



**FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN, TURISMO Y PSICOLOGÍA
ESCUELA PROFESIONAL DE TURISMO Y HOTELERÍA
SECCIÓN DE POSGRADO**

**LA SEÑALÉTICA EN LA SATISFACCIÓN DE LOS
VISITANTES DE LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS DEL
DISTRITO DE BARRANCO EN EL AÑO 2019**

**PRESENTADA POR
MONICA PATRICIA GOMEZ DEL PRADO**

**ASESOR
JORGE VICENTE MAYURI BARRON**

**TESIS PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO DE MAESTRA EN
MARKETING TURÍSTICO Y HOTELERO**

LIMA – PERÚ

2020



**Reconocimiento - No comercial - Sin obra derivada
CC BY-NC-ND**

El autor sólo permite que se pueda descargar esta obra y compartirla con otras personas, siempre que se reconozca su autoría, pero no se puede cambiar de ninguna manera ni se puede utilizar comercialmente.

<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>



**FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN, TURISMO Y PSICOLOGÍA
ESCUELA PROFESIONAL DE TURISMO Y HOTELERÍA
SECCIÓN DE POSGRADO**

**LA SEÑALÉTICA EN LA SATISFACCIÓN DE LOS VISITANTES DE
LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS DEL DISTRITO DE BARRANCO EN
EL AÑO 2019**

**TESIS PARA OPTAR
EL GRADO ACADÉMICO DE MAESTRO EN MARKETING TURÍSTICO Y
HOTELERO**

**PRESENTADO POR:
MÓNICA PATRICIA GÓMEZ DEL PRADO**

**ASESOR:
DR. JORGE VICENTE MAYURI BARRON**

LIMA, PERÚ

2020

DEDICATORIA

A mi progenitora el gran bastión amoroso. A mi mejor Proyecto mi hijo quien es mi gran motivación. A mi esposo, por estar presente alentándome, apoyándome y por la paciencia de quien cree que es posible alcanzar sueños, y éste es un logro profesional. Agradezco dedicación y amor.

AGRADECIMIENTOS

Al alma mater San Martín de Porras, que me ha permitido completar mis estudios de maestría con altos estándares de calidad y acceder al grado de la maestría.

A la doctora Frida Morcia Rivera por su apoyo para seguir adelante, a mis distinguidos profesores por sus enseñanzas y excelente cátedra y a todos de quienes recibí el apoyo necesario para seguir adelante con este proyecto de vida.

Al doctor Jorge Mayuri Barrón, mi asesor por todo el seguimiento y retroalimentación para mejorar este trabajo que finalmente se ve coronado con el grado académico.

Mil gracias.

ÍNDICE DE CONTENIDO

	Páginas
DEDICATORIA	ii
AGRADECIMIENTOS.....	iii
ÍNDICE DE CONTENIDO.....	iv
ÍNDICE DE TABLAS.....	vii
ÍNDICE DE GRÁFICAS	x
ÍNDICE DE FIGURAS	xiii
RESUMEN	xiv
ABSTRACT	xv
INTRODUCCIÓN	xvi
Descripción de la situación problemática.....	xvi
Justificación de la investigación.....	xxii
Importancia de la investigación.....	xxiv
Viabilidad de la investigación.....	xxv
Limitaciones del estudio.....	xxvi
CAPÍTULO I: MARCO TEÓRICO.....	28
1.1 Antecedentes de la investigación.....	28
1.1.1 Internacionales	28
1.1.2 Nacionales	30
1.2 Bases teóricas	31
1.2.1.2 Señales de llegadas al distrito.	33
1.3 Definición de términos básicos.....	44
CAPÍTULO II: HIPÓTESIS Y VARIABLES.....	47
2.1 Formulación de hipótesis principal y derivadas.....	47
2.1.1 Formulación de hipótesis principal	47

2.1.2	Formulación de hipótesis derivadas	47
2.2	Variables y definición operacional.....	48
2.2.1	Variables, definición conceptual.....	48
	Variable (1): Señalética.....	48
	Variable (2): Satisfacción de los Visitantes.....	48
CAPÍTULO III: METODOLOGÍA.....		50
3.1	Diseño metodológico	50
3.1.1	Enfoque de Investigación	50
3.1.2	Tipo de Investigación.....	50
3.1.3	Nivel de Investigación	50
3.1.4	Método de Investigación.....	51
3.2	Diseño de Investigación	51
3.2.1	Diseño muestral.....	52
3.2.1.1	Población	52
3.2.1.2	Muestra.....	53
3.2.1.3	Tamaño de Muestra	53
3.3	Técnicas de recolección de datos	55
3.3.1	Técnica de recolección de datos - La encuesta.....	55
3.3.2	Instrumentos de recolección de información	55
3.4	Técnicas estadísticas para el procesamiento de la información	56
3.5	Aspectos éticos.....	56
CAPÍTULO IV: RESULTADOS.....		57
4.1	Análisis de los Resultados	57
4.1.1	Análisis descriptivo.....	57
4.1.1.1	Los resultados del análisis descriptivo muestran lo siguiente:	104

4.1.2	Análisis de fiabilidad	111
4.1.2.1	Variable Señalética	111
4.1.2.2	Variable Satisfacción del visitante	112
4.1.3	Análisis de prueba de Hipótesis	112
4.1.3.1	Contrastación de Hipótesis general	112
4.1.3.2	Contrastación de Hipótesis parcial 1	113
4.1.3.3	Contrastación de Hipótesis parcial 2	114
4.1.3.4	Contrastación de Hipótesis parcial 3	115
4.1.3.5	Contrastación de Hipótesis parcial 4	116
4.1.3.6	Contrastación de Hipótesis parcial 5	117
4.1.3.7	Contrastación de Hipótesis parcial 6	118
4.1.3.8	Contrastación de Hipótesis parcial 7	119
CAPÍTULO V: DISCUSIÓN		121
CAPÍTULO VI: PROPUESTA		128
CONCLUSIONES		135
RECOMENDACIONES		138
FUENTES DE INFORMACIÓN		140
ANEXOS		147
ANEXO A: MATRIZ DE CONSISTENCIA		148
ANEXO B1: MATRIZ DE LA OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES .		153
ANEXO B2: MATRIZ DE LA OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES .		155
ANEXO C INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS:		159

ÍNDICE DE TABLAS

	Páginas
Tabla No. 1 Frecuencia de Género	57
Tabla No. 2: Frecuencia de edades	58
Tabla No. 3: Visita a Barranco por tipo de Turista.....	60
Tabla No. 4: Visita Barranco según Nacionalidades	61
Tabla No. 5: Visitantes a Barranco o según grados académicos	63
Tabla No. 6: Debe existir un Sistema de Señalética Turística en Barranco	64
Tabla No. 7: Se debe utilizar Señalética Turística en las llegadas y accesos al distrito de Barranco	65
Tabla No. 8: Información de la Señalética para accesos y llegadas al distrito	66
Tabla No. 9: Utilizar Señalética en varios idiomas	67
Tabla No. 10: Mejora del Nivel de satisfacción en la visita al distrito al identificar con Señalética el Patrimonio Cultural	69
Tabla No. 11: Mejora en el Nivel de satisfacción en la visita al distrito al identificar Rutas de valor con Señalética.....	70
Tabla No. 12: Necesidad del uso de la Didáctica en señalética Turística	71
Tabla No. 13: Mejora en el nivel de Satisfacción en su visita al distrito, con Señalética didáctica	72
Tabla No. 14: Señalética Turística con mensaje influiría en el conocimiento de Atractivos Turísticos.....	73
Tabla No. 15: Influencia de la Señalética e la Mejora de la Experiencia Turística al visitar los atractivos turísticos del distrito de Barranco	74
Tabla No. 16: Señalética con el Icono Marca Perú influiría en Valoración de los Atractivo Turísticos.....	76

Tabla No. 17: Nivel de exhibición de la Señalética para la identificación de los destinos con patrimonio cultural haría más satisfactoria la visita al distrito	77
Tabla No. 18: Nivel de Satisfacción sobre la señalética turística con el icono visual de la Marca Perú respecto a su visita al distrito de Barranco.....	78
Tabla No. 19: Nivel de Satisfacción por Atención y Trato proporcionado en su visita a los atractivos turísticos de Barranco.....	79
Tabla No. 20: Nivel de satisfacción respecto al Nivel de seguridad experimentado en su visita a los atractivos turísticos del distrito	81
Tabla No. 21: Nivel de Satisfacción si existiera información turística en su visita a los atractivos turísticos del distrito	82
Tabla No. 22: Nivel de Satisfacción si existiera señalización turística en su visita a los atractivos turísticos del distrito.....	84
Tabla No. 23: Nivel de Satisfacción respecto a la rapidez en los servicios experimentados en su visita a los atractivos turísticos del distrito	85
Tabla No. 24: Nivel de Satisfacción por el transporte en su visita a Barranco	87
Tabla No. 25: Nivel de Satisfacción respecto a los Operadores Turísticos	88
Tabla No. 26: Nivel de satisfacción por Servicios urbanos y gastronómicos.....	89
Tabla No. 27: Nivel de Satisfacción respecto a las oficinas e Información Turística	90
Tabla No. 28: Nivel de Satisfacción respecto a la valoración de las Condiciones Ambientales	92
Tabla No. 29: Nivel de Satisfacción si existiera señalética turística en las rutas de llegada a los atractivos turísticos de Barranco	93
Tabla No. 30: Nivel de Satisfacción respecto al nivel gastronómico	95
Tabla No. 31: Nivel de satisfacción respecto a los servicios turísticos experimentado en su visita a los atractivos turísticos del distrito	96

Tabla No. 32: Recomendación con respecto a Idiomas en Señalética Turística de Barranco.....	98
Tabla No. 33: Nivel de Satisfacción con respeto a los museos, playas, parques y zonas monumentales de Barranco.....	100
Tabla No. 34: Nivel de Satisfacción de los Servicios turísticos de Barranco.....	102
Tabla No. 35: Confiabilidad del Instrumento con la variable Señalética en el ensayo piloto.....	111
Tabla No. 36: Fiabilidad del Instrumento con la variable Satisfacción del visitante para el ensayo piloto	112
Tabla No. 37: Correlación entre Señalética y Satisfacción de los visitantes de los atractivos turísticos del distrito de Barranco.....	113
Tabla No. 38: Correlación entre las llegadas y accesos al distrito y Satisfacción de los Visitantes	114
Tabla No. 39: Correlación entre la identificación de Rutas con Valor y Reconocimiento particular y la Satisfacción de los Visitantes.....	115
Tabla No. 40: Correlación entre el Mensaje y la Satisfacción de los Visitantes	116
Tabla No. 41: Correlación entre la Identificación de los destinos con Patrimonio Cultural exhibidos y Satisfacción de los Visitantes.....	117
Tabla No. 42: Correlación entre el Conocimiento del Destino Turístico y Señalética	118
Tabla No. 43: Correlación entre el Servicio en los atractivos Turísticos y Señalética	119
Tabla No. 44: Correlación entre la Valoración de la Infraestructura y Señalética ..	120

ÍNDICE DE GRÁFICAS

	Páginas
Gráfica No 1: Frecuencia de Género.....	58
Gráfica No 2: Histograma sobre edades de los Visitantes a los Atractivos Turísticos de Barranco.....	59
Gráfica No 3: Visita a Barranco por Tipo de Turista	60
Gráfica No 4: Visita a Barranco por Nacionalidades	62
Gráfica No 5: Visitantes según grados académicos	63
Gráfica No 6: Debe existir un Sistema de Señalética Turística en Barranco.....	64
Gráfica No 7: Se debe Utilizar Señalética en las Llegadas y accesos al distrito de Barranco.....	65
Gráfica No 8: Información de la Señalética para accesos y llegadas.....	66
Gráfica No 9: Señalética en varios idiomas.....	68
Gráfica No 10: Mejora en el Nivel de satisfacción en la visita	69
Gráfica No 11: Mejora en el Nivel de satisfacción en la visita	70
Gráfica No 12: Necesidad del uso de la Didáctica en Señalética Turística	71
Gráfica No 13: Mejora en el Nivel de Satisfacción en su visita al distrito con Señalética Didáctica.....	72
Gráfica No 14: Señalética turística con mensaje influiría en el conocimiento de Atractivos turísticos	73
Gráfica No 15: Influencia de la Señalética en la mejora de la Experiencia Turística al visitar los atractivos turísticos del distrito de Barranco	75
Gráfica No 16: Señalética con ícono Marca Perú influiría en la Valoración de los Atractivos Turísticos	76

Gráfica No 17: : El Nivel de exhibición de la Señalética para la identificación de los destinos con patrimonio cultural haría más satisfactoria la visita al distrito de Barranco.....	77
Gráfica No 18: Nivel de satisfacción sobre la señalética turística con el icono visual de la Marca Perú respecto a su visita al distrito de Barranco.....	79
Gráfica No 19: Nivel de Satisfacción por Atención y Trato proporcionado	80
Gráfica No 20: Nivel de satisfacción respecto al nivel de seguridad experimentado en su visita a los atractivos turísticos del distrito.....	81
Gráfica No 21: Nivel de satisfacción si existiera información turística en su visita a los atractivos turísticos del distrito.....	83
Gráfica No 22: Nivel de satisfacción si existiera señalización turística en su visita a los atractivos turísticos del distrito.....	84
Gráfica No 23: Nivel de satisfacción respecto la rapidez en los servicios experimentado	86
Gráfica No 24: Satisfacción por el Transporte en visita a Barranco	87
Gráfica No 25: Satisfacción respecto a los Operadores Turísticos	88
Gráfica No 26: Satisfacción por servicios urbanos y gastronómicos.....	89
Gráfica No 27: Nivel de Satisfacción respecto a las Oficinas de Información turística	91
Gráfica No 28: Nivel de satisfacción respecto a la valoración de las Condiciones Ambientales	92
Gráfica No 29: Nivel de satisfacción respecto a la valoración de las Condiciones Ambientales	94
Gráfica No 30: Nivel de satisfacción respecto al nivel gastronómico	95

Gráfica No 31: Nivel de satisfacción respecto los servicios turísticos experimentados en su visita a los atractivos turísticos del distrito	97
Gráfica No 32: Recomendación de con respecto a Idiomas en Señalética Turística de Barranco.....	99
Gráfica No 33: Nivel de Satisfacción con respecto a los museos, playas, parques y zonas monumentales de Barranco.....	101
Gráfica No 34: Nivel de Satisfacción de los servicios Turísticos de Barranco.....	103

INDICE DE FIGURAS

Páginas

Figura No 1: Sistema de señalización. Articulación de elementos que componen los destinos turísticos.....	33
Figura No 2: Señalética Bienvenida País.....	34

RESUMEN

La presente tesis acerca de *La señalética en la satisfacción de los visitantes de los atractivos turísticos del distrito de Barranco en el año 2019*, tiene como propósito demostrar la estrecha conexión que se puede dar a partir de señalética y satisfacción de los turistas durante su visita a Barranco.

Se realizó una investigación cuantitativa, de tipo aplicado, de nivel descriptivo, explicativo y correlacional, usando el método hipotético deductivo, aplicando instrumentos de recolección de información, diseñados para esta investigación, a una muestra de 316 visitantes extraída de una población de 835, 920 visitantes del distrito de Barranco.

Encontramos una correlación de Spearman de $=0.869$ entre las dos variables, lo que indica una correlación positiva alta entre ambas variables por lo que podemos concluir que la Señalética influye en la Satisfacción de los Visitantes de los atractivos turísticos del distrito de Barranco, el año 2019 y la estrecha relación entre ambas variables por lo que debiéramos diseñar una señalética ad hoc a las necesidades de los visitantes al distrito de Barranco para mejorar la satisfacción de los visitantes al distrito de Barranco.

ABSTRACT

The present thesis is about “The signage in the satisfaction of tourist attraction visitors in Barranco district in 2019”, aims to demonstrate the close relationship between the signage and the satisfaction of the tourists during their visit to Barranco district.

A quantitative, applied research, descriptive, explanatory and correlational level was carried out, using the hypothetical deductive method, applying information data collection instruments, designed for this research, to a sample of 316 visitors extracted from a population of 835,920 visitors to Barranco district.

We found a Spearman correlation of $= 0.869$ between the two variables, which indicates a high positive correlation between both variables, so we can conclude that Signage influences the satisfaction of tourist attractions visitors to Barranco district, in 2019 and the close relationship between the two variables, so we should design ad hoc signage to the needs of visitors to Barranco district to improve their satisfaction.

INTRODUCCIÓN

Descripción de la situación problemática

El ser humano, históricamente, y quizás para satisfacer las necesidades básicas, ha tratado de referenciar sus espacios, su entorno, sus ciudades, sus países, etc. mediante trazos, marcas o señales, dejadas a su paso. Los primeros intentos de señalización fueron de manera intuitiva, por necesidad de orientarse o ubicarse, así como de la necesidad de informarse, sobre todo cuando los seres humanos se tenían que movilizar de un lugar a otro.

En la actualidad las ciudades turísticas más desarrolladas usan una señalética que las diferencia y caracteriza, por el aporte de información casi instantánea al turista y de una calidad tal que les da una información clara acerca del lugar, así como del monumento o museo que están viendo y van a recorrer. Es más, consideramos que la señalética ayuda también a entender el atractivo turístico en su entorno y permite en muchos casos crear una identidad patrimonial sobre lo que se está visitando.

Parte del éxito de cualquier destino turístico está en incorporar la conservación y difusión de su patrimonio cultural, natural, histórico y gastronómico, etc. y es una necesidad en la gestión comercial de los destinos integrar a todos los potenciales promotores del mismo, donde el rol de los estados, los gobiernos regionales y los municipios es fundamental. (López, 2001)

Entonces los promotores de un destino turístico, deberían reunir todos los aspectos que distinguen al destino turístico y convertir cada uno de ellos en distintivos del

atractivo turístico que genere una imagen de marca, demanda de turistas, beneficios económicos para la población. El primer peldaño sería elaborar un plan estratégico para saber hacia dónde se quiere ir y como resultado de ello, construir esta imagen de marca, donde la primera preocupación sería ¿Que se quiere transmitir? y ¿Cómo se haría dicha transmisión?

Por lo tanto, la preocupación sería, implementar técnicamente los tres tipos de señalética turística (señalética informática, señalética direccional y señalética interpretativa), además presentar con claridad los valores del patrimonio cultural, natural, histórico y gastronómico, etc., que tiene el distrito de Barranco, que son oportunos e identificativos y cristalizarlos mediante un sistema de señalética turística que identifique información, por ejemplo en una señalética direccional Información sobre la ubicación del centro histórico del distrito, en una señalética interpretativa Información sobre los aspectos relevantes del patrimonio cultural, y en una señalética informativa se mostraría Información sobre todas las manifestaciones culturales del distrito que además transmita la peculiaridad del distrito y logre atraer la atención generada por una demanda turística oportuna, actualizada, publicada, estableciendo criterios y normas que permitan asegurar la utilización racional de las señales turísticas, así como los procedimientos a seguir por empresas y los gobiernos regionales. (Ministerio de Comercio Exterior y Turismo MINCETUR, 2016, p. 17).

Para el Perú la señalización turística de su patrimonio cultural, natural y gastronómico, es una necesidad siendo de reconocimiento mundial, por la UNESCO reconocidos a 12 lugares de Perú como Patrimonio Mundial. Asimismo, el WorldTravelAwards con la presentación de Ganadores Mundiales 2019, en la

nominación de “Destino Culinario Líder Mundial 2019”, ha reconocido como un destino turístico gastronómico al Perú en el año 2019, por séptimo año consecutivo.

A pesar que se tienen destinos y atractivos reconocidos a nivel mundial, muchos destinos turísticos del Perú, adolecen de señalética turística, es más en la mayoría de ellos no existe señalética para circuitos gastronómicos, siendo un país como Perú, donde las distintas regiones tienen gastronomía muy diversa, la falta de señalética se está convirtiendo en un problema que influye negativamente en la experiencia del turista, debido a ello, existe poca expectativa de turistas que permitan el lograr su conversión de zonas sostenibles.

Por otro lado el turista al tener dificultad de llegar a cada destino, y desconocer acerca del atractivo turístico prefiere optar por otros destinos, que cuente con mayor información y una buena gestión turística, que estén organizados y brinde alcances de satisfacción al visitar dichos destinos turísticos, entonces el papel que juega la información turística y la señalética turística es fundamental, porque proporciona orientación, información clara sobre cada atractivo turístico, permite satisfacer las expectativas del turista, más aun con todo lo que tiene el Perú como destino turístico cultural, natural y gastronómico, debería recibir muchos más turistas cada año.

La señalización turística, en lo natural, gastronómico y cultural, se considera necesario, pues es un factor de incremento de la visita de turistas porque tendría información sobre la ubicación de lugares, o sobre aspectos relevantes del patrimonio natural, cultural, gastronómico, etc., además de dar orientación, como resultado

mayor satisfacción de la experiencia turística. Así mismo, mejoraría el reconocimiento mundial de Perú y posiblemente habría más categorías premiadas.

En el caso de Barranco, uno de los distritos más representativos de la Lima antigua, tiene muchos atractivos turísticos como la Iglesia “La Ermita”, que está declarada como monumento histórico en el año 1955, tiene cuatro museos, y muchos otros atractivos y manifestaciones culturales que no pueden ser apreciados en su real dimensión, baja afluencia de visitantes siendo que un factor no existe una señalización adecuada del patrimonio cultural que alberga el distrito.

Se decidió realizar el trabajo de investigación sobre el distrito de Barranco, debido al potencial turístico que tiene el distrito, recopilando la información base de la Oficina Turística que tiene el distrito de Barranco.

Para validar la investigación, se averiguó si existía un inventario turístico elaborado por la municipalidad de Barranco o el ente rector MINCETUR, se encontró una lista de atractivos turísticos elaborados por el equipo de MINCETUR/ Municipalidad de Barranco con 26 atractivos turísticos, siendo el 88% categorizados como manifestaciones culturales, el 65% de tipo arquitectura y espacios urbanos, el 11% museos y otros. Se constató además que no hay circuitos turísticos determinados y por lo tanto no existe un sistema de señalética, tampoco existe un mapa turístico oficial del distrito que muestre, por ejemplo, los cuatro museos, los atractivos turísticos con sus reconocimientos, los recorridos recomendados por tipo de visita que se quiera realizar, carece de un registro de visitantes al año.

Formulación del problema

Problema General

¿De qué manera la Señalética influye en la Satisfacción de los visitantes de los atractivos turísticos del distrito de Barranco, en el año 2019?

Problemas Específicos

P1. ¿De qué manera las Llegadas y Accesos al distrito, como parte de la Señalética, influye en la Satisfacción de los visitantes de los atractivos turísticos del distrito de Barranco, en el año 2019?

P2. ¿De qué manera la Identificación de las rutas con valor y reconocimiento particular como parte de la Señalética influye en la Satisfacción de los visitantes de los atractivos turísticos del distrito de Barranco, en el año 2019?

P3. ¿De qué manera el Mensaje como parte de la Señalética influye en la Satisfacción de los visitantes de los atractivos turísticos del distrito de Barranco, en el año 2019?

P4. ¿De qué manera la Identificación de los destinos con patrimonio cultural exhibidos como parte de la Señalética influye en la Satisfacción de los visitantes de los atractivos turísticos del distrito de Barranco, en el año 2019?

P5. ¿De qué manera la Señalética influye en el Conocimiento del destino turístico en la Satisfacción de los visitantes de los atractivos turísticos del distrito de Barranco, en el año 2019?

P6. ¿De qué manera la Señalética influye en el Servicio en los atractivos turísticos en la Satisfacción de los visitantes de los atractivos turísticos del distrito de Barranco, en el año 2019?

P7. ¿De qué manera la Señalética influye en la Valoración de la Infraestructura en los atractivos turísticos en la Satisfacción de los visitantes de los atractivos turísticos del distrito de Barranco, en el año 2019?

Objetivos de la investigación

Objetivo General

Determinar de qué manera la Señalética influye en la Satisfacción de los visitantes de los atractivos turísticos del distrito de Barranco, en el año 2019.

Objetivos Específicos

O1. Determinar de qué manera las Llegadas y Accesos al distrito, como parte de la Señalética, influye en la Satisfacción de los visitantes de los atractivos turísticos del distrito de Barranco, en el año 2019.

O2. Determinar de qué manera la Identificación de las rutas con valor y reconocimiento particular como parte de la Señalética influye en la Satisfacción de los visitantes de los atractivos turísticos del distrito de Barranco, en el año 2019.

O3. Determinar de qué manera el Mensaje como parte de la Señalética influye en la Satisfacción de los visitantes de los atractivos turísticos del distrito de Barranco, en el año 2019

O4. Determinar de qué manera la Identificación de los destinos con patrimonio cultural exhibidos como parte de la Señalética influye en la Satisfacción de los visitantes de los atractivos turísticos del distrito de Barranco, en el año 2019.

O5. Determinar de qué manera la Señalética influye en el Conocimiento del destino turístico en la Satisfacción de los visitantes de los atractivos turísticos del distrito de Barranco, en el año 2019

O6. Determinar de qué manera la Señalética influye en el Servicio en los atractivos turísticos en la Satisfacción de los visitantes de los atractivos turísticos del distrito de Barranco, en el año 2019.

O7. Determinar de qué manera la Señalética influye en la Valoración de la Infraestructura en los atractivos turísticos en la Satisfacción de los visitantes de los atractivos turísticos del distrito de Barranco, en el año 2019

Justificación de la investigación

Esta investigación nos permitirá obtener información sobre el impacto de la señalización en la satisfacción de los visitantes y como aumentar la satisfacción de

los visitantes durante la visita a la zona. Esto nos permitirá hacer propuestas concretas orientadas a incrementar la satisfacción de los visitantes entre ellos los turistas extranjeros durante su visita a Barranco.

Justificación Teórica: el presente trabajo rescata los aspectos teóricos tratados en las investigaciones de diferentes autores en relación a la señalética y su importancia en la satisfacción de los visitantes durante su visita al distrito de Barranco, dando una mirada de los aportes sobre el tema a investigar. Brindará referentes teóricos sobre la señalética y la satisfacción del visitante durante su visita al distrito.

Justificación práctica: Permite establecer estrategias para elevar la satisfacción del visitante entre ellos el turista extranjero que visita Barranco a partir de la información de ubicación, interpretativa y otras que debería estar en la señalética del distrito de Barranco y que servirá de referencia para otros distritos. El aporte del estudio de aplicación práctica es la recomendación de las características que debe guardar la señalética en cuanto a información a los visitantes basados en sus apreciaciones sobre lo que desean que se encuentre en la señalética para mejorar su visita a Barranco, así como incrementar su satisfacción con la visita al distrito. Los aportes de esta investigación permitirán elevar el deleite de la experiencia de la visita de los turistas extranjeros a Barranco.

Justificación Metodológica: Siendo un tema novedoso se instaura como una nueva metodología del quehacer turístico que parte del enfoque de la satisfacción al visitante entre ellos el turista extranjero como principal protagonista de la visita al distrito de Barranco, por lo que es necesario atenderlo desde que ingresa hasta que

se retira del distrito ayudados por la señalética diseñada mediante técnicas y estrategias ad hoc para satisfacer las necesidades señaladas por los turistas.

De otro lado, pone a disposición de otros distritos los métodos estadísticos empleados en el acopio de datos, el análisis descriptivo y la contrastación de hipótesis para poder relacionar las dos variables que son el tema de investigación.

Importancia de la investigación

Al ingresar al distrito de Barranco, es visible que no existe un sistema de señalización, lo que genera que los visitantes que ingresan al distrito para buscar atractivos turísticos no encuentren la información necesaria por sí mismos, lo que genera insatisfacción en los turistas.

La señalética existe para dar no solo información al visitante, sino también para involucrarlo en el atractivo turístico, es decir al conocer la historia del lugar, le dará mucha importancia a la identidad cultural de la comunidad y otros datos relevantes, y con ello de seguro se está logrando, que la experiencia de la visita sea muy satisfactoria.

Se analizó los estudios del perfil del turista extranjero para el año 2019 - PROMPERU se pudo inferir que hubo un crecimiento del 4.9% del arribo de turistas extranjeros y también, como es lógico, un incremento en sus gastos promedio por turista extranjero. Este incremento también fue resultado de una política de promoción del Estado en su preocupación por apoyar al desarrollo en el rubro de turismo, por ello el rol de los Municipios debe ir en esa misma línea, ya que ello permite contribuir al mayor crecimiento y desarrollo económico. (Perfil del Turista Extranjero - PROMPERÚ, 2019)

Parte del interés en la investigación buscar integrar a la gestión municipal del distrito de Barranco con una nueva buena práctica de gestión turística para el año 2021, lineándose con la política de Estado del país, de contribuir al conocimiento de las potencialidades de Barranco para ofrecer a los visitantes al distrito una buena orientación.

La señalética como sistema contempla acciones de promoción turística, mediante el cual se realiza la difusión de un lugar (o lugares) como destino, se contempla la ordenación de actores sociales, públicos, así como privados, programas que plantean la recuperación de atractivos y sostenibilidad de los productos turísticos, como itinerarios y actividades culturales (MINCETUR, 2016, p.17).

Por ello, se considera como base que la señalética influye en el objetivo del distrito de Barranco, ser un lugar donde los visitantes se sientan satisfechos y a gusto, con el cual se proyecta una imagen profesional del turismo del distrito, de acuerdo a los atractivos turísticos con los que cuenta y con acciones adecuadas de acceso, orientación e información, como es la señalética turística estandarizada, para que el flujo de turistas se incremente en Barranco, así como generación de empleos, y por consecuencia la mejora de los ingresos por tributos al municipio.

Entendiendo que la falta de una apropiada señalética es un factor de insatisfacción del visitante al distrito de Barranco, nos queda dar evidencia de esa insatisfacción.

Viabilidad de la investigación

La señalética turística aplicada al distrito de Barranco para el 2019, es una necesidad latente para el progreso de la comunidad y la imagen turística de la zona, sobre todo si los involucrados como el Municipio, Patronato de Barranco, empresarios

y ciudadanos del distrito están ávidos de contribuir a que el distrito tenga más atributos.

