UNIVERSIDAD PERUANA DE CIENCIAS APLICADAS

FACULTAD DE NEGOCIOS

**PROGRAMA ACADÉMICO DE ADMINISTRACIÓN DE
HOTELERÍA Y TURISMO**

Análisis de la influencia de la Gentrificación en el Turismo Cultural en el
distrito de Barranco en Lima – Perú durante el periodo 2010 -2017.

TESIS

Para optar el título profesional de Licenciado en Administración de Hotelería
y Turismo

AUTORES

De La Cruz Vergaray, Lizbeth Denisse ([0000-0002-6924-6338](#))

Rodríguez Reyes, Iris Roxana ([0000-0003-0682-3326](#))

ASESOR

Nureña Yafac, Nicolás Alfonso ([0000-0002-3570-0803](#))

Lima, 17 de noviembre de 2018

DEDICATORIA

*A mi familia que siempre me aconseja
y apoya de forma incondicional
en todas las decisiones que tomo.*

Lizbeth

*A cada uno de mis sobrinos y sobrinas: Karl, Lucero, Cristinita, Angelita, Bianca,
Claudita, Edu, Emyr, a Noah y a mi Gabrielito (mi chinito), quienes son mi
inspiración para ser mejor cada día, a quienes amo porque llenan de muchísima
alegría mi vida, porque están llenos de ternura e inocencia y eso me ayuda a ver la
vida más divertida, a ellos quienes hacen revivir la niña que llevo dentro; ellos
quienes son reflejo de mis hermanas y hermanos quienes siempre están alentándome
y apoyándome en todo momento.*

Iris

AGRADECIMIENTOS

A todos aquellos que contribuyeron a la realización del presente trabajo, especialistas, autoridades, pero sobre todo a los vecinos del distrito de Barranco por su amabilidad y gran disposición para explicar con tanto detalle sobre el pasado y presente del lugar. Sus historias, opiniones y puntos de vista han sido fundamentales para darle forma a la investigación.

A mi asesor de tesis, Nicolás Nureña, por su soporte, claridad y solidez para orientar del mejor modo el desarrollo del presente trabajo.

A los profesores de la UPC por su buena enseñanza. Todos son excelentes. No fueron sólo profesores sino también grandes amigos, especialmente Marielena, Carito, Mónica y Rosario.

A mis amigos de siempre Félix, Lenny, Lucy y Pilar por su buen sentido del humor, por sus consejos, ideas, opiniones, sugerencias y ánimo permanente durante el desarrollo de la investigación.

A mis compañeros de oficina y buenos amigos, Jorge, Morayma y especialmente a Sandrita por su comprensión, flexibilidad y ayuda todas las veces que lo he necesitado.

A mis amigos de la UPC con quienes compartí aulas, en especial a Harold, Sharella, Mercedes, Patty y Oscar con quienes estudié los últimos ciclos e hicimos muy divertidos grupos de trabajo.

Lizbeth

Agradezco a Dios por ser mi padre y confidente y porque cada día me regala bendiciones, salud y fuerzas para cumplir cada uno de mis sueños, a ese ser infinito, que con su gran amor, fortalece mi corazón e ilumina mi mente, gracias por haber puesto en mi camino aquellas personas que han sido soporte y compañía durante todo el periodo de esta investigación, aquellas personas que desinteresadamente me ayudaron a culminar mi carrera profesional.

Gracias Eduardo y Clarita, mis padres, quienes siempre creen e mí. A mi hermana Lili por ser el ejemplo de una hermana mayor, ejemplo de perseverancia y constancia que la caracterizan y que me ha infundado siempre, gracias a todos mis hermanos y hermanas porque siempre están apoyándome en cada paso, en cada decisión de mi vida.

¡Gracias familia!, lo amo.

Iris

RESUMEN

El presente trabajo aborda la influencia de la Gentrificación, conocida también como renovación urbana, en el desarrollo del Turismo Cultural en el tradicional distrito limeño de Barranco durante el periodo 2010 – 2017. La Gentrificación y su influencia ha sido un tema muy investigado en Europa y Estados Unidos pues es un proceso que genera cambios sociales y culturales tanto en la población local como en el mismo espacio urbano. Por el contrario, en Perú son muy pocos los estudios sobre este tema y por esta razón se decidió hacer esta investigación en Barranco, el distrito que mejor refleja esa renovación urbana.

El trabajo inicia con una introducción a la temática sobre la terminología de Gentrificación a nivel global hasta llegar al distrito en estudio y está compuesto de 5 capítulos. En el primer capítulo, que comprende el marco teórico, se desarrolla los conceptos de los procesos de Gentrificación, el Turismo Cultural y la descripción del distrito de Barranco en la actualidad.

El segundo capítulo se enfoca en la metodología seguida a lo largo de la investigación, en la que se detalla en sí el planteamiento, el tipo de investigación y los objetivos que se desea obtener. La investigación es cualitativa y se ha basado principalmente en entrevistas a autoridades gubernamentales, especialistas en Turismo e Historia de Lima, turistas y pobladores del distrito de quienes se ha obtenido información actual del distrito. Toda la información se colocó en las matrices y bitácoras correspondientes y quedó lista para ser analizada en el siguiente capítulo.

En el tercer capítulo se contrasta y analiza la información recibida. De este modo se logra determinar cómo el proceso de Gentrificación ha influenciado al Turismo Cultural en el distrito de Barranco en el periodo mencionado. En el capítulo 4 se discuten los resultados obtenidos y finalmente en el último capítulo se dan las conclusiones y recomendaciones respectivas.

Palabras claves: Gentrificación; Barranco; Turismo Cultural; Negocios; Renovación urbana, Inmobiliaria

Analysis of the influence of Gentrification on Cultural Tourism in the district of Barranco
in Lima – Perú, during the period 2010-2017.

ABSTRACT

This investigation is about the influence of the gentrification, also known as urban renovation, on cultural Tourism in the limenian district of Barranco during the period 2010-2017. The gentrification and its influence have been widely researched in Europe and United States because it is a process that generates social and cultural changes not only in the local population but also in the urban space. Regarding Perú, there is still little research about it. That's why the reason of this investigation and Barranco was chosen since it is the district that shows this urban renovation much better. The research starts with a prologue about the term gentrification. Then, there is a general overview of the topic and finally the district to be researched is introduced.

The first chapter deals with the theoretical framework in which all concepts and significances about gentrification and Cultural Tourism are explained. Furthermore, all general and current aspects of Lima and Barranco are described.

The second chapter focuses on the methodology used in the research. It is detailed the technical approach, type of investigation and the objectives to be reached. The research is qualitative and it is mainly based on interviews to government authorities, researchers specialized in Tourism and History of Lima, tourists, and inhabitants of the district who provided detailed and valuable information which was inserted in the respective matrix and binnacle and was ready for the analysis in the next chapter.

In the third chapter, all the information is contrasted and analysed. In this way it can be determined how gentrification has influenced on the Cultural Tourism in Barranco in the period 2010-2017.

The fourth chapter is about the discussion of the results. Finally, in the last chapter, conclusions and recommendations are given.

Keywords: Gentrification; District of Barranco; Cultural Tourism; Business; Urban Renovation; Real estate.

TABLA DE CONTENIDO

1	INTRODUCCION	1
2	MARCO TEÓRICO	6
2.1	LA GENTRIFICACIÓN	6
2.1.1	Definición y características	6
2.1.2	Proceso de Gentrificación	7
2.1.3	Gentrificación en Europa y América	10
2.1.4	Gentrificación en Perú	12
2.1.5	La industria inmobiliaria en el mundo	13
2.1.6	El Cambio Social	14
2.1.7	Identidad Cultural	14
2.2	EL TURISMO.....	14
2.2.1	Definición.....	14
2.2.2	Clasificación.....	15
2.2.3	Definición de turista	19
2.2.4	Definición de Turista Cultural.....	20
2.2.5	Componentes de la Actividad Turística.....	21
2.2.6	El Turismo Cultural en el mundo	23
2.3	ÁREA DE ESTUDIO: DISTRITO DE BARRANCO	24
2.3.1	Datos generales PERÚ	24
2.3.2	Datos generales LIMA	30
2.3.3	Datos generales BARRANCO	32
2.4	EL GOBIERNO.....	44
2.4.1	Gobierno Nacional.....	44
2.4.2	Gobierno Regional.....	50
2.4.3	Gobierno Local (Municipalidades).....	50
2.4.4	Instituciones Internacionales	50
2.5	DISTRITO DE BARRANCO: GENTRIFICACIÓN Y TURISMO CULTURAL	51
2.5.1	Turismo Cultural en Barranco	51
2.5.2	Gentrificación en Barranco	52
2.5.3	Rol del Gobierno como agente promotor del Turismo Cultural en Barranco ..	56
3	METODOLOGIA DE LA INVESTIGACIÓN	58

3.1	PLANTEAMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN	58
3.1.1	Propósito de la Investigación	58
3.1.2	Tipo de Investigación.....	58
3.1.3	Preguntas de la investigación	58
3.2	CONTEXTO	59
3.2.1	Descripción del contexto interno y externo	59
3.3	MUESTRA O PARTICIPANTES.....	62
3.4	DISEÑO O ABORDAJE PRINCIPAL	62
3.4.1	Identificación de la estructura de la entrevista	62
3.4.2	Guía de Preguntas	62
3.4.3	Segmentos	63
3.4.4	Categorías.....	64
3.4.5	El Instrumento de investigación	64
3.5	PROCEDIMIENTOS.....	65
3.5.1	Matriz de procesamiento.....	66
3.5.2	Aspectos positivos y negativos.....	66
4	ANÁLISIS DE DATOS Y RESULTADOS.....	71
5	DISCUSIÓN DE RESULTADOS	81
5.1	HALLAZGOS	81
5.2	BARRERAS	81
5.3	BRECHAS	81
6	CONCLUSIONES	82
7	RECOMENDACIONES	84
8	REFERENCIAS.....	86
9	ANEXOS	93
	ANEXO 1: MATRIZ DE CONSISTENCIA	93
	ANEXO 2: GUÍA DE PREGUNTAS.....	94
	ANEXO 3: GALERÍA FOTOGRÁFICA.....	99
	ANEXO 4: BITÁCORA DE CONTEXTO GENERAL	103
	ANEXO 5: MATRIZ DE PROCESAMIENTO.....	104
	ANEXO 6: PLANO N° 01 – ZONA MONUMENTAL DEL DISTRITO DE BARRANCO	105

INDICE DE TABLA

Tabla 1 Población de Barranco según los últimos censos.....	33
Tabla 2 Establecimientos de Hospedaje en Barranco	42
Tabla 3 Población del distrito de Barranco	53
Tabla 4 Licencias de Funcionamiento de Negocios en Barranco	54
Tabla 5 Viviendas tipo departamentos vendidas entre 2013 - 2016.....	56
Tabla 6 Segmento 1: Poblador.....	66
Tabla 7 Segmento 2: Negocios	67
Tabla. 8 Segmento 3: Representantes de la Municipalidad de Barranco	67
Tabla 9 Segmento 4: Representantes de Ministerios	68
Tabla 10 Segmento 5: Turistas	69
Tabla 11 Segmento 6: Especialista	69
Tabla 12 Segmento 7: Instituciones Privadas.....	70

TABLA DE FIGURAS

Figura 2. Etapas de la Gentrificación de un barrio.	9
Figura 3. Clasificación de Viajeros según la OMT	20
Figura 4. Mapa del Perú, división departamental y ubicación de su capital Lima.	25
Figura 5. Provincias del Departamento de Lima	31
Figura 6. Distritos de la Provincia de Lima y Callao.....	31
Figura 7. Ubicación geográfica del distrito de Barranco.	32

1 INTRODUCCION

El turismo hoy en día es una de las actividades económicas de mayor desarrollo a nivel mundial. De acuerdo al informe anual de la Organización Mundial del Turismo (OMT, 2016) cada año más de mil millones de turistas viajan a países distintos del propio con la finalidad de conocer nuevos destinos. Según este mismo informe anual, el crecimiento de este sector es constante desde hace siete años, con un porcentaje de incremento del 4% anual. Las motivaciones de viaje de los turistas son diversas según sus gustos o intereses. En este contexto, actualmente existen diferentes tipos de turismo tales como el ecoturismo, el turismo de negocios, el turismo de salud, el turismo de deportes de aventura, el turismo de playa, entre otros (Ibañez y Cabrera, 2011). El turismo cultural se encuentra en auge ya que cada año los turistas se interesan más por conocer nuevas culturas y costumbres de los destinos que visitan (OMT, 2016). Ciudades como Barcelona, Londres, Nueva York y París que son poseedoras de un vasto número de manifestaciones culturales tales como monumentos y construcciones históricas son sitios atractivos para este tipo de turismo. Sin embargo, estas ciudades no solo comparten esta similitud. Desde hace algunas décadas en estos lugares se ha ido desarrollando un proceso conocido como Gentrificación que ha sido estudiado por diversos investigadores como Agustín Cocola, Eric Clark, Saskia Sassen entre otros. Este proceso consiste en la progresiva transformación o revitalización de un determinado espacio urbano con la finalidad de volverlo atractivo y así captar inversión y desarrollo económico al lugar (Barretto, 2007). La inversión que llega al lugar se evidencia a través de la aparición de muchos negocios vinculados al turismo como hoteles, restaurantes, bares, galerías, entre otros.

Esta gentrificación acarrea consecuencias tales como la revalorización del suelo, la llegada de nuevos vecinos de un nivel económico superior a habitar la zona, el desplazamiento de la población original a otro sitio, es decir, los barrios “gentrificados” son ocupados por nuevos pobladores con mayor poder adquisitivo atraídos por el desarrollo económico de la localidad, generando así cambios socioculturales en el lugar (Delgadillo et al., 2015).

La autora Sassen (2001) ha realizado un estudio sobre el impacto en el orden social y urbano que genera esta forma de desarrollo en algunas ciudades de Asia, Europa y Estados Unidos. En Latinoamérica, se ha investigado este proceso en ciudades tales como México, Bogotá, Santiago y Buenos Aires. El aumento de visitas a los monumentos culturales, luego de haber sido revitalizados, conlleva a cuestionamientos sobre el continuo uso y desgaste del lugar,

así como la conversión de las construcciones culturales en oficinas, tiendas u otras instalaciones dedicadas al ocio (Barretto, 2007).

En el Perú, la influencia de este proceso de Gentrificación en el desarrollo del turismo cultural se ha evidenciado en algunas ciudades como Cusco. Un caso muy conocido es lo que ocurre en el barrio San Blas situado en la capital cusqueña, donde sus construcciones típicas ocupadas por los pobladores locales, en su mayoría artesanos, han sido readaptadas para funcionar como establecimientos de hospedaje, bares y restaurantes relacionados directamente con la actividad turística (Valencia, 2007).

El Centro Histórico de Lima, capital del Perú, poseedor de muchos atractivos históricos, monumentos arquitectónicos, así como tradiciones y costumbres que forman parte de su legado cultural, también atraviesa este proceso de gentrificación; aunque las autoridades limeñas la denominan transformación o renovación urbana, ya que no presenta todos los componentes del proceso como sí ha ocurrido en las ciudades europeas y en Estados Unidos. En el caso del Centro Históricos la renovación urbana se ha enfocado en el reacondicionamiento del Patrimonio Histórico ya existente, lo cual ha ocasionado la aparición de grandes inversiones al lugar, y claramente el aumento de visitas de más turistas (Delgadillo et al., 2015).

El distrito de Barranco en Lima, muy conocido por albergar un gran número de casonas tradicionales, museos, galerías de arte, lugares con historia como el Puente de los Suspiros y una gran cantidad de centros de diversión nocturna, atraviesa también por este proceso de Gentrificación desde hace algunos años. Actualmente, se puede advertir el cambio físico de su espacio urbano; gradualmente han ido apareciendo nuevos edificios de departamentos y comercio que han ido transformando el paisaje del lugar (Yi y Aizcorbe, 2016). El patrimonio arquitectónico del distrito es vulnerable frente a las construcciones modernas que han inundado Barranco. Las autoridades locales resaltan la importancia de la conservación del Patrimonio, con la finalidad de justificar la reinversión en ciertos espacios, pero no para beneficiar a los habitantes locales sino que tienen, en realidad, fines comerciales y turísticos (Delgadillo et al., 2015). Cabe mencionar que en las dos últimas décadas el distrito de Barranco muestra una reducción importante en la cantidad de habitantes. Esto significa que muchos de sus pobladores se han mudado a otras localidades (Carbajal, 2013).

Dentro del periodo 2010-2017 aparecen evidencias del proceso de gentrificación en el distrito de Barranco. En primer lugar, se genera un crecimiento acelerado de nuevas construcciones de vivienda, conocido como boom inmobiliario. En segundo lugar la empresa

privada comienza a incrementar su inversión en la creación de más negocios tales como establecimientos de alojamiento, restaurantes, bares, centro de ocio, museos, galerías y otros atraídos por el crecimiento urbano y el movimiento comercial y turístico del distrito. En tercer lugar, la aparición de nuevos edificios de vivienda y comerciales han encarecido enormemente el precio del suelo en este distrito (Villalobos, 2016). De acuerdo a la Municipalidad de Barranco (MDB, 2016) su Zona Monumental que alberga su Patrimonio Cultural, carece de un Programa concreto de Conservación, Protección y Difusión del Patrimonio y por lo tanto, se encuentra en riesgo constante ante la presencia de los inversores, en especial de inmobiliarios.

La gentrificación es un proceso que influye en el desarrollo de una ciudad porque va modificando varios aspectos tanto en el espacio físico como en la vida de la población y en las actividades económicas que se desarrollan en él. Su influencia va más allá de una renovación urbana y comercial (Yi y Aizcorbe, 2016). Existen otros actores que son influenciados en este proceso tales como el comportamiento socio-cultural del poblador y la identidad cultural del distrito. Las autoridades de Barranco (MDB, 2016) se considera al distrito como centro de turismo cultural y artístico, sin embargo también indican que esta esencia cultural se torna frágil frente a la modernidad urbana que no parece detenerse. La Municipalidad cuenta con una normativa de Protección al Patrimonio, pero que muchas veces no se cumple por falta de control, por lo tanto, esto pone en situación frágil al Patrimonio arquitectónico y en consecuencia, al turismo cultural que podría verse afectado en un futuro no muy lejano.

Por ese motivo, se plantea como problema de investigación lo siguiente: ¿Cómo ha influenciado la Gentrificación en el Turismo Cultural en el distrito de Barranco en Lima – Perú durante el periodo 2010 -2017?

La hipótesis general a partir de la cual se desarrolla esta investigación es: La Gentrificación ha influenciado de manera moderada en el Turismo Cultural en el distrito de Barranco en Lima – Perú durante el periodo 2010 -2017.

El objetivo general de la investigación que se plantea es: Analizar la influencia de la Gentrificación en el Turismo Cultural en el distrito de Barranco en Lima – Perú durante el periodo 2010 -2017.

Entre los objetivos específicos, se encuentran los siguientes:

- Analizar el desarrollo de la gentrificación en el distrito de Barranco durante el periodo 2010 – 2017.

- Analizar el desarrollo del turismo cultural en el distrito de Barranco durante el periodo 2010 – 2017.
- Analizar los cambios socio-culturales en el distrito de Barranco durante el periodo 2010 – 2017.

El interés de este estudio surge a raíz de que la gentrificación es un tema poco conocido y estudiado en el Perú. En Lima se han desarrollado estudios que enfocan este proceso desde el punto de vista del análisis de la arquitectura o ingeniería, en el que se tocan temas técnicos de construcción, pero no involucran la influencia que ejerce en los aspectos socio-culturales ni en la industria del turismo.

La justificación para la realización de esta investigación está vinculada a la importancia que ha adquirido el desarrollo urbano en el distrito de Barranco en los últimos años y que es apoyado por la Municipalidad (Yi y Aizcorbe, 2016). Por otro lado de acuerdo a los estudios de Pro-desarrollo Turístico (PRODESTUR, 2013) Barranco es un distrito con gran cantidad de Patrimonio Histórico y que a diario recibe visitantes locales y extranjeros lo que es positivo para el desarrollo económico de Barranco. La población y los visitantes, sobre todo nacionales, identifica al distrito como un lugar cultural y lo asocian a las construcciones antiguas las que ahora están en riesgo de desaparecer por el avance de las construcciones modernas.

La relevancia de esta investigación es de tipo cultural y académica.

Respecto a la relevancia cultural, se debe mencionar que Barranco es considerado como el distrito turístico cultural de Lima y cuya área histórica-monumental abarca el 70% de toda su área (MDB, 2016) geográfica pero no todos estos sitios son visitados ya que muchos se encuentran en mal estado de conservación. Con un trabajo de preservación, estos lugares pueden recuperarse, formar parte del circuito turístico, generando desarrollo económico y a la vez reforzaría la identidad cultural del distrito. Con un óptimo plan de ordenamiento y control, la Gentrificación o renovación urbana puede ser manejable y lograr el equilibrio entre las construcciones modernas y antiguas en su espacio geográfico.

Respecto a la relevancia académica, como ya se ha mencionado, no se ha hecho muchos estudios al respecto en Perú por lo que se ha considerado importante realizarla de un modo exploratorio. Se ha tomado modelos de estudio de Gentrificación de otros países con la finalidad de contrastar teorías y replicar los resultados positivos que han logrado con sus investigaciones y que han contribuido a mejorar el desarrollo urbano en las ciudades donde ocurrió.

Con este estudio de la influencia de la Gentrificación en el Turismo Cultural en Barranco en el periodo 2010-2017, se desea aportar a las autoridades locales ideas que ayuden encontrar la armonía entre las edificaciones antiguas y nuevas con la finalidad de que salvaguarden su patrimonio y conserven su imagen turística cultural.

2 MARCO TEÓRICO

2.1 La Gentrificación

2.1.1 Definición y características

El término Gentrification¹ se origina en el año 1964 con la pionera de este estudio, la psicóloga Ruth Glass. Es difícil traducirlo al castellano ya que esta palabra nació en un contexto urbano y social diferente a la realidad peruana. La mejor traducción que se le puede dar a este término es: “aburguesamiento”, pues hace referencia a la invasión de las clases medias-altas al centro de Londres que era ocupado por gente con pocos recursos. El adjetivo *gentry* que proviene de la raíz de la palabra, se refiere a las clases altas inglesas, quienes han generado cambio en la población y una transformación social.

Para definir el término “gentrificación” se ha investigado a muchos autores que han estudiado este proceso y sus efectos en distintas ciudades americanas y europeas.

Garretón (2017) refiere que en el contexto sociocultural de Europa y Norteamérica, la Gentrificación es:

“Un proceso destructivo-creativo en la ciudad, que incrementa la acumulación de capital mediante la apropiación de rentas de suelo, con la colaboración activa de gobiernos nacionales y locales, y que tiene severas consecuencias sociales en términos del desplazamiento de grupos vulnerables” (pág. 297).

Por otro lado, el autor González (2008), la define como:

“espacios abandonados atraen la renovación física y el incremento de los precios de la propiedad de tal manera que una vez iniciada la inversión de capital privado, la gentrificación tendrá relación con la baja en las tasas de delincuencia común, de inseguridad y con el incremento de los ingresos para los habitantes del lugar, aunque estos no se desplacen” (pág.138).

López-Morales (2013), en una investigación en Chile, define el término de gentrificación como:

“un proceso de reestructuración espacial con recambio social de grupos de menor a mayor ingreso y capital social, asociado con una inyección de capital inmobiliario en zonas focalizadas, que son posibilitadas por regulación estatal” (pág.36).

Para los autores Delgadillo, Díaz, y Salinas (2015) la gentrificación en América Latina viene a ser:

“el resultado de acciones estratégicas desarrolladas por el Estado para adecuar las ciudades a las nuevas necesidades de acumulación del capital. Esto implica descartar

¹ Gentrification es una palabra en inglés que traducida al castellano significa Gentrificación.

la gentrificación como un proceso que responde mecánicamente a cambios en las pautas de consumo o al alcance de un determinado potencial de ganancia especulativa, resultado de una devaluación previa, factores que no obstante pueden jugar un papel relevante. La forma de las acciones encaminadas a conseguir estos objetivos estratégicos viene dada en gran medida por la importación de políticas procedentes de los principales centros urbanos del capitalismo global”(pág. 17).

Para los fines de esta investigación se tomará como base el concepto del autor Clark (2005), uno de los autores más influyentes en este tema y quien define la gentrificación como:

“La reestructuración espacial de un área urbana mediante la inyección de capital fijo en mercado inmobiliario y de infraestructura, orientada al reemplazo de usuarios de ingresos medio-bajos por usuarios de poder económico superior, en un contexto de mercantilización de suelo”(pág.261).

Se puede mencionar también algunas características distintivas de la gentrificación, según el autor Duque (2010), estas son:

“La interacción de actores individuales y colectivos, la aparición del conflicto, el cambiante papel de banca y autoridades públicas, la interrelación de factores económicos, sociales y culturales” (pág.29).

Para el presente estudio y según las investigaciones de los diferentes autores, se puede resumir algunas características de la gentrificación:

- La recuperación física y económica de un determinado espacio reflejado en las edificaciones de vivienda y comercial como en el entorno material urbano.
- El cambio social y cultural generado por la progresiva sustitución de pobladores con un estatus socioeconómicos mayor a la de los pobladores de la zona, afectando aspectos culturales.

2.1.2 Proceso de Gentrificación

Para un mejor entendimiento de este proceso, según Bushwick Action Research Collective (2017), divide en 4 etapas el modelo de desarrollo de la gentrificación:

1° Etapa.- Un pequeño grupo pionero con recursos financieros altos y con capital cultural/social se mudan a barrios de clase trabajadora, renunciando a la propiedad ya que la hipoteca no está disponible debido al riesgo de la zona. En esta etapa, no existe mayor desplazamiento ya que las propiedades están vacías o las nuevas propiedades que se

construyen están en los terrenos no habitados. También destaca en esta etapa la participación de artistas y diseñadores en la rehabilitación de sus edificios.

2° Etapa.- El cambio es todavía limitado, pequeños grupos de inversores ingresan a las zonas a renovar edificios ofreciendo propiedades dentro y fuera de la zona. El riesgo financiero es mínimo. Se inicia el desplazamiento de algunos pobladores porque el stock de viviendas disponibles disminuye y los alquileres van en aumento.

3° Etapa.- La zona se vuelve atractiva, los pequeños inversores siguen con la remodelación de los edificios, por ende, los alquileres aumentan y se disparan los precios, razón por el cual la venta de las viviendas se vuelve accesible sólo para los grupos de clase media. Crecen los préstamos en los bancos para inversiones hipotecarios o edificatorios. Se evidencia la lucha entre gentrificadores y residentes.

4° Etapa.- La llegada de nuevos habitantes de clase media es continua debido a las nuevas edificaciones de vivienda y negocios; la zona se convierte en segura y moderna. Los edificios desocupados se ponen al mercado, ya que estaban reservados para la especulación. Se construyen nuevos comercios y se intenta delimitar zona histórica para protegerla de las inversiones privadas. El desplazamiento ya afecta a los propietarios y las personas adineradas que deciden mudarse por el aumento de precios de la vivienda. Las entidades financieras ven el lugar como sitio de inversión (Figura 1).

Figura 1. Etapas de la Gentrificación de un barrio.

Figura tomada de Bushwick Action Research Neighborhood.Change in Bushwick.

Para Janoschka y Sequera (2014), en el estudio del proceso de gentrificación en América Latina, las etapas lo detalla de la siguiente manera:

Primera dimensión.- La gentrificación simbólica, da a conocer cómo los aspectos simbólicos (la política, economía y social) se agrupan como una estrategia de desplazamiento.

Segunda dimensión.- Debido a la penetración capitalista, la gentrificación y los mercados inmobiliarios guardan relación. Así, la articulación entre gentrificación, abandono y desplazamiento es atravesada por la creación de nuevos mercados inmobiliarios, así como la creciente “tugurización” proveyendo títulos de propiedad, lo que formaliza la miseria.”

Tercera dimensión.- El Estado toma un papel importante en el desarrollo de la política y es el factor principal para el proceso de gentrificación.

Cuarta dimensión.- Se genera la resistencia a la gentrificación.

Por lo tanto, el proceso de gentrificación se da a escala global y sus etapas son utilizadas para identificar territorialmente en que situación está una zona. Para el presente estudio, se muestra el siguiente pictograma que sirve de base para entender mejor las etapas de este

proceso. Es importante indicar que, no todas las etapas se cumplen en los distintos estudios ya que las realidades de las ciudades son diferentes.

2.1.3 Gentrificación en Europa y América

A fines de 1950 e inicios de 1960, Ruth Glass, Directora de Investigación Social de la Universidad de Londres, comienza a investigar en el barrio donde vivía, Islington, los vínculos entre la rehabilitación urbana, el aumento de precios de las viviendas, el desplazamiento de los propietarios a otras zonas y la llegada de nuevos habitantes de clase media. En 1964 define a este fenómeno como “gentrificación”. El uso de este término se extiende en Inglaterra y comienza a ser usado en investigaciones similares en otras ciudades (Checa-Artasu, 2011).

En el caso de Europa, este fenómeno ha ocurrido en ciudades de Francia, España, Portugal, Inglaterra, entre otros. A continuación se presentarán dos casos que han sido materia de estudio:

En París, durante la década de los 90 e inicios del 2000, se observan las primeras evidencias de Gentrificación en el Distrito XI. En un inicio algunos intelectuales y artistas se desplazaron a esta parte de la capital ya que los precios no eran tan altos. Poco a poco comenzó a cambiar la atmósfera urbana y esta zona se convierte en un pequeño foco cultural. En el 2007 se puso en valor una antigua fábrica de la zona cuyo nombre es La Casa de los Trabajadores Metalúrgicos, llamada en francés La Maison des Métallós, con el fin de promover mayores actividades culturales y artísticas. Paralelamente a este desarrollo cultural y urbano, intelectuales y profesionales empezaron a mudarse a este distrito. A mediados del 2010 ya se observaba un mayor porcentaje de nuevos vecinos y una disminución de la presencia de la población original que era mayoritariamente obrera (Fleury y Goutallier, 2014).

En España, las ciudades de Madrid y Barcelona son los lugares en los que la Gentrificación ha ocurrido a gran escala. En ambos casos, las políticas públicas han reconfigurado algunos barrios y los han convertidos en centros de atracción turística. En el caso de Madrid, el barrio de Lavapies, que antiguamente era un barrio tradicional, ahora se ha convertido en ícono de la modernidad. En los últimos años esta localidad ha visto aumentar su número de habitantes, sin embargo los vecinos antiguos del lugar han disminuido. En esa misma situación se encuentran los barrios de Chueca y Malasaña en la capital española. Respecto a Barcelona, la revitalización de la ciudad comenzó poco antes del inicio de los Juegos

Olímpicos de 1992 gracias a la intervención de entidades públicas y privadas las que desarrollaron programas que promueven la cultura como un signo de modernidad, a la par que servía para reactivar la economía. Los planes de inversión también se reorientaron hacia el dinamismo urbano. Los barrios de Ciutat Vella y El Raval son los ejemplos más claros de este proceso gentrificador (Vila, 2017).

