chicha de ningún tipo.</p>		
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>FOTOGRAFÍA 2</b>	
<p>La carta del establecimiento nos mostró la variedad en platillos y bebidas a consumir. Sin embargo, ninguna de ellas se encontraba relacionada con la gastronomía chicha. Los platillos que ofrecen son de estilo criollo y fusiones de pastas.</p>		

### DESCRIPCIÓN

Por parte de las instalaciones del establecimiento Bar Cordano, no se observó ningún tipo de decoración acerca de la cultura chicha, así mismo en el momento de la entrevista, no se escuchó la música relacionada a la cultura chicha.

### FOTOGRAFÍA 3







<p align="center"><b>CATEGORÍA</b></p>	<p align="center"><b>FECHA</b></p>	<p align="center">29/09/19</p>
<p align="center">PLANTA TURISTICA</p>	<p align="center"><b>FOTOGRAFÍA 1</b></p>	
<p align="center"><b>NOMBRE DEL ESTABLECIMIENTO</b></p>		
<p align="center">EL PACÍFICO</p>		
<p align="center"><b>DESCRIPCIÓN</b></p>		
<p>Cuando se inició la entrevista con el administrador, Germán Huares del restaurante El Pacifico, mostrándose de manera amable durante la entrevista. El administrador nos brindó de su tiempo y a su vez nos informó sobre los productos que ofrece en el establecimiento</p>		
<p align="center"><b>DESCRIPCIÓN</b></p>	<p align="center"><b>FOTOGRAFÍA 2</b></p>	
<p>La carta que presenta el establecimiento, cuenta con una variedad de platos típicos del Perú. Desde la comida criolla hasta comida marina. Sin embargo, no ofrecen platillos de la cultura chicha, tal como el plato de siete colores.</p>		
<p align="center"><b>DESCRIPCIÓN</b></p>	<p align="center"><b>FOTOGRAFÍA 3</b></p>	
<p>Se pudo observar que en el establecimiento de “El pacifico” se incorporan el arte acerca de la cultura chicha, este mural está ubicado al lado izquierdo del establecimiento, del cual resalta todos los colores involucrados con la chicha</p>		

CATEGORÍA	FECHA	29/09/2019
PLANTA TURÍSTICA	FOTOGRAFÍA 1	
NOMBRE DEL ESTABLECIMIENTO		
LA EMOLIENTERIA		
DESCRIPCIÓN		
<p>La entrevista se realizó dentro de las instalaciones “La emolienteria” a cargo de la administradora Esther Chavez, quien se encargó de brindarnos unos minutos de su tiempo para poder realizarle las preguntas acerca de su establecimiento. Si bien no permitió que se grabara toda la entrevista, si contestó cada una de las respuestas que se le hicieron.</p>	FOTOGRAFÍA 2	
DESCRIPCIÓN	FOTOGRAFÍA 3	
<p>La carta del establecimiento cuenta con la tipografía chicha característica de esta cultura, además de los colores vibrantes que se utilizan en sus letras. En su mayoría, sus bebidas son en base al pisco peruano que este lugar se encarga de promover y promocionar con sus clientes, tal y como lo había mencionado la encargada en la entrevista. Además de ello, también se promueve el consumo del emoliente, bebida conocida por todo peruano y que representa al país.</p>		
DESCRIPCIÓN	FOTOGRAFÍA 3	
<p>Las instalaciones se basan en la decoración chichera. Al igual que la carta, los colores del lugar son vibrantes, los murales que encontramos en las paredes tienen los elementos más característicos de la temática chichera. Además de ello, cuentan con distintos letreros con frases que otro de nuestros</p>		



entrevistados, Nación Chicha, se encarga de hacer a pedido de sus clientes como lo es el establecimiento.







CATEGORÍA	FECHA	30/10/19
PLANTA TURISTICA	<b>FOTOGRAFÍA 1</b>	
<b>NOMBRE DEL ESTABLECIMIENTO</b>		
AMUY VIAJES		
<b>DESCRIPCIÓN</b>		
<p>Se realizó la entrevista dentro de las instalaciones de “Amuy Viajes” a cargo de la administradora Patricia Ramos, mostrándose amable en todo momento de la entrevista, sin embargo notamos que no tenía mucho conocimiento acerca de la cultura chicha.</p>		
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>FOTOGRAFÍA 2</b>	
<p>Dentro del establecimiento, se pudo observar que ninguno de los paquetes que ofrecía se relacionaba con algún circuito de la cultura chicha</p>		
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>FOTOGRAFÍA 3</b>	
<p>En las instalaciones de la agencia de viajes Amuy Viaje, no se notó alguna decoración acerca de la cultura chicha, es más cuando se realizó la entrevista notamos algunas pequeñas decoraciones acerca de la festividad de Halloween</p>		