Existe la preocupación del alcalde y del teniente alcalde, que cuenten con un presupuesto participativo, de implementar una señalética turística que mejore el distrito, que la zona sea reconocida por la buena señalización como zona turística competitiva y se difunda.

Por lo tanto, se cuenta con recursos humanos comprometidos con la mejora, recursos financieros participativos con la visión de la mejora y recursos materiales que vendrían del presupuesto.

Por otro lado, es de conocimiento de las autoridades ediles el desarrollo de este trabajo y por ello, el acceso que se ha tenido de la información que maneja el Municipio de Barranco.

Dentro de un enfoque de viabilidad urbanística a desarrollar en Barranco para el 2021, su diseño está adaptado a los parámetros urbanísticos del distrito, para mantener la visión tradicional del distrito, inclusive el diseño plantea formas clásicas, en su gran mayoría, para no desentonar con la zona monumental.

Limitaciones del estudio

1. Los pocos referentes en estudios sobre la señalética turística y en satisfacción del turista de una determinada zona basada en señalética y la poca información a nivel conceptual de lo que es la satisfacción propiamente del turista relacionado a la señalética.
2. El no haberse realizado una propuesta de señalética en el distrito basado en un estudio sobre la percepción de los turistas visitantes.

3. Las limitaciones de tiempo en lo relacionado con la búsqueda de información bibliográfica, la recolección, tabulación y conclusiones de la información estadística que interfieren con el trabajo del día a día.
4. La limitación de recursos financieros por lo costoso que es la investigación de campo en lo que respecta al personal encargado de recolección de información y al personal encargado de la tabulación de la información estadística. Además del costo de los libros, sobre todo de Investigación Científica.
5. La capacidad limitada de hallar información actualizada de los visitantes al distrito de barranco.
6. La falta de circuitos turísticos establecidos luego de un estudio de la demanda de los visitantes al distrito.
7. El no haberse desarrollado los potenciales productos turísticos o servicios especializados en turismo.

CAPÍTULO I: MARCO TEÓRICO

1.1 Antecedentes de la investigación

1.1.1 Internacionales

Como primer lugar, el trabajo de Jiménez (2017), Ecuador, presenta como objetivo de la investigación, el potenciar los atractivos naturales del sendero El Palmo de la Parroquia El Airo, al considerarlos en un Plan de Desarrollo, y aplicar las propuestas de la senderización y señalética turística para mejorar el acceso y el entorno de los atractivos turísticos del Palmo. Como resultado se brindó un servicio de calidad, como una manera de disminuir la problemática social por la que atraviesa la población.

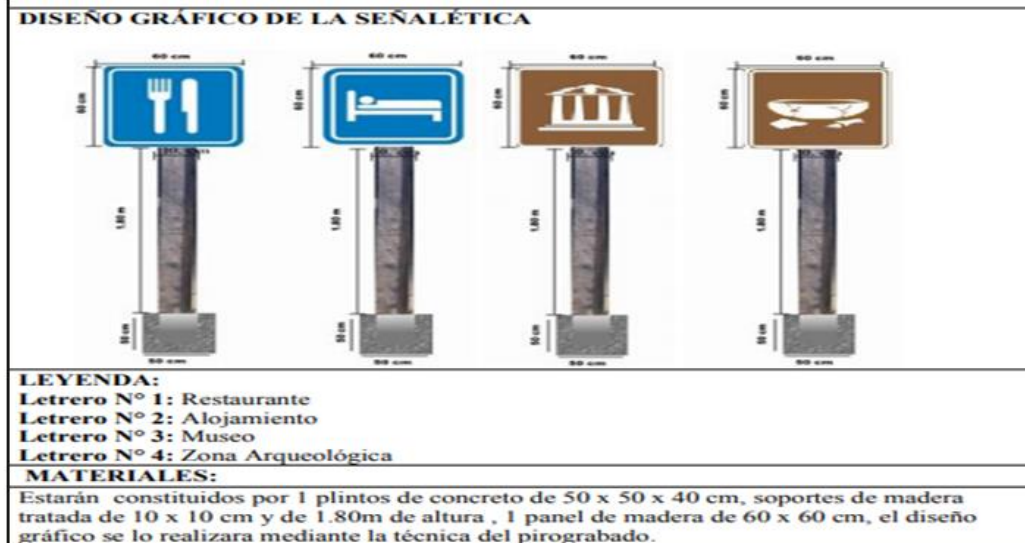
En segundo lugar, el estudio de Sierra (2017), en Ecuador, muestra el propósito de Analizar el peso de una fusión de maniobras para administrar las áreas protegidas por Ecuador Continental, en la satisfacción del visitante, estableciendo el grado de satisfacción de los visitantes por ubicación de cada área protegida del Ecuador continental, este estudio se realizó a través de la metodología descriptiva en dos fases, hubo apoyo económico de la ONG Rainforest Alliance. Como conclusión se determinó que la satisfacción del visitante está relacionada al tipo de gestión turística, servicios y facilidades del destino.

En tercer lugar, se examinó la investigación de Díaz (2015), en Colombia, exhibe como objetivo establecer un sistema de comunicación visual sintetizado, por medio del documento Manual de Señalética y Cartografía para el área metropolitana de Barranquilla, con el fin de buscar mejorar las rutinas, la ubicación y la experiencia del peatón, identificando lugares históricos, culturales, y/o de patrimonio de interés de los

visitantes, para desarrollar un sistema sintetizado de señales, que buscan mejorar la visita al caminar por la ciudad. La metodología desarrollada fue el método hipotético deductivo y el falsacionismo de Karl Popper. El fruto de la investigación dio luces sobre la importancia de valorar un sistema de señalética para un área urbana, que mejore la experiencia tanto del que vive en el área urbana como del visitante y a futuro crear la marca ciudad.

En cuarto lugar, se consultó la investigación de Párraga (2014), en Ecuador, cuyo objetivo general era el establecimiento de una metodología y el diseño general para estructurar una señalética turística, que se inicia en un trabajo de campo Del Cantón Sucre (Ecuador). Concluye que la señalética, como diseño para el crecimiento del turismo, crea un impacto socioeconómico positivo, que ha permitido facilitar los desplazamientos de los turistas, y este incremento ha revalorizado recursos gastronómicos Del Cantón Sucre.

En quinto lugar, la investigación de Andrade, R. (2014), realiza un análisis del Cantón Cotacachi, previo al turismo y la creación de infraestructura, para impulsar el desarrollo en la organización político administrativa, implementando un sistema de señalética turística, para evaluar realidad y visión en desarrollo turístico. Como resultado, los turistas conocen cómo dirigirse a los sitios que ofrece Cotacachi, así a como la zona que cuenta con recurso turístico, aunque aún el visitante presenta muchas dificultades para ingresar al lugar por falta de señalización, pero inicialmente destacan (a) la oferta de calidad con inclusión social; y (b) el fomento del turismo interno.



1.1.2 Nacionales

En primer lugar, la investigación de Orozco & Sime (2015) muestra como diagnóstico que el Proyecto Especial Olmos-Tinajones, evidencian la existencia de la escasez y desactualización en la señalética, los cuales son elementos que desorientan a los turistas. Los investigadores plantearon como objetivo, realizar ejercicios de principios o elementos del diseño, como la utilización del plano, del color y la composición de elementos como la composición o diagramación, que arrojó como resultado que sean utilizados de manera simbólica, convertidos luego en un lenguaje de comunicación.

En segundo lugar, se revisó el artículo de Sierra, M. (2016), se plantea como objetivo, que la señalética como lenguaje oral, simbólico o comunicación visual tiene como función principal el orientar simbólicamente a los individuos en determinados lugares, como la ciudad de Tacna. Recomienda luego de evaluar la data, que la

utilización de este lenguaje visual, da mayor realce al turismo en Tacna, por ser una ciudad heroica y patriótica.

En tercer lugar, la investigación de Pucce (2017), se planteó como objetivo evaluar un diseño de la realidad del movimiento de personas en la municipalidad provincial de Lambayeque, que le permita precisar y reconocer, los lugares donde sería necesaria la ubicación de la señalética. La problemática se hace presente, porque en los municipios no se encuentran mapas de sitio o hitos que indiquen a los visitantes donde están situados, o, en donde se localizan las distintas áreas y oficinas a donde buscan dirigirse. Para lograr el rediseño de un sistema señalético, fue necesario utilizarla en el manejo correcto como identidad corporativa y comunicación de mensajes, en la búsqueda de comunicar al usuario donde debe dirigirse, en donde se encuentra, y que puede hallar en las distintas instalaciones del municipio.

1.2 Bases teóricas

1.2.1 Señalética

Ronald Shakespear (2009), considera que:

Las señales son expresiones activas de identidad que va más allá de simplemente guiar a la gente o resolver problemas básicos de circulación y comunicación. Son instrumentos que ayudan a construir un estilo, pues las señales deben hacerse visibles cuando las personas deben hacer su trabajo y luego deben convertirse nuevamente en parte de su entorno. De esta manera las señales ocupan un espacio más importante en la vida de un individuo. (p.5).

A su vez, Costa, define Señalética:

Es una disciplina de la comunicación ambiental y de la información que tiene por objeto orientar las decisiones y las acciones de los individuos, en lugares donde se prestan servicios. A partir de esta definición, podría decirse que la señalética es una actividad de múltiples disciplinas. (Como se citó en Díaz 2014, p.5)

La señalética hace alusión a los diversos elementos que la integran como la antropología, la arquitectura, la ergonomía y el diseño gráfico. No cabe duda alguna que el carácter social de la señalética es el más significativo al facilitar una mejor interacción entre el individuo que la habita, o visita, con el mensaje que se quiere transmitir a través de un Sistema de Señalización (Díaz, 2014, pp.5-6)

1.2.1.1 Señalización Turística

Para MINCETUR (2016)

La estructura del Sistema de la Señalética fundamenta un modelo de desarrollo turístico, articulado en un Plan Estratégico Nacional de Turismo, estableciendo una organización en territorio turístico en función de los destinos turísticos, como una manera eficaz y operativa para la planificación y gestión del turismo. (p.8).



Figura No 1: Sistema de señalización. Articulación de elementos que componen los destinos turísticos.

Fuente: (MCET, 2016, p. 8)

1.2.1.2 Señales de Llegadas al distrito.

El Ministerio de Transportes y Comunicaciones considera dos señales de llegada y acceso al distrito: Las señales de dirección y las señales de confirmación.

A. Señales de Dirección

Tienen por finalidad informar sobre los destinos, así como de los códigos y nombres de las vías que conducen a ellos, al tomar una salida o realizar un giro. Podrán indicar la distancia aproximada al destino. (MTC.2016; pg. 50)

B. Señales de Confirmación

Tienen como función confirmar a los conductores el destino elegido, indicando la distancia a éste y a otros destinos a que la vía conduce. Deben contener el o los destinos indicados con anterioridad en la vía de origen por las señales de pre señalización y de dirección. La señal debe indicar 3 destinos como máximo, uno de

los cuales, el más lejano a la señal, debe corresponder a una ciudad importante que sirve de referencia. El destino más cercano se debe ubicar siempre en su parte superior. A la derecha de cada destino debe figurar la distancia en kilómetros (km). (MTC.2016; pg. 53)

1.2.1.3 Principios del sistema de Señalización Turística

Contemplan acciones para permitir que el turista, conozca el acceso, la orientación y el conocimiento de los destinos turísticos, a los cuales se les denomina, producto turístico (Fuente: (MCET, 2016, p. 8).

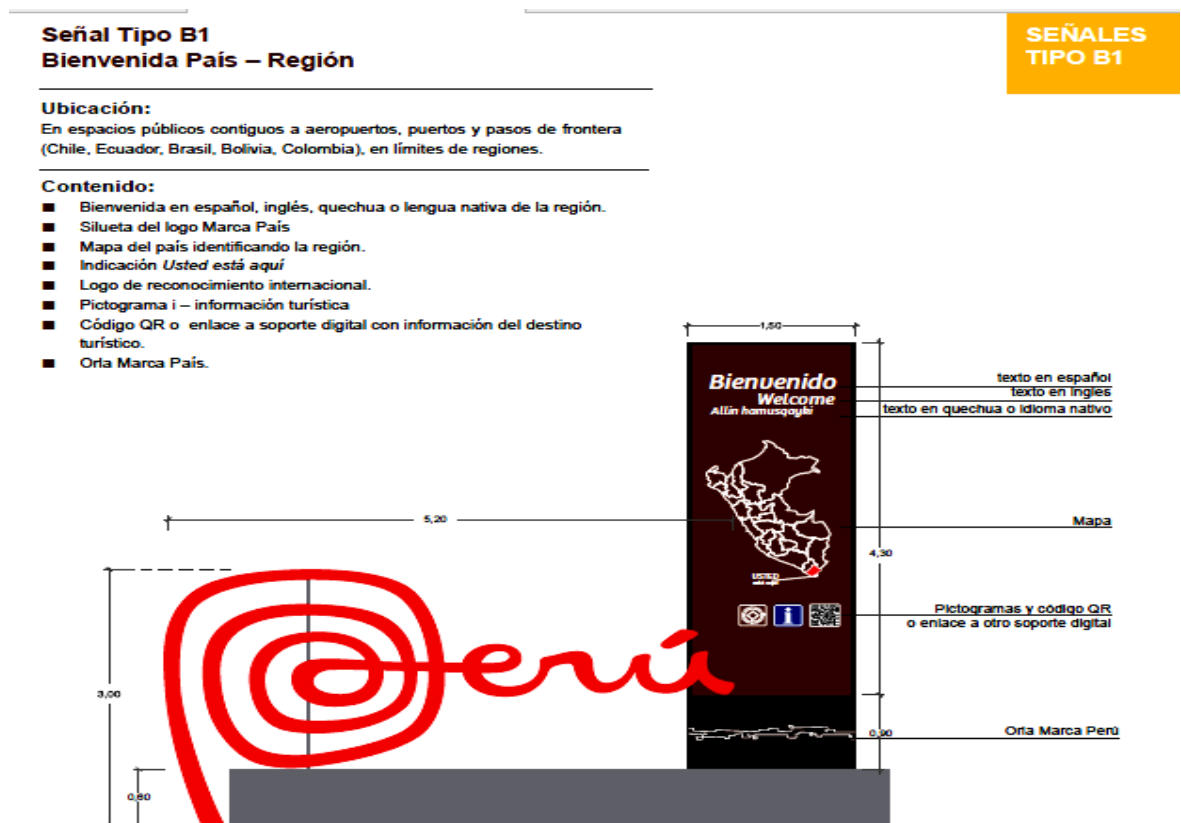


Figura No 2: Señalética Bienvenida País.

Fuente: MCET (2016, p.20)

Las principales funciones son:

(a) Orientar adecuadamente al visitante hacia los recursos turísticos

- (b) Difundir información sobre la categorización en los principales recursos y servicios turísticos del país
- (c) Consolidarse como un Sistema único e integral, que orienta, aporta identidad y refuerza la imagen del Perú como destino turístico.
- (d) Estandarizar criterios para la utilización de colores, soportes, letras y simbología en las señales turísticas
- (e) Ser multilingüe, ya que incorpora el uso de idiomas nativos en las tipologías de señales de orientación e interpretación
- (f) Aplicaciones Marca Perú (g) Otras funciones complementarias. (MCET, 2016, p. 12)

La señalética hace alusión a los diversos elementos que la integran como la antropología, la arquitectura, la ergonomía y el diseño gráfico. No cabe duda alguna que el carácter social de la señalética es el más significativo al facilitar una mejor interacción entre el individuo que la habita, o visita, con el mensaje que se quiere transmitir a través de un sistema de socialización. (Díaz, 2014, pp. 05-06).

La Señalética se define como “un conjunto de reglas o principios sobre una materia racionalmente enlazados entre sí que puede ser utilizada en la mejora de un destino turístico para su crecimiento sostenible” (Real Academia Española, 2014).

La señalética, según Camacho (2011):

Es interpretativa y es conocimiento útil para su orientación para un acceso comprensible del medio ambiente para su aprendizaje. Esto significa, que los turistas

se vean orientados y sea más agradable tener una visita al destino turístico al estar más orientados. (pp. 25-26).

Para mejorar la experiencia de viaje para el turista es necesario tener y cumplir con ciertos lineamientos que harán su viaje más placentero y además con menos retrasos de tiempo que permitirán que el viajero disfrute más de la oferta turística del país. Además, dentro del marco del desarrollo sostenible de un destino turístico, es apropiado el desarrollo correcto de los circuitos turísticos con señalización para la mejora de una experiencia inolvidable o única.

La señalización turística debe estar integrada y complementarse no solo con señales en cada destino o circuito turístico, sino que se debe aprovechar puntos estratégicos para que de una manera u otra además de sentirse informados por las señales, los turistas, puedan informarse en lugares especiales propuestos por la Municipalidad donde se entreguen planos, folletos y horarios de las principales propuestas culturales del distrito. La tecnología ayuda como soporte ya que permite información del destino.

1.2.1.4 Señalización Bilingüe

La idea es poder apoyar a los viajeros que hablan otros idiomas diferentes al español como por ejemplo el inglés, con datos turísticos por tipo de información, mediante la señalización en dos idiomas como son los monumentos, museos, lugares trascendentes o importantes, naturaleza resaltante, gastronomía y manifestaciones culturales, etc. El propósito es poner de manera técnica, articulada, informativa y útil, la ubicación de las señales con ambos idiomas español – inglés. (MTC.2016; pg. 63).

1.2.1.5 El destino turístico:

Es un lugar físico de información turística en cada destino es importante (actualmente, existen 36 puntos de información turística en 15 regiones del Perú) además de la entrega a los turistas de planos y folletería informativa. Asimismo, los recursos web son de suma importancia para la funcionalidad del sistema. (MINCETUR, 2016).

La señalética turística debe estar construida de tal manera, que sea uniforme e integral y que de cierta manera una a gente que habla diferentes idiomas o que no conoce absolutamente nada del destino a orientarse y a no perderse dentro del mismo.

Las bases teóricas para esta investigación se sustentan principalmente en un manual con normas, diseños y procedimientos en cuanto al sistema de señalización turística a implementarse en todos los circuitos del país para, de esa manera, contribuir en el crecimiento de los destinos turísticos para todo tipo de economía.

La existencia de factores, que determinan el sistema de señalización turística son: “el acceso turístico, gestión y naturaleza de los atractivos turísticos, destinos con reconocimiento mundial, la Marca País y el sistema de información turística” (MINCETUR, 2016)

1.2.2 Satisfacción de los visitantes

A inicios del siglo XX, se afirma que el marketing es un proceso mediante el cual las empresas crean valor para sus clientes y se generan fuertes relaciones con ello, y que en reciprocidad se capta el valor de los clientes (Kotler & Armstrong, 2013, p.5).

Kotler & Armstrong (2013), afirman:

“Esto significa que, si el marketing se define de manera amplia como una estrategia para identificar estrategias existentes en el mercado, para hacer publicidad, se requiere adicionalmente, un plan de marketing, que mida el valor que se podría captar de los clientes, que se pueden resumir en reconocimiento, rentabilidad y prestigio del entorno, de manera que se puedan lograr los objetivos y metas del marketing, y con ello las metas de los propietarios de las empresas” (pp. 5-6)

Monferrer (2013), define el Marketing como “el desempeño de actividades de negocio que dirigen el flujo de bienes y servicios desde el fabricante hacia el consumidor, y lo circunscribe a un flujo de bienes y servicios, a gestionar relaciones con los clientes, promoviendo el marketing relacional y de orientación al mercado” (pp.17-18).

Monferrer (2013), define la promoción del lugar y la elección de productos y precios por el término percepción de la sostenibilidad en un destino y su crecimiento por la satisfacción que pueda recibir el cliente (turista) al visitarlo. Si este se siente contento con el lugar es probable que pueda recomendarlo a sus demás conocidos. Entonces si el turista siente que sus expectativas han sido cubiertas, se irá contento (pp. 21-22).

La única manera de poder realizar un proceso de mejora continua de los destinos turísticos es la de saber y conocer de una forma directa la satisfacción del turista, sea nacional o extranjero sobre sus percepciones de los destinos turísticos ofrecidos por la ciudad de Barranco, y esto solo es posible conocerlo a través de un instrumento validado como es la encuesta de satisfacción. Es así como resulta muy importante definir las dimensiones que considere la variable Señalética y su medición mediante las encuestas.

La encuesta debe tomar en cuenta la realidad que los turistas perciben y esto es la base para un proceso de mejora continua sobre los atractivos que pueda ofrecer una ciudad. Realizar estas encuestas cada dos años para saber cómo van variando las percepciones y cómo van comportándose las mejoras realizadas a partir de lo expresado en las encuestas.

1.2.2.1 Dimensiones que reflejan la calidad de los servicios turísticos

Las dimensiones relevantes, son las dimensiones destino, las dimensiones servicio y las dimensiones de Infraestructura.

Los indicadores, de la dimensión destino, son atención y trato proporcionado, seguridad, Información, accesibilidad a la información y señalización. Los indicadores de servicio, son atención y trato recibido, eficacia, rapidez en el servicio, transporte, operadores turísticos, servicios urbanos y gastronómicos, oficinas e información turística. Los indicadores de Infraestructura son, estado de las condiciones ambientales de los atractivos turísticos, rutas de llegada, gastronomía y servicios (Pérez, 2010).

Los turistas extranjeros para efectos de los resultados se estratifican según las regiones mundiales de procedencia, para poder identificar diferencias sustanciales en función del origen de los turistas. Los turistas nacionales son básicamente de la ciudad de Lima y de todas las regiones del país. En nuestro caso particular del distrito de Barranco, si dentro de la satisfacción del cliente, el turista considera que está siendo orientado correctamente, las posibilidades de que regrese al destino o de que este satisfecho con su visita es mayor. De lo contrario habrá que determinar las acciones que corrijan esta situación y que igualmente a futuro aseguren mayores visitas por lo atractivo de sus destinos.

1.2.2.2 Señales que guían al usuario a su destino.

El Ministerio de Transporte y Comunicaciones detalla los caracteres que guían al usuario al lugar final de su recorrido. Tomamos los relevantes para el estudio a saber: señalización de Servicios generales, señalización de localización, y señalización turística.

A. La señalización de servicios generales:

Tienen por función informar a los usuarios sobre los servicios generales existentes próximos a la vía, tales como teléfono, hospedaje, restaurante, primeros auxilios, estación de combustibles, talleres, y otros como zonas recreativas, servicios de información, transporte, restaurantes, hospedaje, hospital, aeropuertos taxis. (MTC 2016, p.55)

B. Señales de localización:

Tienen por función, indicar límites jurisdiccionales de zonas urbanas, identificar ríos, lagos, parques, puentes, túneles, lugares turísticos e históricos, y otros puntos de interés que sirven de orientación a los usuarios de la vía. Se ubican en el límite jurisdiccional, en el caso de barrios, comunas, ciudades o regiones, y próximas a lugares como los mencionados. Cuando estas señales informativas contengan nombres de túneles, ríos, puentes y similares, el tamaño de las letras debe ser de 15 cm. Excepcionalmente, sólo cuando una localidad o lugar sea considerado como atractivo turístico de la zona, y su nombre figure en una misma placa panel junto a señales de atractivo turístico, el color de fondo de toda la señal podrá ser de color café o la que establezca oficialmente el órgano competente del (MINCETUR) y las letras y símbolos de color blanco. (MTC, 2016, p. 56)

C. Señalización turística

Tienen por finalidad informar y facilitar la llegada a los lugares de interés turístico existentes en la vía y en su entorno o zona de influencia, tales como lugares deportivos, parques nacionales, parques nacionales naturales, santuarios de fauna y flora, reserva nacional natural, playas, lagos, ríos, volcanes, centros de artesanía y otros. Estas señales por lo general son rectangulares, su fondo es de color marrón y blanco su simbología o texto, y de ser el caso, contendrán una flecha blanca y la distancia entre la señal y el lugar de interés turístico. Sin embargo, de ser el caso se cumplirá o complementará con lo establecido en las normas sobre señalización del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo MINCETUR. Algunos de ellos son:

Señal Museo, Señal Servicio de Información Turística, Señal Artesanías, Señal Bienes Arqueológicos, Señal Alquiler de Vehículos, Señal Atractivo Natural, Señal Parque o Reserva Natural, Señal Monumento Nacional. (MTC 2016, p. 60)

1.2.2.3 Recurso Turístico, Atractivo Turístico, Destino Turístico

Es importante distinguir cuando un distrito se llega a convertir en un destino turístico. Para ello debe definitivamente contar con un recurso turístico, evaluarlo viendo las posibilidades de convertirse en un atractivo turístico, en función a que satisfaga las necesidades del turista y finalmente mejorarlo hasta convertirlo en un destino Turístico. Además, estas tres definiciones a veces inducen a error al no diferenciarlos. MINCETUR la diferencia de la siguiente manera:

- A. **Recurso Turístico:** Expresiones de la naturaleza, la riqueza arqueológica, expresiones históricas materiales e inmateriales **de gran** tradición y valor que constituyen la base del producto turístico. Los recursos turísticos se encuentran registrados en el Inventario Turístico Nacional.
- B. **Atractivo Turístico:** Son los recursos turísticos aprovechados en la actualidad, capaces de satisfacer las necesidades del visitante.
- C. **Destino Turístico:** Un espacio geográfico determinado, con rasgos propios de clima, raíces, infraestructuras y servicios, y con cierta capacidad administrativa para desarrollar instrumentos comunes de planificación. Este espacio atrae a turistas con productos turísticos estructurados y adaptados a las satisfacciones buscadas gracias a la puesta en valor y al ordenamiento de los atractivos disponibles, dotados de una marca que se comercializa teniendo en cuenta su carácter integral. (MINCETUR 2016, p.105)

1.2.2.3 Ruta Turística

Una ruta turística está muy relacionada con el turismo, y como tal debe estar relacionado con la señalética. Mamani 2016, indica que una ruta puede ser una

carretera o camino, un recorrido o un itinerario. turístico, por su parte, es aquello relacionado con el turismo (la actividad que consiste en realizar un viaje y pernoctar en un lugar diferente al habitual, generalmente por ocio o placer).se conoce como ruta turística al camino o recorrido que se destaca por sus atractivos para el desarrollo del turismo. Estas rutas pueden sobresalir por sus características naturales o por permitir el acceso a un patrimonio cultural o histórico de importancia. Para luego redondear la idea al decir que suele denominarse como ruta turística, de este modo, a aquella vía que sobresale por estar rodeada de lugares que se consideran, por algún motivo, valiosos. Así se espera que los viajeros recorran la ruta turística para conocer sitios de importancia natural, religiosa, cultural, etc. Y termina indicando que es habitual que la ruta turística incluya señales y carteles especiales, que van más allá de las tradicionales señales de tráfico. La cartelería específica permite resaltar los atractivos que se encuentran en la zona, facilitando la actividad turística. Mamani (2016)

1.2.2.4 Patrimonio Cultural

Un bien integrante del Patrimonio Cultural de la Nación es toda manifestación del quehacer humano –material o inmaterial- que, por su importancia, valor y significado paleontológico, arqueológico, arquitectónico, histórico, artístico, militar, social, antropológico o intelectual, sea expresamente declarado como tal o sobre el que exista la presunción legal de serlo. Dichos bienes tienen la condición de propiedad pública o privada con las limitaciones que establece la presente Ley. PROMPERU (2017).

Dada su importancia, se deriva la necesidad de colocarlo en la señalética para que le permite al turista ubicarlo rápidamente, y por ello aumentar su satisfacción en la visita al distrito.

1.3 Definición de términos básicos

1. Acceso Turístico:

Son los medios de llegada o arribo de visitantes a las regiones y distritos. Pueden ser por vía aérea a través del aeropuerto internacional Jorge Chávez o por vía terrestre, sistema, que permite conectar destinos y atractivos turísticos dentro del país.

2. Informativa de Orientación:

En turismo, es el conjunto de informaciones que se prestan al turista para informarle y orientarle, previo al viaje o durante su estancia en el destino. (MINCETUR, 2016).

3. Interpretación de la señalética:

Son señales que contienen información específica sobre el recurso turístico, su historia o la naturaleza del recurso o atractivo o destino, que se complementan con información física e información virtual. (MINCETUR, 2016).

4. La Marca País:

La marca país, es diseñada en el año 2011, cuya finalidad es el de posicionar el destino turístico y la identidad del Perú a nivel mundial (MINCETUR, 2016).

5. Señal de bienvenida:

Expresa la identidad de cada territorio y presentan de manera expresa el logotipo de la región, en caso lo hubiera, o la marca Perú. (MINCETUR, 2016).

6. Señal de panel directorio:

La Señal de panel directorio orienta al visitante sobre el espacio turístico total, así como las acciones a seguir dentro del territorio turístico, acompañados de un mapa del territorio. (MINCETUR, 2016).

7. Señales de regulación:

Es utilizada como apoyo de la orientación y circulación en las calles, como guía útil para llegar a un destino y también como advertencia. (MINCETUR, 2016).

8. Sistema:

Se indican los signos, los soportes, los colores, los materiales, las características técnicas y constructivas de cada uno de los soportes señaléticas, de manera ordenada, así como su ubicación o destino (Marreros, 2016, p.114).

9. Sistema de Información Turística:

Está conformado por el Sistema de Señalización Turística, plataforma en la que se hallan 36 puntos de atención turística en 15 regiones del Perú.

10. Turismo:

Se define como un conjunto de actividades que realizan las personas, residentes o no residentes, durante sus viajes y estancias en lugares distintos al entorno habitual, por un período consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, negocios y otros motivos (Marreros, 2016, p.136).

11. Turismo Nacional:

Comprende las actividades realizadas por los visitantes residentes en Perú, que se desplazan fuera de su entorno habitual, pero dentro del país, por un período menor a un año, con fines de ocio, visita a parientes y amigos, negocios y motivos profesionales, salud, ecológicos y culturales (MINCETUR, 2015).

12. Turismo Receptor:

Considera las actividades realizadas por viajeros internacionales extranjeros y peruanos residentes en el exterior, al ingresar al Perú por sus fronteras. (MINCETUR, 2015).

13. Zona monumental:

Es un atractivo turístico comprendido en la categoría ambiente urbano monumental. (MINCETUR, 2016).