En Estados Unidos, la gentrificación se evidencia en muchas ciudades, una de ellas, Gavenspoort Market, conocido también como Meatpacking Market, ubicado en Manhattan, Nueva York. Este barrio famoso por estar relacionado a la industria de la carne comenzó a transformar su espacio urbano a inicios de la década de los 90 debido a que el Estado le otorgó el reconocimiento como Patrimonio Cultural de la Nación. Debido a este status alcanzado, muchos negocios comenzaron a establecer locales en la zona. Esto encareció el costo de vida de los habitantes locales, quienes empezaron a mudarse gradualmente hacia otros barrios (Dosal, 2014). Situación similar ocurre en algunas localidades de Miami, Chicago, Los Angeles entre otras.

En Ciudad de México la Gentrificación se ha llevado a cabo en varias localidades pero una de las más representativas es Ciudad Condesa. Luego del terremoto de 1985, muchos pobladores dejaron sus residencias que luego pasaron a ser ocupadas por nuevos habitantes. Estos elegían este barrio ya que el valor de la propiedad era bajo. A mediados de la década de los 90' se inicia la llegada de inversiones de tipo comercial e inmobiliario. El autor Salinas (2013) afirma que a comienzos de la siguiente década, muchos inmuebles fueron demolidos para levantar edificios multifamiliares modificando el diseño urbano del área. Los primeros cambios en la demografía se notaron en esta época. La alta revalorización del suelo trajo como resultado que los pobladores locales vendan sus propiedades o las alquilen y se muden a otras zonas de la ciudad. Otros barrios donde se ha hecho visible este proceso es Proyecto Alameda.

En Argentina, también se puede observar este fenómeno gentrificador en Abasto, lugar de nacimiento del cantante y actor argentino Carlos Gardel, ubicado en Buenos Aires. En este lugar se ha transformado a las construcciones y se ha reemplazado el antiguo y tradicional mercado de frutas y verduras para construir un moderno centro comercial llamado Abasto Shopping Center (Dosal, 2014). Palermo es otro barrio en la capital argentina en el que también se ha vivido la Gentrificación. Las casas que originalmente eran de uno o dos pisos se han transformado en lugares para comercio como bares, restaurantes y tiendas de marcas prestigiosas; se ha incrementado la inversión inmobiliaria en este barrio y en la actualidad

se le conoce como Palermo Soho o Palermo Hollywood dependiendo de la zona (norte o sur) de la localidad (Salinas, 2013).

Otras ciudades latinoamericanas con características claras de gentrificación y que han sido investigadas son Recife y Salvador de Bahía en Brasil, Quito y Cuenca en Ecuador, Montevideo en Uruguay, Valparaíso y Santiago en Chile, Getsemaní y Bogotá en Colombia y Cusco en Perú. En todos los casos, este proceso ha sido siempre impulsado gracias a la unión de inversión pública y privada que busca recuperar zonas patrimoniales para mejorar la imagen de la ciudad y de este modo crear focos atractivos para desarrollar más inversiones, la mayoría de veces ligada al turismo y comercio (Vergara-Constela y Casellas, 2016).

2.1.4 Gentrificación en Perú

En el Perú, el caso más emblemático de gentrificación y que ha sido estudiado es la ciudad de Cusco. Steel y Klaus (2010) realizaron una investigación en la que analizaron el proceso de renovación urbana iniciado luego del terremoto de 1950. Este plan de revitalización de la ciudad atrajo la atención de la UNESCO² que gestionó el envío de un equipo de especialistas con la finalidad de asesorar y apoyar los trabajos de preservación, protección y puesta en valor de los monumentos históricos de la ciudad. Estos trabajos se intensificaron en 1983 luego que Cusco se convierte en Patrimonio Cultural de la Humanidad. El plan urbano de Cusco está muy enfocado en el aspecto visual. Los nuevos edificios deben guardar armonía con el resto de las construcciones, tanto en color como en arquitectura; los cables de luz y teléfono deben estar puestos bajo tierra para no afectar la estructura del paisaje; los paneles publicitarios son de uso restringido; las renovaciones de construcciones se deben hacer con adobes; los residentes deben pintar obligatoriamente las fachadas de sus casas una vez al año y con colores que se encuentren dentro del contexto arquitectónico. Este enfoque visual de Cusco ha traído repercusiones en las personas que habitan en el lugar pues en los últimos años se ha observado una reducción de la población local del centro histórico debido principalmente a la incapacidad de afrontar económicamente las regulaciones de la zona. El incremento de los negocios vinculados al turismo y el consecuente aumento de precios del suelo y alimentos han provocado que muchos habitantes se desplacen a otros barrios de la ciudad (Steel y Klaus, 2010).

² Siglas en inglés de la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura

2.1.5 La industria inmobiliaria en el mundo

Se ve claramente que el rubro inmobiliario tiene siempre participación activa en los procesos de revitalización urbana y gentrificación en las ciudades. El crecimiento del mercado inmobiliario ha sido notorio en la actualidad en los diferentes países. En España el término “burbuja inmobiliaria” empieza aparecer a principios del año 2003, originándose un crecimiento en la construcción en los años 1996-2007 y por lo tanto, en el crecimiento de la tasa de empleo también. La demanda de viviendas en ese país se debió a una expansión económica y la reducción de los tipos de interés hipotecarios en los bancos cuyo ofrecimiento de créditos hipotecarios era cada vez mejor. Un factor principal para el crecimiento inmobiliario en ese país, fue el crecimiento del número de hogares debido a la inmigración de familias en esos años, ya que creció la compra de inmuebles de familias no residentes. (Arellano y Bentolila, 2009).

En América Latina la tasa de crecimiento en desarrollo del suelo ha sido considerable junto con el aumento de la población. En el caso de Santiago de Chile o Buenos Aires experimentan un proceso de descenso de la población central y la sub-urbanización.

Se ha demostrado que en el periodo entre 1992 y 2002 la población en el área metropolitana de Chile ha disminuido notablemente en las ciudades centrales, mientras que en las localidades periféricas como las comunas de Puente Alto, Maipú, Lampa o Quilicura tuvieron un relevante aumento. Los megaproyectos residenciales eran diseñados como barrios cerrados, para 50.000 personas en algunos casos. Las construcciones en esta zonas incluyen la infraestructura como complejos comerciales y servicios como escuelas, también se consideraba la autopista que conecta el centro de la ciudad con los periféricos y otras obras públicas (Heinrichs et al., 2009).

En el estado de Rio Grande do Norte (Brasil) especialmente en la zona costera de la Región Metropolitana de Natal se ha incrementado las inversiones en el sector inmobiliario debido al crecimiento del turismo de salud y de playas. La implementación de las políticas públicas mejoraron tanto la infraestructura del acceso a la costa como el aumento de las segundas residencias (vivienda de uso ocasional) en esas zonas. De la misma manera se construyeron hoteles, posadas, restaurantes y bares para satisfacer las necesidades de los turistas. A medida que se implementaron áreas de equipamientos y servicios urbanos (luz, agua, carreteras, etc.), estos lugares se volvieron más atractivos. Las grandes inversiones en el

sector inmobiliario y las ventajas de la naturaleza en esa zona la han convertido en una ciudad de gran interés turístico (Justino de Oliveira, 2015).

2.1.6 El Cambio Social

En las definiciones de gentrificación se observa que se hace mención frecuente a los cambios sociales que se producen en los pobladores de la localidad gentrificada. Por lo tanto es necesario establecer el concepto de cambio social.

Según el autor Saco (2006) es: “Es un proceso colectivo de alteración duradera en el tiempo de las formas de funcionamiento y estructuración de las interacciones entre individuos o grupos que cambia el curso histórico de una colectividad” (pág. 40).

De acuerdo al mismo autor el cambio social se da por una serie de factores que inciden en este cambio. Estos pueden ser factores de tipo tecnológico, económico, cultural, psicológico entre otros.

En la presente investigación, se abordará principalmente el cambio social originado por el factor cultural vinculado a la gentrificación y al turismo. Respecto al cambio sociocultural los autores Sancho y Buhalis de la OMT (1998) indican que muchas veces este puede convertirse en un despertar cultural para los habitantes y generar concientización sobre la continuidad histórica y cultural de su ciudad y en consecuencia muestran interés por la preservación de sus monumentos locales reforzando su identificación con su territorio y su Patrimonio Cultural.

2.1.7 Identidad Cultural

Para el autor Rojas (2011) la identidad cultural es un concepto muy amplio de carácter inclusivo y representa una identidad colectiva capaz de reconocerse a sí mismos y distinguirse de otro grupo social, es decir, posee una diferencia particular que la hace única y distinta. La identidad cultural a veces suele expresarse de modo inconsciente en las personas y se manifiesta en determinados tiempos y espacios.

2.2 El Turismo

2.2.1 Definición

Una de las primeras definiciones data de 1942 y la realizaron los profesores de la universidad de Berna, Hunziker y Krapf (1942) quienes se refieren al turismo como:

“la totalidad de las relaciones y fenómenos generados por el viaje y la estancia de forasteros, siempre y cuando la estancia no implique el establecimiento de una

residencia permanente y no están relacionada con actividades remuneradas” (Citado en Sancho y Buhalis, 1998, pág.45).

Años más tarde, Burkart y Medlik (1981), definen al turismo como:

“Los desplazamientos cortos y temporales de la gente hacia destinos fuera del lugar de residencia y de trabajo, y las actividades emprendidas durante la estancia en esos destinos” (Citado en Sancho y Buhalis, 1998, pág.45).

En los años 1982, surge otra definición semejante con algunas modificaciones, por los autores Mathieson y Wall (1982) quienes consideran al turismo como:

“movimiento temporal de la gente, por períodos inferiores a un año, a destinos fuera del lugar de residencia y de trabajo, las actividades emprendidas durante la estancia y las facilidades creadas para satisfacer las necesidades de los turistas” (Citado en Sancho y Buhalis, 1998, pág.46).

La OMT³ (1994) tiene una definición que resume todos los conceptos mencionados anteriormente destacando los puntos positivos de cada uno de ellos y establece que el turismo:

“Comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año con fines de ocio, por negocios y otros” (Citado en Sancho y Buhalis, 1998, pág.46).

El autor De La Torre (1994) da una definición muy completa sobre el turismo:

“El turismo es un fenómeno social que consiste en el desplazamiento voluntario y temporal de individuos o grupos de personas que, fundamentalmente con motivo de recreación, descanso, cultura o salud, se trasladan de su lugar de residencia habitual a otro, en el que no ejercen ninguna actividad lucrativa ni remunerada, generando múltiples interrelaciones de importancia social, económica y cultural”(Citado en Gurria, 1997, pág. 14).

Esta última definición es la que se considerará en la presente investigación.

2.2.2 Clasificación

Existen diversas formas de clasificar el turismo de acuerdo a diferentes elementos tales como motivación o gustos, desplazamiento geográfico, volumen, entre otros (Ibañez y Cabrera, 2011).

³ Organización Mundial del Turismo

2.2.2.1 Por su desplazamiento geográfico

Es la clasificación de viajes de acuerdo al desplazamiento del turista en relación a su lugar de residencia (Quesada, 2007). El mencionado autor lo ha dividido de la siguiente manera:

- **Turismo nacional o interno:** Viajes realizados por las personas nacionales o residentes dentro de su mismo país.
- **Turismo Internacional:** Existen 2 modalidades:
 - **Turismo Internacional Receptivo:** Son todas las personas (turistas) residentes en otros países que visitan una nación distinta a la que habitan.
 - **Turismo Internacional Egresivo o Emisivo:** Son todos los nacionales o residentes de un país que viajan fuera de su territorio.
- **Turismo intrarregional:** Es una forma de turismo internacional que se realiza dentro de una región determinada sin salir de este. Los países que son parte de esta región tienen vínculos geográficos, históricos y comerciales tal como es el caso de los países que integran la Comunidad Europea, la Comunidad Andina, entre otros.

2.2.2.2 Por su volumen

Está determinado por la cantidad de turistas que se desplazan (Quesada, 2007). Según el mismo autor se dividen en:

- **Turismo social:** Practicado por personas de menores ingresos, generalmente dentro de su país. Entre sus características más importantes figuran la corta estadía, facilidades para pagar el costo del viaje y gastos reducidos.
- **Turismo masivo:** Es conocido también como turismo tradicional. Este tipo de turistas tienen mayormente hábitos consumistas y demandan mucha variedad en los servicios según su capacidad socioeconómica.
- **Turismo selectivo o de minorías:** También se le conoce como turismo de lujo por el nivel y calidad de los servicios demandados. Este tipo de turismo es practicado por personas con alto poder socioeconómico.

2.2.2.3 Por su motivación o gustos

Esta clasificación está basada en el interés que persigue el turista al visitar un destino (Ibañez y Cabrera, 2011). A continuación definiremos los más conocidos:

- **Turismo Deportivo:** Los turistas de este grupo viajan por circunstancias tales como ser espectadores de alguna competencia deportiva, para aprender alguna actividad deportiva o como participantes de algún evento deportivo (Quesada, 2007).

- **Turismo de Placer:** En este tipo de turismo la motivación es el deseo de divertirse y pasarla bien. Es principalmente recreativo y se incluyen las visitas a grandes ciudades, parques temáticos, playas, etc (Quesada, 2007).
- **Turismo de Salud:** Esta forma de turismo es realizado por personas que buscan descanso o recuperación. En otros casos, los turistas viajan para recibir tratamiento que los ayude a mejorar su salud (Quesada, 2007).
- **Turismo de Negocios:** En este caso, el viaje está vinculado a las actividades laborales o profesionales de la persona (Ibañez y Cabrera, 2011). Es importante mencionar que no debe existir relación ni implícita ni explícita empleador-empleado. Algunos ejemplos de esta forma de turismo son la asistencia a Congresos o Eventos, visitas para tratar asuntos comerciales, misiones diplomáticas, entre otros.
- **Turismo de Aventura:** Es un tipo de turismo que incluye la práctica de actividades deportivas de aventura y adrenalina tales como el montañismo, rappel, escalada, cabalgata, ciclismo, caminatas, canotaje, entre otros (Ibañez y Cabrera, 2011).
- **Ecoturismo:** Tipo de turismo a lugares naturales cuya finalidad es la conservación del entorno y la contribución al bienestar de la comunidad local. Entre las actividades que se realizan dentro del Ecoturismo se encuentran la observación de flora y fauna, observación de formas geológicas, entre otros (Ibañez y Cabrera, 2011).
- **Turismo Vivencial:** Turismo basado en la convivencia entre el turista y una familia local receptora que durante la estadía le enseña sus costumbres, tradiciones y sus actividades de subsistencia, tales como la agricultura, ganadería, el tejido, la gastronomía (Espino y Gonzalez, 2015).
- **Turismo gastronómico:** En este tipo de turismo la motivación del viaje es viajar a un destino para conocer y probar determinados tipos de comida y bebidas típicas de la localidad. La experiencia incluye el conocer los ingredientes de los platos y el aprendizaje de la preparación de los mismos (Ibañez y Cabrera, 2011).
- **Turismo Cultural:** Para definir el turismo cultural conviene definir primero lo que es Cultura. Al ser una palabra con significado bastante amplio, citaremos aquellos que están más relacionados al tema de la investigación. En la Declaración de México sobre Políticas Culturales (1982) la cultura es definida como:

“El conjunto de los rasgos distintivos, espirituales y materiales, intelectuales y afectivos que caracterizan una sociedad o grupo social y que la cultura da al hombre la capacidad de reflexionar sobre sí mismo. Ella engloba además

de las artes, los modos de vida, los derechos fundamentales al ser humano, los sistemas de valores, las tradiciones y las creencias” (pág.7).

Referente al Patrimonio Cultural en este mismo documento (1982) se señala que:

“Comprende las obras de sus artistas, arquitectos, músicos, escritores y sabios, así como las creaciones anónimas, surgidas del alma popular, y el conjunto de valores que dan un sentido a la vida, es decir, las obras materiales y no materiales que expresan la creatividad de ese pueblo: la lengua, los ritos, las creencias, los lugares y monumentos históricos, la literatura, las obras de arte y los archivos y bibliotecas” (pág.9).

En un sentido más antropológico, Kuper (2000) establece que:

“El concepto de cultura nos proporciona la única manera en que sabemos hablar sobre las diferencias entre los pueblos del mundo, diferencias que persisten desafiando los procesos de homogeneización” (pág. 212).

La cultura es un elemento muy importante del turismo pues le crea una marca distintiva. Por su parte el turismo se convierte en un medio para mejorarla y fortalecerla (OCDE⁴, 2008).

En este contexto se puede ya establecer un concepto más claro sobre el Turismo cultural. La Comisión de Promoción del Perú (PROMPERÚ, 2007) lo define como:

“El tipo de turismo que satisface el deseo de conocer la historia del lugar y admirar atractivos culturales, sitios arqueológicos, monumentos arquitectónicos, inmuebles históricos y museos, así como también conocer el arte y las manifestaciones culturales contemporáneas” (pág. 37).

De acuerdo a la Organización Mundial del Turismo OMT (2016) el turismo cultural:

“Añade un valor extraordinario a la oferta turística de un destino, ya que abarca las ricas y diversas formas de arte, tradiciones, gastronomía y arquitectura que diferencian a un destino de otro” (pág. 9).

Según la OCDE (2008):

“La cultura crea autenticidad y distinción en el mercado turístico global. En este sentido, las experiencias turísticas que pueden conectar a las personas y visitantes a las culturas locales son muy importantes”(pág. 11).

Sancho (1998) indica que el Turismo cultural se basa en:

“Las atracciones culturales que posee el destino, ya sean permanentes o temporales, tales como museos, actuaciones teatrales o musicales, orquestas,

⁴ Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico. Fundada en París en 1961, su misión es promover políticas que mejoren el bienestar económico y social de las personas alrededor del mundo. Sigla en francés es OECD.

etc., o basado en las características culturales y/o sociales de una población que dispone de un estilo tradicional de vida o de unas características propias, como es el caso de las reservas indias en los EE.UU” (pág.139).

El turismo cultural representa uno de los más grandes y rápidos crecimientos en los mercados turísticos mundiales y las industrias culturales y creativas. El uso creciente de la cultura y la creatividad para comercializar destinos está aumentando la presión de diferenciar identidades e imágenes regionales, y una gama creciente de los elementos culturales se emplean en las regiones de marca y mercado (Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico [OCDE], 2008).

2.2.3 Definición de turista

La definición de turista queda establecida según lo indica la OMT mencionadas por Sancho (1998) quien aclara algunas diferencias entre algunos conceptos:

- **El viajero:** Es el que se desplaza de un lugar a otro por cualquier motivo incluido los que lo hacen con fines migratorios (Sancho, 1998). Aquí se dividen dos grupos:

Aquellos que no se encuentran comprendidos dentro de las estadísticas de turismo: En este grupo se encuentran los pasajeros en tránsito que conectan vuelos en una ciudad y por lo general no salen del área del aeropuerto. También se incluyen representantes de misiones diplomáticas que por trabajo viajan a otro país tales como embajadores y cónsules. Asimismo, los refugiados por razones políticas, de guerra u otros forman parte de este grupo; y los inmigrantes que se van a residir a otro país ya sea por trabajo y/o estudios (Sancho, 1998).

Aquellos que sí se encuentran comprendidos dentro de las estadísticas de turismo: Dentro de este grupo se encuentra el **Visitante** que visita un lugar fuera de su residencia habitual por un período no mayor a un año con fines distintos al de tener un trabajo remunerado en el lugar visitado. Los visitantes están divididos en Turistas y Excursionistas (Sancho, 1998):

- **Turista:** Es el visitante temporal que permanecerá mínimo 24 horas en el lugar que visita en algún establecimiento de hospedaje (Sancho, 1998).

- **Excursionista:** Es el visitante temporal que permanece menos de 24 horas en el lugar que visita (Sancho, 1998).

La siguiente figura grafica los conceptos (Figura 2):

Figura 2. Clasificación de Viajeros según la OMT

Figura adaptada de Sancho y Buhalis (1998).

El presente estudio se basará en el concepto de visitantes ya que esta clasificación involucra tanto a turistas como excursionistas.

2.2.4 Definición de Turista Cultural

Es el turista que busca conocer y aprender de los estilos de vida de otras civilizaciones y su legado cultural (PROMPERU, 2007). De acuerdo a la publicación de PROMPERU, existen 3 tipos de turista cultural:

2.2.4.1 Turista Cultural Superficial

Es aquel que visita lugares histórico-culturales reconocidos que sean de fácil accesibilidad, por lo que muchas veces no necesita un guía de turismo. Suele buscar información básica de los sitios que va a visitar. Su finalidad es conocer, visitar y admirar el atractivo.

2.2.4.2 Turista Cultural Aficionado

Es aquel que sin ser especialista sí se informa bien sobre el lugar que ha elegido visitar. Busca destinos en el que pueda hacer varias actividades culturales y que no tengan mucha influencia turística. Asimismo, suelen contratar un guía de turismo ya que está interesado en obtener mayores conocimientos durante su visita. Por último, presenta mayor interés por conocer los sitios que por aprender sobre las tradiciones o costumbres de la localidad visitada.

2.2.4.3 Turista Cultural Conocedor

Es el turista que muestra interés por conocer las costumbres y cultura de las comunidades. Busca información especializada de los lugares que visitará y la accesibilidad no es ningún inconveniente para hacer su visita. Su interés mayor radica en conocer nuevos descubrimientos arqueológicos, aprender todos los aspectos culturales del lugar que visitan e incluso aprender nuevos idiomas.

2.2.5 Componentes de la Actividad Turística

Dentro de los tres grandes componentes según la OMT (1998), se consideran los siguientes elementos:

2.2.5.1 Oferta Turística

La autora Sancho (1998) la define como el: “Conjunto de productos turísticos y servicios puestos a disposición del usuario turístico en un destino determinado, para su disfrute y consumo” (pág. 51).

Villena (2007) establece que la oferta turística es el conjunto de servicios puestos en el mercado para su uso por parte del visitante.

La oferta se encuentra constituida por el recurso turístico, el atractivo turístico, la planta turística y la infraestructura básica.

➤ Recurso Turístico

Es el elemento generador de las corrientes turísticas que motiva al visitante a desplazarse hasta ese lugar. Sin embargo para lograrlo, el recurso debe ser puesto en valor otorgándole las facilidades del caso para que pueda ser visitado (Villena, 2007).

➤ Atractivo Turístico y tipología

Es el recurso turístico que ya ha sido puesto en valor comercial, es decir, se han realizado las inversiones necesarias para que se encuentre apto para ser visitado (Villena, 2007). De acuerdo al autor Gurría (1997), los atractivos pueden ser naturales y culturales:

- **Naturales:** Como su nombre lo indica son formaciones naturales. Entre estas se pueden mencionar las playas, montañas, lagunas, volcanes, dunas, bosques, selvas, etc. (Gurría, 1997).
- **Culturales:** Gurría (1997) afirma que son “elementos aquellos elementos en que interviene o ha intervenido la acción humana en el devenir histórico, o bien se establecen por razones culturales o comerciales” (pág. 50).

Los lugares arqueológicos, históricos, manifestaciones arquitectónicas, el folklore, tradiciones, son algunos de los atractivos de este tipo.

➤ **Planta Turística**

Villena (2007) lo define como: “La estructura de producción del sector y comprende el equipo necesario para generar los servicios que consume el turista” (pág. 189).

El autor Gurría (1997) refiere que la planta: “Está formada por las instalaciones y el equipo de producción de bienes y servicios que satisfacen lo que requiere el turista en su desplazamiento y estancia en el destino escogido” (pág. 52).

La planta está conformada principalmente por los establecimientos de hospedaje, servicios de restauración, agencias de viajes y otras prestaciones tales como transporte, teleféricos, muelles turísticos, miradores entre otros.

- **Establecimiento de hospedaje:** Es aquel que ofrece en forma habitual y remunerada el servicio de alojamiento con o sin otros servicios complementarios igualmente remunerados. Dentro de esta prestación se encuentran aquellos establecimientos que están categorizados por Decreto Supremo 001-2015 del Mincetur, es decir, Hoteles, Apart Hoteles, Hostales y Albergues, así como aquellos que no lo están como los Hoteles, Pensiones, Alojamientos Bed & Breakfast, entre otros (Villena, 2007).
- **Servicio de restauración:** Aquel servicio que se encarga de expender comidas y bebidas al público en las condiciones de ubicación, presentación del local y calidad de servicios (Villena, 2007).
- **Agencias de viajes:** Están dedicadas al negocio de los viajes y el turismo y que actúan como intermediarias entre el usuario y los proveedores del servicio. Se encargan de elaborar, organizar y vender programas turísticos dentro y fuera del país (Villena, 2007).

➤ **Infraestructura**

El autor Gurría (1997) considera que la infraestructura son: “Todas aquellas instalaciones ajenas al sector que no tienen productividad directa, pero que apoyan la operación de los servicios turísticos” (pág. 64).

La infraestructura la conforman las vías de comunicación, los sistemas de comunicación como el teléfono, internet, TV. En este punto se incluyen también aeropuertos, puerto, terminales terrestres y los servicios básicos de energía eléctrica, agua potable y alcantarillado (Villena, 2007).

2.2.5.2 Demanda Turística

Según la autora Sancho (1998), la demanda está formada por el conjunto de productos, servicios o posibles consumidores de bienes y servicios turísticos.

2.2.5.3 Superestructura

Ibáñez y Cabrera (2011) refieren que además de la oferta turística, se debe contar con una Superestructura y que esta:

“Comprende todos los organismos especializados, tanto públicos como privados, encargados de optimizar y cambiar, cuando fuere necesario, el funcionamiento de cada una de las partes que integran el sistema así como armonizar sus relaciones y facilitar la producción y venta de los múltiples servicios que conforman el sistema turístico” (pág.183).

Gurría (1997) indica que por Superestructura: “Nos referimos principalmente a los elementos de control que incluye la regulación de la actividad turística” (pág.65).

Los Ministerios de Comercio Exterior y Turismo, de Cultura y PROMPERÚ son organismos públicos que forman parte de la Superestructura y están ligados directamente a la industria del turismo.

2.2.6 El Turismo Cultural en el mundo

De acuerdo a información de la OCDE (2008) más del 50% de la actividad turística en Europa tiene como motivación la cultura y se espera que la tendencia siga en aumento. La Comisión Europea promueve el turismo cultural para cimentar y reforzar la idea de unidad en la diversidad de poblaciones de este continente. En el mismo documento se refiere otro estudio de la OMT en el que se establece que el turismo cultural representa el 40% del turismo internacional y especifican que tanto en Estados Unidos y Canadá los viajes, sean vacacionales o salidas cortas, relacionados con el turismo cultural representan más del 50%

del total. Por otro lado, en muchas áreas urbanas (OCDE, 2008) algunas instituciones culturales han impulsado la regeneración de áreas deterioradas, rejuveneciendo las economías locales y aumentando el valor de las propiedades como ha ocurrido en barrios como El Raval en Barcelona, el Soho en Nueva York, Lavapies en Madrid, Barrios Altos en Lisboa, San Telmo en Buenos Aires, entre otros.

Respecto a Latinoamérica, el autor Madrid (2012) establece que México es el país con el mayor número de manifestaciones culturales y es el que cuenta con el mayor número de Patrimonio Cultural declarado por la UNESCO sumando 38 en total. Solo en el 2011 se registraron 18.3 millones de visitas a museos y centros arqueológicos. Se estima que el 20% de su actividad turística está directamente relacionada con el turismo cultural.

En el caso de Colombia, luego de haber recuperado territorios dominados por grupos fuera de la ley, el gobierno nacional junto al Ministerio de Cultura implementó diversos programas para poner en valor sus lugares históricos y crear un entorno favorable para el desarrollo del turismo cultural en su país (Delgadillo et al., 2015).

2.3 Área de estudio: Distrito de Barranco

2.3.1 Datos generales PERÚ

2.3.1.1 Ubicación geográfica

El Perú está ubicado en la parte occidental y central de América del Sur, teniendo como límites por el norte a Ecuador y Colombia, por el sur a Chile, por el este a Brasil y Bolivia; y por el Oeste al Océano Pacífico.

Figura 3. Mapa del Perú, división departamental y ubicación de su capital Lima.

Nota: Figura tomada del Instituto Nacional de Estadística e Informática 2016.

2.3.1.2 Geografía

El Perú posee una multiplicidad de paisajes debido a su accidentado geografía y por lo tanto una diversidad de recursos naturales. Este territorio se divide en 3 grandes regiones geográficas determinadas según la altitud, paisaje y clima: Costa, Sierra y Selva.

2.3.1.3 División Político-administrativa

El Perú se encuentra dividido en 24 departamentos o regiones, los cuales se subdividen en provincias y estos a su vez en distritos. Asimismo cuenta con una provincia Constitucional, el Callao, la cual está ubicada en el Departamento de Lima. La capital del Perú es la ciudad de Lima, ubicada dentro de la Provincia de Lima que pertenece al Departamento del mismo nombre.

2.3.1.4 Demografía

De acuerdo a estimaciones del Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI, 2017) la población asciende a 31 millones 826⁵ mil habitantes. El 50.1% está conformado por hombres y el 49.9% por mujeres. Se estima que la población adulta, personas entre 21 a 59 años, representa el 51.1%⁶ de los peruanos de acuerdo a los estudios de Ipsos⁷ basándose en fuentes INEI. En cuanto a la esperanza de vida para los peruanos, Ipsos calcula que es de 75 años en promedio. Lima, la capital peruana concentra al 30% del total de la población del país.

2.3.1.5 Economía

Según el Fondo Monetario Internacional (FMI, 2017), el PBI per cápita del Perú es de US\$13.501, la economía peruana es diversa gracias a su geografía y recursos naturales.

Perú cuenta con tres actividades económicas principales que se componen en primarias, secundarias y terciarias, cuyo aporte al PBI es de: 7.3%, 34.6% y el 58.1% respectivamente. Dentro de las actividades primarias tenemos la minería, uno de los sectores más importantes de la economía peruana ya que representa el 50% de las divisas del país. Por otro lado tenemos a la agricultura, donde sus principales productos son considerados a la papa, el arroz, el café, la quinua, el maíz, el algodón, el trigo, las hortalizas y legumbres, los frutales y la caña de azúcar.