<b>CTAEGORÍA</b>	<b>FECHA</b>	06/11/19
PLANTA TURISTICA	<b>FOTOGRAFÍA 1</b>	
<b>NOMBRE DEL ESTABLECIMIENTO</b>		
INVERSIONES TURÍSTICAS MAURY		
<b>DESCRIPCIÓN</b>		
<p>Al momento de visitar el alojamiento “Inversiones turísticas Maury”, la señorita Suzet Chavesta, quien cumple su función como asistente administrativa, nos comentó muy amablemente que la entrevista tendría que ser escrita, entonces brindamos las preguntas correspondientes y accedió a contestar de manera escrita.</p>		
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>FOTOGRAFÍA 2</b>	
<p>Por parte de las instalaciones del establecimiento Inversiones turísticas Maury, no se observó ningún tipo de decoración relacionada con la cultura chicha, así mismo en el momento de la entrevista, no se escuchó en ningún momento música chicha.</p>		

<b>CATEGORÍA</b>	<b>FECHA</b>	06/11/19
PLANTA TURÍSTICA	<b>FOTOGRAFÍA 1</b>	
<b>NOMBRE DEL ESTABLECIMIENTO</b>		
GROUP TOUR		
<b>DESCRIPCIÓN</b>		
<p>En el momento que se realizó la entrevista con Alessandro Afán, asesor de ventas en “Group Tour”, se mostró amable y a su vez con un conocimiento básico acerca de la cultura chicha.</p>		
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>FOTOGRAFÍA 2</b>	
<p>Dentro del establecimiento no se observó ningún paquete en venta y mucho menos promociones, pero durante la entrevista, el joven Alessandro informó que no ofrece absolutamente nada que tenga que ver con la cultura chicha.</p>		
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>FOTOGRAFÍA 3</b>	
<p>En las instalaciones de la agencia pudimos observar que la temática que ellos proponen es lo andino, específicamente lo que se encuentra relacionado a la ciudad de Cuzco</p>		

## FICHA DE OBSERVACIÓN PARA LA CATEGORÍA INFRAESTRUCTURA

<b>CATEGORÍA</b>	<b>FECHA</b>	06/11/19
INFRAESTRUCTURA	<b>FOTOGRAFÍA 1</b>	
<b>NOMBRE DE LA ENTIDAD</b>		
MUNICIPALIDAD		
METROPOLITANA DE LIMA		
<b>DESCRIPCIÓN</b>		
<p>En el centro histórico de Lima, se pudo apreciar que las señaléticas guardan un mismo color, tanto como en el fondo, como también el color de la letra, al mismo tiempo todos muestran el mismo tipo de letra, al mismo tiempo se pudo observar que todas las señalizaciones se encuentran en un buen estado y a su vez informa.</p> <p>Por otro lado, las señaléticas no guardan el tipo de relación con la temática de la cultura chicha, es decir, no se muestra con los fuertes colores o con tipografía como se manifiesta la cultura chicha</p>		
<b>FOTOGRAFÍA 2</b>		
		

Validación de expertos



FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
 ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN EN TURISMO Y HOTELERÍA  
 TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Lima, \_\_\_\_\_ de 201

Apellido y nombres del experto: Hassinger Gonzalez Zulema

DNI: \_\_\_\_\_ Teléfono: \_\_\_\_\_

Título/grados: Dra en Turismo

Cargo e institución en que labora: 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	DESCRIPCIÓN	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?											✓	
2	¿El instrumento de recolección de datos guarda relación con el título de la investigación?											✓	
3	¿El instrumento de recolección de datos facilitará el logro de los objetivos de la investigación?											✓	
4	¿Las preguntas del instrumento de recolección de datos se sustentan en un marco teórico?											✓	
5	¿Las preguntas del instrumento de recolección de datos se sustentan en antecedentes relacionados con el tema?											✓	
6	¿El diseño del instrumento de recolección de datos facilitará el análisis y el procesamiento de los datos?											✓	
7	¿El instrumento de recolección de datos tiene una presentación ordenada?											✓	
8	¿El instrumento guarda relación con el avance de la ciencia, la tecnología y la sociedad?											✓	

Promedio de valoración: 95%

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





FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
 ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN EN TURISMO Y HOTELERÍA  
 TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

 Lima 14 de junio de 2019

 Apellido y nombres del experto: Tovar Tacoras Carlos  
 DNI: 10139215 Teléfono: 997050409  
 Título/grados: Magister en Administración  
 Cargo e institución en 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	20	40	60	80	100					
1										X	
2										X	
3										X	
4										X	
5										X	Considerar estas preguntas como irrelevantes
6										X	
7										X	
8											X

 Promedio de valoración: 91.25


FIRMA DEL EXPERTO