CAPÍTULO II: HIPÓTESIS Y VARIABLES

2.1 Formulación de hipótesis principal y derivadas

2.1.1 Formulación de hipótesis principal

La Señalética influye en la Satisfacción de los visitantes de los atractivos turísticos del distrito de Barranco, en el año 2019.

2.1.2 Formulación de hipótesis derivadas

H1. Las Llegadas y accesos al distrito, como parte de la Señalética, influye en la Satisfacción de los visitantes de los atractivos turísticos del distrito de Barranco, en el año 2019.

H2. La Identificación de las rutas con valor y reconocimiento particular como parte de la Señalética influye en la Satisfacción de los visitantes de los atractivos turísticos del distrito de Barranco, en el año 2019

H3. El Mensaje como parte de la Señalética influye en la Satisfacción de los visitantes de los atractivos turísticos del distrito de Barranco, en el año 2019

H4. La Identificación de los destinos con patrimonio cultural exhibidos como parte de la Señalética influye en la Satisfacción de los visitantes de los atractivos turísticos del distrito de Barranco, en el año 2019

H5. La Señalética influye en el Conocimiento del destino turístico en la Satisfacción de los visitantes de los atractivos turísticos del distrito de Barranco, en el año 2019

H6. La Señalética influye en el Servicio en los atractivos turísticos en la Satisfacción de los visitantes de los atractivos turísticos del distrito de Barranco, en el año 2019

H7. La Señalética influye en la Valoración de la infraestructura en los atractivos turísticos en la Satisfacción de los visitantes de los atractivos turísticos del distrito de Barranco, en el año 2019.

2.2 Variables y definición operacional

2.2.1 Variables, definición conceptual.

Variable (1): Señalética

Es un diseño gráfico, funcional y de planificación, de signos de orientación en el espacio relacionados con los comportamientos de las personas en un lugar concreto, cuya finalidad es guiarlos al destino turístico. (Marrero, 2016, p. 114).

Variable (2): Satisfacción de los Visitantes.

La satisfacción es un proceso dinámico, activo y dependiente del entorno. Así mismo, es en función de la satisfacción percibida por el cliente respecto al servicio prestado por dichas empresas, que el turista valorará y tendrá una actitud favorable o no hacia el destino. (Moreno, Celis & Aguilar, 2002, p.71)

2.2.2 Variables, Definición operacional

Variable (1): Señalética

Operacionalmente, la variable Señalética se midió mediante las dimensiones:

1. Llegadas y accesos al distrito
2. Identificación de las rutas con valor y reconocimiento particular
3. Mensaje
4. Identificación de los destinos con patrimonio cultural exhibidos

Variable (2): Satisfacción de los visitantes

Operacionalmente la variable satisfacción de los visitantes a Barranco se midió mediante las dimensiones:

1. Destino
2. Servicio en los atractivos turísticos
3. Valoración de la Infraestructura

2.2.3 Operacionalización de las variables

Ver Anexo B: Matriz de Operacionalización de la Variable Independiente

Ver Anexo C: Matriz de Operacionalización de la Variable Dependiente

CAPÍTULO III: METODOLOGÍA

3.1 Diseño metodológico

3.1.1 Enfoque de Investigación

El enfoque de investigación se basa en el enfoque cuantitativo ya que los planteamientos a investigar son específicos y delimitados desde el inicio de un estudio. Además, las hipótesis se establecen previamente, esto es, antes de recolectar y analizar los datos. La recolección de los datos se fundamenta en la medición y el análisis en procedimientos estadísticos. Hernández et al, (2014; p.18).

3.1.2 Tipo de Investigación

Este estudio responde al tipo de investigación aplicada ya que busca “la generación de conocimiento con aplicación directa a los problemas de la sociedad o el sector productivo”. (Lozada, 2014, p.1).

3.1.3 Nivel de Investigación

Esta investigación es de nivel descriptivo, explicativo y correlacional ya que “Es descriptivo, porque puntualiza las características, las propiedades, y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis. Es Correlacional ya que su “finalidad es conocer la relación o grado de asociación que exista entre dos o más conceptos, categorías o variables en un contexto específico”. Y es explicativo porque “está dirigido a responder por las causas de los eventos y fenómenos físicos o sociales. Se enfoca en explicar por qué ocurre un fenómeno y en qué condiciones se manifiesta, o por qué se relacionan dos o más variables”. (Hernández 2014: p. 98).

3.1.4 Método de Investigación

El método que a usar en la presente investigación es el método hipotético deductivo ya que “Una vez presentada a título provisional una nueva idea, aún no justificada en absoluto —sea una anticipación, una hipótesis, un sistema teórico o lo que se quiera—, se extraen conclusiones de ella por medio de una deducción lógica; estas conclusiones se comparan entre sí y con otros enunciados pertinentes, con objeto de hallar las relaciones lógicas (tales como equivalencia, deductibilidad, compatibilidad o incompatibilidad, etc.) que existan entre ellas. (Popper, 1980, p. 32).

3.2 Diseño de Investigación

El diseño es NO Experimental ya que “Podría definirse como la investigación que se realiza sin manipular deliberadamente variables. Es decir, se trata de estudios en los que no hacemos variar en forma intencional las variables independientes para ver su efecto sobre otras variables. Lo que hacemos en la investigación no experimental es observar fenómenos tal como se dan en su contexto natural, para analizarlos” (Hernández, 2016, p.152). Esta investigación es un diseño no experimental ya que las variables se observan tal como se dan en su contexto natural, para analizarlos, sin sufrir ningún tipo de manipulación.

Este diseño no experimental es del tipo transeccional o transversal ya que “se recolectan datos en un solo momento, en un tiempo único”. (Hernández, 2016, p.154).

Además, es un diseño transeccional descriptivo y transeccionales correlacionales-causales. Se define transeccional descriptivo ya que “tienen como objetivo indagar la incidencia de las modalidades o niveles de una o más variables en una población. El procedimiento consiste en ubicar en una o diversas variables a un grupo de personas

u otros seres vivos, objetos, situaciones, contextos, fenómenos, comunidades, etc., y proporcionar su descripción. Son, por tanto, estudios puramente descriptivos y cuando establecen hipótesis, éstas son también descriptivas (de pronóstico de una cifra o valores). Por ejemplo: ubicar a un grupo de personas en las variables género, edad, estado civil o marital y nivel educativo”. (Hernández, 2016, p. 155).

Se puede decir que se ha trabajado con el Diseño transeccional correlacional-causal, en ellos “Se describen relaciones entre dos o más categorías, conceptos o variables en un momento determinado. A veces, únicamente en términos correlacionales, otras en función de la relación causa- efecto (causales)”. Se recolectan datos y se describe relación ($X_k - Y_k$). (Hernández, 2016, p.157).

3.2.1 Diseño muestral

3.2.1.1 Población

Definir el conjunto de casos que coinciden en determinados detalles se le llama Población o universo, (Hernández, 2006, p.174).

Nuestra población son turistas extranjeros jóvenes y parejas entre 15 y 35 años, que ingresan al distrito de Barranco para visitar los atractivos turísticos y según el Mincetur del total de turistas extranjeros que visitan la capital, el 14% visitaron el distrito de Barranco, de acuerdo a este cálculo entonces en el 2019 fue visitado por 835,920 turistas extranjeros. No existe estadística de los visitantes nacionales al distrito. Las encuestas se realizaron a turistas oriundos de Perú e internacionales para obtener información necesaria con respecto al distrito de Barranco en su conjunto, en

los principales puntos turísticos donde debería existir señalética adecuada para los turistas.

3.2.1.2 Muestra

Referirnos a la muestra significa precisar y demarcar anticipadamente con claridad el subgrupo focal representativo de población al que se aplicara la encuesta. (Hernández, 2016, p.173).

3.2.1.3 Tamaño de Muestra

En el caso del tamaño de muestra se consideró los siguientes supuestos estadísticos:

- Población infinita: **835,920 extranjeros** que visitan anualmente el distrito. (según MINCETUR)
- Nivel de confianza: **95%**
- Nivel de significación para 95%: **Z = 1.96**
- Margen de error muestral: **E = 3%**
- Proporción (valor aproximado del parámetro que queremos medir) **p = 5%**
- $q = 1-p$ **q = 95%**

a. Tamaño de muestra para poblaciones infinitas usando la formula

POBLACION INFINITA

$$n = \frac{Z_i^2 \times p \times q}{E^2}$$

- n = tamaño de la muestra;
Z = nivel de significación; para 95% = 1.96
p = probabilidad de éxito o proporción esperada
q = 1 - p
E = es el error de muestreo, expresado en %.

$$n = \frac{1.962 \times 0.05 \times 0.95}{0.03^2} = 203 \text{ encuestados}$$

b. Tamaño de muestra mediante el cálculo automático (Fisterra)

Total de la población (N)	835920
(Si la población es infinita, dejar la casilla en blanco)	
Nivel de confianza o seguridad (1- α)	95%
Precisión (d)	3%
Proporción (valor aproximado del parámetro que queremos medir)	5%
(Si no tenemos dicha información p=0.5 que maximiza el tamaño muestral)	
TAMAÑO MUESTRAL (n)	203

Tamaño de muestra: 203 visitantes.

Cabe indicar que, en campo, en la práctica se encuestaron a 316 visitantes en total.

3.3 Técnicas de recolección de datos

3.3.1 Técnica de recolección de datos - La encuesta

La fortaleza de la técnica de construir una conexión entre los componentes de escrutinio y el conjunto de preguntas anticipadamente determinados, permite recolectar datos. Tamayo y Silva (2019). La realización de la Encuesta permitió arribar a resultados para determinar que un sistema de señalética resolverá la insatisfacción de los visitantes a Barranco que pudieran surgir de este.

3.3.2 Instrumentos de recolección de información

Nuestro instrumento para la recopilación de información fue un cuestionario. Definimos el mismo como “un conjunto de preguntas respecto de una o más variables que se van a medir”. (Hernández 2016: p. 217).

El conjunto de preguntas sobre Señalética y Satisfacción del Visitante, fue aplicado de forma individual a 316 turistas entre 30 y 60 años que visitaron Barranco en el 2019, con una duración de 20 a 30 minutos por persona, donde se buscó conocer por un lado la percepción sobre la señalética que poseen los visitantes y por otro conocer la Percepción referente al grado de Satisfacción de los visitantes de los Atractivos resaltantes del Distrito de Barranco. Para ambos casos la evaluación estuvo referida a las respectivas dimensiones de cada variable.

El resultado, y el aporte de la investigación se basan en el procesamiento de la encuesta a los visitantes, resultados que validarán las satisfacciones o insatisfacciones, producto de la señalización de los atractivos turísticos, esto será

parte fundamental para diseñar las características del sistema de señalización que se tendrá para superar estas dificultades.

3.4 Técnicas estadísticas para el procesamiento de la información

En la necesidad de realizar el procesamiento de los datos recogidos de las respuestas de los viajeros y analizar los mismos, utilizamos el soporte técnico del programa informático estadístico SPSS (Statistical Package for the Social Sciences) en su Versión 25. Es así que se presentaron los datos estadísticos usando la estadística descriptiva mediante tablas y graficas de frecuencia. Asimismo, se utilizó la estadística inferencial para las pruebas de Hipótesis. Los análisis se realizaron con un nivel de significancia estadística de $p < 0.01$. Para la contrastación de las hipótesis y la relación entre variables, se utilizó la prueba de correlación de Spearman

3.5 Aspectos éticos

Este estudio se desarrolló aplicando códigos de ética estrictos para el tratamiento de la información, utilizando las Normas APA, y siempre actuando con cuidado y respetando la autoría de los datos consignados en los antecedentes e información que sustenta la investigación. Así mismo respetando la independencia de ideas, el bienestar y los derechos de los visitantes al distrito de Barranco que tuvieron la amabilidad de responder a las encuestas.

CAPÍTULO IV: RESULTADOS

Ahora toca evidenciar los frutos del instrumento (cuestionario) y técnica (encuesta) utilizados para esta investigación, cuyos resultados fueron procesados mediante el soporte técnico del programa SPSS (Statistical Package for the Social Sciences) en su Versión 25. Se presenta primero estadística descriptiva con respecto a las variables Señalética y satisfacción del visitante con cada una de las dimensiones evidenciando el comportamiento de cada indicador. Así mismo se presenta el análisis de fiabilidad o confiabilidad mediante el Alpha de Cronbach. Y por último se efectúa un análisis de prueba de hipótesis.

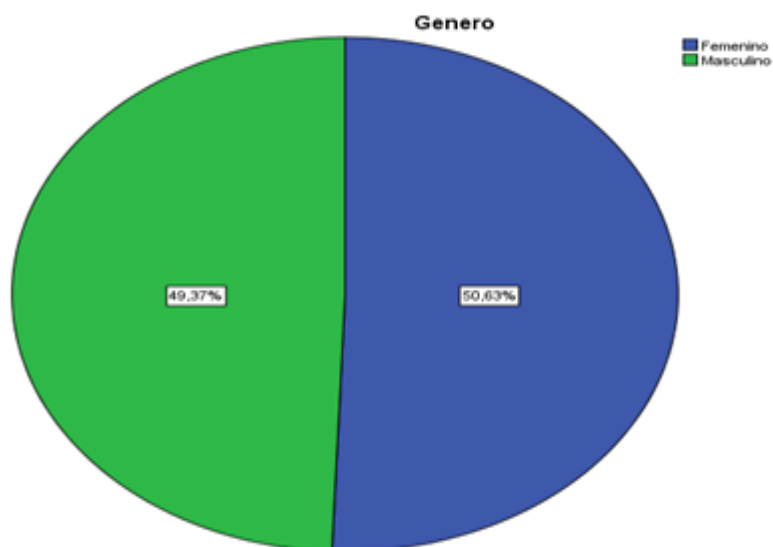
4.1 Análisis de los Resultados

4.1.1 Análisis descriptivo

Tabla No. 1 Frecuencia de Género

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Femenino	160	50,6
	Masculino	156	49,4
	Total	316	100,0

Fuente: Elaboración propia



Gráfica No 1: Frecuencia de Género

Fuente: Elaboración Propia

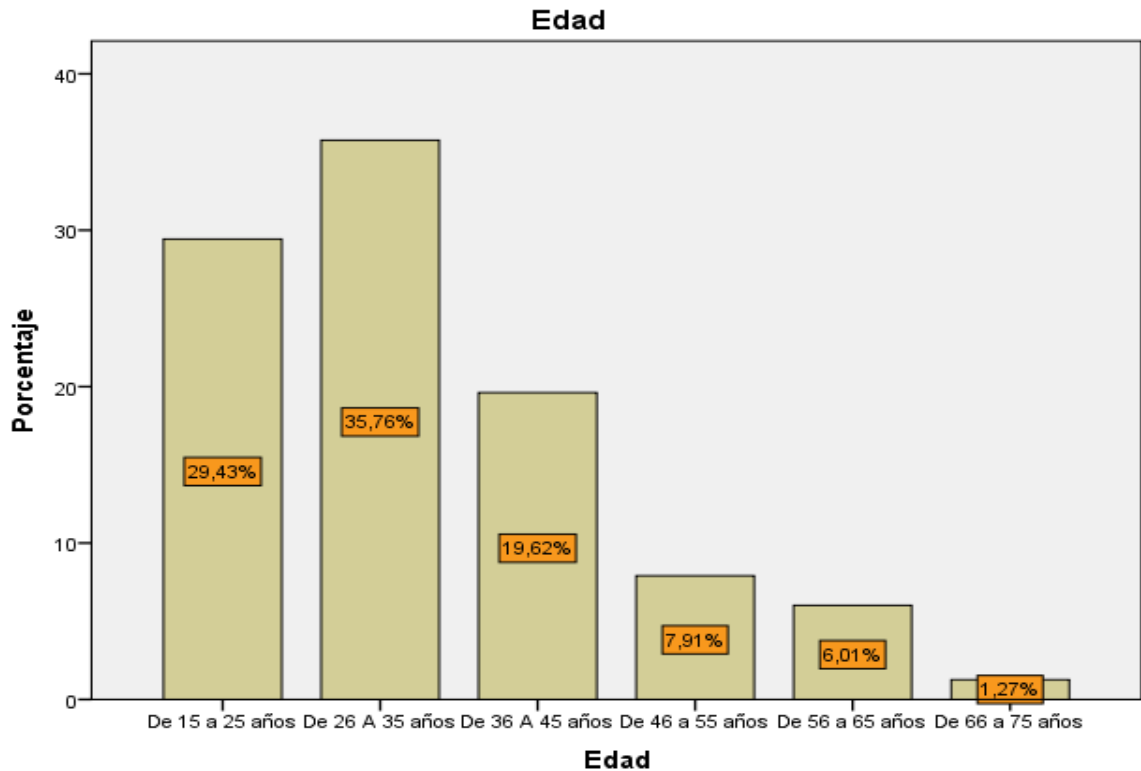
Interpretación: Diagrama circular de la frecuencia de género, del total de turistas que visitaron Barranco, el 50.63% es del género femenino y el 49.37% es del género masculino.

Lo que indica que no hay diferencia significativa en el género del total de turistas que visitan Barranco.

Tabla No. 2: Frecuencia de edades

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	De 15 a 25 años	93	29,4
	De 26 a 35 años	113	35,8
	De 36 a 45 años	62	19,6
	De 46 a 55 años	25	7,9
	De 56 a 65 años	19	6,0
	De 66 a 75 años	4	1,3
	Total	316	100,0

Fuente: Elaboración propia



Gráfica No 2: Histograma sobre edades de los Visitantes a los Atractivos Turísticos de Barranco

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: Histograma de edades de los Visitantes de Atractivos Turísticos de Barranco, las edades del rango entre 23 hasta 27 años representan el 14.56%; y de 27 a 29 años el 10.76%. Los demás estratos entre 31 a 39 años representan un 22.3%, de los visitantes y entre los 45 a 55 años, se estiman en un 23.0%.

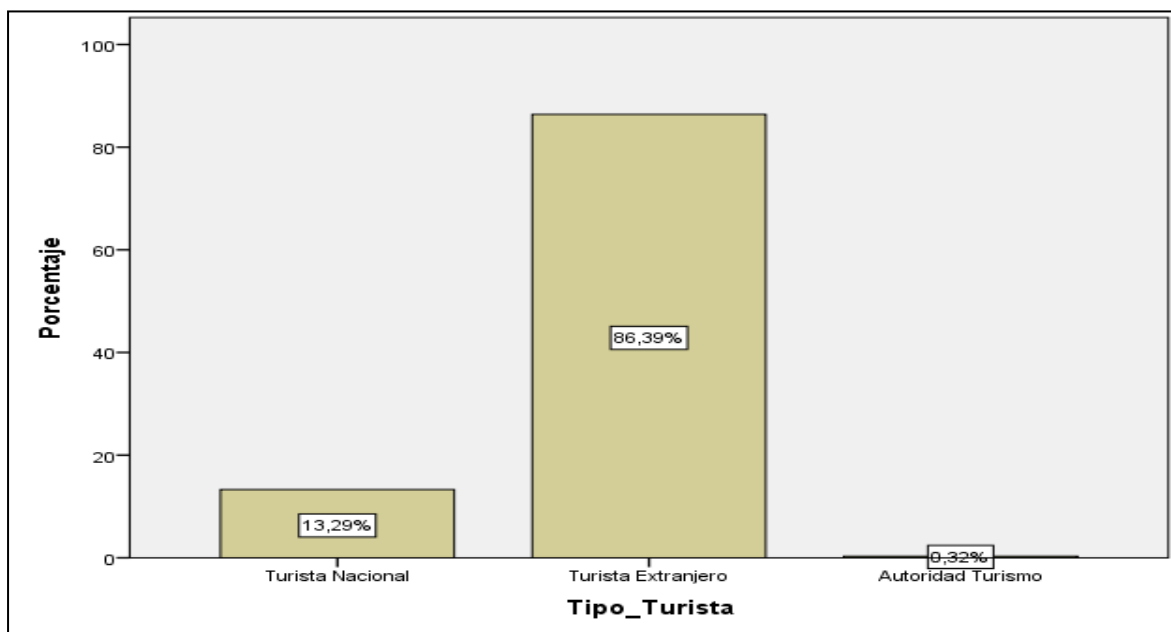
Lo que indica que la mayor concentración de edad de los turistas que visitan Barranco está entre los 26 a 35 años (35.76%), seguido por el rango entre 15 y 25 años (29.43%).

En términos acumulados entre los 15 a 35 años representan el 65.19%. Siendo poco frecuente encontrar turistas entre las edades de 46 a 75 años que dan un porcentaje acumulado de 15.19% (7.91%. 6.01% y 1,27% respectivamente siguiendo el cuadro).

Tabla No. 3: Visita a Barranco por tipo de Turista

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Turista Nacional	42	13,3
	Turista Extranjero	273	86,4
	Autoridad Turismo	1	,3
	Total	316	100,0

Fuente: Elaboración propia



Gráfica No 3: Visita a Barranco por Tipo de Turista

Fuente: Elaboración propia

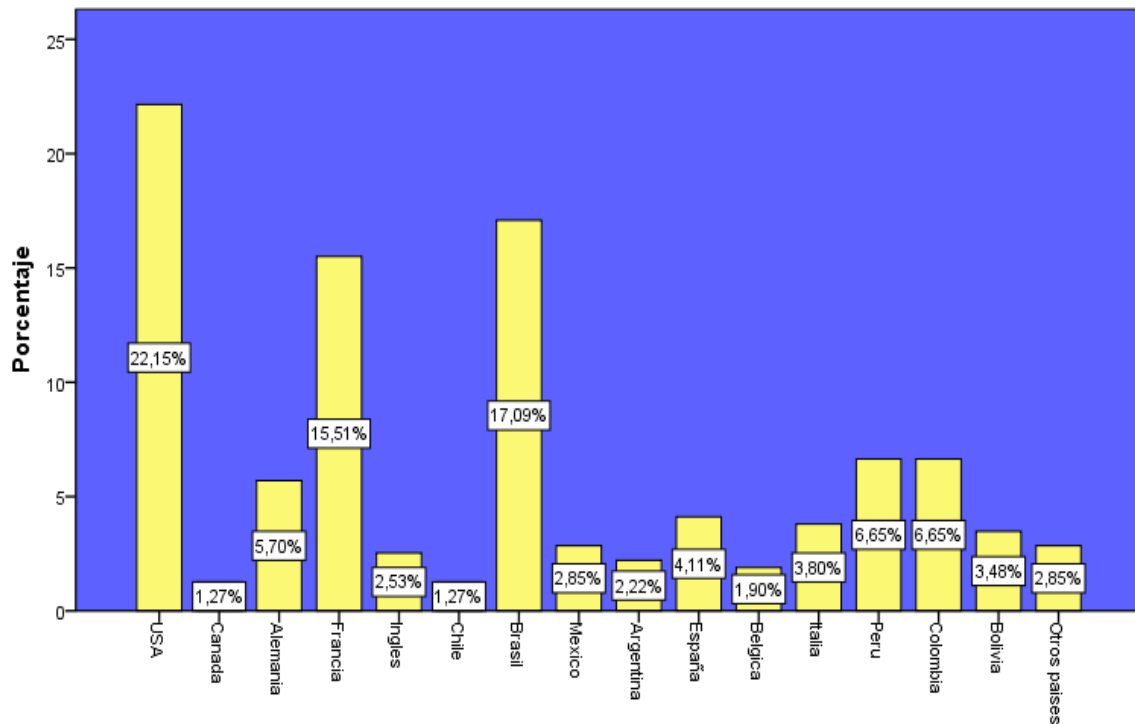
Interpretación: encontramos que un 86.39% son turistas extranjeros, un 13.29% son turistas nacionales y un 0.32%, son autoridades del turismo.

Lo que indica que es más frecuente que Barranco sea visitado por turistas extranjeros (86.39%), que por turistas nacionales (13.29%). De allí la necesidad de una señalética especial dirigido a ellos para su mejor estancia en Barranco.

Tabla No. 4: Visita Barranco según Nacionalidades

	Frecuencia	Porcentaje
Válido USA	70	22,2
Canadá	4	1,3
Alemania	18	5,7
Francia	49	15,5
Ingles	8	2,5
Chile	4	1,3
Brasil	54	17,1
México	9	2,8
Argentina	7	2,2
España	13	4,1
Bélgica	6	1,9
Italia	12	3,8
Perú	21	6,6
Colombia	21	6,6
Bolivia	11	3,5
Otros países	9	2,8
Total	31	100,0

Fuente: Elaboración propia



Gráfica No 4: Visita a Barranco por Nacionalidades

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: Visita a Barranco por Nacionalidades, se observa que el mayor porcentaje corresponde a Estados Unidos con el 22.15%, seguido por Brasil con el 17.09% y en tercer lugar Francia con el 15.51%.

En términos acumulados los tres países representan el 54.75% de los visitantes internacionales a Barranco, vs 13 países que representan en términos acumulados el 45.25%, (donde el máximo porcentaje es 6.65% que corresponde a Perú y Colombia, y el menor porcentaje de 1.27% corresponde a Canadá y Chile). Lo anterior sugiere que el tipo de idioma que debiera estar en la señalética serían el inglés y el francés.

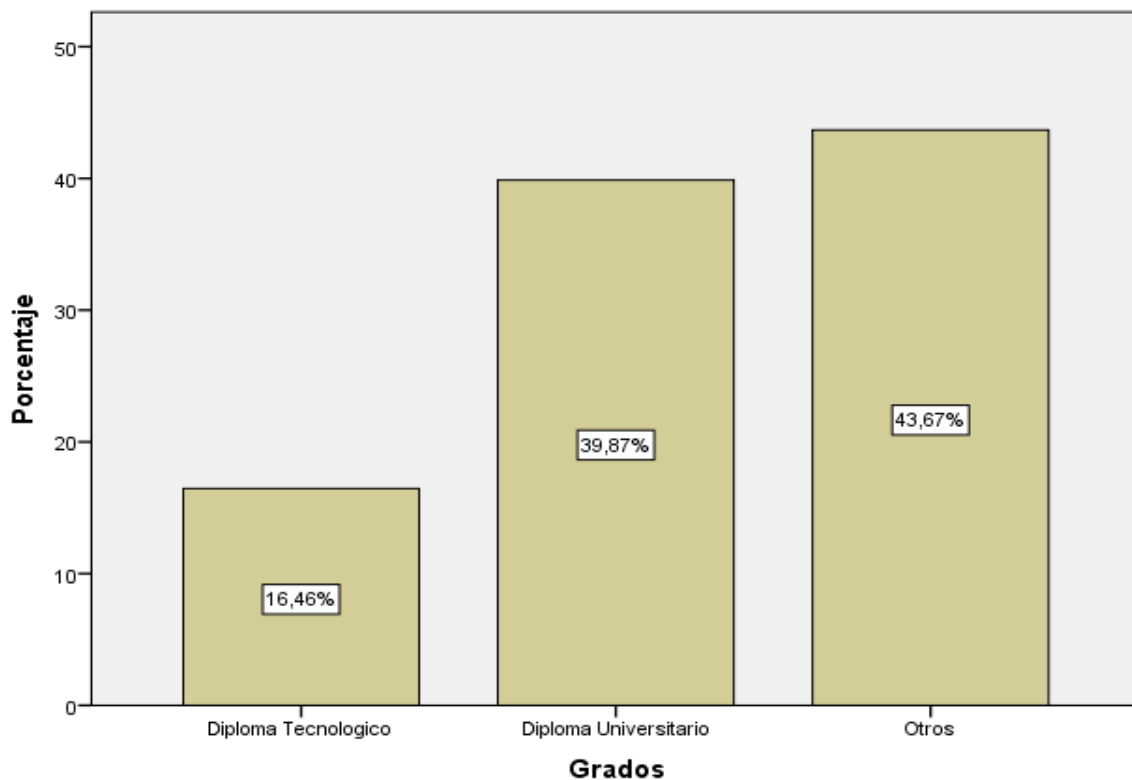
Además, se observa que el 23.12% son turistas de habla hispana (Bolivia, Chile, México, Argentina, Perú y Colombia, sin contar a Brasil). De otro lado el 11.4% son turistas de otros países (Alemania, Bélgica e Italia, sin contar a Canadá e Inglaterra

que son de habla inglesa). Lo que refuerza la idea de una señalética en inglés y francés además del castellano.

Tabla No. 5: Visitantes a Barranco o según grados académicos

	Frecuencia	Porcentaje
Válido Diploma Tecnológico	52	16,5
Diploma Universitario	126	39,9
Otros	138	43,7
Total	316	100,0

Fuente: Elaboración propia



Gráfica No 5: Visitantes según grados académicos

Fuente: Elaboración propia

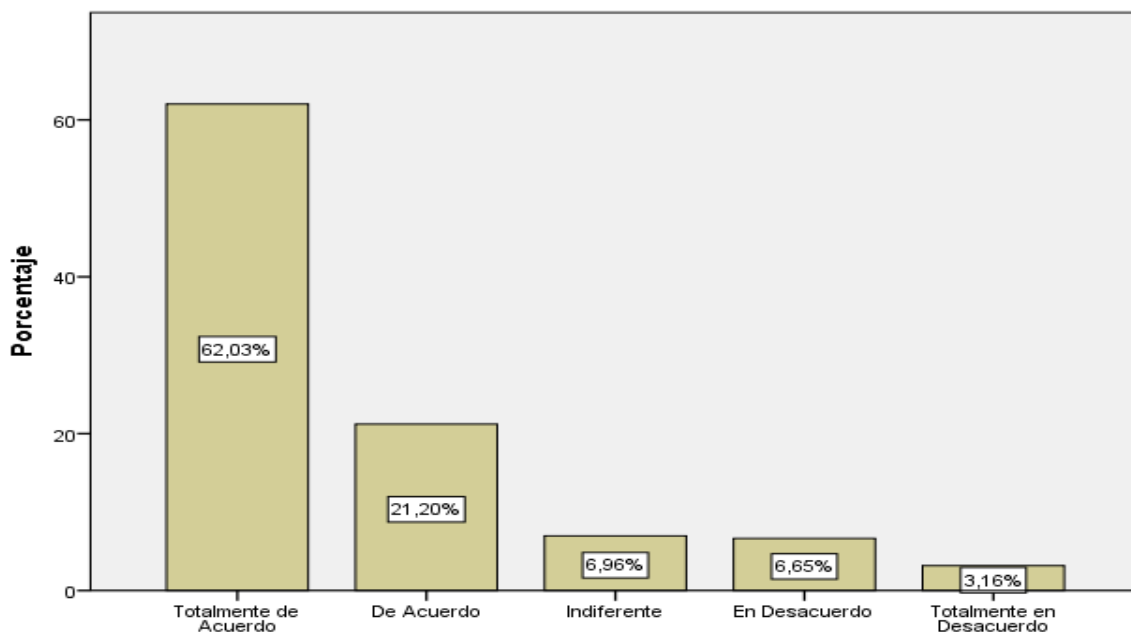
Interpretación: Diagrama de Barras de Visitantes según grados académicos, se observa que un 43.67% de los visitantes a Barranco presentan otros tipos de

documentos de grados académicos (diferentes a diplomas técnicos o universitarios); el 39.87% presentan diplomas universitarios y un 16.46% presentan diplomas tecnológicos. Lo que indica la diversidad intelectual entre los visitantes.