Como actividad Secundaria tenemos a la Industria, destacando el sector textil y vestido y la producción de alimentos (lácteos, bebidas, dulces, pescado), productos químicos y farmacéuticos. Las ciudades donde más se concentra esta actividad son Lima, Arequipa, Tacna, Trujillo, Chiclayo, Piura, Iquitos y Cusco.

⁵ Fuente: http://cpi.pe/images/upload/paginaweb/archivo/26/mr_poblacion_peru_2017.pdf

⁶ Fuente: <https://gestion.pe/economia/ipsos-tasa-crecimiento-anual-poblacion-peruana-1-01-226591>

⁷ Empresa de Investigación de Mercado

En la actividad terciaria está el sector de servicios, que es la que más impulsa a la economía del Perú. Los sectores que intervienen en esta actividad son el turismo, comercio, banca, servicios financieros, educación, salud, transporte, entretenimiento, seguridad, restaurantes, hotelería y comunicaciones.

El Turismo es el sector más destacado ya que representa el 7% del PIB total del país, emplea al 11% de la población económicamente activa y es uno de los de mayor crecimiento en los últimos años.

Los servicios financieros es otro sector de gran importancia ya que más personas acceden a las ventas minoristas, transacciones electrónicas, nuevos productos financieros, tercerización de servicios e inversiones en el sector.

Por último tenemos como actividad económica al Comercio Internacional, Perú es el 56° mayor exportador del mundo, sus principales socios comerciales son China y Estados Unidos, los destinos principales de las exportaciones de Perú son China (21%), Estados Unidos (15%), Suiza (8%) y Canadá (7%), mientras que los orígenes principales de las importaciones de Perú son China (22%), Estados Unidos (20%), Brasil (5%), y México (4.9%).

2.3.1.6 El turismo y el turismo cultural en el Perú

De acuerdo a información de PROMPERU (2015), el turismo internacional receptivo en el Perú registra un crecimiento sostenido anual de 9%⁸ desde la última década. En el 2015, visitaron el Perú 3 millones 282 mil 671 turistas. En la actualidad el turismo se ha posicionado como el segundo sector económico no tradicional más importante del país, superado únicamente por las agroexportaciones. Las ciudades más visitadas por los turistas son Lima, Cusco, Puno, Arequipa y Tacna.

Respecto al turismo cultural, según datos de PROMPERU, el 86% de visitantes extranjeros realizan alguna actividad de este tipo durante su estadía en nuestro país. Esto es distinto al hecho de visitar Perú exclusivamente por una motivación cultural. Si nos centramos en este segundo punto, la cifra se reduce al 9%, cantidad pequeña pero que no deja de ser importante ya que este grupo reducido estrictamente cultural es el que tiende a permanecer más tiempo y quienes tiene mejor disposición para conocer nuevos lugares, esto significa que son

⁸ Fuente:

https://www.gob.pe/TurismoIN/sitio/VisorDocumentos?titulo=Perfil%2520del%2520Turista%2520Extranjero%25202015&url=~/Uploads/perfiles_extranjeros/38/PERFIL%2520EXTRANJERO%2520SPREAD.pdf&nombObjeto=PerfTuristaExt&back=/TurismoIN/sitio/PerfTuristaExt&issuuid=1760695/42132098

visitantes que gastan más. En nuestro país, este tipo de turismo va creciendo de modo sostenido. Mientras en el 2007, un 75% de turistas extranjeros había realizado actividades culturales, en el 2013, la cifra había aumentado a 86%. No obstante tener un turismo cultural tradicional en el que la visita al lugar cultural es el objetivo, también se ha venido desarrollando desde algunos años una forma de turismo cultural “vivo” en el que el turista experimenta directamente a la cultura. Actividades como probar o preparar comida peruana, catar vinos, piscos, participar en algunas festividades tradicionales es parte de esta “cultura viva” que ha comenzado a atraer nuevas corrientes de turistas (PROMPERU, 2015).

2.3.1.7 Importancia socioeconómica del Turismo en el Perú

El turismo tiene un gran impacto social y económico debido a su rápido crecimiento en el mundo. El aumento del número de negocios en turismo es igual o superior al de las exportaciones de petróleo, productos alimentarios o automóviles. Según la OMT el turismo se ha convertido en uno de los principales actores del comercio internacional y representa una de las principales fuentes de ingresos en varios países en desarrollo. También se ha evidenciado un gran crecimiento en la diversificación y en la competencia entre los destinos turísticos. Esta expansión en países industrializados y desarrollados ha beneficiado en la economía y en la generación de empleo incluso para los sectores relacionados como la construcción, la agricultura o telecomunicaciones.

El turismo es considerado como uno de los factores trascendentales en la lucha contra la pobreza, ya que contribuye al crecimiento y desarrollo de la economía de los países, a la vez se dice que es transversal porque incluye diferentes actividades económicas que generan y proveen diversos bienes y servicios a los visitantes. Las tres principales actividades relacionadas al turismo que tienen crecimiento económico son el transporte de pasajeros (carretera, aéreo, acuático, ferroviario y alquiler de vehículos), la provisión de alimentos y bebidas y el alojamiento para visitantes. También se incluyen los servicios culturales, recreativos y deportivos; en un porcentaje menor aparece la producción y comercio de artesanía, las agencias de viaje entre otros.

Según la medición económica del turismo del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo el aporte del PBI⁹ Turístico ha aumentado del 2011 al 2015 de 3,6% a 3,9% generado por las tres actividades económicas principales que se ha mencionada. En cuanto al aporte del

⁹ Producto Bruto Interno

consumo turístico interior al PBI Total ha aumentado del 6,4% a 6,9% en el mismo periodo. En comparación con las exportaciones no tradicionales el turismo receptivo es el segundo sector que aporta divisas al país.

Por lo tanto, se puede mencionar según esta medición que el gasto turístico interno ascendió a S/ 26 mil millones en el 2015 y el ingreso de divisas por turismo asciende a US\$ 4 151 millones, significando un incremento de 47,5% entre el 2011 y el 2015.

2.3.1.8 Sector Inmobiliario

En Perú el sector de construcción ha tomado impulso, registrándose un aumento del 7.92% en febrero del 2018, ante el aumento del consumo interno de cemento en 4.32%, y el avance físico de obras en 29.83%.¹⁰

Según el Ministerio de Vivienda el boom inmobiliario se repetirá como hace 16 años, ya que se estima la construcción de 80,000 viviendas este año, y esto se debe a que se está otorgando créditos hipotecarios por la demanda que tienen los desarrolladores inmobiliarios, así como otorgamiento de licencias municipales para los proyectos inmobiliarios, el cual propicia las obras de saneamiento. Uno de los programas de crédito es el de Mivivienda Verde, con una tasa de interés de 6.99% o 5.99% por el Bono del Buen Pagador.

Con la construcción ha aumentado la tasa de empleo debido a los proyectos públicos privados, como la Villa panamericana, Línea 2 Metro de Lima, edificios multifamiliares, las obras en remodelación y mejoramiento de pistas y veredas que ya se están ejecutando en diferentes distritos de Lima impulsados por las municipalidades. Según la Cámara Peruana de la Construcción (Capeco), el crecimiento de la venta de viviendas será de 6% para el 2018 y la estimación de los precios de las viviendas se elevará en un 5% al final del año.

Más de 25 mil unidades de viviendas se ofertan en Lima y Callao según el estudio de Capeco, con unos precios medios entre S/ 80,001 y S/ 400,000, los precios más altos son mayores a S/ 400,000 y los rangos más bajos con precios de S/ 80,000.

Los distritos con mayor construcción de viviendas están en Jesús María, seguido de San Miguel; respecto a Lima Top, se tiene a Santiago de Surco, por el centro se tiene a Breña; en Lima Sur, el distrito de Chorrillos; por el Norte, en Comas y en el sector urbano Lima el mayor número de viviendas está en el distrito de Ate.

¹⁰ Fuente: http://www3.vivienda.gob.pe/Destacados/estadistica/62_PBI-CONSTRUCCION.pdf

Por otro lado el Sector Vivienda se interesa por las políticas de urbanismo para lograr ciudades más amigables con el esfuerzo y trabajo de los alcaldes, la gestión eficiente del suelo, la reducción del impacto de los centros poblados sobre el medio ambiente entre otros. Revista (Mivivienda, 2017).

2.3.2 Datos generales LIMA

2.3.2.1 Ubicación geográfica

El departamento de Lima, que alberga a la capital del Perú, está ubicado en la Costa Central del país a orillas del Océano Pacífico. Limita al Norte con los departamentos de Ancash y Huánuco, al Este con Junín y Pasco y al Sur con los departamentos de Huancavelica e Ica. Dentro de este Departamento la provincia más importante es Lima ya que es la capital del Perú. Situada también a orillas del mar, Lima fue la ciudad más importante en el siglo XVI por su diversidad natural y riqueza cultural. Aún conserva en sus museos y construcciones la arquitectura en estilo barroco y renacentista; resalta también la conservación de sus iglesias, conventos y casonas y los elegantes balcones tradicionales.

2.3.2.2 Demografía

El Departamento de Lima cuenta con 11 millones 181 mil 700 habitantes de los cuales el 98.2% pertenecen al área urbana y el 1.8% pertenecen al área rural.

Por su parte la Provincia de Lima, capital del Perú, tiene 9 millones 170 mil 600 pobladores repartidos en sus 43 distritos. Uno de estos distritos es Barranco, área de estudio de la presente investigación.

2.3.2.3 División Político-administrativa

El departamento de Lima se divide en 10 provincias: Huaura, Oyón, Barranca, Canta, Cajatambo, Yauyos, Huarochiri, Huaral, Cañete y Lima, como se muestra en la siguiente figura:

Figura 4. Provincias del Departamento de Lima

Nota: Figura tomada de División Política de Lima por Wikipedia

La provincia de Lima se divide en 43 distritos, el cual se representa en la siguiente Figura

Figura 5. Distritos de la Provincia de Lima y Callao.

Figura tomada de Blogspot Lima, Capital del Perú.

2.3.3 Datos generales BARRANCO

2.3.3.1 Ubicación Geográfica

Barranco, distrito de Lima, se encuentra ubicado al Oeste de la Provincia del mismo nombre a una altitud de 5 metros sobre el nivel del mar. Latitud Sur 12°08'58", Longitud Oeste 77°01'29".

Geográficamente limita por el norte con el distrito de Miraflores, al este con el distrito de Santiago de Surco y al sur con el distrito de Chorrillos, como se muestra en la siguiente imagen:

Figura 6. Ubicación geográfica del distrito de Barranco.

Figura tomada de la página web de la Municipalidad de Barranco

2.3.3.2 Historia

En la época Pre-Hispánica existía en la costa central 3 grandes señoríos que se dedicaban a la agricultura y pesca: Carabayllo, Maranga y Sulco, éste último con la capital de Armatampu. Esta comarca comprendía lo que hoy es el distrito de Surco y zonas aledañas de Chorrillos y Barranco.

En la época Colonial, la zona fue la más visitada por la llegada de los españoles y mestizos (1535), quienes pasaban el día en caballo o en elegantes calesas entre los frutales y las chacras teniendo como horizonte el mar.

Existe una leyenda acerca del origen de Barranco que data a mediados del siglo XVIII (1750), un grupo de pescadores observaron que sobre uno de sus barrancos que da sobre el mar, apareció de manera milagrosa una cruz luminosa; siendo un panadero con apellido

Caideco quien levantó la primera capilla, cuyo nombre actual es la Ermita, en agradecimiento al señor del Barranco por salvar a su esposa quien estaba grave, fue así que se fue formando la población barranquina.

En la época Republicana, el 26 de octubre de 1874, se crea el distrito de Barranco con su capital Ermita y constituyéndose por sus barrios de Talana, Condesa, Ollería, Tejeda, Larrión y Pacayar. Este distrito fue el balneario de gente de clase media alta de la antigua Lima, entre su calles se apreciaba a visitantes extranjeros y veraneantes.

Uno de los acontecimientos más trascendentes del distrito, se relata el incendio durante la guerra con Chile, que trajo como consecuencia la destrucción de la Ermita y el Puente de los suspiros. En 1903 se inauguró la Estación central (Av. Bolognesi) que permaneció hasta los años 40. Otro acontecimiento fue el terremoto de 1940 que también ocasionó grandes daños pero que gracias a sus dirigentes se pudo reconstruir rápidamente.

El distrito de Barranco, actualmente nos ofrece una variedad de lugares turísticos, este distrito es conocido por “las noches barranquinas” donde se puede encontrar conciertos, discotecas, pubs y peñas. Además, Barranco es considerado como un distrito bohemio, cultural donde vivieron escritores, literarios y músicos.

2.3.3.3 Demografía

El Censo Nacional (INEI, 2007) estableció que el distrito de Barranco tenía 33,903 habitantes De acuerdo a este censo una gran parte de la población se encuentra en los niveles C (32%) y D (35%) mientras sólo el 5.5% de los pobladores se encuentra en situación de pobreza.

En el 2014 se llevó a cabo un Censo Distrital en el que se refiere que la cantidad de habitantes en Barranco es de 30,641. En el Nacional 2017 la población de Barranco se calcula en 28,970 habitantes.

Tabla 1
Población de Barranco según los últimos censos

Año 1981	Año 1993	Año 2007	Año 2014	Variación 1981-1993	Variación 1993-2007	Variación 2007-2014
46,478	40,660	33,903	30,641	-12.50%	-16.50%	-10.70%

Fuente: Readaptado de Análisis de tendencias y Delphi de la web de la Municipalidad de Lima Metropolitana – CEMPRO – 2014.

Como se observa en la Tabla 1, el nivel de población del distrito se ha reducido de modo constante en las últimas décadas. Según este Censo distrital (2014), los adultos mayores

(mayores de 60 años) conforman el 19.7% de la población total de Barranco. En base al género la población limeña es predominante femenina. En el caso de Barranco hay 87 hombres por cada 100 mujeres. Respecto a la población infantil de 0 a 5 años representa el 6% del total de habitantes del distrito. En tanto los niños en el rango de 6 a 11 años conforman el 7% de la población total. Los adolescentes entre 12 a 17 años son el 7.9% del total de habitantes (INEI, 2014). La población de Barranco representa el 0.3% del total de habitantes Lima Metropolitana la cual está estimada en 10 millones 209 mil.

2.3.3.4 Educación

Con respecto a la educación y ocupación de los pobladores del distrito, se ha determinado según el Censo Nacional (INEI, 2007) que la Población Económicamente Activa (PEA) representa el 47.5% del total de la población, del cual el 30.3% de ellos tiene educación secundaria y el 65.3% cuenta con un nivel de educación superior. Entre los empleos más habituales en el distrito se pueden encontrar: docentes, científicos, intelectuales, seguidos por los técnicos de nivel medio, trabajadores asimilados, trabajadores de servicios personales y vendedores.

En Barranco operan 30 Instituciones Educativas Públicas y 51 Privadas que ofrecen servicios educativos desde inicial, cuna y jardín, primaria, secundaria y CETPRO¹¹.

Es importante mencionar que estas instituciones educativas están organizadas bajo la UGEL¹² 7 que se encuentra en coordinación con la Municipalidad. Además cuenta con 4 Institutos Superiores Tecnológicos y 2 universidades privadas: Universidad de Ingeniería y Tecnología (UTEC) y Alas Peruanas (MDB, 2016).

2.3.3.5 Economía

En el distrito de Barranco, el turismo es la actividad principal para el desarrollo de esta zona, gracias al turismo interno y externo, se ha incrementado el poder adquisitivo de la clase media pero quienes hacen posible ese desarrollo depende en primer lugar de sus gobernantes, quienes conocen los problemas, define los objetivos de desarrollo y administra los recursos materiales y el capital humano para el logro de las mismas. En segundo lugar, el desarrollo depende de la misma comunidad ya que son ellos quienes lo eligen. El estado, a través de

¹¹ Centro de Educación Técnico - Productiva

¹² Unidad de Gestión Educativa Local, órgano descentralizado del Ministerio de Educación, encargado de dirigir, evaluar y coordinar las actividades educativas de las instituciones públicas y privadas del Perú. Lima Metropolitana cuenta con 7 UGEL's.

sus diferentes instancias, puede impulsar programas de apoyo al desarrollo del distrito como la infraestructura y servicios especialmente a las zonas con mayor índice de pobreza (MDB, 2016).

2.3.3.6 Infraestructura básica

El distrito de Barranco al estar ubicada en el área urbana de la ciudad de Lima cuenta con todos los servicios de infraestructura básica, entre ellos tenemos:

- **Agua y Desagüe:** Como casi todos los distritos de la capital, Barranco se encuentra interconectado por una sola red de distribución de agua potable la cual es administrada por el Servicio de Agua Potable y Alcantarillado (SEDAPAL, 2016). El pozo principal de abastecimiento se encuentra dentro de la jurisdicción de Surquillo. En la actualidad están instalados 81 Km de redes de alcantarillado y los servicios de agua y desagüe cuentan con 6,491¹³ conexiones en todo el distrito.

- **Energía Eléctrica:** Se encuentra administrada por la empresa LUZ DEL SUR. El suministro de luz presenta las siguientes características: alta tensión de 2.3 kv y 10.5kv, baja tensión de 220v y 300v, además frecuencia de 60 Hz. Por otro lado, la red de cableado es subterránea en casi todo el distrito.

- **Servicio Telefónico:** La telefonía fija se encuentra a cargo de Telefónica del Perú, el 45%¹⁴ de la población total del distrito cuenta con este servicio. El cableado es en su mayoría aéreo pero en algunas zonas es subterráneo. Respecto a la telefonía celular, el nivel de conectividad móvil es de 41%¹⁵, bastante bajo en comparación a otros distritos como Pucusana, Breña y Lurín donde el nivel de conectividad supera el 60% (Organismo Superior de Inversión Privada en Telecomunicaciones [OSIPTTEL], 2018).

- **Vías de comunicación:** Las calles y avenidas, están construidas principalmente en concreto rígido, en menor escala del tipo mixto - concreto cubierto con asfalto - y un pequeño sector de adoquines de piedra. El tránsito de vehículos es regular durante el día, presentando los más altos volúmenes de tránsito en las avenidas República de Panamá, San Martín y

¹³ Anuario Estadístico 2016 - Sedapal

¹⁴ Fuente:

https://www.mtc.gob.pe/comunicaciones/regulacion_internacional/regulacion/documentos/servicios_publicos/LLLista%20de%20Distritos%20de%20menor%20Densidad%20de%20LF%20Provincia%20Lima%20Y%20Ocallao.pdf

¹⁵ Fuente: https://www.osiptel.gob.pe/repositorioaps/data/1/1/1/not/osiptel-ranking-distritos-mejor-calidad-movil/files/ndp_osiptel-presenta-ranking-de-distritos-mejor-calidad-telefonía-internet-movil.pdf

Grau; las demás vías presentan un menor volumen de tránsito. La Vía Expresa convertida en vía exclusiva del servicio de transporte de El Metropolitano contribuye agilizar desplazamiento de la población fija y flotante del distrito.

2.3.3.7 Zonificación del distrito de Barranco

Aprueban actualización de Zonificación y Zona Monumental del distrito de Barranco al año 2010 según la ORDENANZA N° 343 CONCORDANCIAS: Ordenanza N° 1076, Art. 2 D.A. N° 007-2009-MDB.

Entre los principales Artículos de la ordenanza se destacan algunos los que nos ayudarán a comprender mejor la zonificación de los monumentos en el distrito:

***Artículo 11.-** Sectorización y Ejes de Desarrollo.- La Zonificación del territorio del distrito de Barranco se organiza espacialmente en Sectores urbanos con características heterogéneas con tratamiento diferenciado y los Ejes de Desarrollo.*

- Eje de Desarrollo Bolognesi: Comercial-Productivo*
- Eje de Desarrollo Grau: Comercial y de Servicios*
- Eje de Desarrollo Pedro de Osma: Cultural y Residencial*
- Sector “A”: Residencial - Productivo*
- Sector “B”: Residencial-Comercial-Cultural-Turístico*
- Sector “C”: Residencial-Cultural-Turística-Paisajístico*
- Sector “D”: Turístico, Paisajístico y Recreativo*

***Artículo 19.-** Delimitación.- La Zona Monumental tiene el perímetro siguiente: Av. Centenario, Av. Nicolás de Piérola, Av. José Balta, Av. Lima, Calle (Antes Jr. Malaga Grenet), Av. Surco, Av. Lima, Jr. Corpancho, Av. Panamericana Sur, Jr. Independencia, cerrando con la ribera del mar.*

Esta delimitación se encuentra graficada en el Plano N° 01 – Zona Monumental del Distrito de Barranco, que se adjunta en el Anexo 6.

***Artículo 20.-** Impacto y Áreas de la Zona Monumental.- En conjunto la Zona Monumental comprende un área aproximada de 126.19 Has., que representa el 57% del área total del distrito de Barranco, que incluye la Costa Verde (Sector D). La organización territorial de la Zona Monumental por Áreas, es la siguiente:*

***Artículo 24.-** Zonificación de la Zona Monumental.- Los criterios básicos que orientan la zonificación de la Zona Monumental de Barranco son los siguientes:*

** Propiciar la densificación de la Zona Monumental permitiendo la incorporación de nuevas edificaciones, conservando la volumetría y características del entorno y el espacio público.*

** Promover el desarrollo y la inversión en la Zona Monumental manteniendo las características urbanísticas que le son inherentes y permitiendo únicamente las actividades y usos urbanos que no interfieran con estas.*

2.3.3.8 Atractivos turísticos

La documentación que se ha revisado para este inventario ha sido el Plan de Desarrollo Concertado de Cultura de Barranco al 2021. Este distrito cuenta con un patrimonio cultural (casonas, monumentos, playas) que puestos en valor generan una dinámica económica muy atractiva a los inversionistas tanto en cultura como relacionados al turismo. El distrito también es reconocido por ser la cuna de prestigiosos artistas, escritores y músicos.

Según este documento, indica que el 56% del área del distrito es considerada patrimonio monumental ya que cuenta con 175 monumentos históricos (28% están en mal estado, 57% en estado regular, 11% en buen estado y el 4% en franco proceso de decadencia).

Según la Municipalidad de Barranco (2018), los establecimientos y las áreas de carácter cultural y el patrimonio cultural son los siguientes:

a) Biblioteca

- Biblioteca Manuel Beingolea

La Biblioteca Municipal de Barranco, fue inaugurada el 01 de octubre de 1922 durante el gobierno de Augusto B. Leguía, y se menciona que fue la primera Biblioteca en su género en todo el país.

La biblioteca promueve la conciencia de la herencia cultural, resalta el valor histórico y turístico del distrito, apoya la educación en todos sus niveles, dando oportunidades para el desarrollo creativo e intelectual de todos sus usuarios y asegura el acceso de todos los ciudadanos a toda clase de información comunitaria.

b) Patrimonio arquitectónico

La municipalidad ha delimitado una zona monumental del 65% del territorio. Los turistas extranjeros o visitantes de otros distritos que llegan a Barranco, por lo general hacen un circuito que comprende los siguientes lugares:

- Iglesia Santísima Cruz

Es el templo principal del distrito. Se inauguró el 01 de junio de 1963 en el cual participaron como padrinos los hermanos Pedro y Angélica de Osma Gildemeister.

- La Ermita

Se construyó de adobe y quincha a mediados del siglo XVII. Según la leyenda, la esposa de un panadero quien era muy devota, recibió el milagro de sanarse por la veneración de la cruz que se encontraba en ese lugar. Esta construcción sufrió un incendio por el ejército chileno,

luego quedó muy deteriorada por el terremoto de 1940. Actualmente está considerada para su restauración por el Plan COPESCO Nacional¹⁶.

- **Plaza San Francisco**

Es considerado uno de los lugares más visitados por su encanto en la arquitectura y los típicos ranchos que la rodean y con los jardines enrejados.

- **Bajada de los Baños**

Era una quebrada natural por donde bajaban los pescadores que venían desde Surco a las playas de Barranco y en tiempos antiguos a los Baños de Barranco. El camino ha mantenido su armonioso estilo. Está compuesto por varias escaleras que descienden hacia la costa. En los acantilados de la Bajada se fueron construyendo, desde principios del siglo XX, hermosos ranchos que se conservan hasta la actualidad.

- **Paseo Chabuca Granda**

Es una ruta de conexión entre el Parque Municipal y las escaleras que van hacia el puente de los suspiros, conocido anteriormente como el pasaje de Zepita, Su paisaje presenta un estilo arquitectónico republicano y sus 2 plataformas distribuidas contienen techos de madera lambrequinada. En el pasaje también muestra en los paneles fotos antiguas y frases referentes al distrito.

- **Puente de los Suspiros**

Esta construcción une a los extremos de la quebrada y permite el paso de las riberas de la calle Ayacucho y la Ermita, sus medidas aproximadas son de 44m de largo por 3m de ancho y 8.5 m de alto. La leyenda señala de que quien cruza por primera vez el puente sin respirar se le cumplirá su deseo. También fue de inspiración para la compositora Chabuca Granda en su canción “Puente de los suspiros”. Asimismo fue restaurado recientemente por el Plan COPESCO Nacional.

- **Estación del Funicular o Pérgola de la Estación**

Se ubica en la calle Domeyer quien era dueño del terreno y lo vendió al alemán Rudolf Holding, quien construyó e inauguró el ascensor hidráulico el 28 de julio de 1895. Este era un sistema de contrapeso que utilizaba las aguas filtradas de la playa. El Funicular eléctrico fue inaugurado el 09 de febrero de 1930 con un solo coche de capacidad doble, el cual solo funcionó hasta mediados de 1970.

¹⁶ Es la Unidad Ejecutora del MINCETUR que formula, dirige, ejecuta y supervisa proyectos de inversión de interés turístico a nivel nacional.

- **Paseo Sáenz Peña**

Este paseo contiene destacados conjuntos de residencias del siglo XX que tienen influencia Europea, el cual se destaca el estilo Francés. Su concepto es considerado similar al Paseo Colon del centro de Lima. El nombre es conmemorada al General Argentino Roque Sáenz Peña quien lucho en la Batalla de Arica en el año 1879.

c) Espacios públicos con infraestructura cultural

- **Parque Municipal**

Cuenta con una norma, la Ordenanza N°420 que establece que el Parque Municipal de Barranco es de uso exclusivo para actividades culturales.

Este lugar es considerado el centro de reunión de la comunidad barranquina y en donde se celebran los eventos más importantes del distrito, es de destacar la pérgola y los cuatro tipos de esculturas como el Candelabro de Barberini, los angelitos llamados Puttis, la Danide, una dama semidesnuda trabajados en mármol de carrara, también se aprecia la imagen del nacimiento de Jesús en mármol traversiano.

- **Mirador Catalina Recavarren**

Esta construcción está ubicada en la parte posterior de la Ermita y acondicionada al borde del acantilado, construido en el año 1988. Desde ahí se puede apreciar una maravillosa vista de la Bajada de los Baños tanto como del mar.

- **Plazuela Chabuca Granda**

En esta plazuela fue inaugurado el 24 de octubre de 1992, en ella se encuentra el monumento de la famosa compositora nacional quien amó a Barranco, Chabuca Granda, en su escultura la acompaña el chalán José Antonio Lavalle, de quien se inspiró en su canción “José Antonio”, ambas esculturas fueron labradas en piedra de Alabastro.

- **Boulevard Sánchez Carrión**

Esta calle es de mucha tradición ya que en ella vivían familias y personajes importantes como Martín Adán. Es un camino que une las Av. Bolognesi, la Av. Grau y el Parque Municipal, siendo un paso obligado llegar a esta calle para dirigirse a la Ermita o Bajada de los baños.

d) Espacios privados con infraestructura cultural

También existen empresas privadas que han convertido las casas en museos tales como:

- **Museo Pedro de Osma**

El nombre de esta mansión lleva el nombre de los que lo construyeron Pedro de Osma y Pardo y Angélica Gildemeister, tiene un estilo arte nouveau¹⁷, en ella contiene 9 salas de exposición donde se encuentra la colección de arte colonial del siglo XVI al XX, además de pinturas de la escuela cusqueña, platería y esculturas.

- **Museo de Arte Contemporáneo MAC**

Es el único museo especializado en la difusión de la colección permanente con obras de arte moderno y contemporáneo que datan de 1950 en adelante. Asimismo cuenta con salas de exhibiciones temporales. Fue fundada en el año 2013 por una entidad privada sin fines de lucro quienes promueven el conocimiento y la experiencia de las artes visuales a la comunidad.

- **Museo Mario Testino MATE**

Fundado en el 2012, está dedicado a la exhibición de la obra del fotógrafo Mario Testino, quien nació en Lima y estuvo 35 años residiendo en el extranjero. Su motivación fue contribuir con el patrimonio cultural del Perú. El museo también presenta exhibiciones temporales con las obras de otros artistas y extranjeros.

- **Museo de la Electricidad**

Fue inaugurado el 9 de agosto de 1994 donde expone en sus salas la historia de la electricidad en el Perú con presentaciones gráficas, herramientas y equipos eléctricos que formaron parte del desarrollo energético de nuestro país. En 1998, luego de la desactivación final de Electrolima y en el interés de asegurar su continuidad, el museo fue transferido a Electroperú S.A. Cuenta con 6 salas en donde muestra entre ellos la historia de la electricidad, los pineros y fuentes de generación, historia del tranvía, la sala de ahorro de energía eléctrica y en su última sala de artefactos antiguos.

- **La Casa Taller de Víctor Delfín**

Es la residencia de Víctor Delfín, artista nacional reconocido internacionalmente por sus trabajos de escultura en metal y madera. Es autor de la famosa escultura “El Beso” ubicada en el Parque del Amor de Miraflores. Su casa exhibe sus obras más reconocidas. Dentro de su propiedad se encuentra el conocido hotel: Second Home Perú.

¹⁷ Corriente artística y cultural que busca romper con las tendencias dominantes del momento, modernizando el arte y la cultura urbana con un fuerte sentido decorativo.

Las Galerías de Arte en Barranco también son consideradas dentro de los puntos de interés turístico (MDB, 2018). Entre ellas se encuentran:

- **Galería de Arte Dédalo**

Fue fundada en 1992 en una antigua casona de Barranco y alberga piezas de arte entre las que destacan la artesanía tradicional y la joyería. En colaboración con la empresa privada expone trabajos de artistas y artesanos nacionales. En la actualidad ya cuenta con tres locales, dos de ellos situados en el Distrito de Miraflores.

- **Galería y Taller de Arte Elliot Tupac**

Galería y Taller propiedad del artista Elliot Tupac, especialista en lettering¹⁸, tipografía, serigrafía y arte urbano. El artista ha expuesto en diversas galerías de Latinoamérica, EE.UU, Asia y Europa.

- **Galería de Arte Yvonne Sanguinetti**

Ubicada dentro de una casa tradicional barranquina, desarrolla desde su fundación actividades vinculadas a la difusión, promoción y asesoría en temas de arte, así como a la comercialización de objetos de artes plásticas.

Otras galerías de arte visitadas son:

- Galería Wu
- Sala 58
- 80M2 Artes & Debates
- Amaranto
- Las Pallas
- Cecilia Gonzalez Arte

e) Otros atractivos turísticos

Entre los espacios públicos (MDB, 2016) sin infraestructura cultural podemos mencionar a los siguientes:

1.- Parque Federico Villarreal	5.- Plaza Raimondi
2.- Mercado de Barranco	6.- Plaza Castilla
3.- Malecón de los Ingleses	7.- Parque Húsares de Junín
4.- Malecón Pazos	8.- Parque del Niño Héroe

¹⁸ Conocido como el arte de dibujar con letras, el lettering consiste en dibujar las letras de un texto y puede hacerse con acuarelas, rotuladores o tizas. El lettering está presente en el arte urbano

Otros lugares atractivos en esta zona especialmente en verano, son las playas, ya que son uno de los balnearios más próximos a los distritos del centro de la ciudad, del distrito de Surco y algunos del sur, y también son considerados como playas populares los siguientes:

- Playa Las Cascadas
- Playa Las Sombrillas

Con respecto a la agenda cultural de la municipalidad de Barranco, la Gerencia de Cultura ha desarrollado las siguientes actividades culturales, artísticas y turísticas:

- Actividades generales: Carnaval de Barranco, Festival por aniversario del distrito: “Yo vivo Barranco”
- Artes plásticas: Concurso Nacional de Murales Las Paredes Hablan
- Música: Barranco Noche de Gala, Festival de Música (en alianza con la Alianza Francesa. - Libro y lectura: La Noche de los Poetas, Feria del libro independiente, Talleres y actividades artísticas para el fomento del libro y la lectura.
- Cine: Cine en la plaza
- Museos: La Noche de los Museos
- Gastronomía: ferias gastronómicas, Día del Ceviche, Ferias gastronómicas diversas.
- Turísticas: Tour “Conozcamos Barranco”, Implementación de la oficina de información turística. Sin embargo esta no es utilizada por los visitantes, el 86% declara no haber hecho uso de dicho servicio.

2.3.3.9 Planta Turística

El distrito de Barranco presenta diversas instalaciones que se constituyen en elementos importantes que complementan la vasta oferta turística y cultural del distrito. Dentro de este grupo podemos encontrar establecimientos de hospedaje conformado por hoteles, hostales, hoteles y Bed & Breakfasts (total 25), restaurantes y ferias gastronómicas (103) y agencias de viaje (4).

Tabla 2
Establecimientos de Hospedaje en Barranco

Hoteles	Hostales	Hostels	Bed&Breakfast
1.- Hotel B	1.-Barranco Hostal	1.- The Point	1.- D’Osma B&B
2.- Bohemia	2.- Gemina	2.- Family Hostel	2.- Froguesthouse B&B
3.- Park Suite	3.- Casa O’Byrne	3.- Samay Hostel	3.- 3B Barranco’s Chic & Basic B&B
4.- Casa Fanning	4.- Casa Bregante	4.- La Unsha	

Hoteles	Hostales	Hostels	Bed&Breakfast
5.- Hotel Boutique Lima Wari	5.- Montreal	5.- Domeyer Hostel	
6.-Casa Falleri Boutique Hotel	6.- Suspiros del Inka		
7.- Casa República Boutique Hotel	7.- Casa Nuestra Perú		
8.- Villa Barranco	8.- Passion Barranco		
9.- Second Home Perú			

Nota: Tabla readaptada de Plan de Desarrollo Concertado de Cultura de Barranco 2016

En cuanto a establecimientos de restauración en Barranco podemos encontrar 104 locales que funcionan como negocios de comida, los cuales se listan seguidamente:

1. El Tío Mario	28. Eilly's Chicken Grill	56. Anco Restaurante	84. Antica Trattoria
2. Sofa Café	29. El Hawaiano	57. El Cortijo	85. Beddru
3. Tostadura Bisetti	30. La 73 Paradero Gourmet	58. La Cabrera	Restaurante
4. La Tía Tomasa	31. Zarach's	59. Rincón Gaucho	86. Il Buen
5. Cajamarca 219	32. Don Enluske	60. Viejo Fundo	Mangiare
6. Concept Store	33. Cala	61. Marietta	87. La Crika Bistrot
7. Charlotte	34. Arlotia	62. El Hornero	88. Burrito Bar
8. Starbucks	35. Welkin Pollos	63. Brasas	89. Arepa Café
9. La Bodega Verde	36. La Trastienda	64. La Cuadra del Salvador	90. Maldeamores
10. La Posada del Angel	37. La Verdad de la Milanese	65. Grill Berna	91. Sibaris
11. Café Finca La Campiña	38. Costa Verde	66. Roky's	92. Arlottia
12. Deli France	39. La Milonga de San Tito	67. Entre Papas, Pollos y Parrillas	93. La Petite Cassé Bistrot
13. Dunkin' Donuts	40. Toto's	68. Chicharronería Yasu	94. Taberna Isolina
14. Café Tostado	41. Oita Noma	69. Chicharrones A su Gusto	95. Las Vecinas
15. La Espiga de Oro	42. El Villano	70. Café Alicia	96. Local
16. 1874 Coffe & Bar	43. Amor Amar	71. La Candelaria	97. Pan, Sal, Aire
17. Ayahuasca Resto Bar	44. Canta Rana	72. El Roble	98. Mae Capisaria
18. Puro Perú	45. El Muelle	73. La Dama Juana	99. Kinjo Ramen
19. Songoro Cosongo	46. Cevichería Mi Perú	74. Rústica	100. Dada Bar
20. Rincón de Walter's	47. Cevichería 7 Mares	75. Café Cultural	101. FERIA Bar
21. Bistro Barranco	48. El Delfín	76. Germinando	102. Victoria
22. Restaurante Javier	49. Los Delfines	77. Veggi Pizza	Restaurante
23. Restaurante George	50. Segundo Muelle	78. Asia	103. La Posada del Mirador
24. La Bistecca	51. Bujama Beach	79. Chung Yion	104. Chan Chif
25. Mama Fela	52. El Rincón de Bigote	80. San Sushito	
26. La Fara Resto Bar	53. Cevichería George	81. Sashimoto	
27. El Tio Mario 2	54. Intimar	82. Hong Fu Chifa	
	55. Cevichería Unión	83. Señor Saltado	

Barranco cuenta también con Agencias de viaje como las siguientes:

1. World Traveler Perú SAC	3. Marfes Tours
2. Turismo Lima Perú	4. Marcando Rutas Perú

2.4 El Gobierno

De acuerdo a la Constitución Política del Perú, el territorio de la República está integrado por regiones, departamentos, provincias y distritos, en cuyas circunscripciones se constituye y organiza el gobierno a nivel nacional, regional y local, en los términos que establece la Constitución y la ley, preservando la unidad e integridad del Estado y de la Nación. El ámbito del nivel regional de gobierno son las regiones y departamentos. El ámbito del nivel local de gobierno son las provincias, distritos y los centros poblados.

2.4.1 Gobierno Nacional

El Gobierno Nacional está constituido por los niveles de Gobierno Central con 33 entidades; 19 Ministerios, 11 entidades que representan a los Poderes y otras Entidades del Estado y 04 entidades captadoras; asimismo 36 Universidades Nacionales; una Asamblea Nacional de Rectores; 03 Organismos Descentralizados Autónomos; las Instituciones Públicas Descentralizadas las que incluyen la Superintendencia de Banca, Seguros y AFP y el Fondo Consolidado de Reserva; las Sociedades de Beneficencia Pública y las Entidades de Tratamiento Empresarial¹⁹.

Según la Constitución Política del Perú de 1993 promulgada el 29 de diciembre de 1993 y publicada el 30 de diciembre del mismo año, nos detalla cómo está constituido el Perú según el siguiente artículo en el Título II, Capítulo I sobre el Estado, la Nación y el Territorio: (Constitución Política del Perú 1993, pag 14)

“Artículo 43.- Estado democrático de derecho. Forma de Gobierno. La República del Perú es democrática, social, independiente y soberana. El Estado es uno e indivisible. Su Gobierno es unitario, representativo y descentralizado, y se organiza según el principio de la separación de poderes”.

Los poderes según la Constitución Política del Perú está dividido en:

¹⁹ Fuente: https://www.mef.gob.pe/contenidos/conta_public/2010/tomo2/1_gob_nac_ppto.pdf

2.4.1.1 Poder Ejecutivo

Respecto al Poder Ejecutivo, en la Constitución Política del Perú en el Título IV, Capítulo IV, Artículo 110 de la Constitución Política del Perú señala que:

“El Presidente de la República es el Jefe del Estado y personifica a la Nación. Para ser elegido Presidente de la República se requiere ser peruano por nacimiento, tener más de treinta y cinco años de edad al momento de la postulación y gozar del derecho de sufragio”. (Constitución Política del Perú 1993, pag 31)

El Poder Ejecutivo está conformado por el Presidente, 2 Vice-presidentes, la Presidencia del Consejo de Ministros y los Ministerios²⁰.

Entre las funciones de este Poder del Estado se pueden mencionar las siguientes:

- Reglamentar las leyes, evaluar su aplicación y supervisar su cumplimiento.
- Planificar, normar, dirigir, ejecutar y evaluar las políticas nacionales y sectoriales en conformidad con las políticas de Estado.
- Implementar la coordinación con los gobiernos regionales y gobiernos locales, con énfasis en las competencias compartidas²¹.

Las carteras Ministeriales son las siguientes:

1. Presidencia del Consejo de Ministros (PCM)
2. Ministerio de Agricultura y Riego (MINAGRI)
3. Ministerio del Ambiente (MINAM)
4. Ministerio de Defensa Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR)
5. Ministerio de Economía y Finanzas (MEF)
6. Ministerio de Educación (MINEDU)
7. Ministerio de Energía y Minas (MINEM)
8. Ministerio de Interior (MININTER)
9. Ministerio de Justicia y Derechos Humanos
10. Ministerio de la Mujer y Poblaciones Vulnerables (MIMP)
11. Ministerio de la Producción
12. Ministerio de Relaciones Exteriores

²⁰ Fuente: http://www.peru.gob.pe/directorio/pep_directorio_gobierno.asp

²¹ Fuente: http://www.pcm.gob.pe/wp-content/uploads/2013/09/Ley-Organica-del-Poder-Ejecutivo_29158-LOPE.pdf

13. Ministerio de Salud (MINSA)
14. Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo (MINTRA)
15. Ministerio de Transportes y Comunicaciones (MTC)
16. Ministerio de Vivienda, Construcción y Saneamiento
17. Ministerio de Cultura (MINCUL)
18. Ministerio de Desarrollo e Inclusión Social (MIDIS)

➤ **Ministerio de Comercio Exterior y Turismo:** El MINCETUR creado por Ley N° 27779, es el Organismo Rector del Sector Comercio Exterior y Turismo, que forma parte del Poder Ejecutivo y que constituye un pliego presupuestal con autonomía administrativa y económica de acuerdo a la Ley.

Este Ministerio define, dirige, ejecuta, coordina y supervisa la política de comercio exterior y de turismo. Tiene la responsabilidad en materia de la promoción de las exportaciones y de las negociaciones comerciales internacionales, en coordinación con los Ministerios de Relaciones Exteriores y de Economía y Finanzas y los demás sectores del Gobierno en ámbito de sus respectivas competencias. El titular del sector dirige las negociaciones comerciales internacionales del Estado y está facultado para suscribir convenios en el marco de su competencia. En materia de turismo promueve, orienta y regula la actividad turística, con el fin de impulsar su desarrollo sostenible, incluyendo la promoción, orientación y regulación de la artesanía²².

Entre sus funciones en materia de Turismo se encuentran:

- Dirigir, coordinar, elaborar y ejecutar los planes y programas nacionales sectoriales de desarrollo en materia de integración, turismo y artesanía.
- Establecer el marco normativo para el desarrollo de las actividades turística y artesanal a nivel nacional, supervisando el cumplimiento de la normatividad emitida, estableciendo las sanciones e imponiéndolas, de ser el caso, en el ámbito de su competencia.
- Orientar y promover el desarrollo del turismo y la artesanía en términos de eficiencia y competitividad, en coordinación con las oficinas comerciales del Perú en el exterior cuando corresponda.

²² Fuente: <https://www.mincetur.gob.pe/>

- Proponer y establecer acciones de coordinación con los órganos competentes tendientes a la protección y conservación del medio ambiente, patrimonio cultural y recursos naturales vinculados con el desarrollo de las actividades turística y artesanal, supervisando su cumplimiento en coordinación con dichos órganos.
- Proponer la declaración de Zonas de Desarrollo Turístico Prioritario, y de Reservas Turísticas.
- Promover el incremento del Turismo interno y receptivo y orientar la estrategia de promoción de las inversiones en actividades turísticas y afines.
- Promover e incentivar la capacitación técnica y profesional en el ámbito del turismo.
- Promover la imagen del Perú con el fin de incrementar el desarrollo del comercio exterior y el turismo incluyendo la artesanía.

El MINCETUR está formada por una estructura orgánica básica el cual la componen la Alta Dirección, es decir los Vice-Ministerios; Organismos de Control como la Oficina de Auditoría interna, Organismos Públicos Descentralizados como Cenfortur²³ y las Áreas de Proyectos y Comisiones dentro de la cual se encuentra PROMPERU. (MINCETUR, 2018)

➤ **PROMPERU:** La Comisión de Promoción del Perú—PROMPERU fue creada por Decreto Supremo N° 010-93-PCM, del 19 de febrero de 1993, norma que adquirió el rango de Ley en virtud del Decreto Legislativo N° 833, del 17 de julio de 1996, siendo su finalidad la de formular la política informativa y centralizar la toma de decisiones para la difusión de la Imagen y la Realidad del Perú, así como para orientar la estrategia de Promoción de las Inversiones, el Turismo y las Exportaciones. Con el Decreto Supremo N° 005-2002-MINCETUR, que aprueba el Reglamento de Organización y Funciones del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, la Comisión de Promoción del Perú—PROMPERU, se convierte en una Unidad Ejecutora del Pliego MINCETUR, cuyo objetivo principal es el de ejecutar las políticas y estrategias de Promoción del Turismo Interno y Receptivo, así como desarrollar y ejecutar la difusión de la Imagen del Perú en el Exterior en materia de promoción turística²⁴. Entre sus funciones más importantes se encuentran:

- Evaluar, proponer, conducir y ejecutar las políticas y estrategias destinadas a la promoción del turismo interno y del turismo receptivo.

²³ Centro de Formación en Turismo

²⁴ Fuente: <https://www.gob.pe/>

- Proponer y difundir la política nacional sobre la imagen del Perú en relación con la promoción turística, cautelando su ejecución a nivel de Gobierno Central, Regional y Local.
- Coordinar con el Ministerio de Relaciones Exteriores y con las entidades del sector público y privado las acciones necesarias para el desarrollo de sus funciones.
- Coadyuvar a la obtención de recursos de cooperación técnica y financiera para la promoción del turismo y la difusión de la imagen del Perú, en relación con la promoción turística.
- Brindar servicios de información dentro del ámbito de su competencia. (PROMPERÚ, 2018).

➤ **Ministerio de Cultura**

El Ministerio de Cultura (MINCUL), creado el 21 de julio de 2010 mediante Ley N° 29565, es un organismo del Poder Ejecutivo responsable de todos los aspectos culturales del país y ejerce competencia exclusiva y excluyente, respecto a otros niveles de gestión en todo el territorio nacional.

El Ministerio de Cultura tiene por misión la protección, conservación y difusión del Patrimonio Cultural de la Nación. Se define a *patrimonio* como la herencia de cualquier bien, ya sea material o inmaterial, que nuestros antepasados han dejado a lo largo de la historia y que se transmite de generación en generación²⁵ (MINCUL, 2018)

Las categorías del patrimonio cultural, se definen de la siguiente manera:

- **Patrimonio material inmueble:** se refiere a los bienes culturales que no pueden trasladarse y abarca tanto los sitios arqueológicos (huacas, cementerios, templos, cuevas, andenes) como las edificaciones coloniales y republicanas.
- **Patrimonio material mueble:** incluye todos los bienes culturales que pueden trasladarse de un lugar a otro, es decir, objetos como pinturas, cerámicas, orfebrería, mobiliario, esculturas, monedas, libros, documentos y textiles, entre otros.

²⁵ Fuente: <http://www.cultura.gob.pe/es/patrimonio>

- **Patrimonio inmaterial:** Llamada también cultura viva, como el folklore, la medicina tradicional, el arte popular, las leyendas, la cocina típica, las ceremonias y costumbres, entre otros que son transmitidos de generación en generación.
- **Patrimonio cultural subacuático:** Son todos los vestigios de la existencia humana con carácter cultural, histórico y arqueológico, que han estado total o parcialmente sumergidos en el agua por lo menos durante 100 años.
- **Patrimonio industrial:** Se refiere a todos los bienes inmuebles y muebles adquiridos o producidos por una sociedad en relación a sus actividades industriales de adquisición, producción o transformación.
- **Patrimonio documental:** Se refiere a la documentación que se conserva en archivos e instituciones similares. El patrimonio bibliográfico, a su vez, se refiere a los libros, periódicos, revistas y otro material impreso.

2.4.1.2 Poder Legislativo

Según la Constitución Política del Perú en el Título IV, Capítulo I en su artículo 90 sobre el Poder Legislativo establece:

“El Poder Legislativo reside en el Congreso de la República, el cual consta de cámara única.

El número de congresistas es de ciento treinta. El Congreso se elige por un período de cinco años mediante un proceso electoral organizado conforme a ley. Los candidatos a la presidencia no pueden integrar las listas de candidatos a congresistas. Los candidatos a vicepresidentes pueden ser simultáneamente candidatos a una representación en el Congreso. Para ser elegido congresista se requiere ser peruano de nacimiento, haber cumplido veinticinco años y gozar del derecho de sufragio.” (Constitución Política del Perú 1993, pag 25)

2.4.1.3 Poder Judicial

Según la Constitución Política del Perú en el Título IV, Capítulo VIII, Artículo 138 sobre el Poder Judicial refiere:

“La potestad de administrar justicia emana del pueblo y se ejerce por el Poder Judicial a través de sus órganos jerárquicos con arreglo a la Constitución y a las leyes. En todo proceso, de existir incompatibilidad entre una norma constitucional y una norma legal, los jueces prefieren la primera. Igualmente, prefieren la norma legal sobre toda otra norma de rango inferior.” (Constitución Política del Perú 1993, pag 39)

2.4.2 Gobierno Regional

Según la Constitución Política del Perú, los gobiernos regionales promueven el desarrollo y la economía regional, fomentan las inversiones, actividades y servicios públicos de su responsabilidad, en armonía con las políticas y planes nacionales y locales de desarrollo.

Entre sus competencias más importantes se encuentran:

1. Aprobar su organización interna y su presupuesto.
2. Formular y aprobar el plan de desarrollo regional concertado con las municipalidades y la sociedad civil.
3. Administrar sus bienes y rentas.
4. Regular y otorgar las autorizaciones, licencias y derechos sobre los servicios de su responsabilidad.
5. Promover el desarrollo socioeconómico regional y ejecutar los planes y programas correspondientes.
6. Promover y regular actividades y/o servicios en materia de agricultura, pesquería, industria, agroindustria, comercio, turismo, energía, minería, vialidad, comunicaciones, educación, salud y medio ambiente, conforme a ley.
7. Fomentar la competitividad, las inversiones y el financiamiento para la ejecución de proyectos y obras de infraestructura de alcance e impacto regional.

2.4.3 Gobierno Local (Municipalidades)

De acuerdo a la Constitución Política del Perú, las municipalidades promueven, apoyan y reglamentan la participación vecinal en el desarrollo local. Asimismo brindan servicios de seguridad ciudadana, con la cooperación de la Policía Nacional del Perú, conforme a ley.

2.4.4 Instituciones Internacionales

2.4.4.1 Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura - UNESCO

La UNESCO fue creada en 1945 para responder a la firme idea de las naciones, forjada por dos guerras mundiales en menos de una generación, de que los acuerdos políticos y económicos no son suficientes para construir una paz duradera. La paz debe cimentarse en base a la solidaridad moral e intelectual de la humanidad. La UNESCO se propone promover la identificación, la protección y la preservación del patrimonio cultural y natural de todo el mundo considerado especialmente valioso para la humanidad. Este objetivo está incorporado

en un tratado internacional denominado Convención sobre la Protección del Patrimonio Mundial Cultural y Natural, aprobado en 1972.

El Patrimonio cultural abarca monumentos, grupos de edificios y sitios que tienen valor histórico, estético, arqueológico, científico, etnológico o antropológico. El Patrimonio natural está conformado de formaciones físicas, biológicas y geológicas excepcionales, hábitats de especies animales y vegetales amenazadas, y zonas que tengan valor científico, de conservación o estético²⁶ (UNESCO, 2018).

La misión del Patrimonio Mundial de la UNESCO consiste en:

- Promover la firma de la Convención de 1972 por parte de los países y alentarlos a que aseguren la protección de su patrimonio natural y cultural.
- Incitar a los Estados Partes de la Convención a presentar sitios de su territorio nacional para su inclusión en la Lista del Patrimonio Mundial.
- Incitar a los Estados Partes a establecer planes de gestión y sistemas de presentación de informes sobre el estado de conservación de los sitios del Patrimonio Mundial.
- Ayudar a los Estados Partes a salvaguardar los sitios del Patrimonio Mundial suministrándoles asistencia técnica y formación profesional.
- Respaldar las actividades dirigidas por los Estados Partes para la sensibilización con respecto a la preservación del Patrimonio Mundial.
- Fomentar la cooperación internacional respecto a la conservación del patrimonio cultural y natural del mundo.

2.5 Distrito de Barranco: Gentrificación y Turismo Cultural

2.5.1 Turismo Cultural en Barranco

Luego de superar los problemas sociales en la década de los 90', la actividad turística comenzó a crecer de modo constante en el Perú. Las ciudades más visitadas desde entonces han sido siempre Lima, por ser la puerta de ingreso al país, y Cusco, por albergar los famosos restos arqueológicos de Machu Picchu. Entre los lugares más tradicionales y visitados de Lima se encuentra Miraflores, distrito residencial, comercial y turístico por excelencia, y Barranco, conocido como el distrito bohemio y cultural de la capital y que siempre ha destacado por la arquitectura de sus edificaciones antiguas así como por sus monumentos histórico-culturales (Villalobos, 2016). Según un artículo del diario Gestión (2015) desde

²⁶ Fuente: <https://es.unesco.org/>

mediados de los 90' se reanuda la actividad turística en Perú, replicándose en sus ciudades más famosas²⁷. La tasa de crecimiento de llegadas a Perú por turismo subió hasta 8% anual y se ha mantenido de esa manera en los últimos años (OMT, 2016).

De acuerdo a PROMPERU (2013) el 83% de los turistas extranjeros que visitan Lima realizan actividades culturales entre las que destacan la visita a iglesias, conventos, museos, sitios arqueológicos, inmuebles históricos, visitas guiadas a la ciudad llamados City tours y recorridos gastronómicos. Los lugares más visitados en nuestra capital en orden de preferencia son el Centro Histórico de Lima, San Isidro, Miraflores, Barranco, Larcomar, Surco y Callao respectivamente. Esto significa que la visita que el turista hace en Lima está mayormente vinculada al Patrimonio Histórico y Arqueológico y en menor medida, relacionada a la Cultura Contemporánea.

En el caso de Barranco, en la actualidad es uno de los distritos de Lima con mayor actividad turística y cultural. Cuenta con una amplia gama de patrimonio arquitectónico e histórico así como lugares de esparcimiento que atraen al turista. De acuerdo a información de PRODESTUR²⁸ (2013) son los turistas extranjeros quienes más visitan el distrito (82% del total de visitantes), siendo en su mayoría latinoamericanos provenientes de Argentina y Chile, aunque también lo visitan los norteamericanos, así como españoles, alemanes y franceses pero en menor proporción.

La Municipalidad del distrito de Barranco (MDB, 2016) se ha encargado de elaborar el “Plan de Desarrollo Concertado de Cultura del distrito de Barranco al 2021”, siendo éste el principal instrumento de gestión para su desarrollo hacia la fecha mencionada. En este documento se establece que Barranco ya se encuentra posicionado como el centro del Turismo Cultural y Artístico de Lima, sin embargo afirman que aún tienen puntos críticos que resolver en temas de seguridad y ordenamiento urbano.

2.5.2 Gentrificación en Barranco

En el Plan de Desarrollo Concertado de Cultura del Distrito (2016) se menciona a la gentrificación como un problema devenido del auge inmobiliario que ocurre en el distrito desde hace algunos años.

²⁷ Fuente: <https://gestion.pe/economia/boom-turismo-peru-machu-picchu-pais-multidestino-96162>

²⁸ Prodesarrollo Turístico, organización que desarrolla labores de cooperación y apoyo en temas de turismo.

2.5.2.1 Cambios en el distrito

a) **Cambio Demográfico:** En los últimos años, se ha observado un descenso de la población en el distrito de Barranco. Este es uno de los pocos distritos de Lima donde ocurre esta situación. En la investigación de Carbajal (2013) se indica que el factor de abandono del distrito podría estar relacionado con la demanda residencial (condiciones de habitabilidad) y el costo de vida, como se muestran en la siguiente tabla:

Tabla 3
Población del distrito de Barranco

Año	Población
2010	33,302
2011	32,625
2012	31,959
2013	31,298
2014	30,641
2015	29,984
2016	29,482
2017	28,970

Fuente: Readaptado del Instituto Nacional de Estadística e Identidad – Censo 2017

b) **Cambio Económico y Comercial:** Desde hace algunos años, Barranco ha ingresado al grupo conocido como “Lima Top” que agrupa a los distritos limeños más caros para compra o alquiler de vivienda. Los otros distritos que conforman el grupo son San Isidro, Miraflores, San Borja, La Molina y Santiago de Surco (Asociación de Desarrolladores de Inmobiliaria de Perú [ADIPERÚ], 2016). De acuerdo al Estudio Índice de M2 del portal inmobiliario Urbania (2018), Barranco se ha convertido en el distrito más caro para vivir en el país. El valor de cada m2 alcanza los US \$ 2,697²⁹. Estos precios se contrastan con el precio de US \$ 1449³⁰ que el metro cuadrado tenía en este distrito en el año 2010. Urbania afirma que la ventaja de vivir en este distrito es que todo se encuentra a poca distancia: Centros culturales, lugares de esparcimiento y los malecones, grandes atributos que lo convierte en uno de los distritos predilectos por los limeños³¹ (Asociación de Inmobiliarias Perú [ADIPERÚ], 2016).

²⁹ Fuente: <https://publimetro.pe/actualidad/noticia-barranco-sigue-siendo-distrito-mas-caro-70845>

³⁰ Fuente: <http://www.cap.org.pe/pdfs/48aniv/09-CPC.pdf>

³¹ Fuente: <https://urbania.pe/blog/mercado-inmobiliario-2/barranco-con-precios-elevados-alquiler/>

Respecto a los negocios del lugar, hay un incremento en los últimos años según cifras del INEI (2017) y de la Municipalidad de Barranco (2018). Para la investigación se tomarán los negocios que están más vinculados a la actividad turística. La siguiente tabla muestra el número de licencias de funcionamiento comercial aprobadas por el Municipio en estos últimos años:

Tabla 4
Licencias de Funcionamiento de Negocios en Barranco

Año	Restaurante	Sandwich/ Pastelería	Cafetería	Artesanía	Galería de Arte	Artículos de lana	Hospedaje	Total Licencia anual
2016	34	6	9	1	0	0	1	51
2015	52	8	9	0	1	0	5	75
2014	33	6	7	2	3	1	4	56
Total rubro	119	20	25	3	4	1	10	182

Fuente: Readaptado de Licencias de Funcionamiento Municipalidad de Barranco (2014-2016)

Debido a su desarrollo comercial, uno de los problemas que presenta el distrito es el ruido. El Ministerio del Ambiente (2013) realizó un estudio para verificar el nivel de ruido de la zona. Luego de la evaluación al distrito se concluyó que el ruido sobrepasa el límite permitido tanto en zona residencial, como en la comercial y la industrial. Usualmente los límites se encuentran en rango entre 40-60 decibeles según el tipo de actividad en la zona. En el caso de Barranco, según este estudio, el ruido supera el límite y llega hasta 76 decibeles.

c) Cambio Social: El cambio social se puede apreciar netamente en la parte Monumental de Barranco ya que es el lugar donde los nuevos residentes han adquirido sus viviendas. Barranco desde el siglo pasado era junto a Chorrillos, el balneario de la clase alta limeña. Las casas construidas eran familiares y ocupaban terrenos extensos. En los 80' se construyeron algunos edificios multifamiliares de poca altura y Barranco llegó a considerarse como el distrito de la clase media. A partir del 2000 el área que circunda la zona Monumental empezó a experimentar varios cambios urbanos. Se empezó la construcción de edificios de departamentos gradualmente, y luego el boom inmobiliario iniciado en el 2009 – 2010 aceleró este proceso de edificar nuevas construcciones (Villalobos, 2016). De acuerdo a la investigación de Carbajal, los nuevos residentes son

generalmente jóvenes y con mayores niveles educativos pertenecientes a las clases alta y media-alta. También se ha detectado movimiento migratorio hacia la zona urbana (no Monumental) de Barranco, pero es en menor proporción (Carbajal, 2013). Cabe anotar que en esta área habitan familias de nivel socioeconómico menor.

d) Cambio Urbano: Probablemente es el cambio más visible. En los últimos años las inmobiliarias han construido modernos edificios para vivienda y negocios, los cuales no guardan armonía con la arquitectura tradicional del distrito caracterizada por sus casonas antiguas de estilo francés. Sanchez (2004) afirma que hay varias construcciones de valor histórico que han sido demolidas debido a que se encontraban en muy mal estado. El autor menciona que algunas casonas que fueron destruidas se ubicaban dentro de la zona Monumental, en la Av. Grau y la Av. Sánchez Carrión. En el cambio de aspecto físico de Barranco ha sido importante el papel de las inmobiliarias como ente inversor.