Tabla No. 6: Debe existir un Sistema de Señalética Turística en Barranco

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Totalmente de Acuerdo	196	62,0
	De Acuerdo	67	21,2
	Indiferente	22	7,0
	En Desacuerdo	21	6,6
	Totalmente en Desacuerdo	10	3,2
	Total	316	100,0

Fuente: Elaboración propia



Gráfica No 6: Debe existir un Sistema de Señalética Turística en Barranco

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: el 62.03% de los que visitan el distrito de Barranco están totalmente de acuerdo de que debe existir un sistema de señalética en el distrito de Barranco, el 21.2% está de acuerdo y el 6.96%, 6.65% y 3.16% son indiferentes, no están de

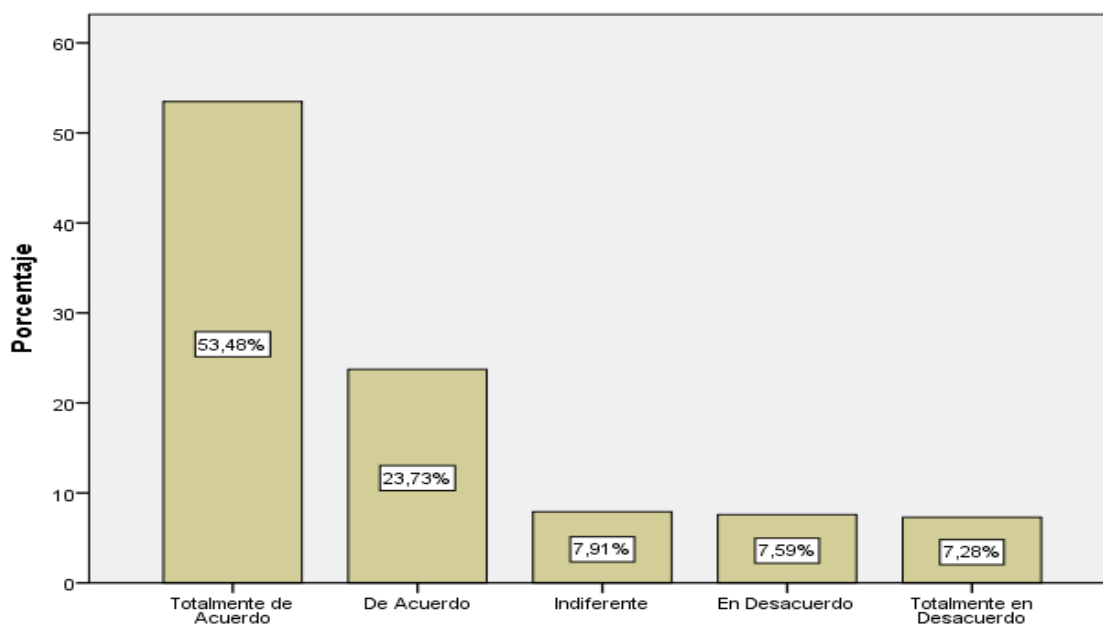
acuerdo o están completamente en desacuerdo respectivamente, con la existencia de un sistema de señalética en el distrito de Barranco.

En términos acumulados podemos deducir que el 83.05% de los turistas está de acuerdo con que debe existir un sistema de señalética en el distrito de Barranco y el 9.81% no.

Tabla No. 7: Se debe utilizar Señalética Turística en las llegadas y accesos al distrito de Barranco

	Frecuencia	Porcentaje
Válido Totalmente de Acuerdo	169	53,5
De Acuerdo	75	23,7
Indiferente	25	7,9
En Desacuerdo	24	7,6
Totalmente en Desacuerdo	23	7,3
Total	316	100,0

Fuente: Elaboración propia



Gráfica No 7: Se debe Utilizar Señalética en las llegadas y accesos al distrito de Barranco

Fuente: Elaboración propia

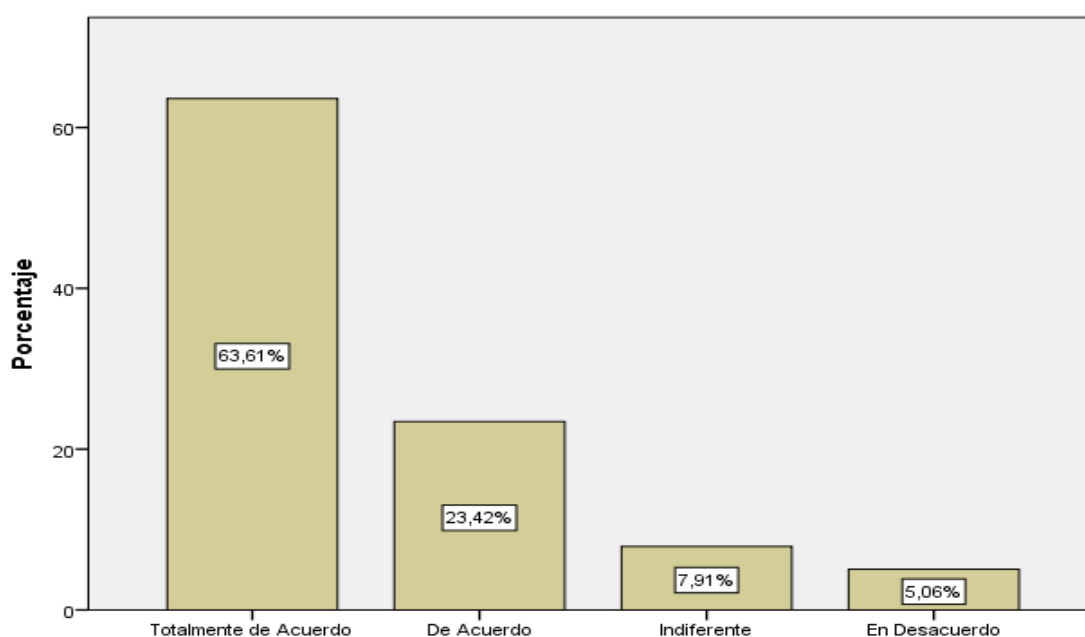
Interpretación: se visualiza que un 53.48% de turistas está totalmente de acuerdo que se debe utilizar correctamente el sistema de señalética turística; un 23.2% están de acuerdo y sólo el 7.59% y un 7.2%, se hallan en desacuerdo y totalmente en desacuerdo, respectivamente.

En términos acumulados podemos indicar que el 77.21% de los turistas considera que la señalética turística se debe utilizar en las llegadas y accesos al distrito de Barranco en tanto que un 14.87% considera que no.

Tabla No. 8: Información de la Señalética para accesos y llegadas al distrito

	Frecuencia	Porcentaje
Válido Totalmente de Acuerdo	201	63,6
De Acuerdo	74	23,4
Indiferente	25	7,9
En Desacuerdo	16	5,1
Total	316	100,0

Fuente: Elaboración propia



Gráfica No 8: Información de la Señalética para accesos y llegadas

Fuente: Elaboración propia

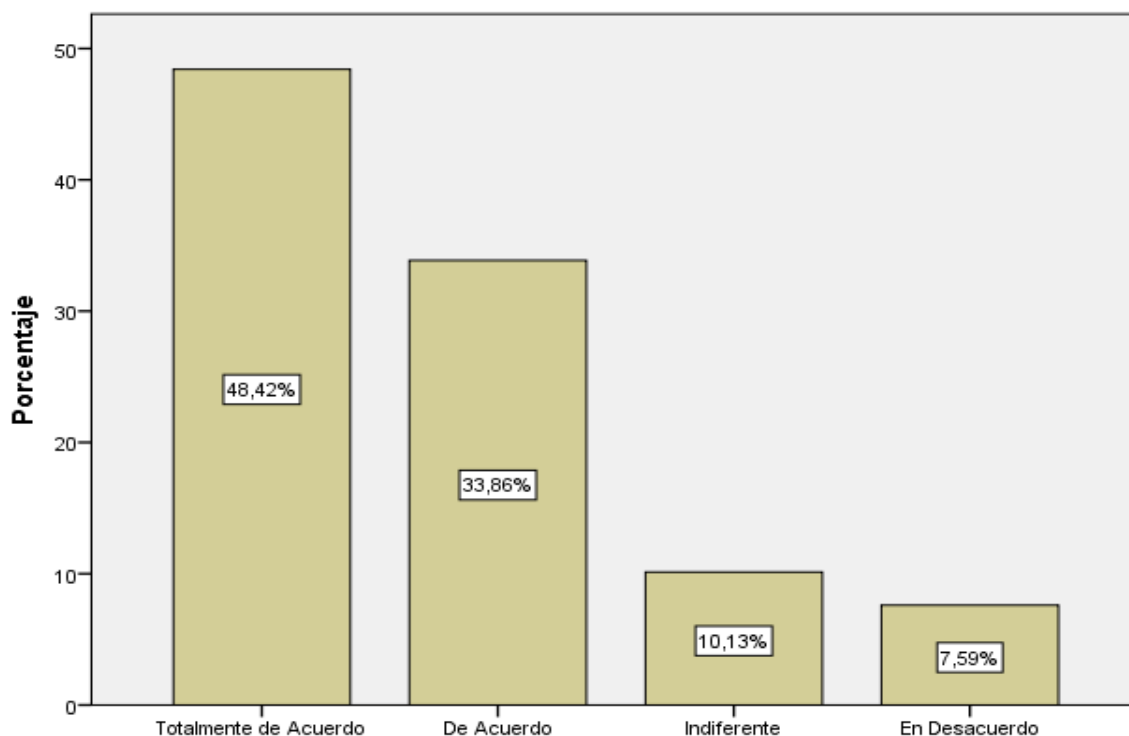
Interpretación: indica que el 63.6% de los turistas están de totalmente de acuerdo con utilizar el sistema de señalización con información para accesos y llegadas; un 23.4%, están de acuerdo; un 7.9% es indiferente, y en desacuerdo un 5.1 %.

En términos acumulados el 87.03% de los turistas (entre los que están total de acuerdo y de acuerdo) están de acuerdo con un sistema de señalética con información para accesos y llegadas, ya que les daría información sobre lo que pueden visitar y por lo tanto su visita sería más grata, en tanto que el 5.06% no estaría de acuerdo.

Tabla No. 9: Utilizar Señalética en varios idiomas

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Totalmente de Acuerdo	153	48,4
	De Acuerdo	107	33,9
	Indiferente	32	10,1
	En Desacuerdo	24	7,6
	Total	316	100,0

Fuente: Elaboración propia



Gráfica No 9: Señalética en varios idiomas

Fuente: Elaboración propia

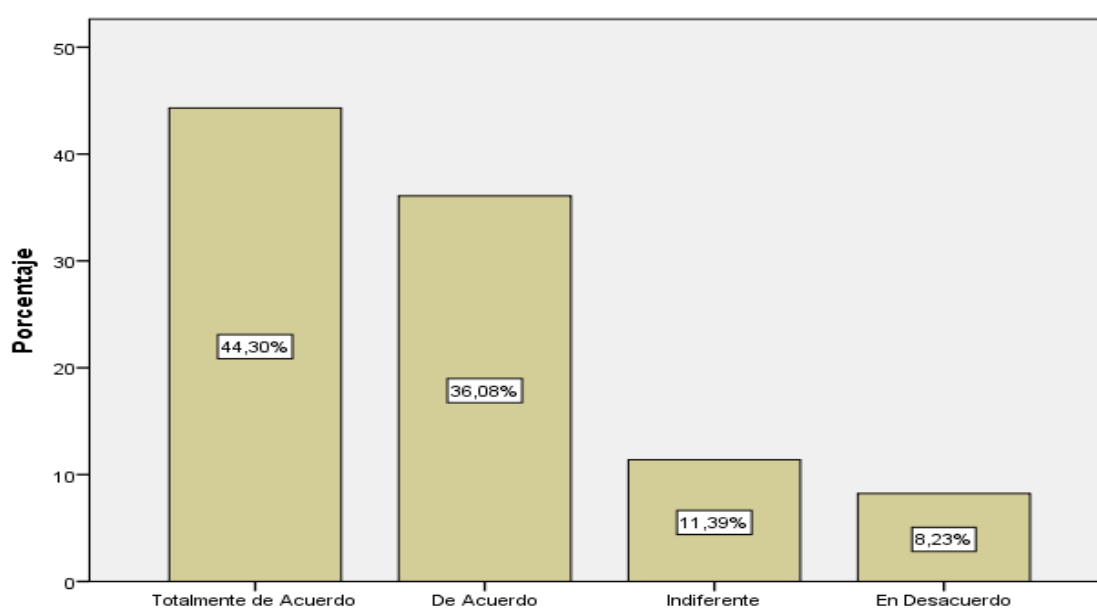
Interpretación: nos muestra que un 48.42% de visitantes se hallan totalmente de acuerdo que se debe utilizar la señalética en varios idiomas; un 33.86%, están de acuerdo; un 10.1% es indiferente y un 7.5%, en total desacuerdo.

En términos acumulados se observa que el 82.22% de los turistas acepta la señalización en varios idiomas (48.4%, Total Acuerdo, 33.8% de acuerdo), en tanto que el 7.6% está en desacuerdo. Por lo que la señalización debe estar en diferentes idiomas y tomando en cuenta los resultados sobre el tipo de nacionalidad debiera considerarse el inglés y francés.

Tabla No. 10: Mejora del Nivel de satisfacción en la visita al distrito al identificar con Señalética el Patrimonio Cultural

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Totalmente de Acuerdo	140	44,3
	De Acuerdo	114	36,1
	Indiferente	36	11,4
	En Desacuerdo	26	8,2
	Total	316	100,0

Fuente: Elaboración propia



Gráfica No 10: Mejora en el Nivel de satisfacción en la visita al distrito al Identificar con Señalética el Patrimonio Cultural

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: se observa que un 44.3% está totalmente de acuerdo en que debe utilizar la señalética para el patrimonio cultural; un 36.0%, están de acuerdo; un 11.3% es indiferente y un 8.2%, en desacuerdo.

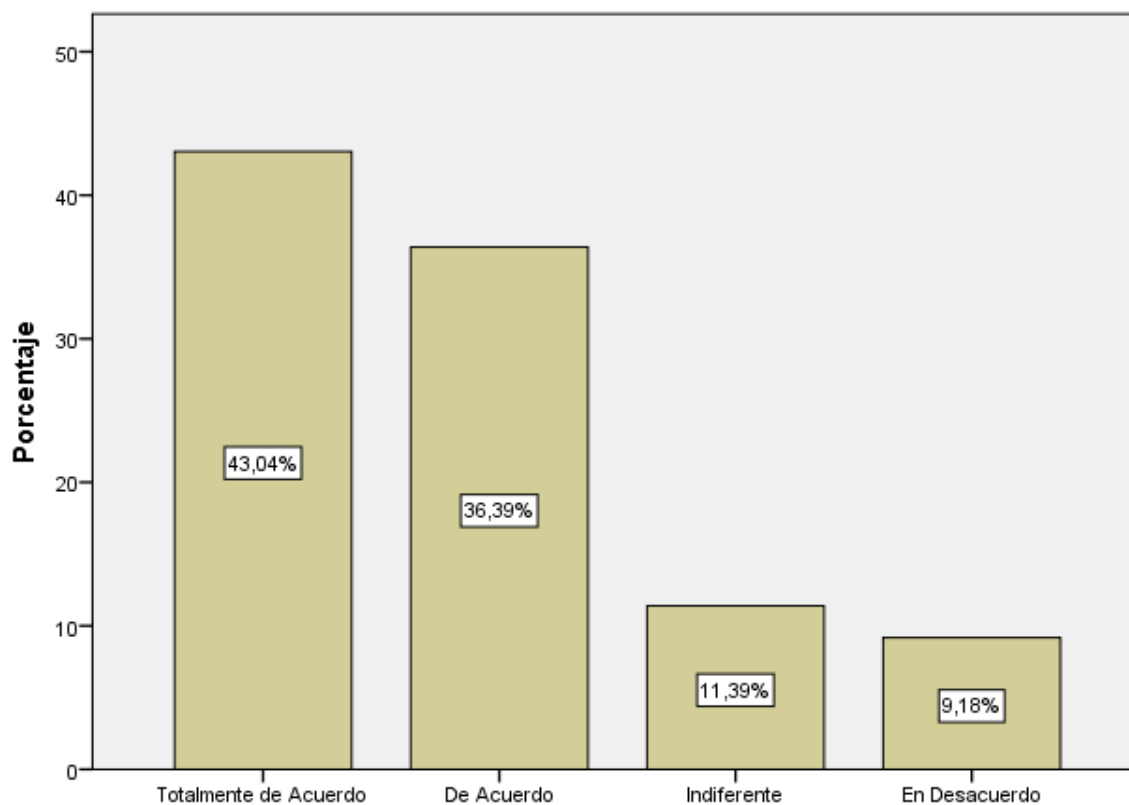
En términos acumulados podemos decir que el 80.3% de los turistas que visitan el distrito de Barranco, creen que su Nivel de satisfacción con respecto a la visita al

distrito mejoraría si la señalética turística identificará el patrimonio cultural del distrito, en tanto que el 8.2% no lo cree.

Tabla No. 11: Mejora en el Nivel de satisfacción en la visita al distrito al identificar Rutas de valor con Señalética

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Totalmente de Acuerdo	136	43,0
	De Acuerdo	115	36,4
	Indiferente	36	11,4
	En Desacuerdo	29	9,2
	Total	316	100,0

Fuente: Elaboración propia



Gráfica No 11: Mejora en el Nivel de satisfacción en la visita al distrito al Identificar Rutas de Valor con Señalética

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: Diagrama de Barras Mejora en el Nivel de satisfacción de los turistas con su visita a Barranco al Identificar Rutas de Valor con Señalética, se observa que

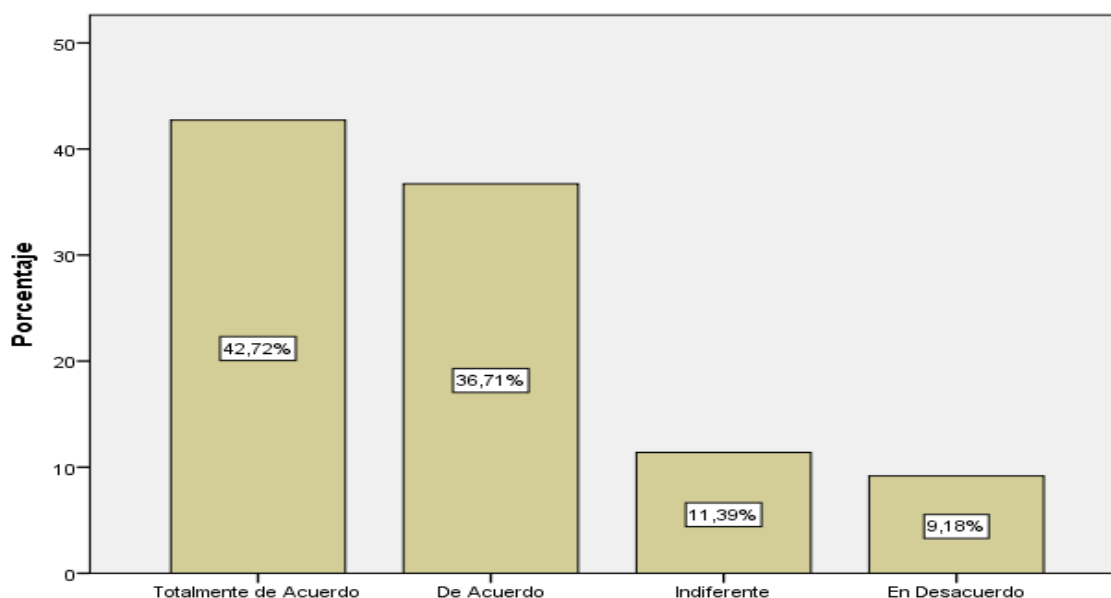
un 43.0% está totalmente de acuerdo en utilizar la señalética para las rutas de valor; un 36.3%, está de acuerdo; un 11.39% es indiferente y un 9.18%, en desacuerdo.

En términos acumulados podemos decir que el 79.3% (entre los que están totalmente de acuerdo y lo que están de acuerdo) de los viajeros que visitan la zona, indican que su Nivel de satisfacción con respecto a la visita al distrito mejoraría con una señalética turística que identifica las Rutas de Valor del distrito, en tanto que el 9.18% no lo cree.

Tabla No. 12: Necesidad del uso de la Didáctica en señalética Turística

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Totalmente de Acuerdo	135	42,7
	De Acuerdo	116	36,7
	Indiferente	36	11,4
	En Desacuerdo	29	9,2
	Total	316	100,0

Fuente: Elaboración propia



Gráfica No 12: Necesidad del uso de la Didáctica en Señalética Turística

Fuente: Elaboración propia

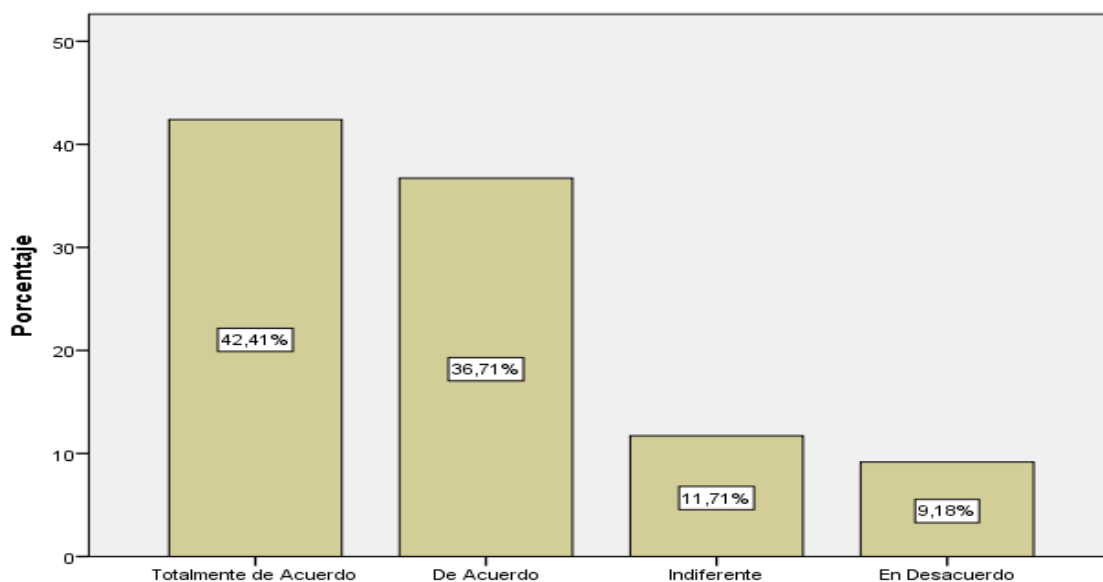
Interpretación: se observa que un 42.70% está totalmente de acuerdo en utilizar la didáctica en la señalética turística; un 36.7%, está de acuerdo; un 11.4% es indiferente y un 9.2%, en desacuerdo.

En términos acumulados podemos decir que el 79.4% (entre los que están totalmente de acuerdo y lo que están de acuerdo) de los viajeros que visitan la zona, dan cuenta la necesidad de utilizar la didáctica en la señalética turística del distrito, en tanto que el 9.2% no.

Tabla No. 13: Mejora en el nivel de Satisfacción en su visita al distrito, con Señalética didáctica

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Totalmente de Acuerdo	134	42,4
	De Acuerdo	116	36,7
	Indiferente	37	11,7
	En Desacuerdo	29	9,2
	Total	316	100,0

Fuente: Elaboración propia



Gráfica No 13: Mejora en el Nivel de Satisfacción en su visita al distrito con Señalética Didáctica

Fuente: Elaboración propia

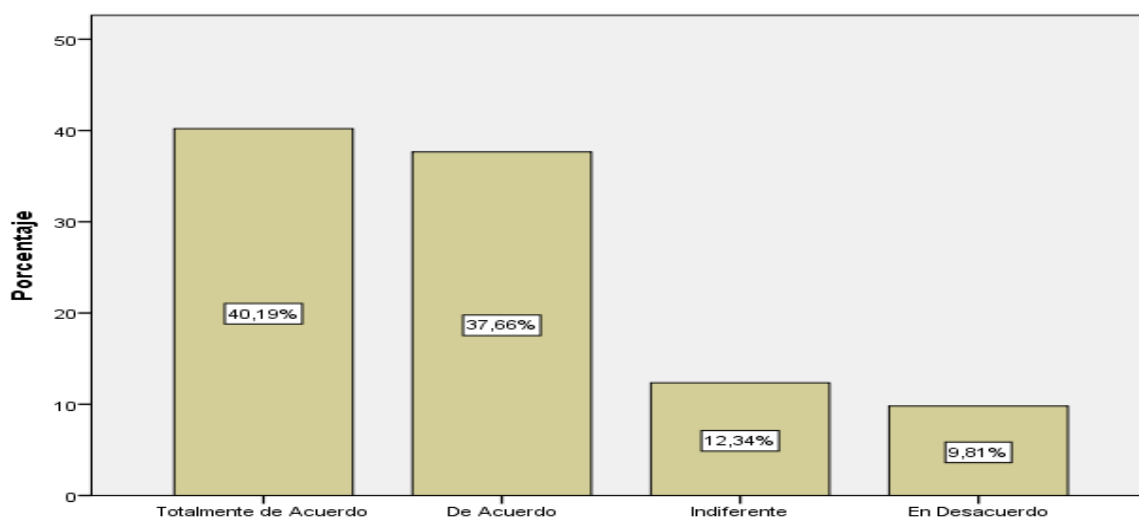
Interpretación: se observa que un 42.7% está totalmente de acuerdo en que su satisfacción por la visita a Barranco mejoraría por una Señalética Didáctica; un 36.7%, está de acuerdo; un 11.7% es indiferente y un 9.18%, en desacuerdo.

En términos acumulados podemos decir que el 79.1% (entre los que están totalmente de acuerdo y lo que están de acuerdo) de los turistas indican que su nivel de satisfacción al visitar el distrito mejoraría con una señalética turística didáctica y fácil de entender en el distrito, en tanto que el 9.18% no.

Tabla No. 14: Señalética Turística con mensaje influiría en el conocimiento de Atractivos Turísticos

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Totalmente de Acuerdo	127	40,2
	De Acuerdo	119	37,7
	Indiferente	39	12,3
	En Desacuerdo	31	9,8
	Total	316	100,0

Fuente: Elaboración propia



Gráfica No 14: Señalética turística con mensaje influiría en el conocimiento de Atractivos turísticos

Fuente: Elaboración propia

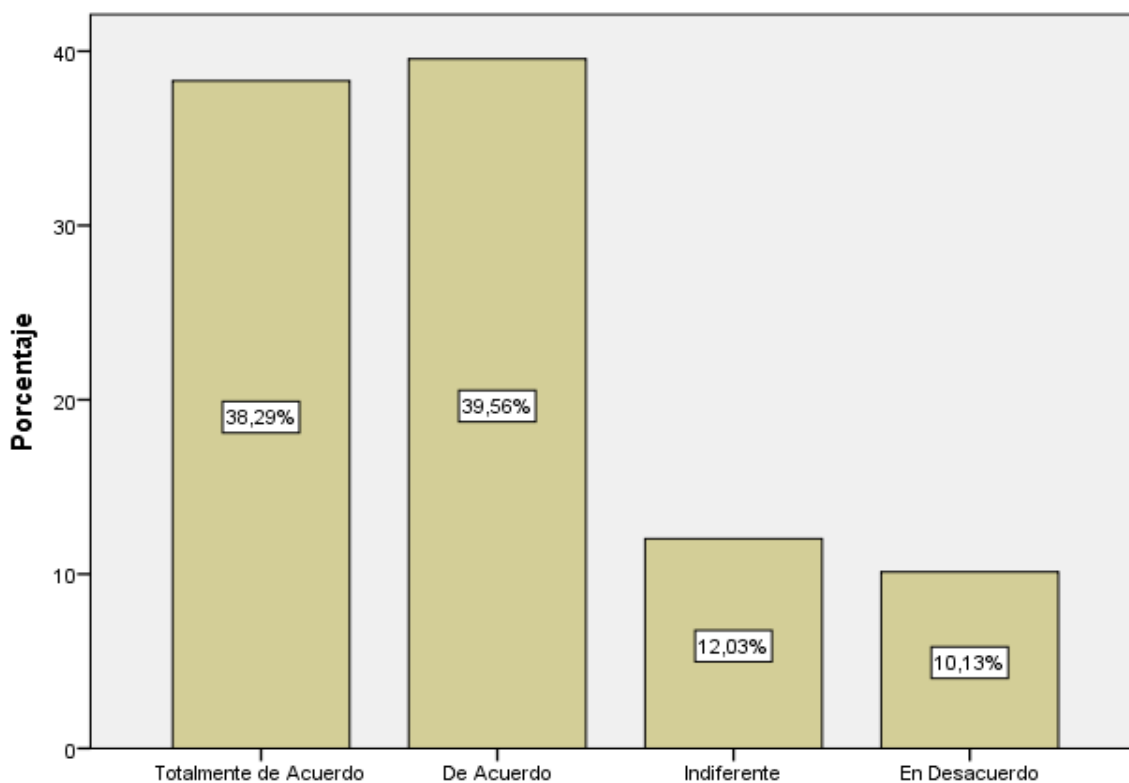
Interpretación: se observa que un 40.19% está totalmente de acuerdo en que una Señalética turística con mensaje influiría en el conocimiento de Atractivos turísticos, un 37.66% está de acuerdo; un 12.34% es indiferente y un 9.81%, está en desacuerdo.