- El rol de las inmobiliarias en Barranco:

Los empresarios del sector inmobiliario limeño afirman que Barranco es un distrito que viene gentrificándose hace varios años. Se viene produciendo un boom de proyectos inmobiliarios, algunos medianos en diseño y precios y otros que son de gran envergadura pertenecientes a las inmobiliarias Besco, Edifica e Imagina. No sólo proyectos de edificios de vivienda sino también muchas oficinas se han mudado a Barranco, especialmente las agencias de publicidad. Asimismo, indican que uno de los grandes retos es encontrar el balance entre la arquitectura tradicional y la moderna y que esto debe lograrse con una adecuada planificación urbana que, según ellos, es escasa al momento³² (ADIPERÚ, 2016).

Según los estudios hechos por la inmobiliaria Edifica, las ventas de departamentos y oficinas en Barranco pasaron de 200 unidades anuales hace 5 años a cerca de 400 en los últimos 2 años³³. Del mismo modo la inmobiliaria MAAS indica que desde el 2013 se tiene un crecimiento económico muy importante en el distrito. Según esta inmobiliaria, el tamaño del mercado se incrementó de US\$ 35 millones al año en el 2014 y el 2015 a US\$ 65 millones en el 2016. El 70% o más de la oferta inmobiliaria en Barranco, señalan que está orientado a modelos de vivienda compactos, con áreas pequeñas por debajo de los 66 m² y que

³² Fuente: <https://elcomercio.pe/economia/peru/gentificacion-barranco-atrae-inversion-inmobiliaria-224475>

³³ Fuente: <http://adiperu.pe/noticias/barranco-top/>

apuntan a un público AB joven o inversionista.³⁴ (ADIPERÚ, 2016). La siguiente tabla muestra algunas cifras de la venta de viviendas de Barranco y los distritos de San Isidro y Miraflores ya que comparten similares características en cuanto a su desarrollo inmobiliario e interés turístico. Se debe tener en cuenta que Barranco aparece con menor cantidad de viviendas vendidas que los otros distritos debido a su poca dimensión geográfica.

Tabla 5
Viviendas tipo departamentos vendidas entre 2013 - 2016

Distrito	2013	2014	2015	2016
Barranco	542	375	429	432
Miraflores	1857	1242	827	1005
San Isidro	1125	599	561	577

Fuente: Readaptado de INEI 2017

La Municipalidad de Barranco (2016), por su lado, afirma que el desarrollo inmobiliario bien planificado aumentará la seguridad en la zona y contribuirá a cambiar la imagen de diversión y juega muy asociada al distrito. Con la finalidad de promover mayor inversión inmobiliaria el Municipio ha propuesto reducir en un 15% la zona monumental que en la actualidad representa el 57% de todo el distrito. Por el momento se ha conseguido aprobar la elevación de altura de edificaciones en la zonificación de algunos puntos del distrito³⁵.

2.5.3 Rol del Gobierno como agente promotor del Turismo Cultural en Barranco

Las políticas culturales en Perú se encuentran alineadas con la misión de la UNESCO. El Ministerio de Cultura (MINCUL, 2018) trabaja activamente en coordinación con las Municipalidades de Lima Metropolitana y Barranco en los programas que promueven el desarrollo cultural del Distrito. El Plan de Desarrollo Concertado de Cultura de Barranco al 2021 ha contado con la asesoría del Ministerio en materia de políticas de preservación de los inmuebles históricos y la revisión del Inventario del Patrimonio Cultural Colonial y Republicano. A mediano plazo existe el Proyecto de postular al distrito a La Lista de Patrimonio Mundial de la UNESCO como Patrimonio Cultural de la Humanidad.

³⁴ Fuente: <http://adiperu.pe/noticias/barranco-top/>

³⁵ Fuente: <http://semanaeconomica.com/article/sectores-y-empresas/inmobiliario/177130-barranco-un-distrito-en-proceso-de-gentrificacion/>

Por su parte, PROMPERÚ (2018) siguiendo su política de difundir la imagen del Perú en el mundo incluyó a Barranco en el relanzamiento de Marca Perú en Europa en el 2016. La promoción de Barranco entonces se enfocó en sus numerosas galerías de arte. El año pasado 2017, el Museo de Arte Contemporáneo de Barranco fue elegido como sede para lanzar la nueva campaña de Marca Perú, Intercambiados. Este año, gracias a coordinaciones de este organismo, Barranco y Miraflores serán locaciones para la grabación del videoclip del cantante colombiano Carlos Vives. Como se puede ver, la imagen del Distrito es siempre incluida en la promoción turística de Perú lo que resulta beneficioso pues logra capturar el interés de los visitantes.

3 METODOLOGIA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1 Planteamiento de la Investigación

3.1.1 Propósito de la Investigación

El propósito de la investigación es responder la pregunta de investigación: Cómo ha influido la gentrificación en el turismo cultural del distrito de Barranco de Lima –Perú durante el periodo 2010 – 2017 a través del análisis de 3 temas claves como son la gentrificación, el turismo cultural y los cambios socioculturales para luego establecer algunas propuestas que ayuden a las autoridades a equilibrar el desarrollo urbano de su distrito y con la tradición del mismo, en salvaguarda de su patrimonio cultural y la identidad del distrito frente al continuo desarrollo urbano que ocurre en Barranco.

3.1.2 Tipo de Investigación

Esta investigación se basó en la teoría fundamentada ya se dará respuesta a la pregunta de investigación que se refiere a un proceso de gentrificación que se está desarrollando en el distrito y la relación que tiene éste con el turismo cultural en Barranco. En consecuencia la variable independiente será la gentrificación y aquellas dependientes, el turismo cultural y los cambios socioculturales (Ver Anexo 1, Matriz de Consistencia).

El tipo de esta investigación es Cualitativa Descriptiva - Exploratoria, puesto que se va a describir cómo se ha ido desarrollando el proceso de la Gentrificación y cómo éste ha influenciado en el turismo cultural en el distrito de Barranco, el cual se conseguirá utilizando como instrumento los cuestionarios y como técnica de investigación, las entrevistas a profundidad a una muestra representativa de los habitantes de las zonas, algunos representantes de organismos públicos y privados, especialistas en el tema, algunos representantes de la municipalidad de Barranco entre otros, quienes con su experiencia y conocimiento van a permitir alcanzar los objetivos y responder la hipótesis planteada.

3.1.3 Preguntas de la investigación

Las preguntas planteadas para el desarrollo de esta investigación van a permitir el logro de los objetivos específicos, para ello se han planteado las siguientes preguntas:

- ¿Cómo se ha desarrollado el proceso de Gentrificación en el distrito de Barranco durante el periodo 2010 - 2017?
- ¿Cómo se ha desarrollado el Turismo Cultural en Barranco durante el periodo 2010-2017?

- ¿Qué cambios socio-cultural ha sufrido el distrito de Barranco durante el periodo 2010-2017?

3.2 Contexto

3.2.1 Descripción del contexto interno y externo

Para realizar un análisis de este contexto, se trabajó la Bitácora de Contexto General, el cual se adjunta en el Anexo 5

En cuanto al primer segmento que es Poblador, a la mayoría de ellos se les ubicó en la plaza principal de Barranco. Casi todos han vivido siempre en Barranco. Los entrevistados son personas mayores, casi todos tienen más de 50 años. Al menos la mitad de ellos escuchaban con cierta desconfianza las primeras preguntas, pero luego entraban en confianza y comenzaban a explicar con más detalles sus respuestas. Las veces que se visitó Barranco, la plaza lució siempre concurrida y con muchos grupos o solistas que tocaban música y cantaban en vivo. A pesar de este elemento distractor se pudo mantener la concentración en las entrevistas.

Durante las entrevistas a este segmento, al menos la mitad de los pobladores relacionaron los problemas de su distrito con la mala gestión de sus autoridades locales. Todos los entrevistados se mostraron muy claros y coherentes con sus puntos de vista, muchos de ellos usaban un vocabulario y estructura en las oraciones que refleja que han tenido educación superior. Asimismo, se pudo notar que los entrevistados son conocidos en la zona ya que mientras se desarrollaba la entrevista en la plaza, algunas personas (mayores) que pasaban cerca, se detenían a saludarlos, intercambiando un par de palabras o bromas y se iban, se notaba cierta relación de amistad y cercanía.

Al finalizar la entrevista, los pobladores se mostraron más confiados. Algunos comentaron que les había parecido una conversación agradable y amena. La mayoría de los pobladores fueron captados en la plaza principal en la tarde de los fines de semana.

Para el segundo segmento que representa a los negocios vinculados al turismo, a los entrevistados se les captó in situ, en su lugar de trabajo, el cual se consiguió por referencia de los pobladores y/o caminando por las calles. Casi todos son dueños de sus negocios y aceptaron la entrevista rápidamente a pesar de que estaban trabajando. Todos son adultos en edades entre 40-65 años. Por otro lado también hubo algunos negocios en el que no se encontraba el personal adecuado para ser entrevistado, o no aceptaban la entrevista.

En este segmento las entrevistas tuvieron varias interrupciones porque debían atender a

algún cliente o proveedor que se acercaba, entonces se hacía una pausa hasta que terminaran y luego se reanudaba la conversación. Ellos siempre se mostraron amables ante cada pregunta. Al terminar la entrevista volvieron rápidamente a seguir trabajando.

En cuanto al tercer segmento de los representantes de la Municipalidad de Barranco, lograr entrevistar a algunos de ellos fue sencillo, pues se mostraron muy disponibles. Por el contrario, la entrevista con la Subgerente de Educación, Turismo y Cultura tomó varios días ya que se siguió el procedimiento de la Municipalidad para sacar cita, es decir, se envió una solicitud y se esperaba que devuelvan la llamada fijando la fecha de la cita). El día de la entrevista, la Subgerente llegó con varios minutos de retraso.

Las entrevistas para este segmento se desarrollaron en general sin interrupciones. Todas fueron realizadas en la mañana. Las Coordinadoras de Biblioteca y Oficina de Turismo respondieron muy amables y entusiastas a la entrevista; se les notó muy naturales en sus respuestas. En el caso de la Sub Gerente, algunas veces alzaba la voz para dejar en claro su posición respecto a algún tema que se tocaba.

Al final de la entrevista, el ambiente era tranquilo y relajado, todas agradecieron y rápidamente volvieron a sus labores del día.

Respecto al cuarto segmento, autoridades de los Ministerios, establecer contacto con ellos tomó varios días. Casi a todos se les contactó por redes sociales o a través de una amistad en común. La coordinación del día de la entrevista también tomó varios días ya que por sus ocupadas agendas, era complicado coincidir con su disponibilidad. Cabe señalar que las entrevistas fueron reprogramadas más de una vez. La entrevista con Fernando (MINCETUR) y Luis (PROMPERU) fue en un lugar público (cafeterías) en la mañana y ambos llegaron tarde por el tráfico. En el caso de Tania (MINCUL), la entrevista fue en su domicilio durante la noche.

Durante la entrevista, la Representante de MINCUL fue muy didáctica y mostró material para explicar mejor algunos temas de la entrevista. En el caso de los representantes de MINCETUR y PROMPERU, al ser jóvenes, no sólo respondieron con bastante claridad y dando ejemplos prácticos, sino que dieron buenas alternativas de solución para algunos de los problemas del distrito.

Al final los tres entrevistados se ofrecieron a ayudar más adelante en caso hubiese alguna otra consulta que se deseara hacer durante el trabajo de investigación, se mostraron muy dispuestos a aclarar dudas y preguntas.

En el caso del quinto segmento, turistas, las entrevistas a los visitantes extranjeros fueron

bastante cortas, puesto que no se deseaba interrumpir sus actividades programadas. Por sus comentarios, se notaba que estaban un poco presurosos. A pesar de esto, aceptaron la entrevista con amabilidad. Los lugares de la entrevista fueron los sitios donde se congregan más turistas tales como el Mirador, el Puente de los Suspiros y Bajada de los Baños, por lo tanto, había bastante ruido. En el caso del visitante peruano, aceptó rápidamente la entrevista. Se notaba que tenía disponibilidad de tiempo, pues sus respuestas fueron extensas. En el caso de los extranjeros, fueron espontáneos en sus respuestas, siendo estas cortas, probablemente porque algunos recién empezaban a pasear, entonces aún no habían visto mucho del lugar. Todos se despidieron alegres y corteses y siguieron con sus actividades del día.

En relación al sexto segmento referido a los especialistas en el sector, obtener una entrevista fue bastante complicado debido a su poca disponibilidad de tiempo. A ambos se les contactó por redes sociales. Marco es historiador y tiene un Fanpage³⁶ turístico en Facebook. Por su parte Néstor, historiador y guía de Turismo, ha sido profesor de varias promociones de Guías Oficiales de Turismo. La entrevista con Marco sólo pudo ser telefónica. Por el contrario, la entrevista con Néstor fue un domingo durante su pausa de clases en una universidad. Cabe señalar que estas entrevistas fueron realizadas por un solo entrevistador debido a la dificultad de coincidir los horarios.

Durante la entrevista dieron respuestas claras de todos los temas. Se les notó muy conocedores de la realidad de Lima y Barranco. Néstor fue incluso bastante extenso con sus respuestas. Por su parte, Marco fue bastante conciso.

Ambos mantuvieron la amabilidad en toda la entrevista, no obstante tener poco tiempo disponible. Se valoró mucho el tiempo concedido por ellos.

En cuanto al último segmento, instituciones privadas (museos de Barranco), los entrevistados se mostraron con mucha disposición e interesados en lo que se les preguntaba; respondieron sin apuro y con mucha seguridad. El entrevistado del Museo MATE fue más breve en responder a diferencia del entrevistado del Museo de Osma. No hubo nada particular notado al finalizar la entrevista. Ambos siguieron con sus labores luego de terminar de responder las preguntas.

³⁶ El Fanpage se llama Pinceladas Limeñas en el que se postea información turística e histórica de la ciudad de Lima

3.3 Muestra o participantes

Para esta investigación, la muestra es representativa y está constituida principalmente por los diferentes segmentos como los pobladores de las zonas, quienes han vivido en el distrito al menos 15 años y son mayores de 25 años. El objetivo era entrevistar a personas que hayan vivido en el lugar todo este proceso de cambios del distrito. También se consideró a dueños de negocios vinculados a la actividad turística, como los restaurantes y negocios de artesanías. Asimismo se consideró a representantes de organismos gubernamentales como representantes de la Municipalidad de Barranco y representantes de Ministerios (MINCETUR, MINCUL, PROMPERU,). Se incluyó de igual modo a los turistas que llegaron a ese distrito, a especialistas en el sector turismo y algunos trabajadores de los museos en Barranco.

El tamaño de la muestra tomada para esta investigación fue de 28 participantes que han logrado dar respuestas a las preguntas planteadas.

3.4 Diseño o abordaje principal

3.4.1 Identificación de la estructura de la entrevista

La herramienta utilizada es el cuestionario y se utilizó la técnica de la entrevista semiestructurada, ya que durante la entrevista cuando se realizaba una pregunta, surgían otras que no estaban contempladas en la guía, y que daban pie a que el entrevistado explicara mejor el punto a tocar, generando así un diálogo natural.

3.4.2 Guía de Preguntas

La guía de preguntas que se utilizó se elaboró en base a las 3 categorías determinadas en el punto 2.4.4., estas guías varían en algunas preguntas según el segmento a entrevistar.

Se inició con los datos básicos de los participantes, para después proceder a dar una ligera introducción sobre el tema y el motivo de la entrevista. Luego se procedió a realizar las preguntas generales de la categoría elegida y finalmente se formuló las preguntas de carácter específico. Al ser entrevistas abiertas, la posición de las preguntas han variado según las interrogantes nuevas que iban surgiendo durante la entrevista.

Los cuestionarios para los diferentes segmentos permitieron analizar los resultados y dar respuestas a las preguntas planteadas en la investigación (Anexo 2)

3.4.3 Segmentos

Para el proceso de recolección de datos se ha escogido los siguientes segmentos:

Segmento 1: Pobladores

Las entrevistas, se realizaron a 9 pobladores de las zonas que viven más de 15 años en el distrito, quienes nos brindaron información de los cambios que han vivido con el desarrollo del turismo.

Segmento 2: Empresarios (negocios)

Este segmento lo conforman los dueños y/o administradores de los negocios que forman parte de la cadena productiva ligada al turismo. Este segmento nos acercó a conocer sus motivaciones para abrir sus negocios en la zona histórica del distrito y qué expectativas tienen sobre el continuo desarrollo turístico del distrito, el total de entrevistados en este segmento fueron 5.

- Negocio de Artesanía
- Bar Juanito
- Restaurante Totos
- Bodega Piselli
- Resto Bar Cachivachi

Segmento 3: Representantes de la Municipalidad de Barranco

Los entrevistados de este segmento proporcionaron información respecto al panorama actual de Barranco en términos de desarrollo turístico y urbano y los planes a futuro del Distrito. Asimismo, dieron sus puntos de vista respecto a la realidad socio-cultural de los habitantes del distrito. Se realizó 3 entrevistas a:

- Asistente de la Biblioteca Municipal
- Coordinadora de Información al Turista
- Subgerente del Área de Turismo, Educación y Cultura

Segmento 4: Representantes de Ministerios

Los 3 entrevistados tienen conocimiento y experiencia en el sector cultural y turístico.

- Ministerio de Cultura (Arquitecta y Evaluador de Proyectos en la Dirección de Patrimonio Histórico Cultural de Inmueble)
- MINCETUR (Ex - Coordinador de Proyectos)
- PROMPERU (Especialista en Promoción de Perú para el mercado colombiano)

Segmento 5: Turistas

Se seleccionó de modo aleatorio a los turistas. Se desea saber cómo ellos identifican al distrito y a través de qué medios obtuvieron información del distrito. Esto permitió conocer si Barranco es valorado como destino turístico cultural. Se realizó 4 entrevistas.

Segmento 6: Especialistas

Se entrevistó a 2 historiadores especialistas en el desarrollo del turismo cultural en Lima, quien con su experiencia en el rubro dieron información valiosa e interesantes puntos de vista sobre los cambios surgidos en el distrito y los posibles peligros que ello tendría en el futuro si no se tomas las acciones correspondientes.

Segmento 7: Instituciones vinculadas a la Cultura

Se entrevistó a 2 colaboradores que trabaja en los Museos de Barranco. El objetivo es conocer el tipo de público que visitan dichos sitios. Con esta información se puede conocer el tipo de visitantes y su nivel de interés por los lugares culturales del distrito.

3.4.4 Categorías

Para la recolección de datos se han determinado las siguientes categorías o grandes temas que han sido base de las entrevistas:

Categoría 1: Gentrificación en el distrito de Barranco

Categoría 2: Turismo Cultural en el distrito de Barranco

Categoría 3: Cambios socio-culturales en el distrito de Barranco

3.4.5 El Instrumento de investigación

Para efectos del estudio se ha elegido los siguientes instrumentos de investigación:

- **Entrevista Semi-estructurada:** Este tipo de entrevista es muy útil para este tipo de investigación cualitativa. A través de un patrón inicial de preguntas, esta entrevista permite modificar o aumentar las preguntas según nuevas interrogantes que surjan en el momento; de ese modo se aclara la duda y se define mejor los conceptos y la nueva información que se va producir. Las preguntas para el poblador y los turistas fueron principalmente de opinión y de expresión de sentimientos, ya que se buscó conocer su percepción y punto de vista respecto al tema de investigación. Respecto a los representantes de organismos gubernamentales y expertos en la materia, las preguntas fueron de conocimiento, y en menor grado de opinión. El tiempo mínimo de las entrevistas duró quince minutos y el máximo tiempo de entrevista un poco más de media hora. En el caso de los turistas extranjeros las entrevistas duraron no más de 5 minutos.

- **Observación directa:** Este instrumento que también fue de mucha utilidad, permitió generar un vínculo y afianzar en muchos casos las percepciones, expresiones y respuestas de los pobladores. Se realizaron observaciones al ambiente físico (casas, calles, plazas, monumentos, etc.), observaciones al ambiente social de los pobladores, es decir, orígenes étnicos, atuendos, costumbres, niveles socioeconómicos; y finalmente observaciones a sus actividades individuales o en grupo; cómo se comportan colectivamente, sus lugares de reunión, sus intereses en común.

3.5 Procedimientos

Para poder realizar esta investigación y poder validar la hipótesis se prosiguió de la siguiente manera:

Inicialmente se hizo una investigación virtual sobre el tema, buscando casos similares a nivel mundial y nacional, desarrollándose así un marco teórico, de los puntos relevantes a investigar.

Seguidamente se definió la pregunta de investigación, la hipótesis y los objetivos, general y específicos.

Para dar respuesta a las preguntas que nos ayudarán a resolver los objetivos, se determinó las 3 categorías. Luego se determinó los segmentos que se necesitaban para realizar las entrevistas para la investigación. Inicialmente se determinó que eran 4 segmentos (poblador, negocios Rep. de la Municipalidad de Barranco y Rep. Ministerios), pero que en el transcurso de las entrevistas se vio la necesidad de segmentar a 3 grupos más (Turistas, Especialistas y las Instituciones Privadas que fueron los museos)

Identificados los segmentos, se desarrolló las preguntas para cada uno de ellos, desarrollando la matriz de preguntas en donde se relaciona la categoría y el segmento, ya que algunas preguntas de una categoría aplicaban para uno o más segmentos.

Conforme se estructuraban las preguntas se identificaban posibles nombres de las diferentes instituciones privadas o estatales para contactar a las personas quienes podrían dar las entrevistas. Asimismo se fijaban los días para las visitas al distrito a fin de realizar las entrevistas a los pobladores y a los encargados de los negocios.

Posteriormente, se realizó las entrevistas en los diferentes días y de diferentes maneras, es decir, a veces iba 1 entrevistador, otras veces, 2 entrevistadores: esto ocurría debido a la poca disponibilidad de tiempo. Los lugares de las entrevistas fueron las oficinas, en la calle; y en

algunos casos, en los domicilios. La forma de la entrevista fue presencial casi siempre; solo en una ocasión fue telefónica.

Conforme se realizaba las entrevistas, se transcribió cada una de ellas en la matriz de procesamiento, guardando el audio por segmentos conforme se iban realizando. En paralelo se iba desarrollando la Bitácora de contexto de cada una de ellas.

Para realizar un análisis de los resultados, se elaboró los cuadros por segmentos indicando lo positivo y lo negativo de las respuestas, por otro lado la información recibida se plasmó en la matriz de procesamiento segmento - categoría, de esta manera se pudo contrastar mejor los resultados y realizar un mejor análisis de los mismos.

Finalmente, con los resultados se pudo dar respuestas a las preguntas de investigación, llegar a conclusiones y luego establecer las propuestas a modo de recomendaciones sobre el tema de investigación desarrollado.

3.5.1 Matriz de procesamiento

Una vez escuchado los audios, la información recibida se transcribió en la Matriz de Procesamiento General (Anexo 5)

3.5.2 Aspectos positivos y negativos

Se realizó el análisis de aspectos positivos y negativos por segmentos.

Tabla 6
Segmento 1: Poblador

Aspectos Positivos	Aspectos Negativos
<ul style="list-style-type: none"> • El turismo ha generado empleabilidad en los pobladores de Barranco. • Las casas declaradas patrimonio no pagan impuesto ni tampoco los pobladores de tercera edad. • La mayoría de pobladores están contentos porque ven mejor a su distrito en cuanto a veredas, calles, parque y servicios básicos. 	<ul style="list-style-type: none"> • La forma de vida entre ellos ha cambiado, es más caótica • Las casas de hoy en día son espacios muy reducidos, departamentos pequeños en comparación a lo que era antes. • Nunca estuvieron de acuerdo con la construcción de la Vía del Metropolitano. • El costo para dar mantenimiento a sus casas que están en zona monumental es muy alto y el trámite es muy tedioso.

	<ul style="list-style-type: none"> ● Se ha generado mucho tráfico en el centro de la plaza principal del distrito.
--	---

Fuente: Elaboración propia

Tabla 7

Segmento 2: Negocios

Aspectos Positivos	Aspectos Negativos
<ul style="list-style-type: none"> ● Se ha incrementado más negocios relacionados a la actividad turística. ● Las licencias para abrir un negocio toman poco tiempo. ● Los clientes en los restaurantes tradicionales siguen siendo en gran parte barranquinos. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Algunos negocios no respetan la regla de cerrar a la hora indicada, por lo que generan desorden y bullicio. ● Con la construcción de la Vía del Metropolitano desaparecieron muchos negocios en las zonas aledañas. ● Al existir más negocios de noche como discotecas, hay más inseguridad.

Fuente: Elaboración propia

Tabla. 8

Segmento 3: Representantes de la Municipalidad de Barranco

Aspectos Positivos	Aspectos Negativos
<ul style="list-style-type: none"> ● Las obras de construcciones y servicios básicos realizadas por la municipalidad son bien vistas por los pobladores. ● Cuenta con un calendario de actividades para integrar a la población ● Coordinan con el Ministerio de Cultura para trabajar en el mantenimiento del patrimonio cultural. ● Más turistas pernoctan en Barranco. Antes sólo lo visitaban pocas horas 	<ul style="list-style-type: none"> ● Los ingresos por el turismo no son bien administrados por la Municipalidad ● Solo dan mantenimiento 1 vez al año a los monumentos históricos ● Los medios de difusión del turismo en Barranco son pocos. ● Con los edificios modernos, se pierde el estilo tradicional. ● Barranco tiene poco nivel de recaudación de impuesto porque es un distrito pequeño con pocos habitantes. ● Los habitantes adultos mayores no tributan, así como tampoco lo hacen los propietarios de las casonas antiguas. Por lo tanto tiene recursos limitados para los trabajos de promoción y preservación de los sitios culturales de su distrito.

	<ul style="list-style-type: none"> ● El visitante peruano tiene poca cultura de visita a los museos o sitios culturales. ● El costo de entradas a los museos es muy caro para el visitante local. ● No hay planes de desarrollo turístico en la zona Este (periferia) ● El ruido nocturno de las discotecas fastidia a los vecinos ● Barranco se ha vuelto un distrito caro para vivir.
--	--

Fuente: Elaboración propia

Tabla 9

Segmento 4: Representantes de Ministerios

Aspectos Positivos	Aspectos Negativos
<ul style="list-style-type: none"> ● Barranco tiene mucho visitante nacional, especialmente limeños ● Se han abierto más espacios para promover turismo cultural, por ejemplo los museos como MAC y MATE, las Galerías de arte. ● Barranco se está volviendo un distrito gastronómico ● El distrito tiene gran potencial turístico-cultural por aprovechar (sitios tradicionales, arte urbano) ● Es positivo que las casas antiguas sean usadas como locales de los negocios ya que estos le dan buena manutención y las conservan ● Los pobladores de Barranco siguen con interés la preservación de sus lugares emblemáticos 	<ul style="list-style-type: none"> ● No hay nueva oferta de atractivos turísticos. Se visita siempre los mismos sitios. ● Se percibe la falta de interés del Municipio por la preservación y conservación de los sitios culturales del distrito. ● Conservar y proteger una casona antigua es costosa; probablemente ese es el motivo para que muchos propietarios opten por venderlas o alquilarlas. ● Hay falta de conciencia de conservación de los propietarios de las casonas antiguas. ● La cultura actual contemporánea de Barranco (arte urbano, grafitis) no logra conectarse con su esencia tradicional (lo antiguo) ● Existe normatividad de Protección al Patrimonio Cultural (sitios históricos, casonas), pero al no ser clara, a veces no se hace cumplir. ● El desarrollo urbano, comercial y turístico no está bien planificado; se ve desordenado, desarticulado.

	<ul style="list-style-type: none"> ● La identidad cultural puede verse afectada por la modernidad del distrito. ● Según los entrevistados aún no puede ser considerado un distrito cultural al 100%. Afirman que aún está camino a serlo.
--	---

Fuente: Elaboración propia

Tabla 10

Segmento 5: Turistas

Aspectos Positivos	Aspectos Negativos
<ul style="list-style-type: none"> ● Los turistas extranjeros conocen de Barranco por internet o por conocidos (publicidad boca a boca) ● Los visitantes peruanos sí relacionan a Barranco con la cultura. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Los turistas extranjeros no relacionan mucho a Barranco con la cultura. Lo ven más como un lugar pintoresco para pasear; y la visitan rápidamente; en media tarde o media mañana.

Fuente: Elaboración propia

Tabla 11

Segmento 6: Especialista

Aspectos Positivos	Aspectos Negativos
<ul style="list-style-type: none"> ● Hay mayor interés del poblador por conocer el Barranco cultural. ● El municipio usa redes sociales para difundir sus actividades turísticas ● Barranco aún mantiene su carácter bohemio 	<ul style="list-style-type: none"> ● Hay falta de conciencia turística en las autoridades y los pobladores. Por ese motivo, no hay mucho interés por preservar los sitios tradicionales turísticos. ● El desarrollo urbano no es ordenado y no respeta las construcciones tradicionales ● El distrito es muy bullicioso ahora. ● Los establecimientos de entretenimiento atraen la delincuencia e inseguridad. ● Los propietarios de los inmuebles han hecho negocio con sus propiedades al alquilarlas para negocio o venderlas a las inmobiliarias

Fuente: Elaboración propia

Tabla 12
Segmento 7: Instituciones Privadas

Aspectos Positivos	Aspectos Negativos
<ul style="list-style-type: none"> ● Van al Museo tanto visitantes extranjeros como nacionales. ● Los turistas van a los museos por su cuenta y también con agencias de viaje 	<ul style="list-style-type: none"> ● Los meses de Enero y Febrero es cuando menos visitantes reciben

Fuente: Elaboración propia

4 ANALISIS DE DATOS Y RESULTADOS

En este capítulo se analiza a profundidad la información obtenida en las entrevistas realizadas a los diferentes segmentos estructurados en el capítulo anterior, de esta manera se pudo dar respuestas a las preguntas planteadas lo que permitió la verificación de la hipótesis:

1. ¿Cómo se ha desarrollado el proceso de Gentrificación en el distrito de Barranco durante el periodo 2010 - 2017?

La gentrificación, término poco conocido en Perú, se define como el proceso de transformación urbana de ciertas zonas de una ciudad, las cuales se renuevan atrayendo nuevos habitantes y generando un mayor desarrollo comercial e inmobiliario. Como consecuencia, los pobladores originales de menor poder económico son desplazados por otros de mayor poder adquisitivo. Muchos autores han definido el término desde sus puntos de vista y experiencia investigando distintas ciudades, por lo tanto el significado es variable. Para la presente investigación se usa la definición dada por el autor Clark E. (2005).

“la reestructuración espacial de un área urbana mediante la inyección de capital fijo en mercado inmobiliario y de infraestructura, orientada al reemplazo de usuarios de ingresos medio-bajos por usuarios de poder económico superior, en un contexto de mercantilización de suelo”.

Se puede establecer el Distrito se encuentra en una etapa de renovación y crecimiento urbano desde hace más de 10 años. Las nuevas construcciones son edificios de vivienda y oficinas que se encuentran ubicados en diversas avenidas de Barranco. Hasta hace dos décadas, Barranco era un distrito donde predominaban las casas de 2 ó 3 pisos. Actualmente y debido al desarrollo urbano, se han incrementado los edificios de departamentos y los negocios. Las inmobiliarias han desarrollado sus proyectos en el distrito ya que consideran que Barranco tiene una buena ubicación y en cuestiones burocráticas, es más rápido que otros distritos en el trámite de licencias de funcionamiento.

“Ha cambiado mucho las casas, ahora son de 10, 15, 20 pisos, se ve como Miraflores, ahora hay mucha gente por lo tanto tienen que construir más” (Poblador).

“Mucha gente que vive en casas de primer o segundo piso y que está acostumbrada a ver la playa, ahora ya no ven nada. Los edificios han tapado todo. Han hecho una selva de edificios que están malogrando el paisaje” (Poblador).

“Ha cambiado las casonas que había en el malecón, ahora hay solo dos casas de todo lo que existía antes, ahí ya no queda nada, todo es puro edificios, en esa parte no me

gusta. Ha cambiado mucho todo lo que es la estructura, el ornamento, los negocios” (Propietario del Bar Piselli).

“El paisaje de Barranco ha cambiado desde que la nueva reglamentación ha permitido la factibilidad de hacer edificaciones de vivienda cumpliendo los parámetros de altura, pues sí existe un boom inmobiliario de ejecutar proyectos de viviendas multifamiliar que ha hecho que haya una mayor concentración de habitantes sobre todo en el área del Malecón, donde se ejecutan más los proyectos de viviendas” (Evaluador de Proyectos del Ministerio de Cultura).

“(…) si me da miedo que toda la San Martín se convierta en esos edificios que estamos viendo. Hay bastantes (…) si pasa el Óvalo San Martín, Barranco truena. El tema sería cuánto vamos a perder y ahí debemos ser muy cautelosos” (Ex -Coordinador de Proyectos MINCETUR).

“Yo veo ya un Barranco dañado, hay zonas que ya no se pueden visitar, hay zonas que empiezan a ser urbanizadas y van a perder su encanto, hay zonas atractivas que si no hay control, límites, esto se va a perder. El Malecón era una zona libre y ahora está lleno de edificios, está tapando la vista a la playa” (Periodista, Historiador e Investigador de la PUCP).

Este desarrollo urbano está cambiando el aspecto físico del distrito y en muchos casos ha afectado a las construcciones antiguas. Muchos edificios nuevos se ubican al lado de casonas tradicionales. En otros casos, las mismas casonas han sido demolidas y el terreno dado a las inmobiliarias.

“El distrito se ha ido modernizando, ya no hay espacios para vivir, entonces están haciendo edificios. Lo que pasa con las casonas es que los dueños ya no viven ahí. Entonces como no hay hijos ni herederos, esos terrenos quedan libres y los han tomado otras personas o la Municipalidad para hacer edificios” (Poblador).

“(…) Hay una zona linda que es la Av. Centenario aquí en Barranco, han derrumbado varias casonas para construir edificios; hay una casa linda de una amiga mía, que ha ido al Ministerio de Cultura a pedir que zonifiquen esa área para que puedan conservarla y pienso que debe haber zonas que se deben conservar” (Propietario del Bar Piselli).

“Estoy seguro que muchas personas dueñas de esas casas antiguas son personas mayores cuyos hijos están afuera y los nietos también y les resulta más práctico vender sus propiedades y hacerse de un dinero (…) sería triste que de acá a 5 ó 10 años Barranco pierda lo bonito que tiene, lo que lo identifica (…) yo siempre que voy por Barranco veo carteles de SE VENDE en las casonas bonitas” (Especialista de Promoción de Perú al mercado latino de PROMPERU).

“Hace 10 años no se veía como un sitio turístico, era un lugar tranquilo, bonito. Había más casonas antiguas y que ahora están cayendo con el boom inmobiliario” (Periodista, Historiador e Investigador de la PUCP).

En contraparte, la representante de la Municipalidad de Barranco afirma que las casas (antiguas) demolidas no se encuentran en la zona Monumental. Como se ve en los extractos anteriores, vecinos y especialistas piensan lo contrario.

“La construcción de los edificios que se ve no están en la zona monumental, nadie podría construir en esa zona. Lo que está fuera de la zona monumental, los mismos propietarios venden los inmuebles para que construya nuevos edificios, eso sí se puede porque ya no está dentro de la zona monumental” (Subgerente de Cultura, Turismo y Educación - Municipalidad de Barranco).

Por otro lado, se ha producido un cambio en el tipo de poblador. Algunos vecinos antiguos del distrito indican que una de las razones obedecería a un cambio generacional, ya que los hijos no tienen las mismas ideas que los padres o abuelos respecto a la forma de vivir. Las ideas van cambiando con el tiempo. Los pobladores nuevos son jóvenes profesionales que se mudan a Barranco atraídos por la oferta de entretenimiento, ubicación y accesibilidad. Asimismo se ha notado la presencia de extranjeros que residen en el distrito.

“Ocurre que los hijos ya no viven en muchas de estas casas, entonces lo venden o lo alquilan, o peor, quien lo compra, destruye todo y hace una casa nueva” (Poblador).

“En realidad, vecinos antiguos quedan pocos. Muchos son señores mayores y los hijos ya no viven acá por estudios o trabajo” (Propietario de Stand de Artesanías).

“Hay extranjeros que habitan en Barranco. He visto hospedajes que hacen alquileres por un mes o más” (Co-propietario del Restaurante Cachivache).

“(…) han migrado de otros distritos, no son barranquinos” (Coordinadora de Información al Turista - Municipalidad de Barranco).

“El nuevo Barranquino es el miraflorino ‘hipster’³⁷ joven que se ha independizado. Estamos en la segunda generación de gente que se independiza. Los departamentos de vivienda son bien pequeños, pero son funcionales para un soltero. El nuevo Barranquino proviene principalmente de San Isidro, Surco y Miraflores” (Especialista de Promoción de Perú al mercado latino de PROMPERÚ).

“A los jóvenes ahora no les importa mucho lo tradicional ni la historia del lugar. A ellos solo les importa tener su departamento con vista al mar y eso es todo” (Catedrático de la Carrera de Turismo UTP y Guía Oficial de Turismo).

2. ¿Cómo se ha desarrollado el Turismo Cultural en Barranco durante el periodo 2010-2017?

³⁷ Término inglés que alude a una subcultura de jóvenes bohemios de clase media alta que se establecen en localidades que atraviesan por procesos de gentrificación y que poseen un estilo de vida distinto de las corrientes predominantes, asociados a ideas políticas liberales, alimentos orgánicos, productos artesanales entre otros.

En el contexto de turismo cultural el interés que tiene el visitante, extranjero o nacional, en Barranco radica principalmente en conocer su patrimonio arquitectónico, sus creaciones artísticas y gastronomía entre otros. Barranco destaca por su historia y por ser lugar que ha inspirado a poetas, escritores y artistas. El distrito es considerado un lugar en el que la diversión nocturna es intensa tanto para extranjeros como para los limeños. Durante el día, los visitantes pasean por los principales lugares turísticos del distrito tales como el Puente de los Suspiros, la Plaza, la Ermita, las playas entre otros.

“Barranco siempre ha sido atractivo por todo su pasado histórico. Turistas siempre han venido a ver el distrito. Ese es su principal atractivo, los lugares culturales” (Poblador).

“Ha aumentado el turismo, todo por la publicidad, conocen este distrito por los poetas, José María Eguren, Gonzáles Prada, Martín Aran, Chabuca Granda, Martín Arana, (...)” (Poblador).

“(…) Barranco tiene sus propios atractivos turísticos, el 70% del distrito está declarado por el Ministerio de Cultura como Patrimonio Monumental: puente de los suspiros, la ermita, la biblioteca. Está delimitado” (Subgerente del Área de Educación Cultural y Turismo de la Municipalidad de Barranco).

“A los turistas les gusta el Puente, la Ermita, los museos. Aquí se ha cultivado los museos, todo lo histórico, Chabuca. Barranco ha sido un distrito de gente pudiente y siempre se ha tenido lo mejor, como el Funicular” (Poblador).

En Barranco siempre ha existido turismo cultural ya que la gran parte de sus atractivos turísticos ha sido declarado Patrimonio Monumental por el Ministerio de Cultura.

“(…) Barranco fue declarado como zona monumental en el año 1972, con una zona muy reducida a los que actualmente, luego fue ampliada en el año 1988 y la delimitación ha hecho que se incrementen y amplíen sectores casi a los límites con Jr. Lima, Balta, Nicolás de Piérola, Centenario hasta el Jr independencia casi por Chorrillos” (Evaluador de Proyectos del Ministerio de Cultura).

“La zona monumental de Barranco está compuesta aproximadamente por 170 inmuebles declarados monumentos históricos, 18 ambientes urbanos monumentales que están compuestos por vías, plazas importantes de valor y 60 inmuebles arquitectónicos de interés (...)” (Evaluador de Proyectos del Ministerio de Cultura).

En cuanto al crecimiento de visitantes a Barranco, este ha ido en crecimiento desde hace más de 10 años, y ha generado la aparición de más negocios como restaurantes, hospedajes, venta de artesanías, entre otros. Así mismo este fenómeno ha impulsado a crear una oficina de turismo para poder gestionar mejor la llegada de los turistas, generando así más empleabilidad en la zona.

“(…) hay más negocios, hay mayor desarrollo económico, y al ver mayor desarrollo económico, el nivel de los vecinos mejora, hay mayor empleabilidad de los mismos barranquinos (...)” (Subgerente del Área de Educación Cultural y Turismo de la Municipalidad de Barranco).

“No había gestión turística, hace 7 años recién se abrió la gestión turística” (Coordinadora de Información al Turista de la Municipalidad de Barranco).

“He visto que hay más guías de turismo de la Municipalidad, y es todos los días de la semana. Por ese medio, ayudan al desarrollo del turismo” (Poblador).

“Ha crecido enormemente, los bares discotecas, están llenos. Barranco tiene todo, negocios, restaurantes, playa; no tienes necesidad de ir a otro lado, todo lo tienes cerca (Negocio: Bodega Piselli).

Asimismo se ha determinado que el tipo de turista que más llega al distrito de Barranco tanto a los negocios como a los atractivos turísticos, son turistas nacionales (visitantes de otros distritos, familias, grupos de amigos, escolares entre otros) así como extranjeros.

“Los clientes que frecuentan son de generaciones, antes muchachos, ahora ya son adultos y vienen con sus hijos, familias enteras, famosos como Federico Salazar, su esposa Katia, Gastón Acurio, artistas de TV. Pero el 70% de los comensales se podría decir que son turistas” (Negocio: Bar Juanito).

“Nuestros clientes en general son estudiantes, empleados, extranjeros también, son pocos, pero ahora vienen más que antes. De todos modos no tienen incidencia relevante en el tema de ventas pero si he notado que ahora vienen por acá con más frecuencia que antes; pero no son el público principal del restaurante” (Negocio: Resto Bar Cachivache - Luis Neyra).

“Hace mucho tiempo, 15, 10 años no había tantos turistas. Había casas y solo la gente local la habitaba. Ahora sí veo muchos turistas que vienen a visitar el distrito” (Poblador: Francisco).

Por otro lado, se puede ver que el turismo en Barranco ha crecido. La Municipalidad de Barranco promociona al distrito por sus diferentes medios de comunicación como su página web, Facebook y folletos. A pesar de que muchos de los pobladores mayores no hacen uso de estos medios, los turistas sí lo utilizan, aunque los entrevistados indicaron que han recibido recomendaciones de amigos u otros turistas que ya habían visitado Barranco antes.

“Creo que ha sido un buen trabajo de las agencias, no se puede publicitar algo fuera de tu país si no lo muestras. Es un buen sinónimo, los turistas quieren saber de la historia” (Poblador).

“No veo que la Municipalidad tenga un plan de turismo, lo que se promueve en turismo es fomentado por algún museo que se ubica acá, tipo el de Osma; a veces invitan a la gente a visitarlos. La Municipalidad está más enfocada en lo local, obras de servicios básicos, alguna construcción” (Poblador).

Tenemos lectura para niños todos los días, cine los viernes y martes en el parque para los pobladores (Representante de la Biblioteca Municipal de Barranco).

“Visito Barranco porque lo vi por internet” (Turista: argentino).

“Nos lo contó otro turista que conocimos en el camino, que Lima tenía 2 barrios que visitar, Miraflores y Barranco, que era el barrio bohemio, había tiendecitas y algo así” (Turista: español).

De la misma manera, instituciones privadas como los museos han creado programas para atraer a los estudiantes y a los pobladores, promocionando entradas a precio especial en las fechas importantes.

“Vienen tanto extranjeros como peruanos. Además hoy es un día especial porque el primer domingo de cada mes se cobra 5 soles la entrada. Así como otros domingos, el día de la mujer, las mujeres entran gratis, el día del maestro, la semana de la comunidad sorda (gratis para ellos). Dependiendo del tema, existen programas también como la semana del niño guía, la noche del museo” (Trabajador de Museo de Osma).

El Municipio de Barranco en estos últimos años ha creado un calendario de actividades culturales y de esparcimiento con el que intenta integrar a sus pobladores. Para algunos es beneficioso, especialmente para aquellos que tienen negocios de comida y forman parte de los tours gastronómicos, pero para otros no lo es tanto.

“Se programa tours, charlas, la municipalidad nos apoya brindando apoyo de proveedores, algunos convenios que salen, con el fin de fomentar la actividad turística (...)” (Coordinadora de Información al Turista de la Municipalidad de Barranco).

“La municipalidad invita a los determinados programas a los pobladores, pero a veces no tienes mucha receptividad, hay muchos pobladores de barranco que no tienen mucha identificación” (Subgerente del Área de Educación Cultura y Turismo de la Municipalidad de Barranco).

“(...) Impacto positivo, por ejemplo en la feria gastronómica de los sábados y domingos, es una feria de comida peruana” (Representante de la Biblioteca Municipal de Barranco).

“(...) Ahora se han creado propuesta que tienen que ver con la sofisticación de Barranco, por ejm.: los restaurantes, los hoteles como el B, como la Galería Dédalo; aparte el hecho de que tenga esa movida "hipster", el tema de los tours en bicicleta; creo que va un poco por ahí el desarrollo que se viene generando” (Representante para la Promoción de Perú al mercado latino de PROMPERU).

Se considera que las visitas irán en aumento siempre que un lugar tenga los servicios necesarios para satisfacer las necesidades del turista, así como una buena conservación de los monumentos históricos. Por esta razón la Municipalidad mantiene el distrito en buenas condiciones realizando obras de remodelación de parques, veredas, limpieza, seguridad entre otros. Sin embargo para los pobladores el trabajo que hace la municipalidad aún tiene ciertas deficiencias, sobre todo en el tema de seguridad, lo cual es negativo para la actividad turística.

“(…) Depende de la gestión de las autoridades para poder atender a estos turistas, el cómo se organicen con el tema de la seguridad especialmente y los locales que estén preparados para atender bien a estos visitantes. Para el distrito el turismo cultural es muy importante, este lugar tiene muchos sitios para visitar pero deben estar a la par con facilidades para su mejor desarrollo” (Negocio: Resto Bar Cachivache).

“Limpieza, alumbrado, más iluminación, la seguridad, el tránsito, que los policías hagan bien su trabajo. Somos el distrito con una sola comisaría por ser pequeño. Acá se pasan la luz roja. Las zonas feas deben mejorarlas; hay una parte donde vive la población que menos tiene. Ahí deben poner mejores veredas y pistas; que arreglen sus casas para que se vea mejor” (Poblador).

“En el tema de turismo, deberían de poner la señalética en otro idioma, que la municipalidad trabaje en más programas para fomentar el turismo pero ordenando, porque muchos turistas se espantan con el tráfico que encuentran. Lo primero sería ordenar el tráfico. Las calles son pequeñas. Luego tener más seguridad. Tú al turista solo lo puedes llevar por los lugares conocidos, pero si quiere ir al sitio donde hay murales, esa zona no tiene seguridad” (Poblador).

“No hay mejoras visibles porque todos los alcaldes que entran no se preocupan por el distrito. Debería haber más seguridad al menos.” (Poblador)

“Servicios Higiénicos en la plaza, solo hay uno y en alquiler” (Representante de la Biblioteca Municipal de Barranco).

En cuanto a la conservación de los monumentos históricos la labor no es suficiente por parte de la municipalidad, debido a que cuentan con recursos limitados. A pesar de ello se trabaja con el Ministerio de Cultura para que de alguna manera se trate de conservar aquellas casonas que están en peligro de destruirse.

“No veo mucha atención de parte del Municipio respecto a la protección del Patrimonio, no sólo del tangible, sino también del intangible. Hace unos días fui a Barranco porque quería asistir al Carnaval de Barranco y resulta que este año no se ha realizado. Yo recuerdo que el carnaval en ese distrito es bien conocido y es un mecanismo para reunir a sus vecinos y reforzar su identidad cultural. También hay quintas en Barranco, donde habitan pobladores” (...) (Representante para la Promoción de Perú al mercado latino de PROMPERU).

Las autoridades le dan conservación y mantenimiento a los sitios más frecuentados. Eso se puede ver si uno va a Barranco; por otro lado, hay otros sitios que no están conservados. Ese es un modo en que el turismo afecta la cultura. Es algo positivo, pero debe replicarse en otros lugares del distrito” (Representante para la Promoción de Perú al mercado latino de PROMPERU).

“(…) las casona que están en mal estado no es desidia del Ministerio de Cultura, es porque los propietarios no han tomado interés en recuperar ni mantener sus inmuebles, nosotros somos una entidad del Estado y el Estado no puede invertir en lo que es propiedad privada (...)” (Rep. Ministerio de Cultura).

3. ¿Qué cambios socio-cultural ha sufrido el distrito de Barranco durante el periodo 2010-2017?

De acuerdo a lo informado por los entrevistados, se puede afirmar que en los últimos siete años las relaciones interpersonales y el comportamiento social en la población de Barranco ya se habían transformado, en parte, debido al desarrollo del distrito. Sanchez (2004) afirma que las personas mayores que habitan el distrito se sienten un poco incómodas por el ruido frecuente que hay en el distrito. De acuerdo a su investigación, los vecinos atribuyen el ruido a los carros, los bares y discotecas. Por otra parte, la Municipalidad de Barranco (2002) indica que los vecinos más identificados con la tradicionalidad del distrito son los mayores de 30. A inicios del 2000 todavía se percibía el ambiente familiar entre los vecinos del distrito. Los pobladores vivían en casas familiares de uno, dos o tres pisos. Se mantenía aún la tradición de celebrar el carnaval de Barranco cada febrero. Ya había negocios como los bares y discotecas, pero estaban concentrados en el Boulevard de Barranco, por lo tanto era tolerable el movimiento nocturno. Aún no era un distrito concurrido. Se percibía todavía como un lugar tranquilo y seguro. Barranco siempre fue un distrito que concentraba en una zona gente de clase alta y en la otra, gente de clase media o baja. Sin embargo era usual que todos se encuentren en los parques del distrito e interaccionen socialmente con mucha confianza y respeto (Villalobos, 2016). Estas costumbres fueron cambiando con el tiempo. Muchos hijos de los barranquinos dejaron el distrito por motivos de estudio o trabajo. Hacia el año 2010 se iniciaba el aumento acelerado de edificios nuevos lo que trajo como resultado una mayor llegada de nuevos habitantes a la zona. Los pobladores que han vivido en el distrito y que aún continúan haciéndolo son los padres o abuelos de las generaciones más jóvenes que ya no viven ahí. Estos pobladores afirman que el nuevo vecino Barranquino es completamente distinto, lo perciben como más indiferente. En el pasado, se sentían más cercanos y compartían actividades que reforzaban su identidad cultural.

“Era más tradicional, más acogedor, más cohesionado respecto a los habitantes. Todos los vecinos, los pudientes y los de barrio se reunían siempre en el parque principal, había mucha cercanía entre todos. La forma de vida ha cambiado bastante. Ahora esa costumbre se ha perdido”(Poblador).

“(…) me mude a otro casa más grande y la que fue mi casa ahora es restaurante. En cuanto a vecinos barranquinos, ya no hay, antes salía y nos reuníamos un montón, ahora salgo a la calle y ya no conozco a nadie, ni a los descendientes” (Poblador).

“Venía el lechero, y te dejaba el vuelto. Había respeto a todos, saludaban, ahora gente foránea que vive aquí, ya no lo es” (Poblador).

“Era un lugar más tranquilo, menos gente, más familiaridad entre los vecinos” (Propietario de Stand de Artesanías).

“Hace unos días fui a Barranco porque quería asistir al Carnaval de Barranco y resulta que este año no se ha realizado. Yo recuerdo que el carnaval en ese distrito es bien conocido y es un mecanismo para reunir a sus vecinos y reforzar su identidad cultural” (Especialista de Promoción de Perú al mercado latino en PROMPERÚ).

Los pobladores en general ven de modo positivo el desarrollo comercial, turístico y urbano de su distrito, pero reconocen que esto ha traído otros problemas tales como la delincuencia, mayor congestión vehicular, aglomeración de personas sobre todo los fines de semana y bastante ruido en las noches, lo cual había sido encontrado durante la investigación teórica. El Plan Integral de Barranco (2002) y el Plan Concertado del Distrito (2016) coinciden en que la delincuencia y drogas son 2 de los problemas más serios de Barranco.

“Si bien es un aumento en el desarrollo económico, también lo es en la delincuencia” (Poblador).

“Hay más provincianos, todo está sucio, roto, cada gente tiene su forma de ser, las noches bohemias son más maliciosas, drogas” (Poblador).

“(…) Barranco era bohemia pero no la bohemia mal intencionada, la borrachera, los pleitos y el consumo de droga” (Propietario de Restaurante Toto’s).

“El Barranco de hoy ha sido alterado. Antes era un distrito muy tranquilo, apacible; ahora la madrugada parece día. Es una alteración total del ambiente tradicional que perjudica la tranquilidad y bienestar de los pobladores” (Catedrático de la Carrera de Turismo UTP y Guía Oficial de Turismo).

“Los mismos pobladores han hecho negocio, han convertido sus casonas en restaurantes, discotecas” (Periodista e Investigador de la PUCP).

“Los perjudicados son los otros vecinos, los que viven aún ahí, porque ya no disfrutaban de la vista al mar que antes tenían; porque ahora hay más ruido que antes, porque el distrito está más tugarizado, etc” (Ex -Coordinador de Proyectos MINCETUR).

La identidad cultural en el distrito también ha experimentado algunos cambios. Barranco, fue desde un inicio conocido como el distrito tradicional y bohemio, lugar favorito de artistas e intelectuales. En los 90’s pasó a convertirse en el foco cultural que difundían diversas formas de arte como la música, el teatro, la pintura, entre otros. En esta época aparecen las discotecas y bares en el famoso Boulevard y Barranco es asociado a diversión, especialmente entre los jóvenes. En la primera década del 2000, Barranco siguió proyectando la imagen de entretenimiento (Sanchez, 2004). Con el auge inmobiliario, la cara de Barranco volvió a cambiar. Se empezó a asociar a la modernidad. En los últimos siete años se ve a un Barranco sofisticado; se han abierto hoteles Boutique dentro de antiguas casonas. Estos hoteles se

caracterizan por ser pequeños, exclusivos y con un trato muy personalizado. Por otro lado, la apertura de restaurantes, restobares, cafés y tabernas de alta gama como Cala, Ayahuasca, Bisetti, Isolina, Tío Mario entre otras han vuelto a Barranco un distrito gastronómico. Hace algunos meses el premiado restaurante Central también se ha mudado a este distrito.

“Especialmente los restaurantes han apostado por venir acá. Tenemos Central, el mejor restaurante” (Poblador).

“Yo creo que era más cultural hace muchos años. Ahora se ha sofisticado mucho. Hasta hace algunos años era el lugar de los artistas y de movida nocturna (...) Considero que se está volviendo más bien el distrito gastronómico (...) Ahora lo veo más gourmet (...) han disminuido las presentaciones musicales en la Estación, los teatros, el standup comedy³⁸, las presentaciones de artistas poco comerciales” (Especialista de Promoción al Mercado Latinoamérica – LATAM de PROMPERÚ).

“La onda gastronómica de bares y discotecas es más ‘nice’³⁹ ahora” (Ex -Coordinador de Proyectos MINCETUR).

Como se ha podido ver en los extractos de entrevistas, la cultura y la identidad cultural pueden modificarse en el tiempo. Es tarea de las autoridades locales desarrollar planes enfocados a la difusión de la esencia cultural del distrito a sus pobladores antiguos y nuevos, así como velar por la seguridad del distrito.

³⁸ Palabra en inglés que consiste en un estilo de comedia en el que el intérprete se dirige a una audiencia en vivo.

³⁹ Palabra en inglés que significa agradable, simpático.

5 DISCUSIÓN DE RESULTADOS

5.1 Hallazgos

- Barranco está promoviendo el desarrollo del arte urbano como un atractivo más del distrito mediante los grafitis.
- Las casonas históricas que son propiedad privada, por el sólo hecho de pertenecer a la zona monumental, están exentas de pago de impuestos.
- La recaudación de impuestos es baja debido a la poca cantidad de habitantes en el distrito y a la exoneración de pago de tributos e impuestos a los dueños de las casas históricas y a las personas de la tercera edad.
- La Vía del Metropolitano, si bien es un medio rápido de transporte para llegar a barranco, ha tenido como consecuencia la desaparición de negocios en esa zona tales como restaurantes.
- El desarrollo de la zona Este (zona vulnerable) es frenado por la propia población del lugar.

5.2 Barreras

- No ha sido fácil contactar con algunas autoridades para las entrevistas ya que tienen sus agendas muy recargadas, se realizó algunas entrevistas por teléfono, otras en las noche y otras los fines de semana en un break de sus labores.
- Algunos pobladores se negaban a dar la entrevista por desconfianza, temor o timidez, otros no querían ser gravados.
- Algunos turistas era difícil entrevistar, ya que contaban con corto tiempo en el distrito, obviamente también por desconfianza.
- Algunas de las entrevistas solo la desarrolló un entrevistador, ya que no se coincidía con el día ni la hora de la entrevista por las labores de cada una.

5.3 Brechas

- No existió brechas en esta investigación

6 CONCLUSIONES

1. La gentrificación ha influenciado de una manera moderada el turismo cultural en el distrito de Barranco. Se han creado nuevos espacios culturales que son de interés turístico tales como las galerías de arte y los museos impulsados por la inversión privada. Esto genera un desarrollo económico importante en el distrito. Asimismo, se ha creado planta turística orientada a captar un mayor flujo de visitantes tales como nuevos hoteles 4 estrellas y restaurantes de alta calidad como Cala y recientemente, Central.
2. El proceso de gentrificación en el distrito de Barranco es notorio y aún sigue en curso pero sin mucha planificación ni control. Se concluye que existe un desarrollo urbano acelerado y desordenado el cual representa un potencial peligro para las construcciones antiguas ubicadas dentro de la zona Monumental del distrito. No existe un plan de concientización de protección de Patrimonio dirigido a los pobladores del distrito ni a la empresa privada.
3. El turismo cultural se desarrolla favorablemente en el distrito de Barranco a pesar de las limitaciones de presupuesto en la Municipalidad para el mantenimiento de sus atractivos más emblemáticos. Su potencial turístico cultural es enorme, pero no es bien aprovechado todavía. Aún falta desarrollar un plan que articule los lugares de interés turístico que aún no son visitados con frecuencia. Los turistas y/o visitantes, tanto peruanos como extranjeros, son atraídos no solo por los atractivos del distrito sino por su fama de lugar bohemio.
4. Los cambios socio-culturales han sido significativos en el distrito de Barranco. Se concluye que los pobladores antiguos del distrito extrañan la forma de vida tranquila que tenían, sin embargo son conscientes que el desarrollo económico de un lugar trae consigo consecuencias como el cambio en el comportamiento social de las personas y que las nuevas generaciones tienen un pensamiento más práctico con respecto a lo tradicional.
5. Se concluye que el distrito de Barranco no cuenta con un plan municipal que contemple la armonía entre la renovación urbana y la preservación de los sitios culturales del distrito.
6. Se concluye que la tasa de delincuencia crecerá tanto como el turismo si las autoridades no toman acciones correctivas para combatirlos.

7. La esencia cultural puede verse afectada debido a la falta de planes concretos de urbanismo y concientización sobre la preservación de patrimonio.

7 RECOMENDACIONES

1. Se recomienda a las autoridades municipales desarrollar un Plan de Concientización sobre preservación del Patrimonio Cultural del distrito y que sea dirigido a la población del distrito. Asimismo, se recomienda fomentar en la empresa privada la inversión en el desarrollo de más puntos culturales aprovechando la estructura de algunas edificaciones tradicionales, por ejemplo, la apertura de más galerías de arte en el que se promueva el trabajo de nuevos artistas.
2. Se recomienda la creación de un Fondo de Preservación en conjunto con el Gobierno Regional que ayude a los propietarios de las casas antiguas a restaurarlas con la condición de que una vez puestas en valor, creen empresas vinculadas a la Cultura, por ejemplo, pueden convertirse en Cafés Culturales, Librerías, Galerías. Esto lo pueden realizar solos o con ayuda de la inversión privada. De este modo, se preserva la construcción antigua y a través de la creación de algún negocio dentro de su estructura se promociona y difunde al visitante.
3. Se recomienda elaborar un calendario con promociones y actividades que fomenten la visita a los Museos y Galerías del distrito entre los visitantes nacionales. Por ejemplo se pueden desarrollar programas que involucren la participación de los visitantes tales como reemplazar en sus funciones por una hora a los guías de turismo de los Museos. Fomentar la participación activa de los visitantes ayuda mucho a entender mejor el rol de las personas que difunden la cultura y aprender a darle valor al sitio que se visita. También se sugiere fomentar concursos o eventos en el que los premios sean tener la experiencia de pasar mediodía en el taller de algún artista conocido que viva o trabaje en el distrito. Este tipo de vivencias son positivas en la generación de conciencia cultural y turística en el visitante.
4. Se recomienda crear nuevos espacios de encuentro para los vecinos de Barranco los nuevos y los antiguos. Se pueden habilitar lugares y horas especiales en la Biblioteca o en las plazas con la finalidad de que realicen actividades en conjunto. Estas actividades pueden estar relacionadas a la música, el arte urbano, danzas o a la práctica deportiva. De ese modo se mantendrían activos y se generaría nuevos vínculos sociales entre ellos.
5. Se sugiere considerar un plan municipal que contemple la armonía entre la renovación urbana y la preservación de los sitios culturales del distrito.