En términos acumulados podemos decir que el 77.75% (entre los que están totalmente de acuerdo y lo que están de acuerdo) de los turistas que visitan el distrito de Barranco, indican que una señalética turística con mensaje influiría en el Conocimiento de los atractivos turísticos del distrito de Barranco, en tanto que el 9.8% indica que no.

Tabla No. 15: Influencia de la Señalética e la Mejora de la Experiencia Turística al visitar los atractivos turísticos del distrito de Barranco

	Frecuencia	Porcentaje
Válido Totalmente de Acuerdo	121	38,3
De Acuerdo	125	39,6
Indiferente	38	12,0
En Desacuerdo	32	10,1
Total	316	100,0

Fuente: Elaboración propia



Gráfica No 15: Influencia de la Señalética en la mejora de la Experiencia Turística al visitar los atractivos turísticos del distrito de Barranco

Fuente: Elaboración propia

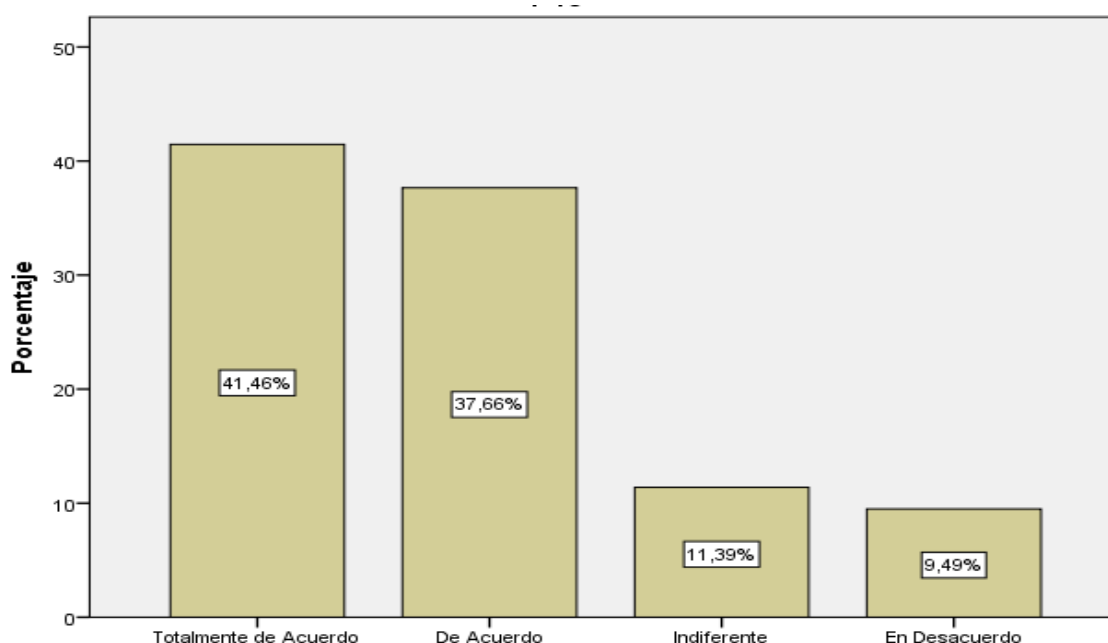
Interpretación: se observa que un 38.29% está totalmente de acuerdo en la influencia de la señalética en la experiencia turística por los atractivos turísticos, un 39.56% está de acuerdo; un 12.03% es indiferente y un 10.13%, está en desacuerdo.

En términos acumulados podemos decir que el 77.85% (entre los que están totalmente de acuerdo y lo que están de acuerdo) de los viajeros que visitan la zona, están de acuerdo en la influencia de la Señalética en la mejora de la Experiencia Turística al visitar los atractivos turísticos del distrito, en tanto que el 10.13% indica que no lo está.

Tabla No. 16: Señalética con el Icono Marca Perú influiría en Valoración de los Atractivos Turísticos

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Totalmente de Acuerdo	131	41,5
	De Acuerdo	119	37,7
	Indiferente	36	11,4
	En Desacuerdo	30	9,5
	Total	316	100,0

Fuente: Elaboración propia



Gráfica No 16: Señalética con ícono Marca Perú influiría en la Valoración de los Atractivos Turísticos

Fuente: Elaboración Propia

Interpretación: se observa que un 41.5% está totalmente de acuerdo en que la señalética y el Ícono Marca Perú influiría en la valoración de los atractivos turísticos, un 37.7% está de acuerdo; un 11.4% es indiferente y un 9.5%, está en desacuerdo.

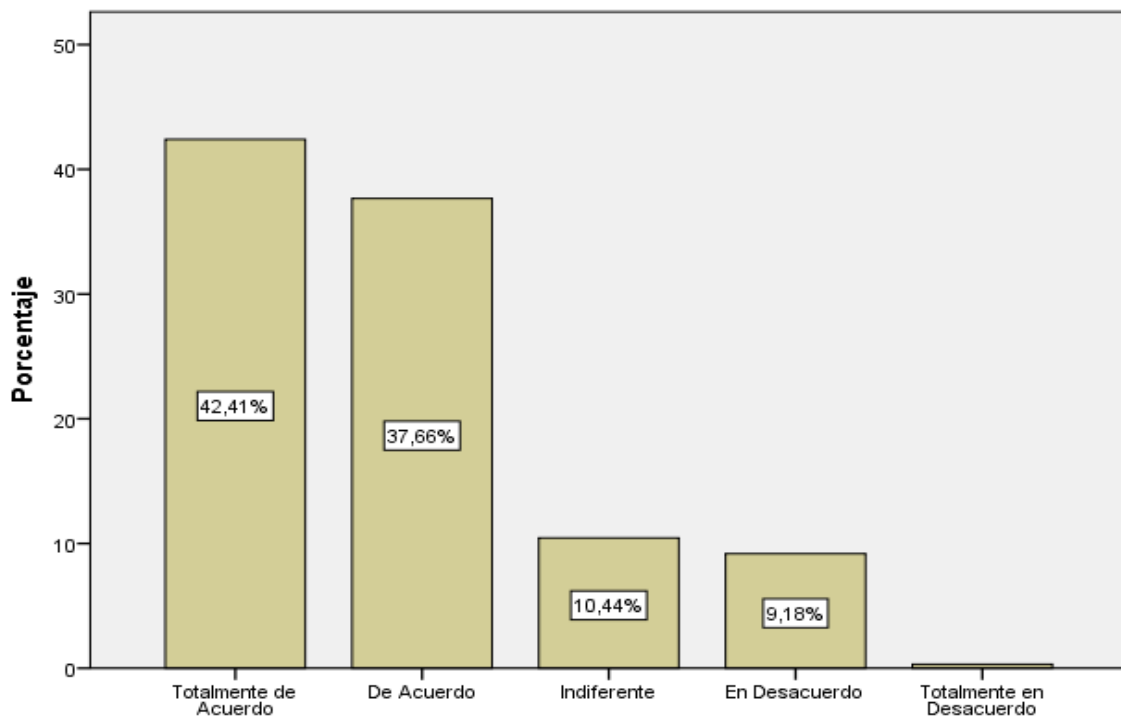
En términos acumulados podemos decir que el 79.2% (entre los que están totalmente de acuerdo y lo que están de acuerdo) de los turistas que visitan el distrito

de Barranco, creen que la señalética turística con el icono visual de la Marca Perú influiría en la valorización de los atractivos turísticos del distrito, en tanto que el 9,5% no lo cree.

Tabla No. 17: Nivel de exhibición de la Señalética para la identificación de los destinos con patrimonio cultural haría más satisfactoria la visita al distrito

	Frecuencia	Porcentaje
Válido Totalmente de Acuerdo	134	42,4
De Acuerdo	119	37,7
Indiferente	33	10,4
En Desacuerdo	29	9,2
Totalmente en Desacuerdo	1	,3
Total	316	100,0

Fuente: Elaboración propia



Gráfica No 17: : El Nivel de exhibición de la Señalética para la identificación de los destinos con patrimonio cultural haría más satisfactoria la visita al distrito de Barranco

Fuente: Elaboración Propia

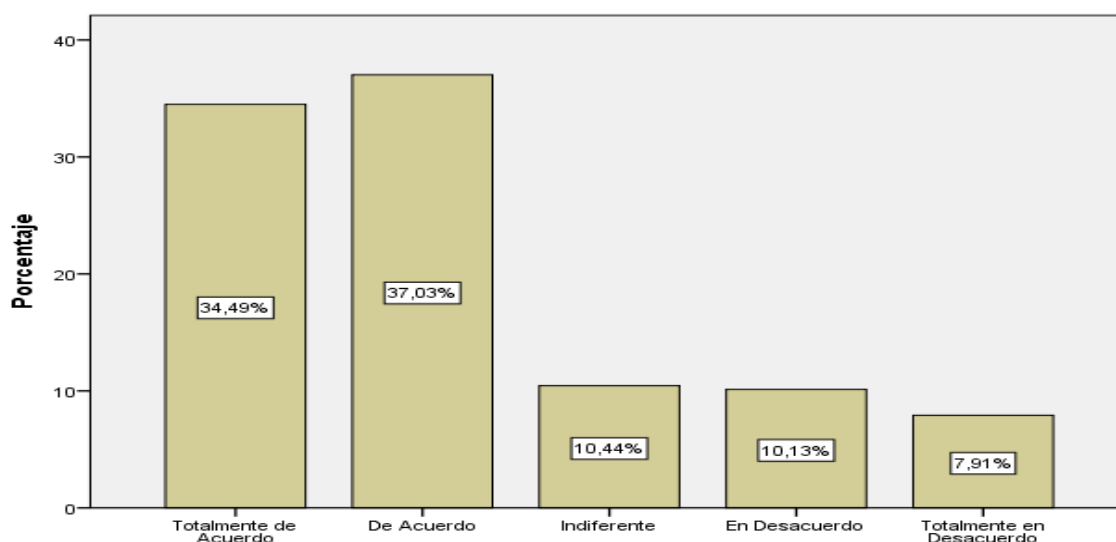
Interpretación: Diagrama de Barras El Nivel de exhibición de la Señalética para la identificación de los destinos con patrimonio cultural haría más satisfactoria la visita al distrito de Barranco, se observa que un 42.4% está totalmente de acuerdo en El Nivel de exhibición de la Señalética para la identificación de los destinos con patrimonio cultural haría más satisfactoria la visita al distrito, un 37.7% está de acuerdo; un 10.4% es indiferente, un 9.2%, está en disconformidad y un 0.3 está totalmente en disconformidad.

En términos acumulados podemos decir que el 80.1% (entre los que están totalmente de acuerdo y lo que están de acuerdo) de los viajeros que visitan la zona, creen que el Nivel de exhibición de la Señalética para la identificación de los destinos con patrimonio cultural haría más satisfactoria la visita al distrito, en tanto que el 9,5% no lo cree.

Tabla No. 18: Nivel de Satisfacción sobre la señalética turística con el icono visual de la Marca Perú respecto a su visita al distrito de Barranco

	Frecuencia	Porcentaje
Válido Totalmente Satisfecho	131	42,4
Satisfecho	119	37,7
Indiferente	36	10,4
Insatisfecho	30	9,2
Totalmente insatisfecho	1	,3
Total	316	100,0

Fuente: Elaboración Propia



Gráfica No 18: Nivel de satisfacción sobre la señalética turística con el icono visual de la Marca Perú respecto a su visita al distrito de Barranco

Fuente: Elaboración Propia

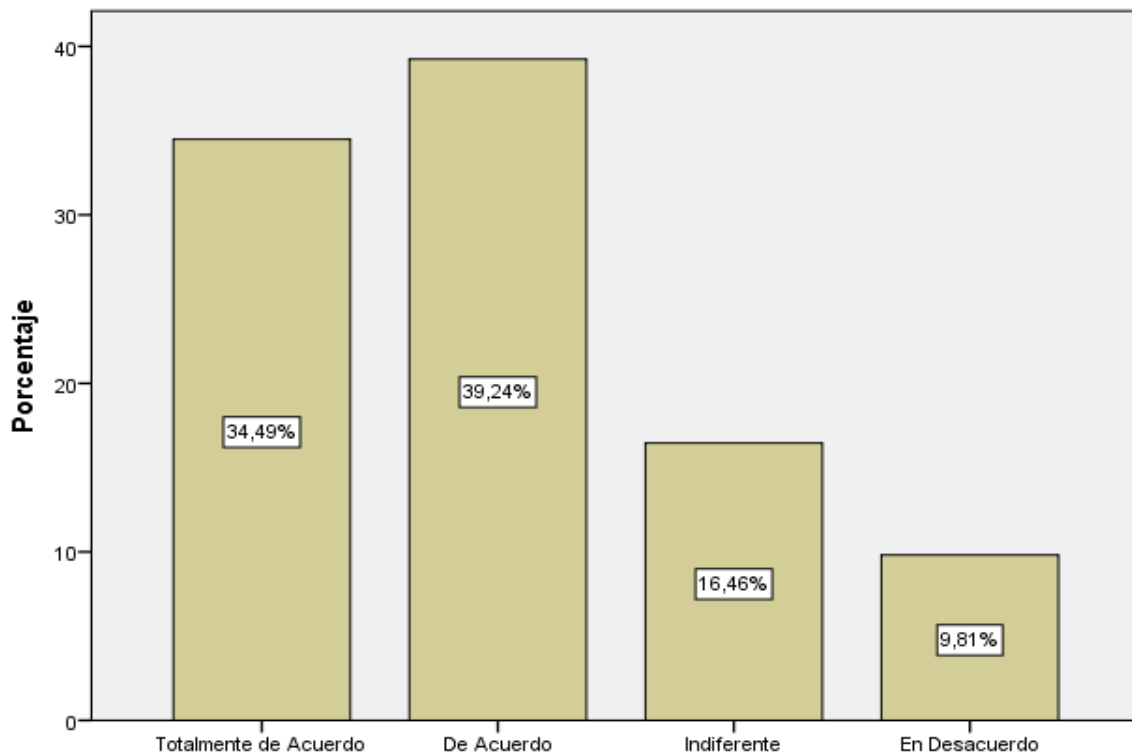
Interpretación: un 42.4%, estarían muy satisfechos con la señalética turística con el Icono visual de la marca Perú respecto a su visita a Barranco. Un 37.7% estarían satisfechos, en tanto un 10.4% de los turistas son indiferentes; 9.2%, se siente insatisfecho, y sólo un 0.3%, se hallan totalmente insatisfecho.

En términos acumulados podemos decir que el 80.1% (entre los que están totalmente satisfechos y lo que están satisfechos) de los turistas que visitan el distrito de Barranco, estarían satisfechos por la señalética turística con el icono visual de la Marca Perú respecto a su visita a la zona, en tanto que el 9,5% no lo está.

Tabla No. 19: Nivel de Satisfacción por Atención y Trato proporcionado en su visita a los atractivos turísticos de Barranco

	Frecuencia	Porcentaje
Válido Totalmente Satisfecho	109	34,5
Satisfecho	124	39,2
Indiferente	52	16,5
Insatisfecho	31	9,8
Total	316	100,0

Fuente: Elaboración propia



Gráfica No 19: Nivel de Satisfacción por Atención y Trato proporcionado en su visita a los atractivos turísticos de Barranco

Fuente: Elaboración propia

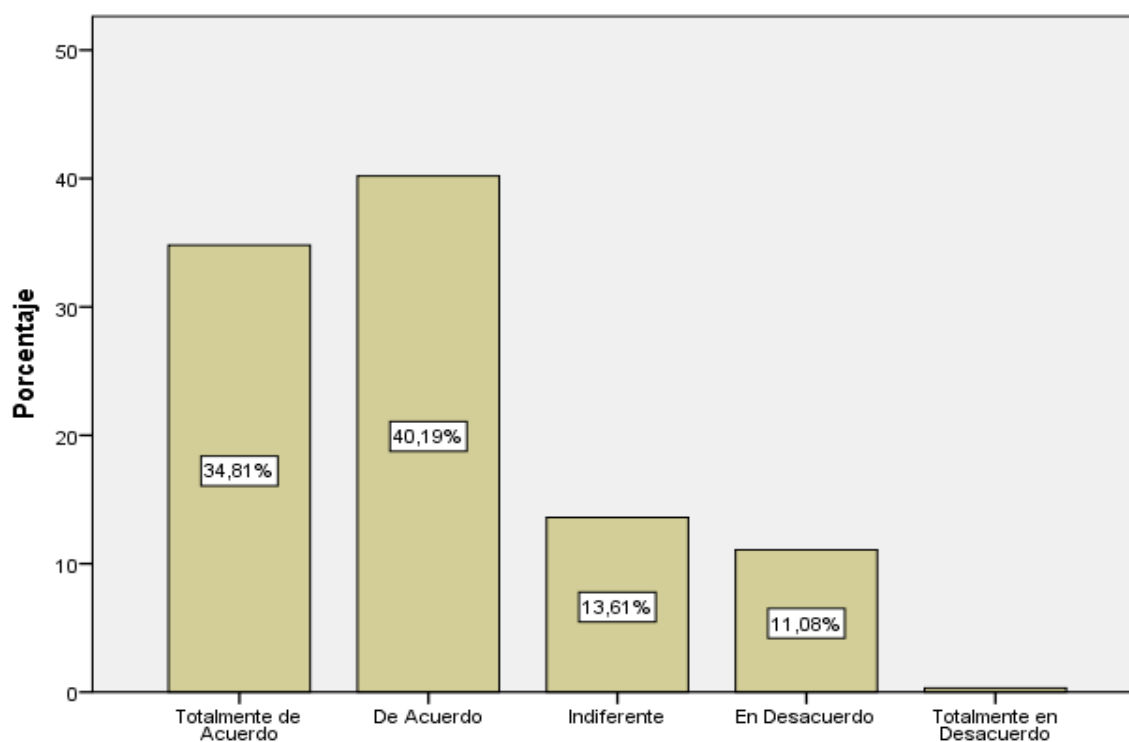
Interpretación: un 34.5% de los turistas encuestados, están totalmente satisfecho por la atención y trato recibido en su visita a los atractivos turísticos de Barranco; Un 39.2% está satisfecho, en tanto un 16.5% de los turistas son indiferentes; y el 9.2%, se siente insatisfecho.

En términos acumulados podemos decir que el 73.7% (entre los que están totalmente satisfechos y lo que están satisfechos) de los turistas están satisfecho con la atención y trato proporcionados en su visita a los atractivos turísticos de Barranco, en tanto que el 9,8% no lo está.

Tabla No. 20: Nivel de satisfacción respecto al Nivel de seguridad experimentado en su visita a los atractivos turísticos del distrito

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Totalmente Satisfecho	110	34,8
	Satisfecho	127	40,2
	Indiferente	43	13,6
	Insatisfecho	35	11,1
	Totalmente Insatisfecho	1	,3
	Total	316	100,0

Fuente: Elaboración propia



Gráfica No 20: Nivel de satisfacción respecto al nivel de seguridad experimentado en su visita a los atractivos turísticos del distrito.

Fuente: Elaboración Propia

Interpretación: Diagrama de Barras del Nivel de satisfacción respecto al nivel de seguridad experimentado en su visita a los atractivos turísticos del distrito, un 34.8% de los turistas encuestados, están totalmente satisfecho por el nivel de seguridad

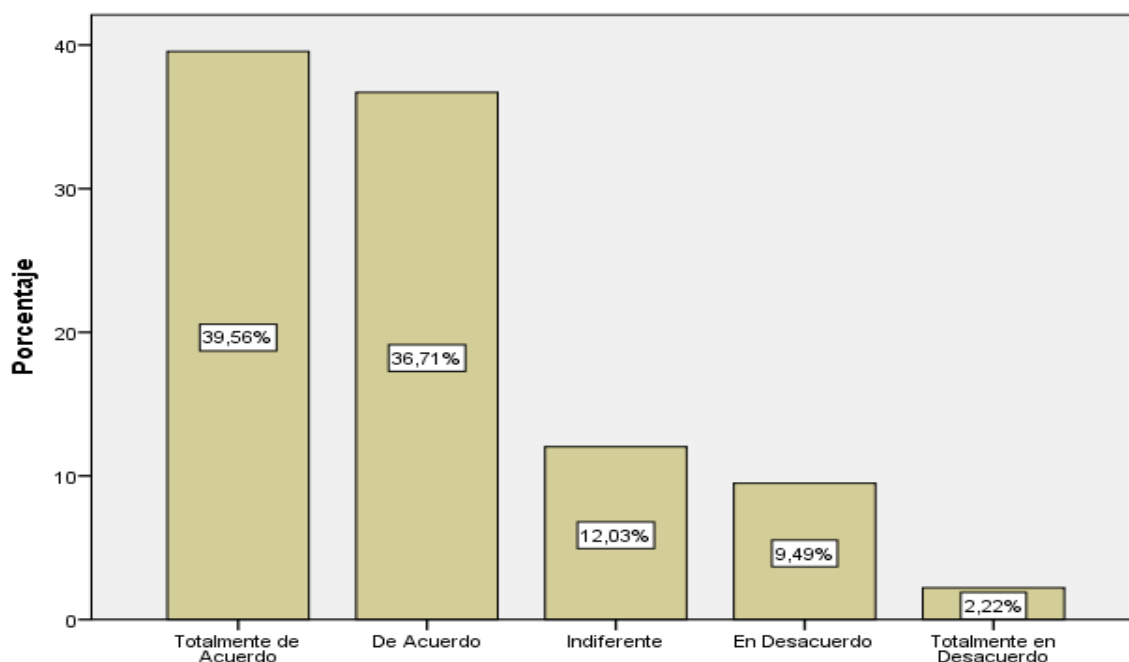
experimentado en su visita a los lugares turísticos de la zona; Un 40.2% está satisfecho, en tanto que un 13.6% de los turistas son indiferentes; el 11.1%, se siente insatisfecho y el 0.3% se siente totalmente insatisfecho.

En términos acumulados podemos decir que el 75% (entre los absolutamente deleitados y lo que están solo deleitados) de los turistas encuestados están satisfechos con respecto al nivel de seguridad experimentado en su visita a los atractivos turísticos del distrito, en tanto que el 11.4% no lo está.

Tabla No. 21: Nivel de Satisfacción si existiera información turística en su visita a los atractivos turísticos del distrito

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Totalmente Satisfecho	125	39,6
	Satisfecho	116	36,7
	Indiferente	38	12,0
	Insatisfecho	30	9,5
	Totalmente Insatisfecho	7	2,2
	Total	316	100,0

Fuente: Elaboración propia



Gráfica No 21: Nivel de satisfacción si existiera información turística en su visita a los atractivos turísticos del distrito

Fuente: Elaboración Propia

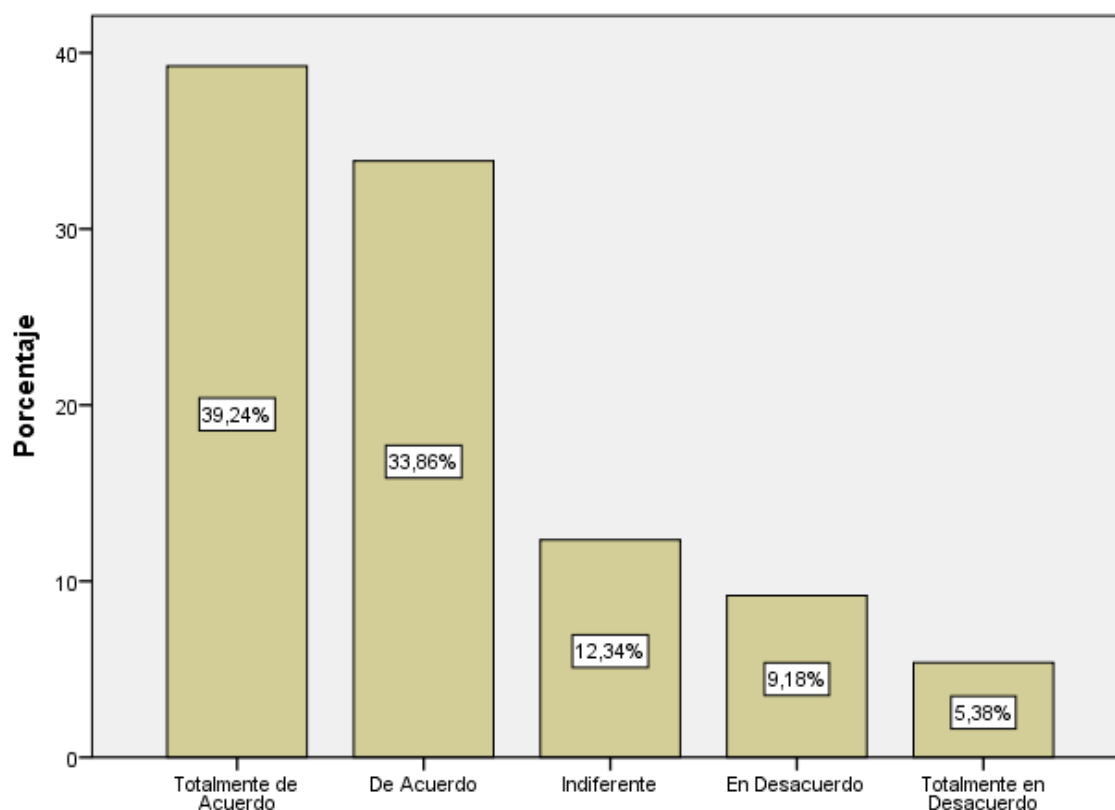
Interpretación: un 39.6% de los turistas encuestados, estarían totalmente satisfechos si existiera información turística en su visita a los atractivos turísticos del distrito; Un 36.7% estarían satisfechos, en tanto que un 12% de los turistas son indiferentes; el 9.5%, se siente insatisfecho y el 2.2% se siente totalmente insatisfecho.

En términos acumulados podemos decir que el 76.3% (entre los que estarían totalmente satisfechos y lo que estarían satisfechos) de los turistas encuestados estarían satisfechos si existiera información turística en su visita a los atractivos turísticos del distrito, en tanto que el 11.7% no lo está.

Tabla No. 22: Nivel de Satisfacción si existiera señalización turística en su visita a los atractivos turísticos del distrito

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Totalmente Satisfecho	124	39,2
	Satisfecho	107	33,9
	Indiferente	39	12,3
	Insatisfecho	29	9,2
	Totalmente Insatisfecho	17	5,4
	Total	316	100,0

Fuente: Elaboración propia



Gráfica No 22: Nivel de satisfacción si existiera señalización turística en su visita a los atractivos turísticos del distrito

Fuente: Elaboración Propia

Interpretación: Diagrama de Barras de Nivel de satisfacción si existiera señalización turística en su visita a los atractivos turísticos del distrito, se observa que un 39.2% de los turistas encuestados, estarían totalmente satisfechos, si existiera un buen nivel

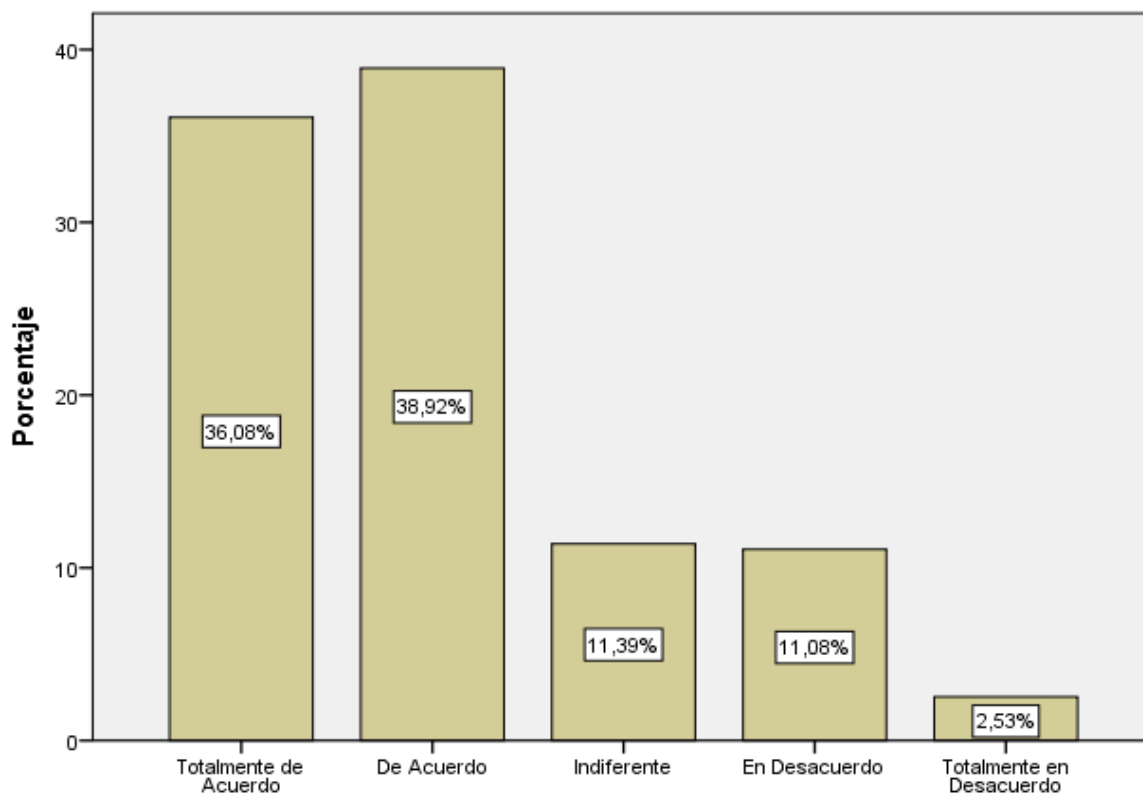
de señalización turística en su visita a los atractivos turísticos del distrito; Un 33.9% estaría satisfecho, si existiera señalización turística en tanto que un 12.3% de los turistas son indiferentes; el 9.2%, se siente insatisfecho y el 5.4% se siente totalmente insatisfecho.