6. Se recomienda desarrollar un plan de turismo distrital que aproveche mejor su potencial turístico. En Barranco se puede promover paseos a pie y en bicicleta en la zona del Malecón. Asimismo, es factible promocionar sus lugares de entretenimiento, como las Tabernas y Bares tradicionales. El tour de degustación y gastronomía también puede ser promovido pues Barranco cuenta con restaurantes muy reconocidos actualmente. Barranco puede ser promocionado incluso como un destino de compras o shopping pues cuenta con tiendas y galerías de arte de renombre.
7. La artesanía es una forma de mantener la identidad cultural por lo que se recomienda desarrollar productos que identifique los lugares turísticos de Barranco, por ejemplo la elaboración de artesanías que representen al Puente de los Suspiros o a la Ermita.
8. Se recomienda a los alumnos de la universidad continuar y profundizar en el estudio presentado ya que el tema es extenso y complejo. En esta oportunidad sólo se ha abarcado la influencia en el Turismo, pero la Gentrificación tiene diversos efectos en la sociedad.

8 REFERENCIAS

- Arellano, M., y Bentolila, S. (2009). La burbuja inmobiliaria: causas y responsables. *La Crisis de la Economía Española: Lecciones y Propuestas*. Madrid, España. FEDEA. Recuperado de http://www.econ.upf.edu/~montalvo/vivienda/Ebook_Crisis_SA.pdf
- Asociación de Desarrolladores Inmobiliarios Perú (ADIPERU) (2018) (<http://adiperu.pe/>) Sitio web oficial de ADIPERU. Contiene artículos relacionados a desarrollo inmobiliario actual en Lima Metropolitana y otros enlaces de interés (consulta: 25 de setiembre)
- Barranco busca cambiar de cara y ser más atractivo para la inversión inmobiliaria. (27 de julio de 2016). Diario Gestion. Recuperado de (<https://gestion.pe/tu-dinero/inmobiliarias/barranco-busca-cambiar-cara-atractivo-inversion-inmobiliaria-110852>)
- Barranco sigue siendo el distrito más caro. (16 de febrero de 2018). Diario Publimetro. Recuperado de (<https://publimetro.pe/actualidad/noticia-barranco-sigue-siendo-distrito-mas-caro-70845>)
- Barretto, M. (2007) *Turismo y Cultura: Relaciones, contradicciones y expectativas*. (1a Ed.) Tenerife, España: Editorial ACA Y PASOS.
- Benavides Escobar, M. (2017) *Una mirada a la gentrificación: El caso Bogotá* (tesis de Maestría). Universidad Nacional de Bogotá, Bogotá, Colombia. Recuperada de <http://bdigaital.unal.edu.co/56884/7/mariaceciliabenavidesescobar.2017.pdf>
- Bushwick Action Research Collective (2018) (<http://bushwickactionresearch.org>) Sitio web oficial de Bush Wick Action Research; contiene información sobre gentrificación. Neighborhood Change In Bushwick (consulta: 20 junio).
- Burkart, A. J., & Medlik, S. (1981). *Tourism: past, present and future* (2a Ed.). Michigan, Estados Unidos: Heinemann
- Carbajal, A. (2013) *La movilidad residencial urbana y el tratamiento de las nuevas demandas vecinales: El caso del Distrito de Barranco 2007-2012* (Tesis de Maestría). Pontificia Universidad Católica del Perú, Lima, Perú. Recuperado de http://tesis.pucp.edu.pe:8080/repositorio/bitstream/handle/123456789/5367/CARBALAJAL_EZCURRA_ALEX_FERNANDO_MOVILIDAD.pdf?sequence=1
- Casgrain, A. y Janoschka, M. (2013, mayo). Gentrificación y resistencia en las ciudades latinoamericanas: El ejemplo de Santiago de Chile. *Andamios*, 10(22), 19-44.
- Checa-Artasu, M. (2011, 15 de marzo). Gentrificación y cultura: algunas reflexiones. *Biblio 3W Revista Bibliográfica de Geografía y Ciencias Sociales*, 16 (914), 1-37.
- Constitución Política del Perú (1993). Congreso Constituyente Democrático, Lima, Perú, 29 de diciembre de 1993.

- Clark, E. (2005). The order and simplicity of gentrification: a political challenge. En R. Atkinson y G. Bridge, *Gentrification in a global context: The new urban colonialism*, 261-269. Londres, Inglaterra: Routledge
- Cócola, A. (2015). Gentrificación y turismo en la ciudad contemporánea. *Turismo y Desarrollo: Boletín de Turismo Responsable*. Recuperado de https://agustincocolagant.net/wp-content/uploads/2016/11/TurismoyDesarrollo_14.pdf
- Colegio de Arquitectos del Perú (CAP) (2018) (<http://www.cap.org.pe/cap/>) Sitio web oficial del CAP; contiene información general, normativas, proyectos, estadísticas de las construcciones en el Perú así como otros enlaces de interés (consulta: 24 junio)
- Cóndor, M. y Cóndor, C. (2018). *El comportamiento social de niños de la IEN° 767 Anco-Huancavelica* (Tesis de Segunda Especialidad profesional). Universidad Nacional de Huancavelica, Huancavelica, Perú. Recuperado de <http://repositorio.unh.edu.pe/bitstream/handle/UNH/1568/T.A.%20CONDOR%20ADAUTO.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- De La Torre, C. (2017). *¿Regeneración urbana + Cultura = Gentrificación?. Caso de estudio: El Raval (Barcelona)* (Tesis de Máster) Universidad Politécnica de Catalunya, Cataluña, España. Recuperado de https://upcommons.upc.edu/bitstream/handle/2117/111786/DE%20LA%20TORRE_TESIS_MASTER.pdf
- Delgadillo, V., Diaz, I. y Salinas, L. (2015) *Perspectivas del estudio de la Gentrificación en México y América Latina*. (1a Ed.). México DF, México: UNAM Instituto de Geografía.
- Dosal Ellis, A. (2014, enero) ¿Cómo pueden funcionar la cultura y el patrimonio como mecanismos de exclusión?. *Pasos: Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 12(1),137-143. Recuperado de <http://web.a.ebscohost.com/ehost/results?vid=1&sid=3296a937-6d99-414f-b7b9-a68c3b4a6a4a%40sessionmgr4009&bquery=gentrificaci%C3%B3n&bdata=JmRiPWhqaCZsYW5nPWVzJnR5cGU9MA%3d%3d>
- Duque Calvache, R. (2010). *Procesos de gentrificación de cascos antiguos en España: el Albaicín de Granada*. Granada, España: CSI-Centro de Investigaciones Sociológicas
- El boom del turismo en el Perú: De solo Machu Picchu a un país multi-destino. (31 de julio de 2015). Diario Gestión. Recuperado de (<https://gestion.pe/economia/boom-turismo-peru-machu-picchu-pais-multidestino-96162>)
- Espino, P. y Gonzalez, D. (2015) *Turismo, Liderazgo y Motivación*. (3a Ed.) Lima, Perú: Editorial Melusa.

- Fleury, A. y Goutailler, L. (2014, 01 de agosto). Lieux de culture et gentrification: Le Cas de la Maison des Métallos à Paris. *Espaces et Sociétés*, 3(158), 151-167. Recuperado de <https://www.cairn.info/revue-espaces-et-societes-2014-3-page-151.htm>
- Garretón, M. (2017, enero). Planetary gentrification. *EURE*, Vol 43 (N°128), 297-300. Recuperado de <https://scielo.conicyt.cl/pdf/eure/v43n128/art13.pdf>
- González, M. (2008, 01 de junio). Un tema de discusión necesario – Gentrificación. *Revista La Tadeo* (Cesada desde 2012), (73). Recuperado de <https://revistas.utadeo.edu.co/index.php/RLT/article/view/494>
- Guerrero, G. (2011, enero) Las dos caras del Turismo: El Turismo como conservador y destructor del Patrimonio. *Revista de la Red de expertos iberoamericanos en turismo*, 10 (8), 10-14. Recuperado de https://www.ceddet.org/wp-content/themes/ceddet/pdf/revistas/turismo/n8_turismo.pdf
- Gurría, M. (1997) *Introducción al Turismo* (2a Ed.). México DF, México: Editorial Trillas.
- Heinrichs, D., Nuissl, H., y Rodríguez, C. (2009, abril). Dispersión urbana y nuevos desafíos para la gobernanza (metropolitana) en América Latina: el caso de Santiago de Chile. *EURE (Santiago)*, 35(104), 29-46. Recuperado de <http://dx.doi.org/10.4067/S0250-71612009000100002>
- Hiernaux, D., y González, C. I. (2014, setiembre). Turismo y gentrificación: pistas teóricas sobre una articulación. *Revista de Geografía Norte Grande*, (58), 55-70.
- Ibañez, R. y Cabrera, C. (2011) *Teoría General del Turismo: Un enfoque global y nacional*. (1a Ed.) México DF, México: Editorial Taller de Artes Gráficas de la UABCS.
- Instituto Nacional de Estadística e Informatica (INEI) (2014) *Una mirada a Lima Metropolitana*. Lima. Lima, Perú. Recuperado de https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1168/libro.pdf
- Instituto Nacional de Estadística e Informatica (INEI) (2017) *Provincia de Lima: Compendio Estadístico 2017*. Lima, Perú. Recuperado de https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1477/libro.pdf
- Janoschka, M., y Sequera, J. (2014). Procesos de gentrificación y desplazamiento en América Latina, una perspectiva comparativista. *Desafíos metropolitanos. Un diálogo entre Europa y América Latina, Madrid, Los Libros de la Catarata*, 82-104.
- Justino de Oliveira, E. (2015, enero). La expansión del turismo y las segundas residencias: Implicaciones en el sector inmobiliario de la costa de Parnamirim/RN y Nísia Floresta/RN (Brasil). *Estudios y perspectivas en turismo*, 24(2), 279-295. Recuperado de <http://www.scielo.org.ar/pdf/eypt/v24n2/v24n2a06.pdf>

- Kuper, A. (2002) *Culture: The anthropologists account*. (3a Ed.). Massachussetts, Estados Unidos: Harvard University Press.
- López-Morales, E. (2013). Gentrificación en Chile: Aportes conceptuales y evidencias para una discusión necesaria. *Revista de Geografía Norte Grande*, (56), 31-52. Recuperado de <https://scielo.conicyt.cl/pdf/rgeong/n56/art03.pdf>
- Madrid, F. (2012). El turismo cultural en los albores del siglo XXI. *Patrimonio Cultural y Turismo Cuadernos*, (19), 15-21.
- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR)(2018) (<https://www.mincetur.gob.pe/>) Sitio web oficial del MINCETUR; contiene información general del Ministerio y su campo de acción en la actividad turística peruana así como otros enlaces de interés (consulta: 12 junio)
- Ministerio de Cultura (MINCUL) (2018) (<http://www.cultura.gob.pe/>) Sitio web oficial del MINCUL; contiene información general, normativas de Protección de Patrimonio Cultural así como otros enlaces de interés (consulta: 19 junio)
- Ministerio de Economía y Finanzas (MEF)(2018) (<https://www.mef.gob.pe/>) Sitio web oficial del MEF; contiene información general, normativas, actualidad sobre actividades económicas así como otros enlaces de interés (consulta: 24 junio)
- Ministerio de Transportes y Comunicaciones (MTC)(2018) (<http://www.mtc.gob.pe/>) Sitio web oficial del MTC; contiene información general, normativas y proyectos de infraestructura básica así como otros enlaces de interés (consulta: 19 junio)
- Ministerio de Vivienda, Construcción y Saneamiento (2018) (<http://www.vivienda.gob.pe/>) Sitio web oficial del Ministerio; contiene información general, normativas, estadísticas de tipos de vivienda, así como otros enlaces de interés (consulta: 15 junio)
- Municipalidad de Barranco (2016) *Diagnóstico Cultural de Barranco – AGENDA 21*. Lima. Recuperado de <http://www.munibarranco.gob.pe/jdownloads/Agenda%2021/Diagnostico%20Cultural%20de%20Barranco.pdf>
- Municipalidad de Barranco (2016) *Propuesta de Plan Concertado de Cultura al 2021*. Lima. Recuperado de <http://www.munibarranco.gob.pe/jdownloads/Agenda%2021/Propuesta%20de%20Plan%20Concertado%20de%20Cultura%202016-2021.pdf>
- Municipalidad de Barranco (2018) *Estado de Licencias de Edificaciones Urbanas y Comerciales 2013 - 2016*. Lima. Recuperado de <http://www.munibarranco.gob.pe/index.php/licencia-de-edificacion/licencias-de-edificacion-y-habitaciones-urbanas>

- Municipalidad de Barranco (2018) *Estado de Licencias de Funcionamientos 2014 - 2016*. Lima. Recuperado de <http://www.munibarranco.gob.pe/index.php/licencia-de-funcionamiento>
- Municipalidad de Barranco (2002) *Plan Integral de Desarrollo de Barranco*. Lima. Municipalidad de Barranco.
- Organismo de Evaluación y Fiscalización Ambiental (2013). *Monitoreo de ruido ambiental en el Distrito de Barranco*. Lima, Perú.
- Organismo Supervisor de Inversión Privada en Telecomunicaciones (OSIPTEL) (2018) (<https://www.osiptel.gob.pe/>) Sitio web oficial de OSIPTEL; contiene información estadística sobre telecomunicaciones y más enlaces de interés (consulta: 24 de junio)
- Organización de las Naciones Unidas para la Educación la Ciencia y la Cultura UNESCO (1982) *Declaración de la ciudad de México sobre Políticas Culturales: Conferencia Mundial sobre Políticas Culturales*. México DF, México.
- Organización de las Naciones Unidas para la Educación la Ciencia y la Cultura (UNESCO) (2018) (<https://es.unesco.org/>) Sitio web oficial de la UNESCO, contiene información descriptiva, misión, funciones, lista de Patrimonio Mundial y más enlaces de interés (consulta: 21 de junio)
- Organización Mundial del Turismo OMT (2016) *Alianza entre turismo y cultura en el Perú: Modelos de colaboración entre turismo, cultura y comunidad*. Recuperado de <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284417575>
- Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico OECD (2008) *The Impact of Culture on Tourism*. Paris, Francia: OECD.
- Portal del Estado Peruano (2018) (<http://www.peru.gob.pe/>) Sitio web oficial del Estado Peruano; contiene información política del país y otros enlaces de interés (consulta: 25 de junio)
- Presidencia del Consejo de Ministros (PCM) (2018) (<http://www.pcm.gob.pe>) Sitio web oficial de la PCM; contiene información general, normativas y proyectos de la PCM así como otros enlaces de interés (consulta: 23 junio)
- Pro - desarrollo Turístico PRODESTUR (2013) *Perfil del Turista que visita el distrito de Barranco 2013*. Lima, Perú: PRODESTUR.
- PROMPERU (2007) *Perfil del turista cultural 2007*. Lima, Perú: PROMPERU. Recuperado de <http://intranet.promperu.gob.pe/IMPP/2010/TurismoReceptivo/Demanda%20Actual/Perfil%20del%20Turista%20Extranjero%202007/Publicaci%C3%B3n%20Perfil%20del%20Turista%20Extranjero%202007.pdf>
- PROMPERU (2015) *Perfil del turista extranjero 2015*. Lima: PROMPERU. Recuperado de <https://www.promperu.gob.pe/TurismoIN//sitio/VisorDocumentos?titulo=Perfil%2>

0Del% 20Turista% 20Extranjero&url=Uploads/publicaciones/2024/PUBLICACI%C3%93N% 20PERFIL% 20TURISTA% 20EXTRANJERO% 202016% 20(SPREAD)_LC.pdf&nombObjeto=Publicaciones&back=/TurismoIN/sitio/Publicaciones&issuaid=0

Quesada, R.(2007). *Elementos del turismo* (4a Ed.). San José de Costa Rica, Costa Rica: Editorial EUNED. Recuperado de https://books.google.com.pe/books?id=z8SgCXUIsGUC&pg=PA79&hl=es&source=gb_s_selected_pages&cad=3#v=onepage&q&f=false

Real Academia Española (2017, octubre). *Diccionario de la lengua española*. Recuperado de <http://dle.rae.es/?id=AGHyxGk> (Consulta: 20 de julio de 2018).

Ribes-Iñesta, E., Rangel, N. y López-Valadéz, F. (2008, junio) *Análisis Teórico De Las Dimensiones Funcionales Del Comportamiento Social*. Revista Mexicana de Psicología. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=243016300003>

Rojas, M. (2011) *Identidad Cultural e Integración: Desde la Ilustración hasta el Romanticismo Latinoamericano*. (3a Ed.) Bogotá, Colombia: Editorial Buenaventuriana

Sabatini, F., Robles, M. y Vásquez, H. (2009). Gentrificación sin expulsión, o la ciudad latinoamericana en una encrucijada histórica. *Revista 180*, (24).

Saco, A. (2006) *Sociología aplicada al cambio social*. (1a Ed.) Madrid, España: Editorial ANDAVIRA

Sanchez, E. (2004). *Renovación Urbana de los atractivos turísticos de Barranco*. (Tesis de Titulación Ingeniería). Universidad Nacional de Ingeniería, Lima, Perú.

Salinas, L (2013, 24 de febrero). Gentrificación en la ciudad latinoamericana: El caso de Buenos Aires y Ciudad de México. *Geographos*, 4(44), 283-307.

Sassen, S. (2001) *The Global City: London, New York, Tokio*.(2a Ed.) New Jersey, Estados Unidos: Universidad de Princeton Press.

Sequera, J. (2014) Gentrificación en el Centro histórico de Madrid: El caso Lavapies. En: Hidalgo, R. & Janoschka, M. *La ciudad neoliberal: Gentrificación y exclusión en Santiago de Chile, Buenos Aires, Ciudad de México y Madrid*. (pp. 233-255). Santiago de Chile, Chile. Recuperado de https://www.researchgate.net/publication/282124058_Gentrificacion_en_el_Centro_Historico_de_Madrid_el_caso_de_Lavapies

Servicio de Agua Potable y Alcantarillado - SEDAPAL (2016). *Anuario de Estadísticas 2016*. Lima, Perú

Steel, G. y Klaufus, C. (2010, Octubre). Displacement by/for development in two Andean cities. Artículo presentado en *Congress of Latin American Studies Association of Toronto*. Recuperado

de https://www.researchgate.net/publication/315542207_Displacement_byfor_development_in_two_Andean_cities

Urbania (2018) (<https://urbania.pe/>) Sitio web oficial del Portal Inmobiliario Urbania; contiene información actual sobre el movimiento en el sector inmobiliario y otros enlaces de interés (consulta: 25 de junio)

Valencia, T. (2007) *Nuevas relaciones, viejas tradiciones en San Blas: Impactos del turismo en un barrio tradicional de Cusco* (Tesis de Maestría). Pontificia Universidad Católica del Perú, Lima, Perú. Recuperada de http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/123456789/4904/VALENCIA_BECERRA_TATIANA_ADELA_NUEVAS_RELACIONES.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Vergara-Constella, C. & Casellas, A. (2016, mayo). Políticas estatales y transformación urbana: ¿Hacia un proceso de gentrificación en Valparaíso, Chile?. *Eure*, 42(126), 123-144. Recuperado de: <https://scielo.conicyt.cl/pdf/eure/v42n126/art06.pdf>

Vila, F. (2017, 31 de enero). La (in)esperada gentrificación cultural: El caso Barcelona. *Periférica Internacional*, 21(17), 285-297. Recuperado de: <https://revistas.uca.es/index.php/periferica/article/view/3283>

Villalobos, M (2016, 3 de setiembre) Gentrificación de Barranco atraer inversión mobiliario. *Diario El Comercio*. Recuperado de: <https://elcomercio.pe/economia/peru/gentificacion-barranco-atrae-inversion-inmobiliaria-224475>

Villena, C. (2007) *Introducción al Turismo: Teoría y realidad peruana* (8a Ed.). Lima, Perú: Editorial ART&GRAPSA

Yi, Y. y Aizcorbe, J. (2016, 14 de enero) Barranco un distrito en proceso de gentrificación. *Semana Económica* (n/a) Recuperado de: <http://semanaeconomica.com/article/sectores-y-empresas/inmobiliario/177130-barranco-un-distrito-en-proceso-de-gentrificacion/>

ANEXO 1: MATRIZ DE CONSISTENCIA

PROBLEMAS	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES	METODOLOGÍA
Problema Principal	Objetivo General	Hipótesis General	Variable Independiente Gentrificación Variable Dependiente Turismo Cultural Barranco Cambios socio-culturales	1. Tipo y diseño de la investigación Cualitativa - Descriptiva - Exploratoria 2. Instrumento de Investigación - Entrevista Semiestructurada - Observación Directa 3. Segmentos - Pobladores - Administradores de los negocios comerciales ligados al turismo - Representantes de la Municipalidad de Barranco - Representantes de Ministros - Turistas - Especialistas en Historia y Cultura -Instituciones Privadas culturales
¿Cómo ha influenciado la Gentrificación en el desarrollo del Turismo Cultural en el distrito de Barranco en Lima – Perú durante el periodo 2010 -2017?	Analizar la influencia de la Gentrificación en el desarrollo del Turismo Cultural en el distrito de Barranco en Lima – Perú durante el periodo 2010 -2017	La Gentrificación ha influenciado de manera moderada en el desarrollo del turismo cultural en el distrito de Barranco en Lima – Perú durante el periodo 2010 -2017		
Problemas Secundarios	Objetivos Específicos	Hipótesis Específicos		
¿Cómo se ha desarrollado el proceso de Gentrificación en el distrito de Barranco durante el periodo 2010 - 2017?	Analizar el desarrollo del proceso de gentrificación en el distrito de Barranco durante el periodo 2010 - 2017	El proceso de Gentrificación ha sido muy notorio en el distrito de Barranco durante el periodo 2010 - 2017		
¿Cómo se ha desarrollado el Turismo Cultural en Barranco durante el periodo 2010-2017?	Analizar el desarrollo del turismo cultural en el distrito de Barranco durante el periodo 2010 - 2017	El Turismo Cultural se ha desarrollado de manera favorable en el distrito de Barranco durante el periodo 2010 - 2017		
¿Qué cambios socio-cultural ha sufrido el distrito de Barranco durante el periodo 2010-2017?	Analizar los cambios socio-cultural en el distrito de Barranco durante el periodo 2010 - 2017	Los cambios socio-cultural han sido significativos en el distrito de Barranco durante el periodo 2010 - 2017.		

ANEXO 2: GUÍA DE PREGUNTAS

CUESTIONARIO Segmento 1 - POBLADOR

- 1) ¿Todo ese tiempo ha vivido en el mismo lugar del distrito?
- 2) ¿Qué opinión le merece Barranco como distrito Cultural?
- 3) ¿Según su opinión, qué es lo que más atrae a los turistas de Barranco?
- 4) ¿Conocen de los planes sobre turismo, programas de Protección o ha visto alguna demostración de protección a los monumentos culturales en Barranco (limpieza, restauración, conservación? que tiene el Municipio?
- 5) ¿Qué piensa del Barranco de hace 10 años, con el Barranco de hoy respecto al desarrollo turístico cultural?
- 6) ¿Considera que la cantidad de turistas (nacionales y extranjeros) que visitan Barranco ha aumentado/disminuido/se mantiene constante en los últimos 10 años?
- 7) ¿Qué opinión le merecen los museos abiertos desde hace algunos años en el distrito? ¿Por qué considera que eligieron a Barranco como sede de estos?
- 8) ¿Cree Ud. que los vecinos antiguos son los mismos? ¿O ha migrado nuevos vecinos?
- 9) ¿Qué cambios ha notado en cuanto a negocios, casas, edificios, monumentos en el distrito en los últimos años? ¿Han aumentado/disminuido/ mantenido? ¿Están mejor o poco conservados?
- 10) ¿Qué opina de las nuevas construcciones que se han realizado en el Distrito? Tales como la Vía Exclusiva del Metropolitano, los nuevos edificios de viviendas y oficinas
- 11) En su opinión ¿Cuáles son las mejoras que se han dado en el distrito durante los últimos 10 años?
- 12) ¿Qué impacto cree Ud. que está teniendo el desarrollo urbano en el costo de vida del habitante?
- 13) ¿Cree Ud. que se deba seguir impulsando el desarrollo urbano en el distrito?
- 14) ¿Qué es lo que más extraña del Barranco de hace diez años?
- 15) ¿Qué opinión le merecen los negocios (restaurantes/hoteles) nuevos apostados en la zona histórica del distrito. ¿Le gustan, disgustan? ¿Por qué?
- 16) ¿Según su opinión qué medidas se podrían tomar para que los beneficios del turismo cultural, se refleje en una mejora de calidad de vida para la población barranquina?
- 17) ¿Se sienten parte del desarrollo del distrito? ¿Percibe que las autoridades los toman en cuenta al momento de hacer sus planes de desarrollo?
- 18) ¿Cómo proyecta al distrito con respecto al turismo cultural y paisaje urbano en diez años?

CUESTIONARIO Segmento 2 - NEGOCIOS

- 1) ¿Qué opinión le merece Barranco como distrito Cultural?

- 2) ¿Conocen de los planes sobre turismo, programas de Protección o ha visto alguna demostración de protección a los monumentos culturales en Barranco (limpieza, restauración, conservación que tiene el Municipio)?
- 3) ¿Cuánto tiempo tiene el negocio? ¿Cuáles fueron los motivos por el cual ha abierto el negocio en este Distrito?
- 4) ¿Cómo le está yendo en su negocio?, ¿siente que ha mejorado en los últimos años? ¿Se mantiene igual, ha disminuido?
- 5) ¿En los últimos años, ha habido cambio en el tipo de clientes que frecuentan su negocio o siguen siendo los mismos? ¿Cuáles son principalmente?
- 6) ¿Qué percepción tiene sobre los turistas que visitan el Distrito? ¿Lo beneficia de alguna manera?
- 7) ¿Cree Ud. que su negocio fomenta al desarrollo del Turismo en el distrito? ¿De qué manera?
- 8) ¿Considera que la cantidad de turistas (nacionales y extranjeros) que visitan Barranco ha aumentado/disminuido/se mantiene constante en los últimos 10 años?
- 9) ¿Cree Ud. que los vecinos antiguos son los mismos? ¿O ha migrado nuevos vecinos?
- 10) ¿Qué cambios ha notado en cuanto a negocios, casas, edificios, monumentos en el distrito en los últimos años? ¿Han aumentado/disminuido/ mantenido? ¿están mejor o poco conservados?
- 11) ¿Qué opina de las nuevas construcciones que se han realizado en el Distrito? Tales como la Vía Exclusiva del Metropolitano, los nuevos edificios de viviendas y oficinas?
- 12) ¿Conoce Ud. que era este lugar antes de iniciar su negocio?
- 13) ¿Qué impacto cree Ud. que está teniendo el desarrollo urbano en el costo de vida del habitante?
- 14) ¿Qué es lo que más extraña del Barranco de hace diez años?
- 15) ¿Qué opinión le merecen los negocios (restaurantes/hoteles) nuevos apostados en la zona histórica del distrito? Le gustan? Disgustan? Porque?
- 16) ¿Tiene nuevos planes de emprendimiento o extensión de negocio en los próximos años?
- 17) ¿Qué opina de la accesibilidad (vías habilitadas) hacia este distrito? Hay mayor/igual/menor facilidad de acceso que antes?
- 18) ¿Conoce Ud. la zona Este del distrito? ¿Qué opina de ello?
- 19) ¿Cómo proyecta al distrito con respecto al turismo cultural y paisaje urbano en diez años?

CUESTIONARIO Segmento 3 – Representantes de la Municipalidad de Barranco

- 1) ¿Qué opinión le merece Barranco como distrito Cultural?
- 2) ¿Según su opinión, qué es lo que más atrae a los turistas de Barranco?
- 3) ¿Desde hace cuánto tiempo tiene a su cargo esta función?
- 4) ¿Qué piensa del Barranco de hace 10 años, con el Barranco de hoy respecto al desarrollo turístico cultural?
- 5) ¿Considera que la cantidad de turistas (nacionales y extranjeros) que visitan Barranco ha aumentado/disminuido/se mantiene constante en los últimos 10 años?

- 6) ¿Qué opinión tiene del distrito de Barranco de hace 10 años, con el Barranco de hoy respecto a la protección y difusión de su patrimonio cultural?
- 7) ¿Qué opinión le merecen los museos abiertos desde hace algunos años en el distrito? ¿Por qué considera que eligieron a Barranco como sede de estos?
- 8) ¿Qué planes específicos de desarrollo turístico hay en la zona Este (no monumental)?
- 9) ¿Cómo apoya el Ministerio a la Municipalidad de Barranco en la conservación/protección del Patrimonio Cultural del distrito y el turismo? ¿Hay presupuesto ministerial asignado?
- 10) ¿Qué cambios ha notado en cuanto a negocios, casas, edificios, monumentos en el distrito en los últimos años? ¿Han aumentado/disminuido/ mantenido? ¿están mejor o poco conservados?
- 11) ¿Qué opina de las nuevas construcciones que se han realizado en el Distrito? Tales como la Vía Exclusiva del Metropolitano, los nuevos edificios de viviendas y oficinas.
- 12) ¿Qué opina sobre la demolición de algunas casonas y construcciones antiguas en Barranco? Lo considera positivo, negativo? ¿Por qué?
- 13) ¿Según su percepción, por qué el empresario invierte en poner negocios en Barranco?
- 14) ¿Qué impactos cree Ud. está teniendo la actividad turística en la población del distrito?
- 15) ¿Qué impacto cree Ud. Que está teniendo el desarrollo urbano en el costo de vida del habitante?
- 16) ¿Cómo está afectando el desarrollo comercial a la vida de los pobladores?
- 17) ¿Qué impacto está teniendo el auge inmobiliario en la actividad turística y en los monumentos culturales del distrito? ¿Representa algún peligro por la identidad Cultural del Distrito?
- 18) ¿Cree Ud. que se deba seguir impulsando el desarrollo urbano en el distrito?
- 19) ¿Qué opinión le merecen los negocios (restaurantes/hoteles) nuevos apostados en la zona histórica del distrito? ¿Le gustan, disgustan? ¿Porque?
- 20) ¿Según su opinión qué medidas se podrían tomar para que los beneficios del turismo cultural, se refleje en una mejora de calidad de vida para la población barranquina?
- 21) ¿Cómo percibe al vecino barranquino de ahora, con respecto al vecino de hace diez años? ¿Ha notado algún cambio en sus hábitos, costumbres, educación?
- 22) ¿Cómo percibe la migración de la población de Barranco? ¿se ha incrementado con la llegada de gente nueva, o ha migrado a otros distritos o sea generado desplazamiento a otras zonas del mismo distrito?
- 23) ¿Cómo cree Ud. que benefician los planes de desarrollo turístico a los pobladores de barranco?
- 24) ¿Cómo proyecta al distrito con respecto al turismo cultural y paisaje urbano en diez años?
- 25) ¿Conoce Ud. la zona Este del distrito? ¿Qué opina de ello?
- 26) ¿Cómo se imagina a Barranco en un futuro de 5 o 10 años?

CUESTIONARIO Segmento 4 – Representantes de Ministerios

- 1) ¿Qué opinión le merece Barranco como distrito Cultural?
- 2) ¿Desde hace cuánto tiempo tiene a su cargo esta función?
- 3) ¿Qué piensa del Barranco de hace 10 años, con el Barranco de hoy respecto al desarrollo turístico cultural?
- 4) ¿Considera que la cantidad de turistas (nacionales y extranjeros) que visitan Barranco ha aumentado/disminuido/se mantiene constante en los últimos 10 años?
- 5) ¿Qué opinión tiene del distrito de Barranco de hace 10 años, con el Barranco de hoy respecto a la protección y difusión de su patrimonio cultural?
- 6) ¿Qué opinión le merecen los museos abiertos desde hace algunos años en el distrito? Por qué considera que eligieron a Barranco como sede de estos?
- 7) ¿Cómo apoya el Ministerio a la Municipalidad de Barranco en la conservación/protección del Patrimonio Cultural del distrito y el turismo? Hay presupuesto ministerial asignado?
- 8) ¿Qué cambios ha notado en cuanto a negocios, casas, edificios, monumentos en el distrito en los últimos años? Han aumentado/disminuido/ mantenido? están mejor o poco conservados?
- 9) ¿Qué impactos cree Ud. está teniendo la actividad turística en la población del distrito?
- 10) ¿Qué impacto está teniendo el auge inmobiliario en la actividad turística y en los monumentos culturales del distrito? Representa algún peligro por la identidad Cultural del Distrito?
- 11) ¿Cree Ud. que se deba seguir impulsando el desarrollo urbano en el distrito?
- 12) ¿Qué opinión le merecen los negocios (restaurantes/hoteles) nuevos apostados en la zona histórica del distrito? ¿Le gustan, disgustan? ¿Porque?
- 13) ¿Según su opinión qué medidas se podrían tomar para que los beneficios del turismo cultural, se refleje en una mejora de calidad de vida para la población barranquina?
- 14) ¿Cómo percibe la migración de la población de Barranco? ¿se ha incrementado con la llegada de gente nueva, o ha migrado a otros distritos o sea generado desplazamiento a otras zonas del mismo distrito?
- 15) ¿Cómo proyecta al distrito con respecto al turismo cultural y paisaje urbano en diez años?

CUESTIONARIO Segmento 5 - TURISTAS

- 1) ¿Qué opinión le merece Barranco como distrito Cultural?
- 2) ¿Es la primera vez que visita Barranco? Si es negativo, preguntar en que año lo visitó. Con qué frecuencia viene?
- 3) ¿Cómo conoce de este distrito? ¿Por qué medios se enteró?
- 4) ¿Qué es lo que lo motivó para visitar Barranco? ¿Qué sitios ha visitado?
- 5) ¿La visita que hizo coincidió con sus expectativas?
- 6) ¿Conoce Ud. La zona Este del distrito? ¿Qué opina de ello?

CUESTIONARIO Segmento 6 - ESPECIALISTAS

- 1) ¿Qué opinión le merece Barranco como distrito Cultural?
- 2) ¿Qué piensa del Barranco de hace 10 años, con el Barranco de hoy respecto al desarrollo turístico cultural?
- 3) ¿Considera que la cantidad de turistas (nacionales y extranjeros) que visitan Barranco ha aumentado/disminuido/se mantiene constante en los últimos 10 años?
- 4) ¿Qué opinión tiene del distrito de Barranco de hace 10 años, con el Barranco de hoy respecto a la protección y difusión de su patrimonio cultural?
- 5) ¿Qué opinión le merecen los museos abiertos desde hace algunos años en el distrito? Por qué considera que eligieron a Barranco como sede de estos?
- 6) ¿Qué cambios ha notado en cuanto a negocios, casas, edificios, monumentos en el distrito en los últimos años? Han aumentado/disminuido/ mantenido? están mejor o poco conservados?
- 7) ¿Qué opina de las nuevas construcciones que se han realizado en el Distrito? Tales como la Vía Exclusiva del Metropolitano, los nuevos edificios de viviendas y oficinas?
- 8) ¿Qué opinión le merecen los negocios (restaurantes/hoteles) nuevos apostados en la zona histórica del distrito? Le gustan, disgustan?. ¿Por qué?
- 9) ¿Cómo proyecta al distrito con respecto al turismo cultural y paisaje urbano en diez años?

CUESTIONARIO Segmento 7 – INSTITUCIONES PRIVADAS (MUSEOS)

- 1) ¿Cómo es el flujo del turismo por este museo?
- 2) ¿Qué tipo de turista es el que llega con más frecuencia?
- 3) ¿Cuál es el mes con más afluencia de turistas?
- 4) ¿Las agencias de turismo les apoya con los turistas o vienen solos?

ANEXO 3: GALERÍA FOTOGRÁFICA

Fotografía 1. Plaza Principal de Barranco
Fuente: Municipalidad de Barranco

Fotografía 2. Plaza Principal de Barranco
Fuente: Municipalidad de Barranco

Fotografía 3. Iglesia de la Santísima Cruz de Barranco
Fuente: Municipalidad de Barranco

Fotografía 4. Puente de los Suspiros
Fuente: Municipalidad de Barranco

Fotografía 5. Puente de los Suspiros
Fuente: Municipalidad de Barranco

Fotografía 6. Bajada de los Baños
Fuente: Municipalidad de Barranco

Fotografía 7. Museo Pedro de Osma
Fuente: Municipalidad de Barranco

Fotografía 8. Edificio moderno Barranco
Fuente: Diario Gestión 2016

Fotografía 9. Edificio moderno Barranco
Fuente: Diario El Comercio 2016

Fotografía 10. Edificio moderno Barranco
Fuente: Diario Gestión 2016

ANEXO 4: BITACORA DE CONTEXTO GENERAL

Contexto/ Segmento	Segmento 1 Poblador	Segmento 2 Negocios	Segmento 3 Municipio	Segmento 4 Ministerios	Segmento 5 Turistas	Segmento 6 Especialista	Segmento 7 Instit. Privadas
Observaciones antes de la entrevista	A casi todos los pobladores se les ubicó en la plaza principal de Barranco. Casi todos han vivido siempre en Barranco. Los entrevistados son personas mayores, la mayoría tienen más de 50 años. Casi todos escuchaban con cierta desconfianza las primeras preguntas, pero luego entraban en confianza y comenzaban a explicar con más detalles a las preguntas. La plaza lució siempre concurrida y con muchos grupos o solistas que tocaban música y cantaban en vivo. A pesar de este elemento distractivo se pudo mantener la concentración en las entrevistas.	A los entrevistados se les captó in situ, en su lugar de trabajo. Casi todos son dueños de su negocios y aceptaron la entrevista rápidamente a pesar de que estaban trabajando. Todos son adultos en edades entre 40-65 años.	Lograr entrevistar a las Coordinadoras de Biblioteca y Oficina de Turismo fue sencillo y rápido. Fueron muy disponibles. Por el contrario, la entrevista con la Subgerente de Educación, Turismo y Cultura tomó varias días y se hizo asiguando el procedimiento de la Municipalidad. El día de la entrevista, la Subgerente llegó con varios minutos de retraso.	En el caso de los 3 entrevistados, ubicarlos tomó varios días. A los Representantes de MINCETUR y Promperú se les ubicó por redes sociales a través de una amistad en común. En el caso de la representante del Ministerio de Cultura, ella era conocida. Coordinar el día de la entrevista también tomó varios días ya que por sus agendas, era complicado coincidir con su disponibilidad. Entrevistas fueron reprogramadas más de una vez. La entrevista con Fernando y Luis fue en un lugar público (cafeterías) en la mañana y ambos llegaron tarde por el tráfico. En el caso de Tania, la entrevista fue en su casa de noche.	En el caso de los turistas extranjeros, las entrevistas fueron bastante cortas, pues no se deseaba interrumpir muchos sus actividades. Aparte por sus comentarios, se notaba que estaban algo cortos de tiempo. A pesar de esto, aceptaron la entrevista con amabilidad. Los lugares de la entrevista fueron los sitios donde se congregan más turistas, el Mirador, el Puente de los Suspiros y Bajada de los Baños, por lo tanto, había bastante bulla. En el caso del turista peruano, aceptó rápidamente la entrevista. Se notaba que tenía disponibilidad de tiempo.	Obtener una entrevista con ambos especialistas fue bastante complicado debido a su poca disponibilidad de tiempo. A ambos se les contactó por redes sociales. Ambos son conocidos. Marco tiene un Fanpage en Facebook y Nestor ha sido profesor de varias generaciones de Guías Oficiales de Turismo. La entrevista con Marco sólo pudo ser telefónica; por el contrario, la entrevista con Nestor fue un domingo durante su pausa de clases en una universidad.	Ambos mostraron mucha disposición al ser consultados. Siempre se mostraron interesados en lo que se les preguntaba
Observaciones durante la entrevista	Durante la entrevista, al menos la mitad de los pobladores relacionaron los problemas de su distrito con la mala gestión de sus autoridades locales. Todos los entrevistados se mostraron muy claros y coherentes con sus puntos de vista. Muchos usaban un vocabulario y estructura en las oraciones que refleja que han tenido educación superior. Sobre los pax que fueron captados en la plaza, se notó que son conocidos en la zona. Mientras se desarrollaba la entrevista, algunas personas (mayores) que pasaban se paraban a saludarlos, intercambiaban un par de palabras o bromas y se iban. Se notaba cierta relación de amistad y cercanía.	Las entrevistas tuvieron varias interrupciones porque debían atender a algún cliente o proveedor que se acercaba. Entonces se hacía una pausa hasta que terminarían y luego se reanudaba. Siempre se mostraron amables ante cada pregunta.	Las entrevistas se desarrollaron en general sin interrupciones. Todas fueron realizadas en la mañana. Las Coordinadoras de Biblioteca y Oficina de Turismo respondieron muy amables y entusiastas a la entrevista. Se les notó muy naturales en sus respuestas. En el caso de la SubGerente, algunas veces alzaba la voz para dejar en claro su posición respecto a algún tema que se tocaba.	Durante la entrevista, la Representante de MINCUL fue muy didáctica y mostró material para explicar mejor algunos temas de la entrevista. En el caso de los representantes de MINCETUR y Promperú, al ser jóvenes, no sólo respondieron con bastante claridad y dando ejemplos prácticos, sino que dieron muy buenas ideas (varias muy creativas) de cómo alguno de los problemas del distrito podrían resolverse.	En el caso de los extranjeros, fueron muy frescos y naturales en sus respuestas. Dieron respuestas cortas, probablemente porque algunos recién empezaban a pasear, entonces aún no habían visto mucho del lugar. En el caso del turista peruano, él sí dió respuestas más largas, siempre amable.	Durante la entrevista dieron respuestas claras de todos los temas. Se les notó muy conocedores de la realidad de Lima y Barranco. Nestor fue incluso bastante extenso con sus respuestas, mucho más que Marco.	Ambos respondieron sin apuro y con mucha seguridad. El entrevistado de MATE fue más conciso en responder, a diferencia del entrevistado del Museo Osma
Observaciones después de la entrevista	Al finalizar la entrevista, los pobladores ya habían entrado en total confianza, algunos comentaron que les había parecido agradable y amena; nada rígida. La mayoría de los pobladores fueron captados en la tarde de los fines de semana. Al dejarlos, ellos se quedaban sentados en las bancas conversando con otros vecinos.	Al terminar la entrevista volvieron rápidamente a seguir trabajando.	Al final de la entrevista, el ambiente era tranquilo y relajado. Todas agradecieron y rápidamente volvieron a sus labores del día.	Al final los tres entrevistados se ofrecieron a ayudar más adelante en caso hubiese alguna otra consulta que se deseara hacerles durante el trabajo de investigación. Se mostraron muy dispuestos a aclarar dudas y preguntas.	Todos se despidieron alegres y corteses y siguieron con sus actividades del día.	Ambos mantuvieron la amabilidad en toda la entrevista, no obstante estar un poco ajustados de su tiempo. Se valoró mucho el tiempo concedido por ellos.	No hubo nada particular notado al finalizar la entrevista; ambos siguieron con sus labores luego de terminar de responder las preguntas

ANEXO 5: MATRIZ DE PROCESAMIENTO

Categorías/ Entrevistados	Segmento 1 - POBLADOR	Segmento 2 - NEGOCIO	Segmento 3 - REP. MUNICIPALIDAD DE BARRANCO	Segmento 4 - REP. MINISTERIOS	Segmento 5 - TURISTA	Segmento 6 - ESPECIALISTA	Segmento 7 - MUSEOS
Categoría 1 TURISMO Y CULTURA	<ul style="list-style-type: none">- Siempre ha habido turismo, pero en los últimos años se ha incrementado bastante. Todos piensan que es positivo.- El turismo cultural es de gran importancia porque genera ingresos, pero que estos deberían ser bien gestionados en favor del distrito.- Los turistas, la mayoría extranjeros, gustan visitar los lugares más tradicionales y conocidos de Barranco: Puente Suspiros, la Plaza, la Ermita, museos, es decir, su motivación de visita son los lugares culturales, la historia de los poetas, la arquitectura de las casonas, hay otros lugares interesantes como el molino de fierro y ahora último los murales.- El turismo beneficia al poblador local (artesano) pero más a los que tienen negocios (restaurantes, hospedaje y discotecas).- Barranco se ha transformado en cuanto a su gente como en las casonas. Era más acogedor y tranquilo. La forma de vida ha cambiado.- Han hecho buenas obras en cuanto a parques, veredas, pero no se dan mantenimiento.- No existe mucha conservación en los monumentos históricos. La Municipalidad no cuenta con fondos suficientes para hacerlo.- La Municipalidad no tiene planes de Turismo, se enfoca más en obras de servicios básicos y en las construcciones.- Se han quitado varios sitios para poner otros (laguna, zoológico), ya no existen las casonas de antes.- La Municipalidad promociona Barranco por medio de su página web, Facebook y brochures, pero no es suficiente.- Barranco ya es considerado como un paso obligado de conocer después de Lima y Miraflores.	<ul style="list-style-type: none">- El turismo va en crecimiento y es positivo y depende de la gestión de las autoridades para atender a los turistas, como se organizan en el tema de seguridad.- Se abrió el negocio para atender a los turistas, embajadores y turistas extranjeros.- Algunos negocios van pasando de generación en generación manteniendo la tradición.- Los clientes en su mayoría son turistas extranjeros y de otros distritos, también los antiguos pobladores que ahora ya son adultos y vienen con sus hijos y/o nietos.- Los negocios fomentan el turismo en algunos casos con la venta de artesanía, mostrando la gastronomía peruana.- La Municipalidad no promociona Barranco, no hay planes de turismo, no saben ni siquiera hacer un proyecto para presentar al MEF, solo se acuerdan de uno para las elecciones.	<ul style="list-style-type: none">- El turismo se ha desarrollado en gran proporción, ocupa el 3er lugar turístico después de Lima y Miraflores.- Existe más negocios, hay mayor desarrollo económico por lo que el nivel económico de los vecinos mejora.- La municipalidad fomenta el turismo con un calendario de actividades a través del facebook, folletos y la página Web. Se programan tours, charlas (los exponentes lo provee la municipalidad), eventos turísticos, la noche de los museos, el paseo peatonal por los murales y una ruta de ciclistas, inclusive se desea crear un circuito gastronómico con los restaurantes del distrito.- Antes el turista venía a Barranco solo a dar un paseo y pernoctaba en Miraflores, ahora ya se queda. Hace 7 o 10 años no había gestión turística.- Barranco es un destino turístico y cultural, el 70% del distrito es declarado Patrimonio Cultural.- Las visitas de los turistas crecen cada año especialmente los meses junio, julio y agosto.- Lo que más les atrae a los turistas es el puente de los suspiros, su historia, su cultura, lo urbano, el arte, los murales, las casonas antiguas y coloridas, la bajad de baños, museo entre otros.- Se trabaja con el Ministerio de Cultura para ver de que manera se podría mantener la zona monumental y obviamente Barranco tiene recursos muy limitados.- El costo para entrar a los museos es muy costoso para el barranquino, el peruano tampoco tiene cultura de hacer turismo interno, menos externo, también depende de la educación.- No existe planes de turismo para la zona Este.- Para preservar el patrimonio ejm funicular se ha creado un ambiente de arte de esta manera se da valor al bagon. Se hace mantenimiento cada 2 años. Hubo presupuesto para la hermita y el puente de los suspiros pero no saben que hicieron con la plata.- En el proyecto "Altura para la cultura" está considerado Barranco en un futuro.- PROMPERU apoya con los ponentes y material para las capacitaciones, al igual que CENFOTUR.	<ul style="list-style-type: none">- Se visitan siempre los mismos sitios. No se ve nueva oferta desde el lado turístico.- Dos entrevistados perciben que la Municipalidad no muestra mucho interés por promover la conservación y puesta en valor de su Patrimonio. En cambio, el otro entrevistado indica que el interés por la conservación de parte del gobierno local sí ha aumentado.- Barranco no necesita mayor promoción sino mejor oferta para aprovechar sus flujos de visitantes nacionales y extranjeros.- Barranco tiene mucho turismo interno, mucha gente de Lima que viene a visitarlo.- El Municipio no invierte en inmuebles históricos privados, sino sólo en aquellos de los que es propietario.- El propietario de un inmueble histórico como una casona debe invertir mucho dinero en la conservación de su predio y debe estar sujeto a las normas de protección del patrimonio Cultural, es decir, no debe alterar las formas de la edificación.- Dos entrevistados coinciden en que se han abierto nuevos espacios que promueven el turismo cultural: museos, galería así como restaurantes reconocidos, pero el distrito tiene muchísimo más potencial que no se está aprovechando todavía.- Barranco tiene una oferta cultural más concentrada, pero no es necesariamente el distrito que más cultura tiene.- Es necesario reforzar la conciencia del poblador u ocupante de inmuebles del distrito, para que estos desarrollen acciones de conservación y mantenimiento de las edificaciones que ocupan.- En cambio Barranco ha perdido toda esa parte tradicional y lo que se ha creado es una cultura contemporánea interesante pero que no está conectando con eso que tienen más antiguo. En Barranco yo no encuentro la correlación entre las manifestaciones culturales actuales y las pasadas.		<ul style="list-style-type: none">- Ambos coinciden que la preservación de algunos sitios sí es visible pero otros no. Uno de los entrevistados indica que eso se debe a la falta de conciencia turística y al poco conocimiento del desarrollo sostenible del turismo.- Referente a la promoción de los sitios turísticos, un entrevistado es más práctico y menciona las redes sociales, las conferencias. En cambio el otro entrevistado indica que para lograr una buena promoción se debe educar y concientizar al poblador sobre protección de los lugares históricos y su importancia en el turismo.- Respecto al turismo cultural, los entrevistados concuerdan que hay mayor interés de las personas por conocer el Barranco cultural.- Ambos entrevistados mencionan que lo que les atrae a los turistas es el carácter cultural y bohemio del distrito.	
Categoría 2 GENTRIFICACIÓN	<ul style="list-style-type: none">- Muchos de los vecinos se han mudado, quedan pocos barranquinos, reportan que los hijos ya no viven ahí. Han migrado gente de otros distritos.- Están en desacuerdo con la construcción del metropolitano, dicen que no ha solucionado el problema del tráfico.- Las casonas han sido demolidas o convertidas en negocios especialmente en restaurantes y hospedajes. Todos coinciden que los negocios han aumentado considerablemente.- Los impuestos son distintos y dependen de la zona donde uno vive, que en general el costo de vida no se ha visto afectado por el desarrollo urbano.- Recomiendan que en vez de impulsar el desarrollo urbano haciendo edificios, mejor deben dedicarse a arreglar las casonas.- El distrito se ha modernizado con las nuevas construcciones de edificios.- No dan importancia al mantenimiento de las fachadas.	<ul style="list-style-type: none">- Edificios históricos deben conservarse por ley, no se pueden demoler por ser parte del patrimonio cultural, pero si se ha visto que casonas han sido modificadas a discotecas, el mercado ahora es libre. El INC solo se preocupa en la conservación de monumentos cuando uno quiere hacer alguna modificación.- Los espacios que son ahora los negocios son casas, se nota en las estructuras, solo se encargan de mantenerlas.- Hay más orden y limpieza en los lugares públicos.- Los edificios nuevos ya va perdiendo lo natural, las casonas que había en el malecón han cambiado, ahora son edificios. En los 2 últimos años a incrementado los edificios de 16 o 20 pisos. Se han demolido varias casas preciosas (Av. Centenario) para construir edificios.- Piensan que los lugares que son patrimonio están siendo afectados por construcciones nuevas.- Se debe respetar las normas de construcción los cuales van de la mano con la gestión de la Municipalidad.- La vía Metropolitana ha perjudicado el desarrollo comercial y ha afectado la congestión de los carros, ésta se debió construir subterránea. Los vecinos no estuvieron de acuerdo con eso.- Están desacuerdo con el desarrollo urbano mientras haya un trabajo bien estudiado y planificado.- Ha aumentado el número de negocios, restaurantes, discotecas, también hay ambulantes informales quienes traen las drogas y esto trae a otra gente delincuencia.	<ul style="list-style-type: none">- Las casas que están declaradas patrimonio monumental tienen un beneficio tributario, eso hace que no haya mayores recursos, de igual manera hay buen % de abuelitos jubilados que también tienen beneficios tributarios.- Barranco como municipio tampoco puede invertir en las propiedades privadas, estas corren a cuenta de cada propietario.- Las casas de los barranquinos se han convertido ahora en museos.- La infraestructura ha mejorado bastante, los parques han mejorado, otras han perdido lo tradicional por convertirse en moderno.- Los bienes inmuebles que no son de la municipalidad se debe coordinar con los propietarios para la conservación y mantenimiento.- La hermita es del arzobispado, hubo un proyecto para restaurarlo pero desistieron de ese convenio.- Las construcciones de edificios no están en la zona monumental. Los mismos propietarios venden sus inmuebles para que construyan nuevos edificios.- Todas las ciudades necesitan crecer, necesitan desarrollarse obviamente sin afectar la parte monumental.- Barranco tienen nuevos pobladores, los que han migrado de otros distritos.- "No puedes modificar las construcciones antiguas dentro de la zona monumental, cualquier modificación que quieras hacer debes pedir permiso al Ministerio de Cultura, pero si puedes restaurarlo pero con el mismo material manteniendo la armonía, los colores. Las casonas se mantienen, la zona monumental nadie la puede tocar, nadie puede hacer nada que vaya a afectar la estructura, las casonas se mantienen tal cual, que con el paso del tiempo sufren un deterioro normal, natural, eso sí se da, pero por ejemplo la calle Cajumirca si está siendo bien utilizada por actividades de teatro, música entre otros. No hay casona en Barranco que se haya demolido perteneciendo a la zona monumental, hay una ción resolución expresa".- Con los edificios modernos, se pierde el estilo colonial, es un problema, muchas de esas construcciones están encima de casonas históricas. Se ve bonito pero no es Barranco.	<ul style="list-style-type: none">- Todos los entrevistados coinciden que el gobierno local tiene rol protagónico en la conservación del Patrimonio Cultural y su promoción, es decir, son autónomos en esta gestión.- Hay que tener en cuenta que en el caso de las inmobiliarias no todas han cumplido con las normas, algunas han infringido los parámetros en altura. Existen la normatividad de protección de Patrimonio pero a veces no la hacen cumplir.- El desarrollo urbano hasta hoy día está corregible y manejable. Si bien es cierto se han perdido espacios valiosos, todavía no se ha perdido el corazón del asunto. La modernidad urbana debe respetar los parámetros de protección de los sitios culturales con la finalidad de conservar el carácter histórico de lugar sin perder su identidad.- Dos entrevistados perciben que el desarrollo urbano, comercial, incluso el turístico, no tienen una buena planificación. Por el contrario, una entrevistado (MINCUL) opina distinto. Ella cree que la recuperación de la zona hacia el rubro vivienda es adecuada, pues permite la reapropiación de la zona reforzando así la identidad local.- Ven de modo positivo que las casonas sean alquiladas para hacer negocios porque al menos de ese modo les dan también manutención, pero coinciden en que lo ideal sería que sea más concordante el tipo de negocio con la importancia del lugar: quizás alquilarlos como museos, centros culturales, restaurantes, hoteles o galerías, pero no como discotecas.- El desarrollo urbano tiene tendencia siempre creciente y en un futuro no muy lejano Barranco terminará convertido en un distrito comercial, lo que significa que su identidad cultural terminará por perderse.	<ul style="list-style-type: none">- Los turistas tienen conocimiento de Barranco por sugerencia de otros turistas y/o por internet.- Los lugares que visitaron y/o visitarán, es el puente, Miraflores y el mirador San Cristóbal, los más recomendados.- Barranco es conocido por ser un lugar bohemio y tener casas de colores, un lugar histórico.- En cuanto a su gastronomía tiene mucha oferta.	<ul style="list-style-type: none">- Ambos entrevistados coinciden en que Barranco está pasando por un desarrollo urbano muy evidente; aparte mencionan que los negocios también han tenido gran incremento- Los entrevistados concuerdan en que ya hay cierto número de construcciones antiguas tradicionales que se han visto directamente afectadas por la construcción de nuevos edificios.- Existen programas para incentivar las visitas a los colegios.- Incentivan las visitas a los museos para los días especiales como el día de la madre (mamás no pagan), el día del niño guía, el día del padre, el día para personas con discapacidad (auditiva), entre otros.	<ul style="list-style-type: none">- La afluencia de las visitas a los museos es todos los días. En día de semana se ha demostrado que hay más visitas de los estudiantes, y los fines de semana son extranjeros. Según registro de entradas En los museos.- Los turistas son tanto extranjeros como nacionales especialmente estudiantes de colegios.- Los turistas extranjeros visitan los museos tanto con su guía. En grupo así como individual.- Existen programas para incentivar las visitas a los colegios.- Incentivan las visitas a los museos para los días especiales como el día de la madre (mamás no pagan), el día del niño guía, el día del padre, el día para personas con discapacidad (auditiva), entre otros.
Categoría 3 CAMBIO SOCIOCULTURALES	<ul style="list-style-type: none">- Los cambios han sido notorios especialmente en lo social y política. La gente ha cambiado mucho.- Los lugares públicos han sido modificados y a la vez hay conservación y limpieza- No se cumplen las normas en cuanto a las licencias para las construcciones de edificios.- Si bien ha aumentado el desarrollo económico, también ha aumentado la delincuencia y ya no hay la tranquilidad de antes- La ley ampara que las casonas que son patrimonio no sean derribadas.- Barranco se ha convertido en más diversión por las noches.- Lo que más extrañan son las playas, el funicular, la laguna, los carnavales en las plazas y la tranquilidad que tenía Barranco.- Los nuevos negocios como discotecas atraen delincuencia, droga y suciedad por las noches. Los serenagos no son suficientes.- Las autoridades gobiernan por intereses particulares y no piensan en el poblador. La municipalidad hace lo que quieren.- No hay mucho contacto con los pobladores de la Zona Este de Barranco a pesar de que la Municipalidad hace eventos como conciertos para todos.- La zona Este es considerada como zona roja, de delincuentes, drogas, sucio y es porque los pobladores de ahí no quieren mejorar su tipo de vida.	<ul style="list-style-type: none">- Vecinos antiguos quedaron muy poco, la mayoría son extranjeros.- Los costos de vida han cambiado, los impuestos son elevados de acuerdo a la zona. El costo de los departamentos es alto.- El trabajo de la municipalidad es muy importante, deben garantizar la seguridad de la zona.- Lo que extrañan de Barranco es su tranquilidad, menos gente, más familiaridad entre los vecinos. Barranco era bohemio pero no ésta que es mal intencionada, con muchos borrachos y drogadictos.- En 5 años Barranco cambiará con la llegada de los edificios y tendrá puro negocios, pero su historia se mantendrá.- Respecto a la zona Este, todo depende de la educación del poblador, hay gente que se mete tonterías. Existe mucha delincuencia hacia el turista. Esta zona está bloqueada totalmente, tampoco es útil para los negocios. También esta zona es considerada zona roja por falta de seguridad, los que viven ahí son personas con menores recursos y poca educación.	<ul style="list-style-type: none">- El turismo beneficia a los que tienen negocio, para los que no tienen se quejan de la bulla nocturna que se genera en las discotecas.- Se recomienda mejoras los SSHH en la plaza porque no hay.- Se ha pavimentado varias calles, las cuales daban mal aspecto, fue un proyecto que ha mejorado la parte ética de distrito, también Después en la zona de menor recurso de los vecinos el de la calle Vigil, Caras, a todos se le ha puesto pistas nuevas.- Barranco es caro, los precios de las casas han aumentado, en los negocios y en las inmobiliarias.	<ul style="list-style-type: none">- Respecto a la imagen de Distrito Cultural que proyecta Barranco, todos tienen posiciones diferentes: un entrevistado piensa que aún está en camino de serlo, mientras el otro piensa que tiene una mayor oferta cultural, pero no es el distrito que más cultura tiene. El último entrevistado opina que antes era más cultural y hoy es más comercial.- Hay mayor interés de la población por promover la conservación de sus lugares emblemáticos- Un entrevistado menciona el perfil del nuevo vecino de Barranco: jóvenes que trabajan (ejecutivos), solteros que se han mudado a Barranco desde distritos de clase media-alta como Miraflores y Surco. El otro entrevistado menciona que los vecinos de Barranco antiguos son mayores, cuyos hijos ya no viven ahí.		<ul style="list-style-type: none">- Ambos entrevistados coinciden en que Barranco está pasando por un desarrollo urbano muy evidente; aparte mencionan que los negocios también han tenido gran incremento- Los entrevistados concuerdan en que ya hay cierto número de construcciones antiguas tradicionales que se han visto directamente afectadas por la construcción de nuevos edificios.- Ambos coinciden que el desarrollo urbano y comercial debe ser ordenado y respetando el Patrimonio Cultural y la armonía arquitectónica de las construcciones.- Ambos concuerdan que Barranco va camino a la modernidad total.	

ANEXO 6: Plano N° 01 – Zona Monumental del Distrito de Barranco