En términos acumulados podemos decir que el 73.1% (entre los que estarían totalmente satisfechos y lo que estarían satisfechos) de los turistas encuestados estarían satisfechos si existiera señalización turística en su visita a los atractivos turísticos del distrito, en tanto que el 14.6% no lo está.

Tabla No. 23: Nivel de Satisfacción respecto a la rapidez en los servicios experimentados en su visita a los atractivos turísticos del distrito

	Frecuencia	Porcentaje
Válido Totalmente satisfecho	114	36,1
Satisfecho	123	38,9
Indiferente	36	11,4
Insatisfecho	35	11,1
Totalmente Insatisfecho	8	2,5
Total	316	100,0

Fuente: Elaboración propia



Gráfica No 23: Nivel de satisfacción respecto la rapidez en los servicios experimentado en su visita a los atractivos turísticos del distrito

Fuente: Elaboración Propia

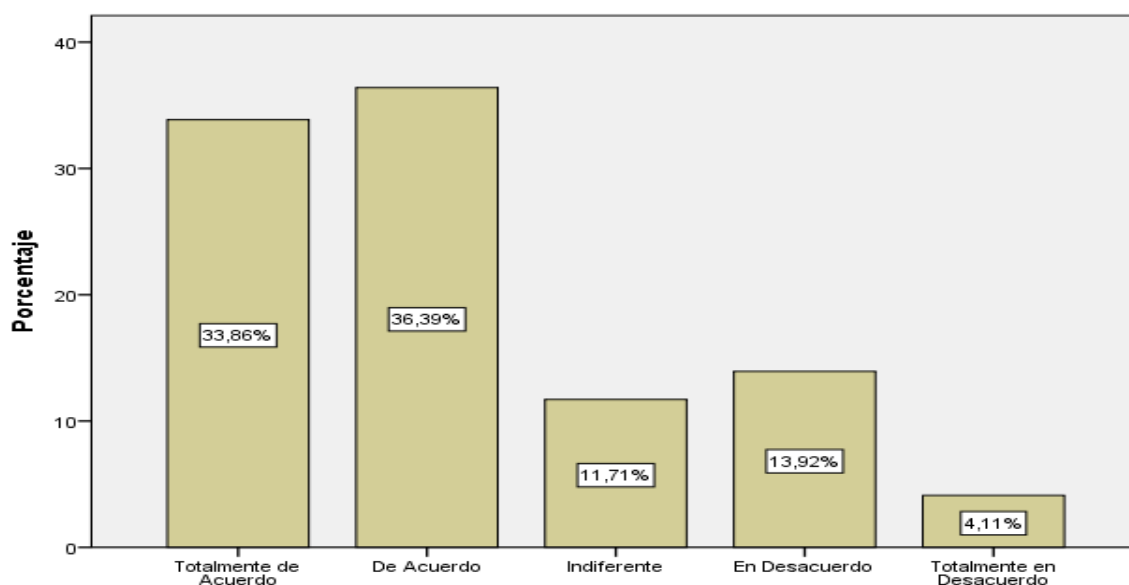
Interpretación: se observa que un **36.1%** de los visitantes encuestados, están totalmente satisfechos con la rapidez en los servicios experimentados en su visita a los lugares turísticos de la zona; además un **38.9%** se sienten satisfechos, un 11.4% de los turistas son indiferentes; el **11.1%**, se siente insatisfecho y el **2.5%** se siente totalmente insatisfecho.

En términos acumulados podemos decir que el **75%** de los turistas encuestados se sienten satisfechos con la rapidez en los servicios experimentados en su visita a los atractivos turísticos del distrito; en tanto que el **11.7%** no lo está.

Tabla No. 24: Nivel de Satisfacción por el transporte en su visita a Barranco

	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente satisfecho	107	33,9
Válido Satisfecho	115	36,4
Indiferente	37	11,7
Insatisfecho	44	13,9
Totalmente Insatisfecho	13	4,1
Total	316	100,0

Fuente: Elaboración propia



Gráfica No 24: Satisfacción por el Transporte en visita a Barranco

Fuente: Elaboración Propia

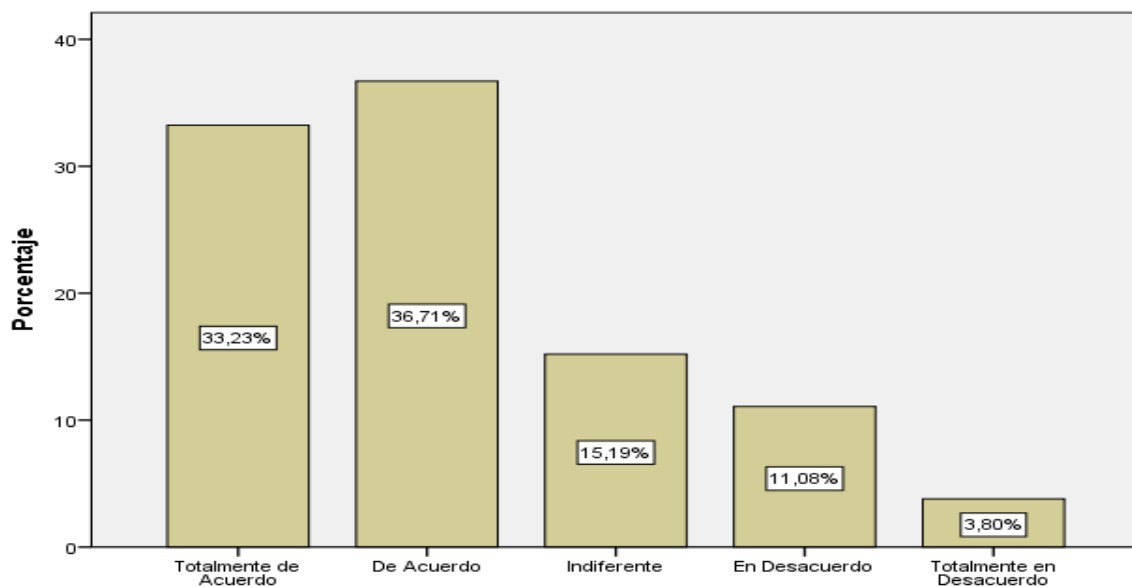
Interpretación: se observa que un 33.9% de los visitantes que respondieron las encuestas, están totalmente satisfechos con el Transporte en su visita a Barranco; Un 36.4% está satisfecho, en tanto que un 11.7% de los turistas son indiferentes; el 13.9%, se siente insatisfecho y el 4.1% se siente totalmente insatisfecho.

En términos acumulados podemos decir que el 70.3% de los turistas encuestados se sienten satisfechos con el transporte experimentado en su visita a los atractivos turísticos del distrito de Barranco, en tanto que el 18.0% no lo está.

Tabla No. 25: Nivel de Satisfacción respecto a los Operadores Turísticos

	Frecuencia	Porcentaje
Válido Totalmente satisfecho	105	33,2
Satisfecho	116	36,7
Indiferente	48	15,2
Insatisfecho	35	11,1
Totalmente Insatisfecho	12	3,8
Total	316	100,0

Fuente: Elaboración propia



Gráfica No 25: Satisfacción respecto a los Operadores Turísticos

Fuente: Elaboración Propia

Interpretación: se observa que un 33.2% de los turistas encuestados, están totalmente satisfecho con los operadores turísticos en su visita a Barranco; Un 36.7%

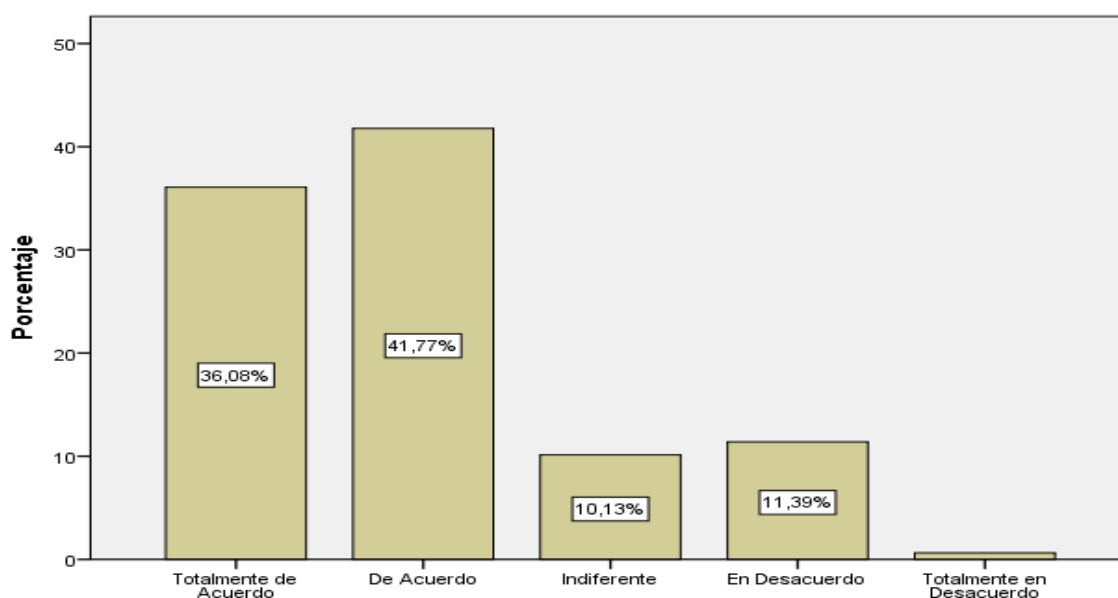
está satisfecho, en tanto que un 15.2% de los turistas son indiferentes; el 11.1%, se siente insatisfecho y el 3.8% se siente totalmente insatisfecho.

En términos acumulados podemos decir que el 69.9% de los turistas encuestados están satisfechos con los operadores turísticos experimentado en su visita a los atractivos turísticos del distrito de Barranco, en tanto que el 14.9% no lo está.

Tabla No. 26: Nivel de satisfacción por Servicios urbanos y gastronómicos

	Frecuencia	Porcentaje
Válido Totalmente satisfecho	114	36,1
Satisfecho	132	41,8
Indiferente	32	10,1
Insatisfecho	36	11,4
Totalmente Insatisfecho	2	,6
Total	316	100,0

Fuente: Elaboración propia



Gráfica No 26: Satisfacción por servicios urbanos y gastronómicos

Fuente: Elaboración propia

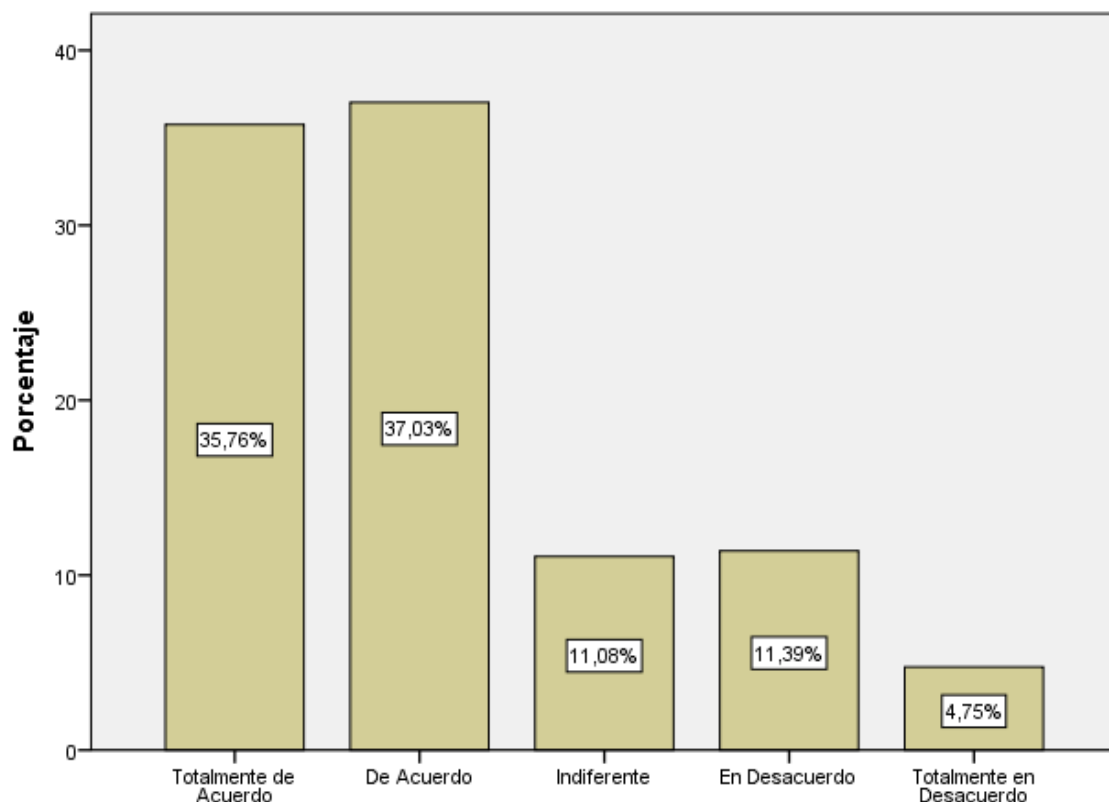
Interpretación: se observa que un 36.1% de los visitantes que respondieron las encuestas, están totalmente satisfechos con los operadores turísticos en su visita a Barranco; Un 41.8% está satisfecho, en tanto que un 10.1% de los turistas son indiferentes; el 11.4%, se siente insatisfecho y el 0.6% se siente totalmente insatisfecho.

En términos acumulados podemos decir que el 77.9% de los turistas encuestados se sienten satisfechos con los servicios urbanos y gastronómicos experimentados en su visita a los atractivos turísticos del distrito de Barranco, en tanto que el 12% no lo está.

Tabla No. 27: Nivel de Satisfacción respecto a las oficinas e Información Turística

	Frecuencia	Porcentaje
Válido Totalmente satisfecho	113	35,8
Satisfecho	117	37,0
Indiferente	35	11,1
Insatisfecho	36	11,4
Totalmente Insatisfecho	15	4,7
Total	316	100,0

Fuente: Elaboración propia



Gráfica No 27: Nivel de Satisfacción respecto a las Oficinas de Información turística

Fuente: Elaboración Propia

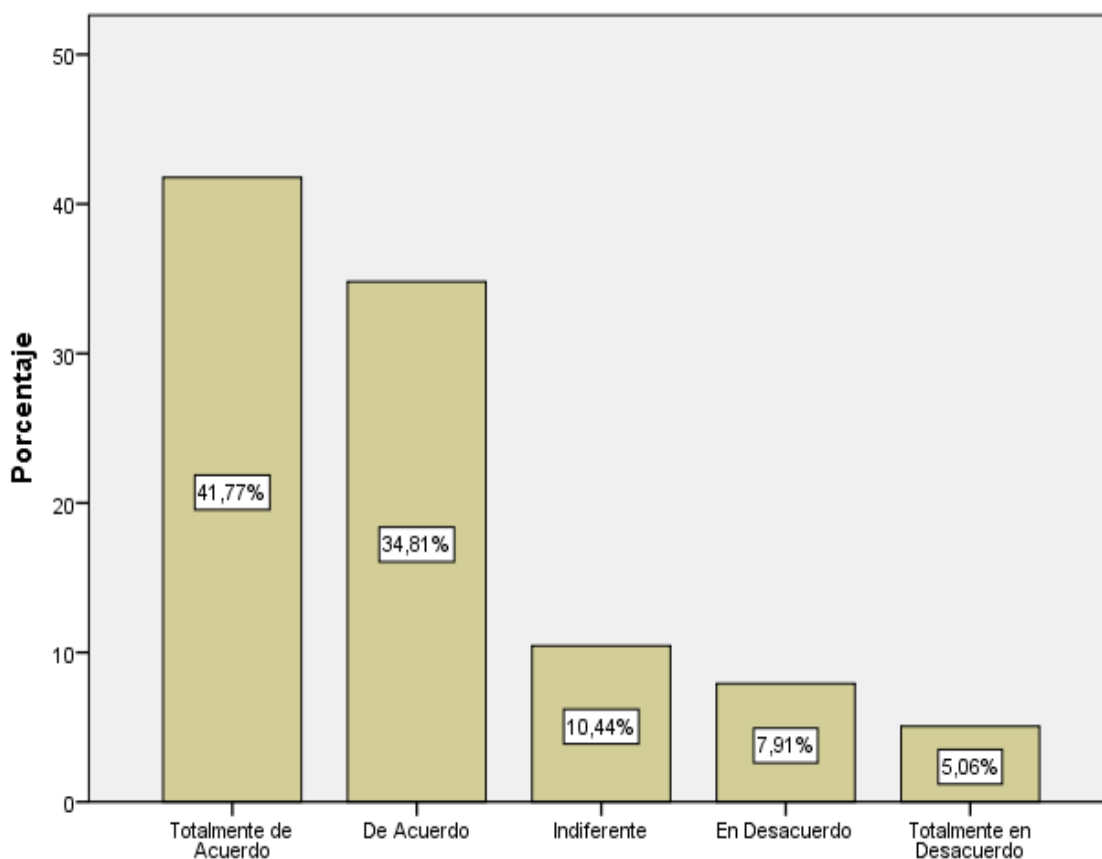
Interpretación: se observa que un 35.8% de los turistas encuestados, estarían totalmente satisfechos si existiera un apoyo de las Oficinas de Información turística; Un 37.0% estarían satisfechos, en tanto que un 11.1% de los turistas son indiferentes; el 11.4%, se siente insatisfecho y el 4.7% se siente totalmente insatisfecho.

En términos acumulados podemos decir que el 72.8% (entre los que estarían totalmente satisfechos y lo que estarían satisfechos) de los turistas encuestados estarían satisfechos si existieran oficinas de información turística en su visita a los atractivos turísticos del distrito de Barranco, en tanto que el 16.1% no lo está.

Tabla No. 28: Nivel de Satisfacción respecto a la valoración de las Condiciones Ambientales

	Frecuencia	Porcentaje
Válido Totalmente satisfecho	132	41,8
Satisfecho	110	34,8
Indiferente	33	10,4
Insatisfecho	25	7,9
Totalmente Insatisfecho	16	5,1
Total	316	100,0

Fuente: Elaboración propia



Gráfica No 28: Nivel de satisfacción respecto a la valoración de las Condiciones Ambientales

Fuente: Elaboración Propia

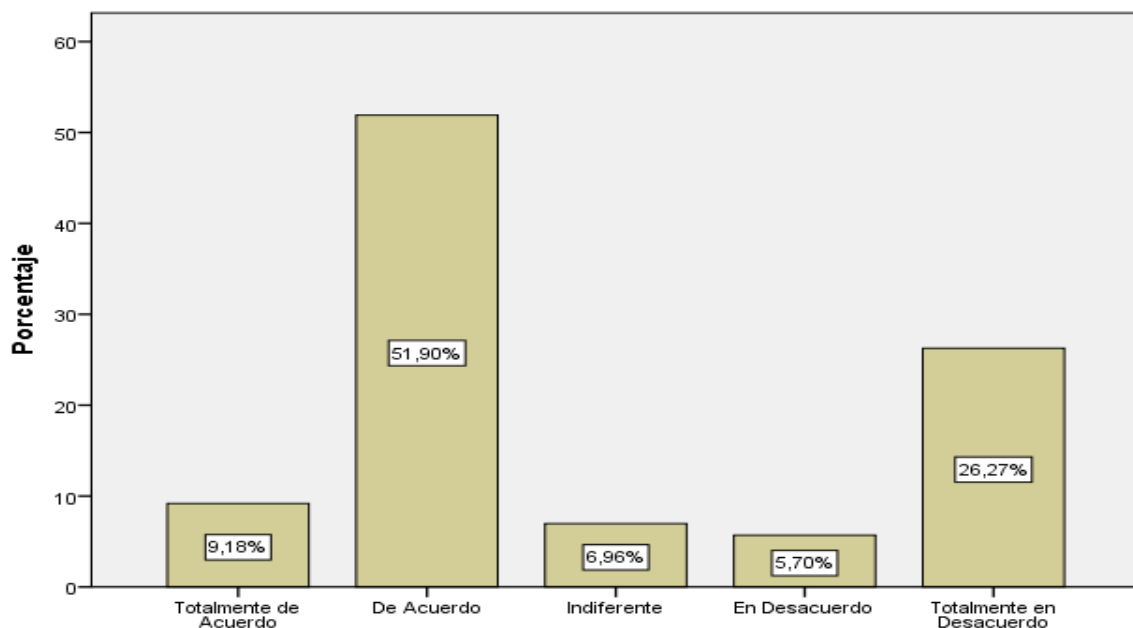
Interpretación: se observa que un 41.8% de los turistas encuestados, están totalmente satisfecho por el nivel de valoración de las Condiciones Ambientales; Un 34.8% está satisfecho, en tanto que un 10.4% de los turistas son indiferentes; el 7.9%, se siente insatisfecho y el 5.1% se siente totalmente insatisfecho.

En términos acumulados podemos decir que el 76.6% de los turistas que respondieron muy amablemente las encuestas se sienten satisfechos con el nivel de valoración de las condiciones ambientales de los lugares o manifestaciones culturales del distrito de Barranco, en tanto que el 13.0% no lo está.

Tabla No. 29: Nivel de Satisfacción si existiera señalética turística en las rutas de llegada a los atractivos turísticos de Barranco

	Frecuencia	Porcentaje
Válido Totalmente satisfecho	29	9,2
Satisfecho	164	51,9
Indiferente	22	7,0
Insatisfecho	18	5,7
Totalmente Insatisfecho	83	26,3
Total	316	100,0

Fuente: Elaboración propia



Gráfica No 29: Nivel de satisfacción respecto a la valoración de las Condiciones Ambientales

Fuente: Elaboración Propia

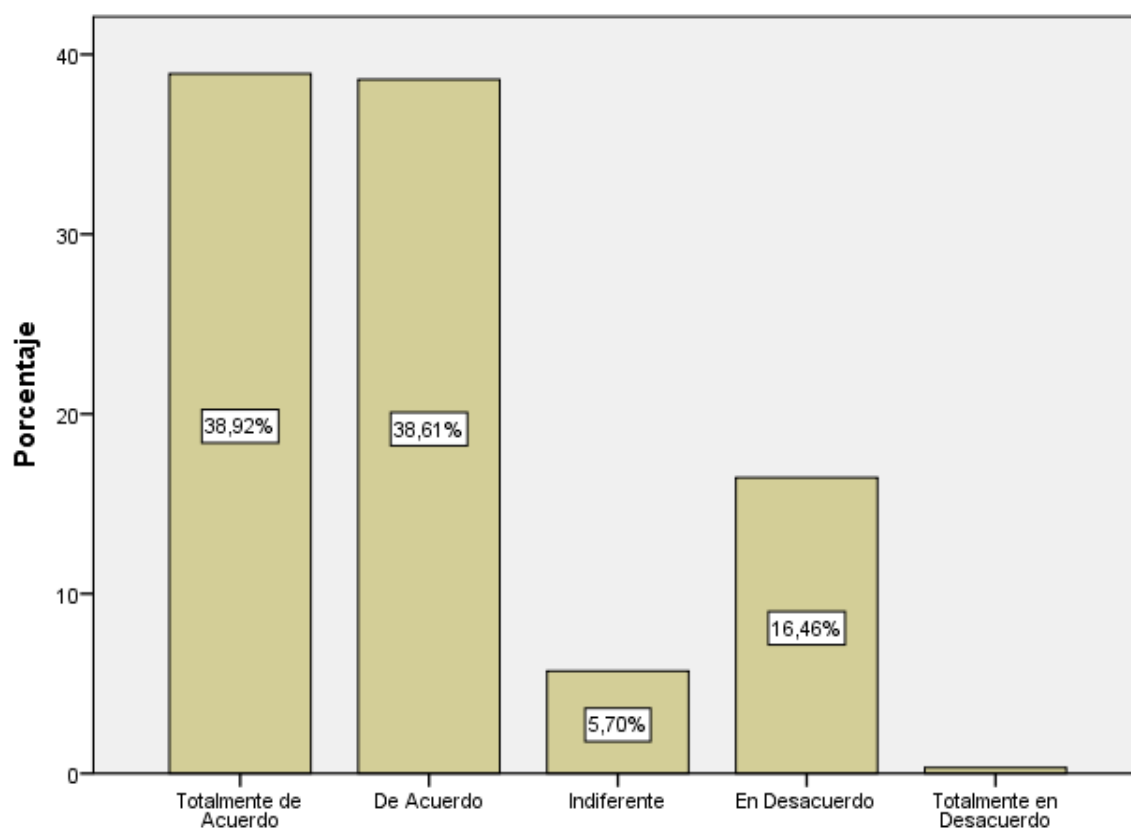
Interpretación: se observa que un 9.2% de los turistas encuestados, estarían totalmente satisfechos si existiera señalética turística en las rutas de llegada a los atractivos turísticos de Barranco; Un 51.9% estarían satisfechos, en tanto que un 7% de los turistas son indiferentes; el 5.7%, se siente insatisfecho y el 26.3% se siente totalmente insatisfecho.

En términos acumulados podemos decir que el 61.1% de los turistas encuestados estarían satisfechos si existiera señalética turística en las rutas de llegada a los atractivos turísticos de Barranco, en tanto que el 32.0% no lo está.

Tabla No. 30: Nivel de Satisfacción respecto al nivel gastronómico

	Frecuencia	Porcentaje
Válido Totalmente satisfecho	123	38,9
Satisfecho	122	38,6
Indiferente	18	5,7
Insatisfecho	52	16,5
Totalmente Insatisfecho	1	,3
Total	316	100,0

Fuente: Elaboración propia



Gráfica No 30: Nivel de satisfacción respecto al nivel gastronómico

Fuente: Elaboración Propia

Interpretación: se observa que un 38.9% de los visitantes encuestados, están totalmente satisfecho por el Nivel gastronómico consumido en el distrito; Un 38.6%

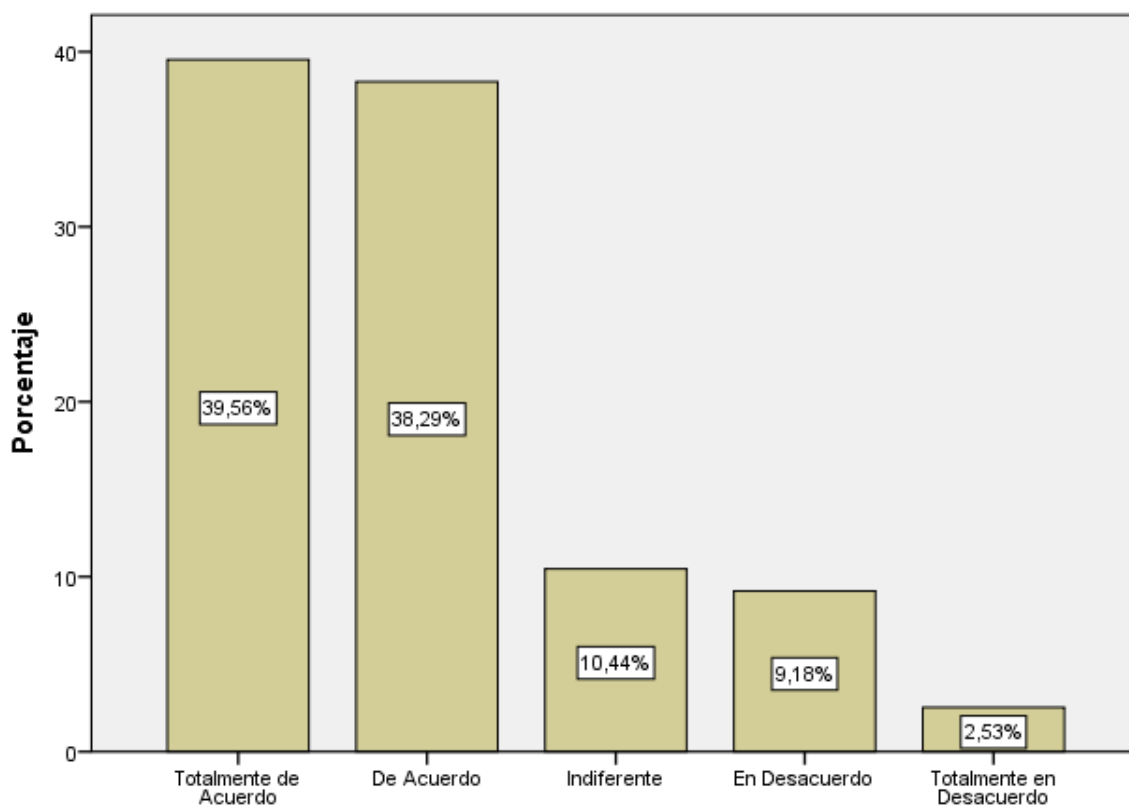
está satisfecho, en tanto que un 5.7% de los turistas son indiferentes; el 16.5%, se siente insatisfecho y el 0.3% se siente totalmente insatisfecho.

En términos acumulados podemos decir que el 77.5% de los visitantes que respondieron las encuestas están muy contentos con el nivel gastronómico experimentado en su visita a los atractivos turísticos del distrito de Barranco, en tanto que el 32.0% no lo está.

Tabla No. 31: Nivel de satisfacción respecto a los servicios turísticos experimentado en su visita a los atractivos turísticos del distrito

	Frecuencia	Porcentaje
Válido Totalmente satisfecho	125	39,6
Satisfecho	121	38,3
Indiferente	33	10,4
Insatisfecho	29	9,2
Totalmente Insatisfecho	8	2,5
Total	316	100,0

Fuente: Elaboración propia



Gráfica No 31: Nivel de satisfacción respecto los servicios turísticos experimentados en su visita a los atractivos turísticos del distrito

Fuente: Elaboración propia

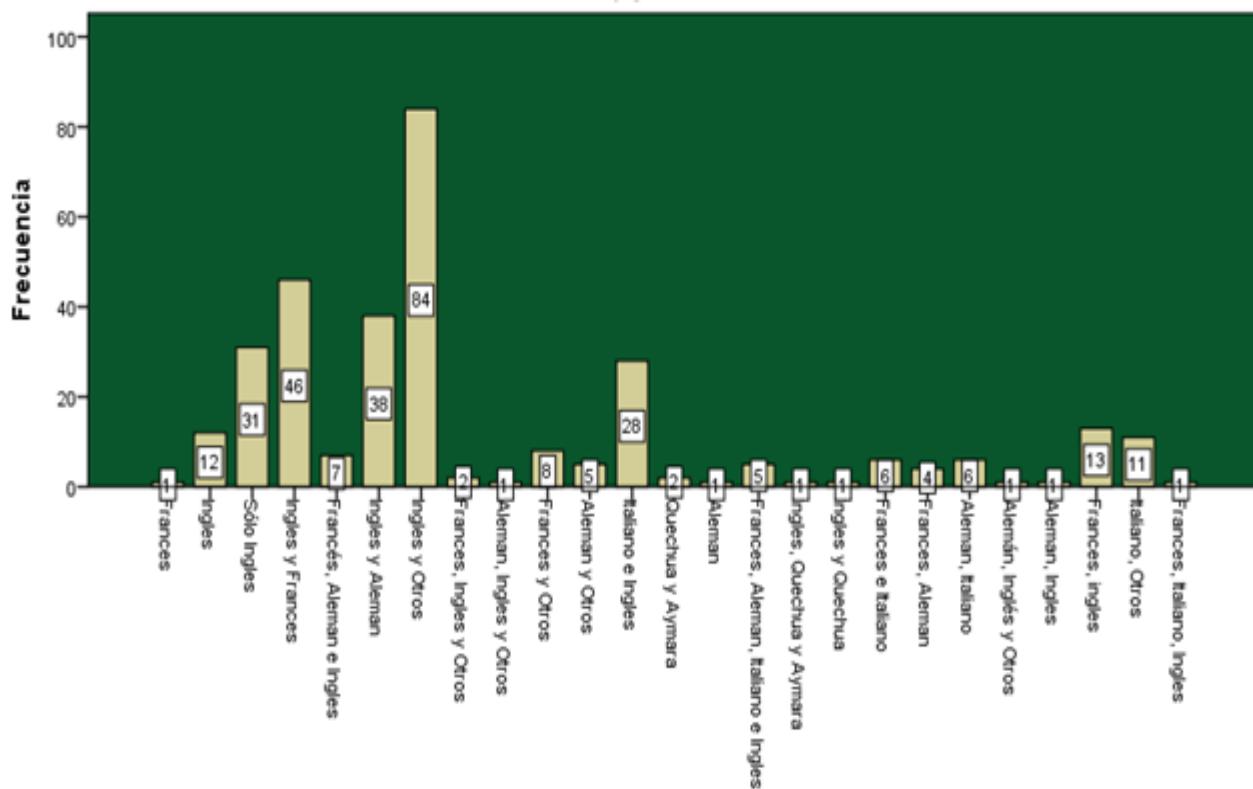
Interpretación: se observa que un 39.6% de los visitantes que respondieron la encuesta, están totalmente satisfechos con los servicios turísticos recibidos en su visita a los lugares turísticos de la zona; Un 38.3% se sienten satisfechos, por otro lado 10.4% de los turistas son indiferentes; el 9.2%, se siente insatisfecho y el 2.5% se siente totalmente insatisfecho.

En términos acumulados podemos decir que el 77.9% de los turistas respondieron las encuestas se sienten satisfechos con los servicios turísticos recibidos en su visita a los atractivos turísticos del distrito; en tanto que el 11.7% no lo está.

Tabla No. 32: Recomendación con respecto a Idiomas en Señalética Turística de Barranco

	Frecuencia	Porcentaje
Válido Francés	1	,3
Inglés	12	3,8
Sólo inglés	31	9,8
Inglés y francés	46	14,6
Francés, alemán e inglés	7	2,2
Inglés y alemán	38	12,0
Inglés y Otros	84	26,6
Francés, inglés y Otros	2	,6
Alemán, inglés y Otros	1	,3
Francés y Otros	8	2,5
Alemán y Otros	5	1,6
Italiano e inglés	28	8,9
Quechua y Aymara	2	,6
Alemán	1	,3
Francés, alemán, italiano e inglés	5	1,6
Inglés, quechua y Aymara	1	,3
Inglés y quechua	1	,3
Francés e italiano	6	1,9
Francés, alemán	4	1,3
Alemán, italiano	6	1,9
Alemán, inglés y Otros	1	,3
Alemán, inglés	1	,3
Francés, inglés	13	4,1
Italiano, Otros	11	3,5
Francés, italiano, inglés	1	,3
Total	316	100,0

Fuente: Elaboración propia



Gráfica No 32: Recomendación de con respecto a Idiomas en Señalética Turística de Barranco

Fuente: Elaboración propia

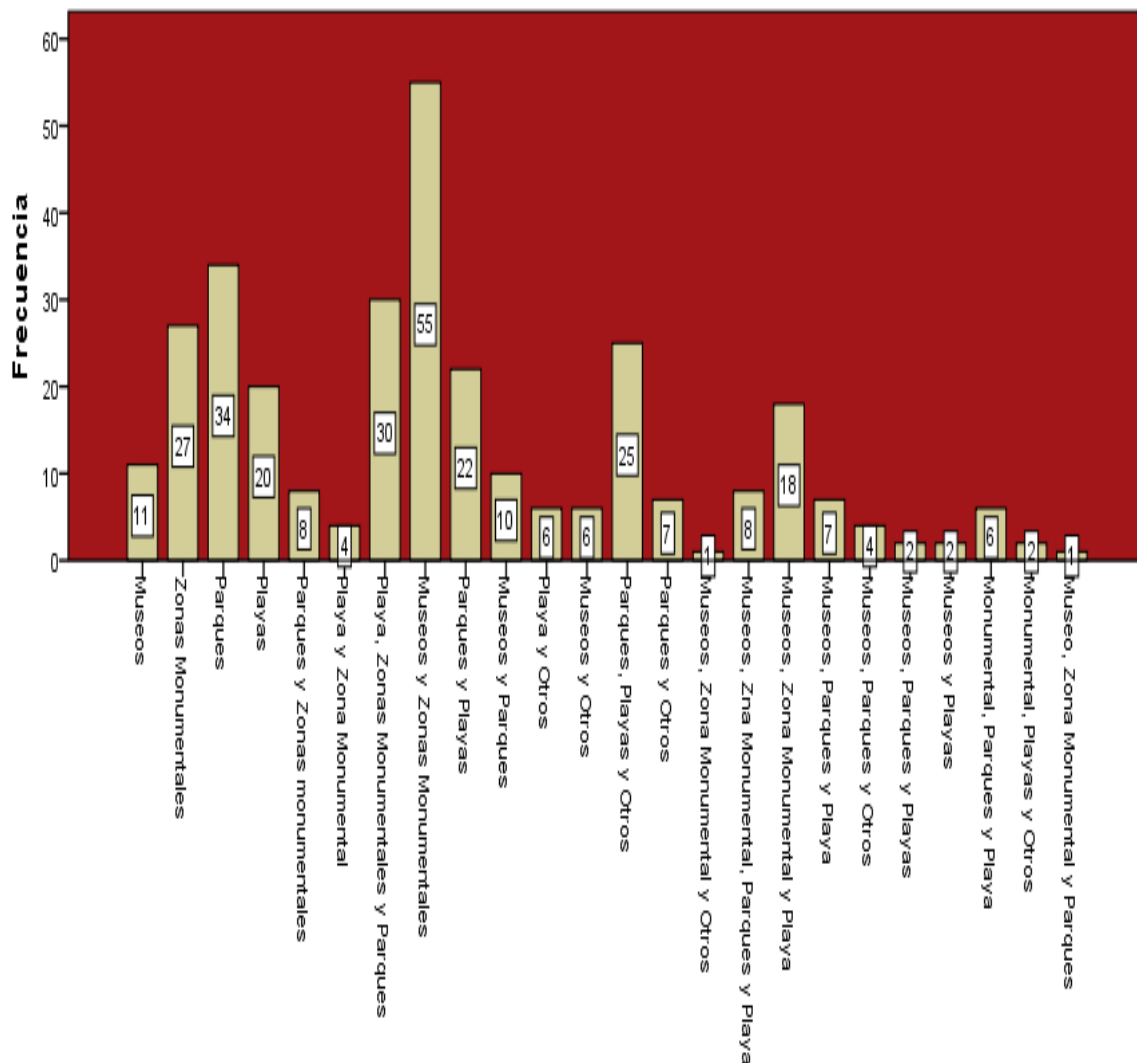
Interpretación: se observa que 84 personas (26.5%) recomiendan la señalética turística para el distrito de barranco en inglés y otros idiomas; 46 personas (14.5%) recomiendan inglés y francés; 38 (12%) inglés y alemán; 31(9.8%) sólo inglés; 28 (8.8%) italiano e inglés, entre los principales.

En términos acumulados y considerando todos los porcentajes de cualquier modalidad (un idioma solo o con otros) y pudiendo repetirse el método con cada idioma, encontramos que Inglés por sí mismo o combinados con otros representan el 82.5% de aceptación, seguido por el francés en un 29.4 %. Luego vendrían el alemán con cerca del 20% y el italiano con cerca del 17%. Por lo que la señalética debiera considerar al inglés y francés en prioridad, seguido del alemán e italiano.

Tabla No. 33: Nivel de Satisfacción con respecto a los museos, playas, parques y zonas monumentales de Barranco

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	Museos	11	3,5
	Zonas Monumentales	27	8,5
	Parques	34	10,8
	Playas	20	6,3
	Parques y Zonas Monumentales	8	2,5
	Playas y Zonas Monumentales	4	1,3
	Playas, Z. Monumentales y Parques	30	9,5
	Museos y Zonas Monumentales	55	17,4
	Parques y Playas	22	7,0
	Museos y Parques	10	3,2
	Playas y Otros	6	1,9
	Museos y Otros	6	1,9
	Parques, Playas y Otros	25	7,9
	Parques y Otros	7	2,2
	Museos, Zonas Monumentales y Otros	1	,3
	Museos, Zonas Monumentales, Parques y Playas	8	2,5
	Museos, Zonas Monum. y Playas	18	5,7
	Museos, Parques y Playas	9	2,8
	Museos, Parques y Otros	4	1,3
	Museos y Playas	1	,3
	Monumental, Parques y Playas	1	,3
	Museos, Zona Monumental y Parques	6	1,9
	Otros	3	,9
	Total	316	100,0

Fuente: Elaboración propia



Gráfica No 33: Nivel de Satisfacción con respecto a los museos, playas, parques y zonas monumentales de Barranco

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: Se observa que 55 (17.3%) turistas sienten mayor satisfacción al visitar museos y zonas monumentales; 34(10.7%) turistas tienen satisfacción al visitar los Parques; 30 (9.4%) turistas, visitan playas, zonas monumentales y parques; y 27 (8.5%) visitan zonas monumentales, entre la totalidad de visitas al distrito de Barranco.

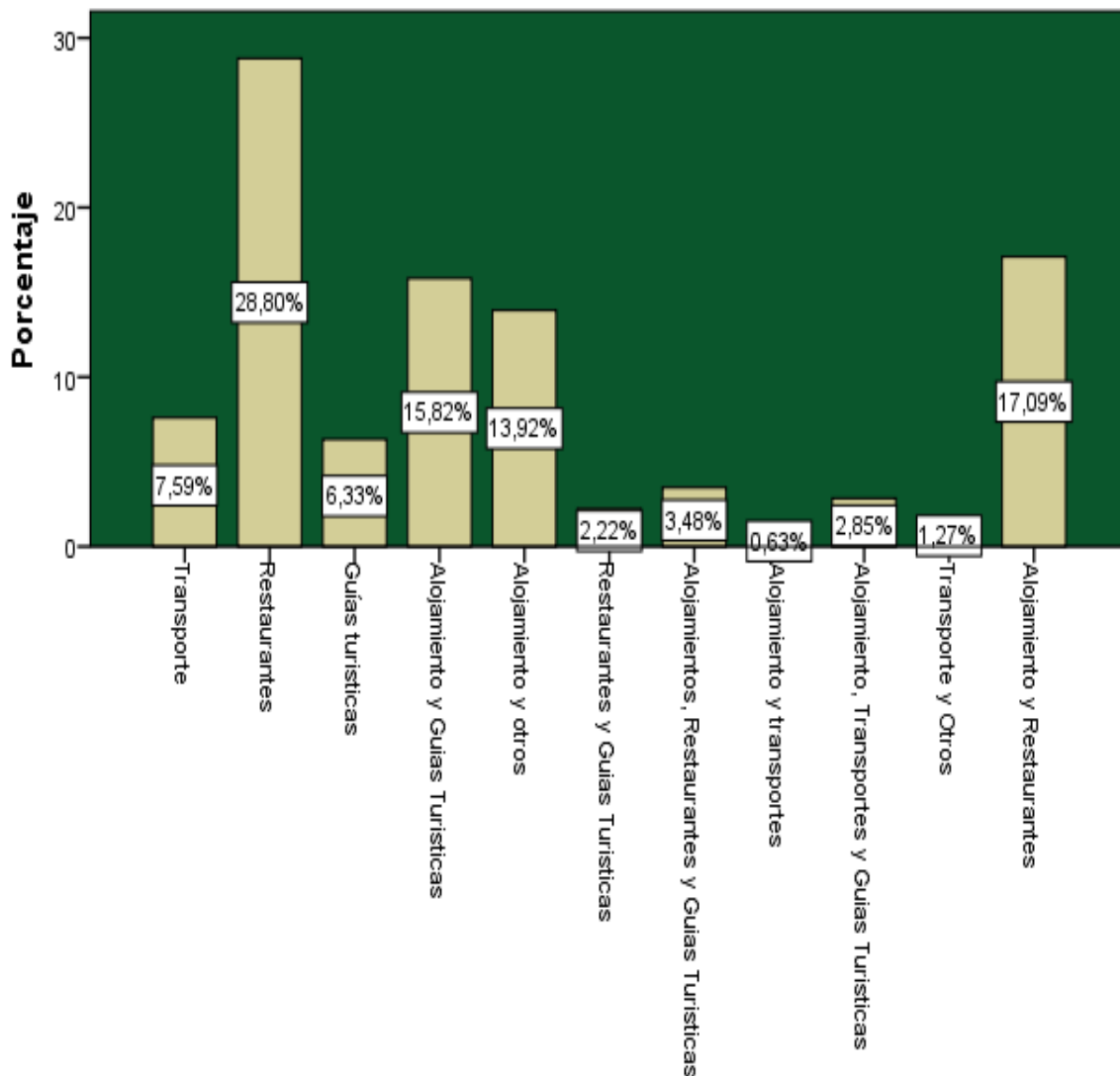
En términos acumulados y considerando todos los porcentajes de cualquier modalidad (un atractivo turístico solo o con otros) y pudiendo repetirse el método con

cada atractivo turístico, encontramos que la visita a parques por sí mismo o combinados con otros representan el 68.5% de satisfacción, seguido por las playas en un 45.5%. Luego vendrían las zonas monumentales con 44.9% y los museos con el 40.8%. Cabe indicar que a manera individual los parques, playas, zonas monumentales y museos representan el 10.8%, el 6.3%, 3.5% y 3.5% respectivamente. Lo que nos indicaría ofrecer paquetes combinados a los turistas

Tabla No. 34: Nivel de Satisfacción de los Servicios turísticos de Barranco

	Frecuencia	Porcentaje
Válido Transporte	24	7,6
Restaurantes	91	28,8
Guías turísticas	20	6,3
Alojamiento y Guías Turísticas	50	15,8
Alojamiento y otros	44	13,9
Restaurantes y Guías Turísticas	7	2,2
Alojamientos, Restaurantes y Guías Turísticas	11	3,5
Alojamiento y transportes	2	,6
Alojamiento, Transportes y Guías Turísticas	9	2,8
Transporte y Otros	4	1,3
Alojamiento y Restaurantes	54	17,1
Total	316	100,0

Fuente: Elaboración propia



Gráfica No 34: Nivel de Satisfacción de los servicios Turísticos de Barranco

Fuente: Elaboración Propia

Interpretación: Encontramos que 91 turistas (28.7%) le ha causado mayor satisfacción el servicio de los Restaurantes; 49 turistas (15.5%) tienen mayor satisfacción en combinar Restaurantes con Alojamiento, y 46 turistas (14.5%), tienen mayor satisfacción de los servicios de guías turísticas y alojamiento; 24 turistas (7.5%) requieren de transporte, 21(6.6%) turistas, requieren del servicio de guías turísticas así como alojamientos y 20 turistas (6.3%) requieren solo del servicio de guías turísticas.

En términos acumulados y considerando todos los porcentajes de cualquier modalidad (un servicio turístico solo o con otros) y pudiendo repetirse el método con cada servicio turístico, encontramos que el servicio de restaurantes por sí mismo o combinados con otros representan el 51.6% de satisfacción, seguido por alojamiento pero solo si es combinado con otros servicios con un 37.9% Le sigue guías turísticos por sí mismo y combinado con un 28.4% y transportes por sí mismo o combinado con el 12.3%. Cabe indicar que a manera individual restaurantes, transportes, guías turísticas y alojamiento representan el 28.8%, 7.6%, 6.3% y el 0% respectivamente. Lo que nos indica que alojamiento de por sí no les da satisfacción sino combinado con los otros servicios y el servicio de restaurantes es más apreciado. Igual que en lo anterior ofrecer un paquete de servicios de manera combinada que les ofrezca mayor satisfacción.

4.1.1.1 Los resultados del análisis descriptivo muestran lo siguiente:

1. El rango de edades en que encontramos a los turistas que visitan las zonas turísticas en el distrito de Barranco está comprendido entre los 15 y 35 años que representan el 65.19%.
2. Es más frecuente que Barranco sea visitado por turistas extranjeros (86.39%), que por turistas nacionales (13.29%). De allí la necesidad de una señalética especial dirigido a ellos para su mejor estancia en Barranco.
3. La nacionalidad con mayor porcentaje de turistas que visitan los atractivos turísticos de Barranco son Estados Unidos, Francia y Brasil, representando el

54.75% de los visitantes internacionales a Barranco, versus 13 países que en su conjunto representan sólo el 45.25%, (donde el máximo porcentaje es 6.65% que corresponde a Perú y Colombia, y el menor porcentaje de 1.27% corresponde a Canadá y Chile). Lo anterior sugiere que el tipo de idioma que debiera estar en la señalética serían el inglés y el francés. Además, se observa que el 23.12% son turistas de habla hispana (Bolivia, Chile, México, Argentina, Perú y Colombia, sin contar a Brasil). De otro lado el 11.4% son turistas de otros países (Alemania, Bélgica e Italia, sin contar a Canadá e Inglaterra que son de habla inglesa). Lo que refuerza la idea de una señalética en inglés y francés además del castellano.

4. Se observa que un 43.67% de los visitantes a Barranco presentan otros tipos de documentos de grados académicos (diferentes a diplomas técnicos o universitarios); el 39.87% presentan diplomas universitarios y un 16.46% presentan diplomas tecnológicos. Lo que indica la diversidad intelectual entre los visitantes.
5. Se deduce que el 83.05% de los turistas está de acuerdo con que debe existir un sistema de señalética en el distrito de Barranco.
6. El 77.21% de los turistas considera que la señalética turística se debe utilizar en las llegadas y accesos al distrito de Barranco.
7. El 87.03% de los turistas (entre los que están total de acuerdo y de acuerdo) están de acuerdo con un sistema de señalética con información para accesos y llegadas, ya que les daría información sobre lo que pueden visitar y por lo tanto su visita sería más grata.

8. Se observa que el 82.22% de los turistas acepta la señalización en varios idiomas (48.4%, Total Acuerdo, 33.8% de acuerdo). Por lo que la señalización debe estar en diferentes idiomas y tomando en cuenta los resultados sobre el tipo de nacionalidad debiera considerarse el inglés y francés.
9. El 80.3% de los viajeros que visitan la zona, creen que su Nivel de satisfacción con respecto a la visita al distrito mejoraría si la señalética turística identificará el patrimonio cultural del distrito.
10. El 79.3% (entre los que están totalmente de acuerdo y lo que están de acuerdo) de los viajeros que visitan la zona, indican que su Nivel de satisfacción con respecto a la visita al distrito mejoraría con una señalética turística que identifica las Rutas de Valor del distrito.
11. El 79.4% (entre los que están totalmente de acuerdo y lo que están de acuerdo) de los visitantes que recorren la zona, indican que es necesario utilizar la didáctica en la señalética turística del distrito.
12. El 79.1% (entre los que están totalmente de acuerdo y lo que están de acuerdo) de los turistas indican que su nivel de satisfacción al visitar el distrito mejoraría con una señalética turística didáctica y fácil de entender en el distrito.
13. El 77.75% (entre los que están totalmente de acuerdo y lo que están de acuerdo) de los viajeros que recorren la zona, indican que una señalética turística con mensaje influiría en el Conocimiento de los atractivos turísticos del distrito de Barranco.

14. El 77.85% (entre los que están totalmente de acuerdo y lo que están de acuerdo) de los visitantes que pasean por la zona, están de acuerdo en la influencia de la Señalética en la mejora de su experiencia turística al visitar los atractivos turísticos del distrito.
15. El 79.2% (entre los que están totalmente de acuerdo y lo que están de acuerdo) de los viajeros que pasean por la zona, creen que la señalética turística con el icono visual de la Marca Perú influiría en la valorización de los atractivos turísticos del distrito.
16. El 80.1% (entre los que están totalmente de acuerdo y lo que están de acuerdo) de los visitantes que pasean por la zona, creen que el Nivel de exhibición de la Señalética para la identificación de los destinos con patrimonio cultural haría más satisfactoria la visita al distrito.
17. El 80.1% de los turistas que visitan el distrito de Barranco, estarían satisfechos por la señalética turística con el icono visual de la Marca Perú respecto a su visita al distrito
18. El 73.7% de los turistas están satisfechos con la atención y trato proporcionados en su visita a los atractivos turísticos de Barranco.
19. El 75% de los viajeros que respondieron las encuestas se sienten satisfechos con respecto al nivel de seguridad experimentado en su visita a los atractivos turísticos del distrito.

20. El 76.3% de los turistas encuestados estarían satisfechos si existiera información turística en su visita a los atractivos turísticos del distrito.
21. El 73.1% de los turistas encuestados estarían satisfechos si existiera señalización turística en su visita a los atractivos turísticos del distrito.
22. El 75% de los visitantes respondieron que están satisfechos con la rapidez en los servicios experimentados en su visita a los atractivos turísticos del distrito.
23. El 70.3% de los visitantes que respondieron las encuestas se han sentido satisfechos con el transporte experimentado en su visita a los atractivos turísticos del distrito
24. El 69.9% de los viajeros que respondieron las encuestas se han sentido satisfechos con los operadores turísticos experimentado en su visita a los atractivos turísticos del distrito
25. El 77.9% de los turistas que respondieron las encuestas se sienten satisfechos con los servicios urbanos y gastronómicos experimentado en su visita a los atractivos turísticos del distrito de Barranco.
26. El 72.8% de los turistas encuestados estarían satisfechos si existieran oficinas de información turística en su visita a los atractivos turísticos del distrito.
27. El 76.6% de los turistas que respondieron muy amablemente las encuestas se sienten satisfechos con el nivel de valoración de las condiciones ambientales de los lugares o manifestaciones culturales del distrito de Barranco.

28. El 61.1% de los turistas encuestados estarían satisfechos si existiera señalética turística en las rutas de llegada a los atractivos turísticos de Barranco.
29. El 77.5% de los visitantes que respondieron las encuestas están muy contentos con el nivel gastronómico experimentado en su visita a los atractivos turísticos del distrito de Barranco.
30. El 77.9% de turistas encuestados están muy contentos por los servicios turísticos recibidos en su visita a los atractivos turísticos del distrito.
31. Considerando todos los porcentajes de cualquier modalidad (un idioma solo o con otros) y pudiendo repetirse el método con cada idioma, encontramos que Inglés por sí mismo o combinados con otros representan el 82.5% de aceptación, seguido por el francés en un 29.4 %. Luego vendrían el alemán con cerca del 20% y el italiano con cerca del 17%. Por lo que la señalética debiera considerar al inglés y francés en prioridad, seguido del alemán e italiano.
32. El (17.3%) de los turistas sienten mayor satisfacción al visitar museos y zonas monumentales; 34(10.7%) turistas tienen satisfacción al visitar los Parques; 30 (9.4%) turistas, visitan playas, zonas monumentales y parques; y 27 (8.5%) visitan zonas monumentales, entre la totalidad de visitas al distrito de Barranco. Si consideramos todos los porcentajes de cualquier modalidad (un atractivo turístico solo o con otros) y pudiendo repetirse el método con cada atractivo turístico, encontramos que la visita a parques por sí mismo o combinados con otros representan el 68.5% de satisfacción, seguido por las playas en un

45.5%. Luego vendrían las zonas monumentales con 44.9% y los museos con el 40.8%. Cabe indicar que a manera individual los parques, playas, zonas monumentales y museos representan el 10.8%, el 6.3%, 3.5% y 3.5% respectivamente. Lo que nos indicaría ofrecer paquetes combinados a los turistas

33.A 91 turistas (28.7%) le ha causado mayor satisfacción el servicio de los Restaurantes; 49 turistas (15.5%) tienen mayor satisfacción en combinar Restaurantes con Alojamiento, y 46 turistas (14.5%), tienen mayor satisfacción de los servicios de guías turísticas y alojamiento; 24 turistas (7.5%) requieren de transporte, 21(6.6%) turistas, requieren del servicio de guías turísticas, así como alojamientos y 20 turistas (6.3%) requieren solo del servicio de guías turísticas. Si consideramos todos los porcentajes de cualquier modalidad (un servicio turístico solo o con otros) y pudiendo repetirse el método con cada servicio turístico, encontramos que el servicio de restaurantes por sí mismo o combinados con otros representan el 51.6% de satisfacción, seguido por alojamiento, pero solo si es combinado con otros servicios con un 37.9% Le sigue guías turísticos por sí mismo y combinado con un 28.4% y transportes por sí mismo o combinado con el 12.3%. Cabe indicar que a manera individual restaurantes, transportes, guías turísticas y alojamiento representan el 28.8%, 7.6%, 6.3% y el 0% respectivamente. Lo que nos indica que alojamiento de por sí no les da satisfacción sino combinado con los otros servicios y el servicio de restaurantes es más apreciado. Igual que en lo anterior ofrecer un paquete de servicios de manera combinada que les ofrezca mayor satisfacción.

4.1.2 Análisis de fiabilidad

Para el examen o medición de fiabilidad o confianza de instrumentos, existen muchos procedimientos de cálculo, una de los más utilizados es el del Alpha de Cronbach, mediante el cual se mide el grado de coherencia interna del instrumento.

El rango del valor de Alpha de Cronbach va de cero a uno y el valor mínimo aceptable es 0.70.

Mediremos la confiabilidad del instrumento a utilizar para esta investigación de las variables Señalética y Satisfacción del visitante con un ensayo piloto conformado por 39 posibles visitantes, después de comprobar el grado de confianza del instrumento, se aplicó la encuesta a 316 visitantes del distrito de Barranco.

4.1.2.1 Variable Señalética

Tabla No. 35: Confiabilidad del Instrumento con la variable Señalética en el ensayo piloto

Estadístico de confiabilidad	
Alpha de Cronbach	N de elementos
0,794	39

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: con la medición del Alpha de Cronbach de la variable señalética se ha obtenido 0.794 evidenciando un alto grado de confiabilidad, ya que este resultado es suficientemente próximo a 0.80 y a la unidad, indicando que la información a obtener del instrumento será fiable.

4.1.2.2 Variable Satisfacción del visitante

Tabla No. 36: Fiabilidad del Instrumento con la variable Satisfacción del visitante para el ensayo piloto

Estadístico de confiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
0,757	39

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: observamos que exhibe igualmente un grado de confiabilidad en el cuestionario de la encuesta, el Alfa de Cronbach que se ha obtenido con la variable Satisfacción del visitante es de 0.757, suficientemente próximo a 0.80 y a la unidad, indicando nuevamente que la información a obtener del instrumento será fiable.

Interpretación concluyente: Los coeficientes alcanzados evaluando las dos variables: Señalética 0.794 y Satisfacción del visitante 0.757 están por encima del mínimo aceptable, ambos resultados medidos con el Alpha de Cronbach son altos, por lo tanto, existe coherencia interna y confiabilidad del instrumento.

4.1.3 Análisis de prueba de Hipótesis

4.1.3.1 Contrastación de Hipótesis general

Ho: La Señalética no influye en la satisfacción de los visitantes de los atractivos turísticos del distrito de Barranco, en el año 2019.

Ha: La señalética influye en la satisfacción de los visitantes de los atractivos turísticos del distrito de Barranco, en el año 2019.

Tabla No. 37: Correlación entre Señalética y Satisfacción de los visitantes de los atractivos turísticos del distrito de Barranco

Modelo	R	Estadísticas de cambios				
		Cambio de cuadrado de R	Cambio en F	df1	df2	Sig. Cambio en F
1	,869 ^a	,756	240,321	4	311	,000

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: Se halló una correlación significativa de 0.869 y un valor $p = 0.000$ calculado, menor al valor p teórico 0.01, y por lo tanto se acepta que la Señalética influye en la Satisfacción de los Visitantes del distrito de Barranco, el año 2019.

4.1.3.2 Contrastación de Hipótesis parcial 1

Ho: Las llegadas y accesos al distrito, como parte de la Señalética no influye en la satisfacción de los visitantes del distrito de Barranco, en el año 2019.

Ha: Las llegadas y accesos al distrito, como parte de la señalética influye en la satisfacción de los visitantes del distrito de Barranco, en el año 2019.

Tabla No. 38: Correlación entre las llegadas y accesos al distrito y Satisfacción de los Visitantes

Correlaciones			Satisfacción de los visitantes	Llegadas y accesos al distrito
Correlación de Pearson	Satisfacción de los visitantes	Coeficiente de correlación	1,000	,858*
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	316	316
	Llegadas y accesos al distrito	Coeficiente de correlación	,858*	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	316	316

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: Se halló una correlación significativa 0.858 y un valor $p=0.000$ calculado, menor al valor p teórico 0.01, y por lo tanto se acepta que la Señalética influye en la Satisfacción de los Visitantes del distrito de Barranco, el año 2019.

4.1.3.3 Contrastación de Hipótesis parcial 2

Ho: La identificación de las rutas con valor y reconocimiento particular como parte de la Señalética no influye en la satisfacción de los visitantes del distrito de Barranco, en el año 2019.

Ha: La identificación de las rutas con valor y reconocimiento particular como parte de la Señalética influye en la satisfacción de los visitantes del distrito de Barranco, en el año 2019.

Tabla No. 39: Correlación entre la Identificación de Rutas con Valor y Reconocimiento particular y la Satisfacción de los Visitantes

Correlaciones				
			Satisfacción de los visitantes	Identificación de rutas con valor y reconocimiento
Correlación de Pearson	Satisfacción de los visitantes	Coeficiente de correlación	1,000	,054
		Sig. (bilateral)	.	,167
		N	316	316
	Identificación de rutas con valor y reconocimiento	Coeficiente de correlación	,054	1,000
		Sig. (bilateral)	,167	.
		N	316	316

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: A nivel de la hipótesis parcial se halló una correlación no significativa de 0.054 y un valor $p = 0.167$ calculado, mayor al valor p teórico 0.01, y por lo tanto se acepta que la identificación de Rutas con valor y reconocimiento particular como parte de la señalética no influye en la satisfacción de los visitantes del distrito de Barranco, año 2019

4.1.3.4 Contrastación de Hipótesis parcial 3

Ho: El mensaje como parte de la Señalética no influye en la satisfacción de los visitantes en el distrito de Barranco, en el año 2019.

Ha: El mensaje como parte de la señalética influye en la satisfacción de los visitantes en el distrito de Barranco, en el año 2019.

Tabla No. 40: Correlación entre el Mensaje y la Satisfacción de los Visitantes

Correlaciones			Satisfacción de los Visitantes	
			Mensaje	
Correlación de Pearson	Satisfacción de los visitantes	Coeficiente de correlación	1,000	,682
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	316	316
	Mensaje	Coeficiente de correlación	,682	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	316	316

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: A nivel de la correlación parcial, se halló $r = 0.682$ y un valor $p = 0.000$, menor al valor p teórico 0.01 , y por lo tanto se acepta que el Mensaje como parte de la Señalética influye en la satisfacción de los Visitantes en el distrito de Barranco, año 2019.

4.1.3.5 Contrastación de Hipótesis parcial 4

Ho: La Identificación de los destinos con Patrimonio Cultural exhibidos como parte de Señalética no influye en la satisfacción de los visitantes del distrito de Barranco, en el año 2019.

Ha: La Identificación de los destinos con Patrimonio Cultural exhibidos como parte de Señalética influye en la satisfacción de los visitantes del distrito de Barranco en el año 2019.

Tabla No. 41: Correlación entre la Identificación de los destinos con Patrimonio Cultural exhibidos y Satisfacción de los Visitantes

Correlaciones				
			Satisfacción de los visitantes	Identificación destinos con patrimonio cultural
Correlación de Pearson	Satisfacción de los visitantes	Coeficiente de correlación	1,000	,122
		Sig. (bilateral)	.	,015
		N	316	316
	Identificación destinos con patrimonio cultural	Coeficiente de correlación	,122	1,000
		Sig. (bilateral)	,015	.
		N	316	316

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: Se halló una correlación de 0.122 y un valor $p = 0.015$ calculado, mayor al valor p teórico 0.01, y por lo tanto se acepta que la identificación de los destinos con Patrimonio Cultural como parte de la señalética no influye en la satisfacción de los visitantes del distrito de Barranco, año 2019.

4.1.3.6 Contrastación de Hipótesis parcial 5

Ho. La Señalética no influye en el Conocimiento del destino turístico en la Satisfacción de los visitantes de los atractivos turísticos del distrito de Barranco, en el año 2019

Ha. La Señalética influye en el Conocimiento del destino turístico en la Satisfacción de los visitantes de los atractivos turísticos del distrito de Barranco, en el año 2019

Tabla No. 42: Correlación entre el Conocimiento del Destino Turístico y Señalética

		Correlaciones		
			Señalética	Conocimiento del Destino Turístico
Correlación de Pearson	Señalética	Coeficiente de correlación	1,000	,491**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	316	316
	Conocimiento del Destino Turístico	Coeficiente de correlación	,491**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	316	316

**** La correlación es significativa en el nivel 0,01 (2 colas)**

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: Se halló una correlación de 0.491 y un valor $p = 0.000$ calculado, menor al valor p teórico 0.01, y por lo tanto se acepta que el conocimiento del Destino Turístico como parte de la señalética influye en la satisfacción de los visitantes de los atractivos turísticos del distrito de Barranco, año 2019.

4.1.3.7 Contrastación de Hipótesis parcial 6

Ho. La Señalética no influye en el Servicio en los atractivos turísticos en la Satisfacción de los visitantes de los atractivos turísticos del distrito de Barranco, en el año 2019

Ha. La Señalética influye en el Servicio en los atractivos turísticos en la Satisfacción de los visitantes de los atractivos turísticos del distrito de Barranco, en el año 2019

Tabla No. 43: Correlación entre el Servicio en los atractivos Turísticos y Señalética

		Correlaciones		
			Señalética	Servicio en los Atractivos Turísticos
Correlación de Pearson	Señalética	Coeficiente de correlación	1,000	,488**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	316	316
	Servicio en los Atractivos Turísticos	Coeficiente de correlación	,488**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	316	316

**** La correlación es significativa en el nivel 0,01 (2 colas).**

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: Se halló una correlación significativa de 0.488 y un valor $p = 0.000$ calculado, menor al valor p teórico 0.01, y por lo tanto se acepta que los servicios de los atractivos turísticos como parte de la señalética influye en la satisfacción de los visitantes de los atractivos turísticos del distrito de Barranco, año 2019.

4.1.3.8 Contrastación de Hipótesis parcial 7

Ho. La Señalética no influye en la Valoración de la infraestructura en los atractivos turísticos en la Satisfacción de los visitantes del distrito de Barranco, en el año 2019.

Ha. La Señalética influye en la Valoración de la infraestructura en la Satisfacción de los visitantes de los atractivos turísticos del distrito de Barranco, en el año 2019.

Tabla No. 44: Correlación entre la Valoración de la Infraestructura y Señalética

			Señalética	Valoración de la Infraestructura
Correlación de Pearson	Señalética	Coeficiente de correlación	1,000	,159**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	316	316
	Valoración de la Infraestructura	Coeficiente de correlación	,159**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	316	316

****.** La correlación es significativa en el nivel 0,01 (2 colas).

Fuente: Elaboración propia

Interpretación: Se halló una correlación significativa de 0.159 y un valor $p= 0.000$ calculado, menor al valor p teórico 0.01, y por lo tanto se acepta que la Valoración de la Infraestructura como parte de la señalética influye en la satisfacción de los visitantes de los atractivos turísticos del distrito de Barranco, año 2019.

CAPÍTULO V: DISCUSIÓN

5.1 Discusión de Resultados

5.1.1 Discusión

5.1.1.1 Respecto a la Fiabilidad o Confianza del instrumento

Nos basamos en el piloto de la prueba “coeficiente Alpha de Cronbach” para validar la confianza del instrumento aplicado a los turistas que visitaron Barranco.

Los resultados alcanzados de los coeficientes Alpha de Cronbach, al evaluar las variables Señalética y Satisfacción del visitante, fueron del 0.794 y 0.757 respectivamente, lo que indican un Alpha de Cronbach alto, ya que sobrepasan el nivel mínimo aceptable, concluyendo por lo tanto que existe coherencia interna y confiabilidad en el cuestionario aplicado.

5.1.1.2 Respecto al análisis descriptivo

En el análisis descriptivo se destaca la necesidad de un sistema de señalética en el distrito de Barranco adhoc a las necesidades del visitante ya que se reconoce la influencia de la señalética en la mejora de la experiencia turística al visitar los atractivos turísticos del distrito, aumentando la satisfacción del visitante durante su permanencia en el distrito. Esta precisión coincide con la investigación de Andrade, R. (2014), que realizó un análisis del Cantón Cotacachi, previo al turismo y la creación de infraestructura, para impulsar el desarrollo en la organización político administrativa, implementando un sistema de señalética turística, para evaluar realidad y visión en desarrollo turístico. Como resultado, los turistas conocen cómo dirigirse a los sitios que ofrece Cotacachi, así a como la zona que cuenta con recurso

turístico, aunque aún el visitante presenta muchas dificultades para ingresar al lugar por falta de señalización, pero inicialmente destacan (a) la oferta de calidad con inclusión social; y (b) el fomento del turismo interno.

Asimismo, vemos en la investigación de Orozco & Sime (2015) que mostró, como diagnóstico, que el Proyecto Especial Olmos-Tinajones, evidencian la existencia de la escasez y desactualización en la señalética, los cuales son elementos que desorientan a los turistas.

El malestar que produce en el visitante la falta de un sistema de señalética se vuelve a verificar en la investigación de Pucce (2017), quien planteó como objetivo evaluar un diseño de las circunstancias del movimiento de personas en la municipalidad provincial de Lambayeque, que le permita precisar, los lugares donde sería necesaria la ubicación de señalización. La problemática se hace presente, porque en los municipios no se encuentran mapas de sitio o hitos que indiquen a los visitantes donde están situados, o, en donde se localizan las distintas áreas y oficinas a donde buscan dirigirse. Para lograr el rediseño de un sistema señalético, fue necesario utilizarla en el manejo correcto como identidad corporativa y comunicación de mensajes, en la búsqueda de comunicar al usuario donde debe dirigirse, en donde se encuentra, y que puede hallar en las distintas instalaciones del municipio.

5.1.1.3 Respecto a las Pruebas de Hipótesis

1. Existen en un sentido objetivo la significancia entre la Señalética y la Satisfacción de los Visitantes del distrito de Barranco, el año 2019. ($p < 0,01$, Rho de Spearman = 0.869, existiendo correspondencia efectiva alta). En

correspondencia se pudieron hallar resultados similares en la tesis de Párraga (2014), en Ecuador, cuyo objetivo general era el establecimiento de una metodología y el diseño general para estructurar una señalética turística, que se inicia en un trabajo de campo Del Cantón Sucre (Ecuador), donde se culminó que la señalética, como diseño hacia un crecimiento de mayores visitas a las zonas turísticas, crea un impacto socioeconómico positivo, que ha permitido facilitar los desplazamientos de los turistas, y este incremento ha revalorizado recursos gastronómicos Del Cantón Sucre. Esto explica que el diseño de una señalética hecha de acuerdo a las necesidades del turista influye en la satisfacción del visitante a la zona incrementando el turismo.

2. Existe una relación significativa entre las llegadas y accesos al distrito como parte de la señalética y la satisfacción de los Visitantes al distrito de Barranco, año 2019. ($p < 0,01$, Rho de Spearman = 0.858, existiendo correspondencia positiva alta). En correspondencia se pudieron hallar resultados similares en la investigación de Jiménez (2017), que presenta como objetivo de la investigación, el potenciar los atractivos naturales del sendero El Palmo de la Parroquia El Airo, al considerarlos en un Plan de Desarrollo, y aplicar las propuestas de la senderización y señalética turística para mejorar el acceso y el entorno de los atractivos turísticos del Palmo. Como resultado se brindó un servicio de calidad, como una manera de disminuir la problemática social por la que atraviesa la población. Lo anterior refuerza que las llegadas y accesos al distrito como parte de la señalética influye en la satisfacción de los Visitantes al distrito

3. No Existe una relación significativa entre la identificación de Rutas con valor y reconocimiento particular como parte de la señalética y la satisfacción de los visitantes al distrito de Barranco, el año 2019 ($p > 0,01$, Rho de Spearman = 0.054, existiendo correspondencia positiva débil). En correspondencia se pudo encontrar una posición diferente en Mamani 2016, quien indica que se designa como ruta turística, aquel lugar donde hay atractivos turísticos o manifestaciones culturales que tienen renombre y son valiosos. Es así que los viajeros o visitantes conocen de la cultura, gastronomía y naturaleza. Y termina indicando que cuando una zona es competitiva turísticamente existen señales que apoyan en el conocimiento y ubicación de los lugares por conocer, y que son muy diferentes a la señalización de tráfico. Entonces las señales para el turismo son diferentes y tienen propósitos diferentes ya que buscan resaltar los lugares valiosos por algún motivo, posibilitando mayor afluencia a las zonas turísticas. Mamani (2016).

4. Existe una correspondencia significativamente entre el mensaje como parte de la Señalética y la Satisfacción de los visitantes al distrito de Barranco, año 2019. ($p < 0,01$, Rho de Spearman = 0.682, existiendo correspondencia positiva considerable).

En correspondencia se pudieron hallar resultados similares en el artículo de Sierra, M. (2016), que plantea cómo objetivo, que la señalética como lenguaje oral, simbólico o comunicación visual tiene como función principal el orientar simbólicamente a los individuos en determinados lugares, como la ciudad de Tacna. Recomienda luego de evaluar la data, que la utilización de este lenguaje visual, da mayor realce al turismo en Tacna, por ser una ciudad

heroica y patriótica. Esto demuestra la influencia del mensaje en la señalética sobre la satisfacción del visitante al distrito.

5. No Existe una relación significativa entre la identificación de los destinos con Patrimonio Cultural exhibidos como parte de la señalética y la Satisfacción de los visitantes al distrito de Barranco, año 2019, ($p > 0,01$, Rho de Spearman = 0.122, existiendo correspondencia positiva media).

En correspondencia se pudo encontrar una posición diferente en cuanto a la importancia que le da el MTC 2017 a la identificación de los destinos con Patrimonio Cultural exhibidos como parte de la señalética, ya que indica que la señalética tiene como objetivo comunicar y facilitar la ubicación, información e interpretación de la historia de los lugares de interés turístico evidenciando las bondades de las zonas turísticas. Algunos de esa señalética son: señal Museo, Señal sobre los servicios de apoyo al turismo de la zona, Señal sobre los souvenirs, Señal sobre las manifestaciones culturales, naturales, arqueológicas, etc. Señal relacionada al servicio de Vehículos en alquiler, Señal Parque o Reserva Natural, Señal Monumento Nacional. Esto demuestra la importancia que le da la nación a incorporar la señalética del patrimonio cultural que es diferente a la importancia que le estaría dando los visitantes al distrito en el 2019.

6. Existe una relación significativa entre el Conocimiento del destino turístico, como parte de la señalética en la Satisfacción de los viajeros internacionales de los atractivos notables del distrito de Barranco, año 2019 ($p < 0,01$, Rho de

Spearman = 0.491, existiendo correspondencia positiva media). La señalética tiene por finalidad hacer conocer al turista los destinos turísticos, por la importancia que el turista le da al patrimonio cultural del Perú.

7. Hay una correlación representativa entre el Servicio en los Atractivos importantes o resaltantes del distrito como parte de la señalética en la Satisfacción de los viajeros de los atractivos notables del distrito de Barranco, año 2019 ($p < 0,01$, Rho de Spearman = 0.488, existiendo correspondencia positiva media). La señalética tiene por finalidad coordinar con las empresas turísticas a la llegada a los atractivos, de continuar con parte del viaje hacia lugares de valor histórico y lograr que el turista, al regreso a su entorno natural, comente con sus colegas la importancia que brinda el distrito de barranco el dar a conocer sus lugares históricos o paisajes, como parte del patrimonio cultural del distrito.

8. Hay una correspondencia manifiesta entre la valoración de la infraestructura como parte de la señalética en el bienestar de los viajeros de los atractivos importantes o resaltantes que se encuentran en el distrito de Barranco, año 2019 ($p < 0,01$, Rho de Spearman = 0.159, existiendo correspondencia positiva baja). Se concluye en referencia a la satisfacción de los visitantes al distrito de Barranco prototipar un boceto de señalización resaltando la importancia relacionada a la infraestructura turística en atención del visitante, sin descuidar además de brindarles un buen servicio, un buen trato y mantener en buen estado los lugares y destinos turísticos ya que son la mejor carta de presentación para los visitantes al distrito.

Se concluye en relación a la satisfacción de los visitantes al distrito de Barranco diseñar un sistema de señalética pensando en las necesidades del visitante, sin descuidar además de brindarles un buen servicio y un buen trato en los lugares de los atractivos turísticos y mantener en buen estado los lugares y destinos turísticos ya que son la mejor carta de presentación para los visitantes al distrito.

CAPÍTULO VI: PROPUESTA

El ciudadano del mundo se mueve hoy en búsqueda de nuevas experiencias, convirtiéndose en una oportunidad para el Perú por los diversos tipos de turismo que ofrece al turista desde el turismo histórico, religioso, de aventura, cultural, ecológico, vivencial, gastronómico, etc. Para emprender en el turismo no se requiere de tecnología avanzada, no requiere de mucha inversión, se puede generar ingresos a corto plazo y luego ir creciendo hasta hacerse más sostenible y es descentralizado porque puede darse en cualquier parte del país, por la diversidad de sus atractivos turísticos. El turismo así entendido se convierte en una opción para emprendedores peruanos.

Barranco es un distrito turístico, tiene 4 museos, zonas monumentales, patrimonio cultural, otras manifestaciones culturales, naturaleza y gastronomía. De acuerdo a los datos del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo del Perú - MINCETUR, del total de turistas extranjeros que visitan la capital, el 14% visitaron el distrito de Barranco, entonces haciendo el cálculo en el 2019 fue visitado por 835,920 visitantes internacionales dejando divisas para el distrito y generando empleo, por lo tanto, mejorar las facilidades, como la señalética y los servicios, al turista para generar “experiencias únicas” es una necesidad, de tal manera que una buena impresión los motive a regresar o generar el marketing boca a boca con su entorno.

En la presente investigación se encontró que aproximadamente del 80% de aquellos viajeros que visitan el distrito de Barranco, están de acuerdo en la influencia de la Señalética para la mejora de su experiencia turística al visitar los atractivos

turísticos del distrito. Por lo tanto, a raíz de esta investigación, se derivan las siguientes propuestas:

1. Propuesta del boceto de señalización como método ad hoc respecto a las demandas del visitante, ya que éste (según los resultados) les eleva la satisfacción de sus visitas al distrito. Además, el 83.05% de los visitantes están de acuerdo con la demanda de información especializada en turismo plasmada en un procedimiento de señalética en Barranco.

2. Propuesta para incrementar el deleite de los viajeros durante su visita al distrito de Barranco
 - a. Propuesta para perfeccionar el agrado del turista con respecto al destino
 - b. Propuesta para optimizar el agrado del visitante con respecto al servicio de atractivos turísticos.
 - c. Propuesta para corregir el deleite del visitante con respecto a la valorización de la infraestructura en los atractivos turísticos
 - d. Otras propuestas a considerar

6.1 PROPUESTA DE UNA SEÑALIZACIÓN AD HOC PARA EL TURISTA QUE VISITA BARRANCO.

La propuesta para el diseño de un sistema de señalética requerida por los turistas que visitan Barranco para elevar el grado de gozo con respecto a su visita al distrito debiera tener las siguientes características:

1. Debe estar dirigido a un público joven entre los 15 a 35 años, con diversidad intelectual.
2. Requieren de una señalética didáctica y fácil de entender.
3. Se requiere de una señalización en varios idiomas además del inglés. Se sugiere que el idioma que debe emplearse en la señalética sea el inglés, francés y castellano por el tipo y porcentaje de nacionalidad de los visitantes al distrito.
4. La señalética debe contener información para accesos y llegadas al distrito de Barranco.
5. La señalética turística debe identificar:
 - el patrimonio cultural del distrito.
 - las Rutas de Valor del distrito.
6. Una señalética turística con mensaje que influye en el conocimiento de los atractivos monumentales, históricos, naturales y gastronómicos del distrito de Barranco.
7. El sistema de Señalética turística debe incluir el icono visual de la Marca Perú para influir en la valorización de los atractivos turísticos del distrito de Barranco.
8. El nivel de exhibición de la Señalética para la identificación de los destinos con patrimonio cultural debe tener identidad cultural con diseño de acuerdo a los parámetros del manual del MINCETUR.

9. La señalética turística debe estar presente en su visita a los atractivos turísticos del distrito y ser un soporte de aprendizaje y ubicación.
10. La señalética turística debe estar presente en las rutas de llegada a los atractivos turísticos del distrito con tótems que nos permitan conocer lo que el distrito ofrece a los visitantes de las distintas demandas de turismo.

6.2 PROPUESTA PARA INCREMENTAR EL DELEITE DE LOS VIAJEROS DURANTE SU VISITA AL DISTRITO DE BARRANCO

Además, debemos cuidar al visitante y para incrementar su nivel de satisfacción en su visita a Barranco recomendamos las siguientes propuestas:

6.2.1 Propuesta para perfeccionar el agrado del turista con respecto al destino:

1. Implementar la señalética ad hoc para mejorar el conocimiento y valoración de las manifestaciones culturales durante la visita de los turistas a los atractivos turísticos del distrito.
2. Brindar programas de capacitación sobre la historia, cultura y patrimonio del distrito, a los colaboradores de los operadores de servicios turísticos, para generar un mensaje claro y uniforme de la información turística a los visitantes durante su visita a los atractivos turísticos del distrito.
3. Brindar entrenamientos en técnicas de atención para mejorar la atención y el trato durante la visita de los turistas a los atractivos turísticos de Barranco ya que eso mejora su satisfacción con la visita al distrito.

11. Determinar las horas y zonas peligrosas para contar con serenazgo e incrementar el nivel de seguridad del visitante en su visita a los atractivos turísticos del distrito, en esas horas y lugares.
12. De ser insuficiente lo anterior, hacer un convenio entre la Municipalidad y la comisaria para contar con un grupo de respaldo en la zona, en las horas libres del personal policial y de serenazgo.

6.2.2 Propuesta para optimizar el agrado del visitante con respecto al servicio de atractivos turísticos.

1. Publicitar y fomentar en Barranco una filosofía sobre la mejor atención y trato al turista, durante su visita a los atractivos turísticos del distrito, mediante campañas publicitarias e instalar el día del turista de Barranco.
2. Publicitar y fomentar el Incrementar la rapidez al brindar los servicios al turista durante su visita a los atractivos turísticos del distrito mediante programas de capacitación de cómo mejorar procesos de atención.
3. Implementar un sistema de transporte, sea municipal o fomentar la participación privada, para uso de los visitantes en el traslado de distritos aledaños y en el recorrido del distrito de Barranco.
4. Capacitar y actualizar a los operadores turísticos para mejorar la atención a los visitantes del distrito durante la visita a los atractivos turísticos del distrito de Barranco en temas de tipos de turistas y sus demandas de servicios de la empresa y lo importante de generar experiencias únicas en los turistas.
5. Publicitar los servicios urbanos y gastronómicos, además hacer un concurso cada semestre donde los turistas sean los jueces.

6. Crear oficinas de información turística y hacer programas de capacitación para los colaboradores de las oficinas de información turística para atender a los viajeros en su recorrido por el distrito de Barranco.

6.2.3 Propuesta para corregir el deleite del visitante con respecto a la valorización de la infraestructura en los atractivos turísticos.

1. Campañas de valoración de las condiciones ambientales del distrito de Barranco.
2. Mejorar las rutas de llegada a Barranco haciendo uso del dinero asignado a la Municipalidad para la mejora de la infraestructura del distrito en los atractivos turísticos de Barranco.
3. Ferias y concursos cada fin de mes donde se prepare un plato creativo, o con productos andinos donde participen los restaurantes de la zona mejorando el nivel de la gastronomía en las zonas de atractivos turísticos del distrito de Barranco.

6.2.4 Otras propuestas

1. Ofrecer paquetes combinados de varios atractivos turísticos (parques, playas, zonas monumentales y museos) a la vez ya que eso prefieren los turistas. La visita a parques combinados con los otros atractivos turísticos sería el primer lugar, seguido por la visita a las playas combinados con otras modalidades. Le sigue las combinaciones de zonas monumentales y otras modalidades y en cuarto lugar museos combinadas por diversas modalidades.

2. En cuanto a los servicios de restaurantes, guías turísticos, alojamiento y transporte, publicitar y fomentar paquetes turísticos combinados, en primer lugar, la combinación con restaurantes, seguido por la combinación con alojamiento, en tercer lugar, con guías turísticos y combinaciones y finalmente transporte con combinaciones de los diferentes servicios a ofrecer.

CONCLUSIONES

Primera Conclusión

A nivel de la hipótesis general se halló una correlación de Spearman de $=0.869$ entre las dos variables, lo que indica una correlación positiva alta entre ambas variables y un valor $p < 0.000$ calculado, menor al valor p teórico 0.01 , lo cual declara significancia estadística, rechazándose la hipótesis nula, y por lo tanto **QUEDANDO DEMOSTRADO** que la Señalética **INFLUYE en la Satisfacción de los visitantes de los atractivos turísticos al distrito de Barranco, año 2019.**

Segunda Conclusión

Según hipótesis parcial, se determinó una correlación de Spearman de $= 0.858$ y un valor $p=0.000$ calculado, menor al valor p teórico 0.01 , lo cual declara significancia estadística, rechazándose la hipótesis nula, y por lo tanto **QUEDANDO DEMOSTRADO** que las llegadas y accesos al distrito como parte de la señalética **INFLUYE en la Satisfacción de los visitantes de los atractivos turísticos al distrito de Barranco, año 2019.**

Tercera Conclusión

A nivel de la hipótesis parcial se halló una correlación no significativa de 0.054 y un valor $p= 0.167$ calculado, mayor al valor p teórico de 0.01 , y por lo tanto se acepta que **la identificación de Rutas con valor y reconocimiento particular como parte de la señalética no influye en la Satisfacción de los visitantes de los atractivos turísticos al distrito de Barranco, año 2019.**

Cuarta Conclusión

A nivel de la hipótesis parcial se halló una correlación de Spearman de = 0.682 y un valor $p= 0.000$ calculado, menor al valor p teórico 0.01, lo cual declara significancia estadística, rechazándose la hipótesis nula, y por lo tanto **QUEDANDO DEMOSTRADO que el mensaje como parte de la Señalética, INFLUYE en la Satisfacción de los visitantes de los atractivos turísticos al distrito de Barranco, año 2019.**

Quinta Conclusión

A nivel de la hipótesis parcial se halló una correlación no significativa de 0.122 y un valor $p = 0.015$ calculado, mayor al valor p teórico 0.01, y por lo tanto **se acepta que la identificación de los destinos con Patrimonio Cultural exhibidos como parte de la señalética no influye en la Satisfacción de los visitantes de los atractivos turísticos al distrito de Barranco, año 2019.**

Sexta Conclusión

A nivel de la hipótesis parcial se halló una correlación de Spearman de =0.491, y un valor $p=0.000$ calculado, menor al p teórico 0.01, lo cual declara significancia estadística, rechazándose la hipótesis nula, y por lo tanto **QUEDANDO DEMOSTRADO que el conocimiento del destino como parte de la señalética INFLUYE en la Satisfacción de los visitantes de los atractivos turísticos al distrito de Barranco, año 2019.**

Séptima Conclusión

A nivel de la hipótesis parcial se halló una correlación de Spearman de $=0.488$, y un valor $p= 0.000$ calculado, menor al p teórico 0.01 , lo cual declara significancia estadística, rechazándose la hipótesis nula, y por lo tanto **QUEDANDO DEMOSTRADO** que el **Servicio en los Atractivos Turísticos como parte de la señalética INFLUYE** en la **Satisfacción de los visitantes de los atractivos turísticos del distrito de Barranco, año 2019.**

Octava Conclusión

A nivel de la hipótesis parcial, se halló una correlación de Spearman de $=0.159$ y un Valor $p0.000$ calculado, menor al valor p teórico 0.01 , lo cual declara significancia estadística, rechazándose la hipótesis nula, y por lo tanto **QUEDANDO DEMOSTRADO** que la **valoración de la infraestructura como parte de la señalética INFLUYE** en la **Satisfacción de los visitantes de los atractivos turísticos del distrito de Barranco, año 2019.**

RECOMENDACIONES

En la tercera y quinta conclusión, ambas se refieren a que la señalética no influye en las dimensiones identificación de “Rutas con Valor y Reconocimiento”, y “Destinos con Patrimonio Cultural”.

Modelo	Dimensiones	Coeficientes no estandarizados		Coeficientes estandarizados		Valor p.
		B	Error estándar	Beta	Correlación	
	(Constante)	1,688	,137			
	a) Identificación Rutas con Valor y reconocimiento	,022	,022	,056	.054	,167
	b) Identificación Destinos con Patrimonio Cultural	,040	,018	,123	.122	,015

Fuente: Elaboración propia

En la dimensión Identificación de Rutas con Valor, los indicadores que nos presentan la **insatisfacción de parte de los turistas es el Patrimonio Cultural** ($p=0.947 > 0.01$) y los Atractivos turísticos ($p= 0.811 > 0.01$) en el distrito de Barranco.

De igual manera, en la dimensión Identificación de los Destinos con Patrimonio Cultural, los indicadores, nos indican **la insatisfacción del turista al no apreciar una mejor exhibición previa de la Señalética Turística** ($p= 0.894 > 0.01$), así como otros servicios relacionados con los destinos de atractivos turísticos. ($p= 0.171 > 0.01$), por lo que tenemos a bien, plantear las siguientes recomendaciones:

Primera. Actualmente, el alcalde del Distrito de Barranco, está a la espera de la respuesta de INDECI, sobre la tramitación de un proyecto de inversión privada, de Recuperación y redefinición de la Zona Monumental del distrito.

Para ello, se recomienda al Señor Alcalde del distrito de Barranco, de acuerdo a la normatividad pertinente favorable para el desarrollo del Patrimonio Cultural, mediante inversión privada, reunirse con la INDECI- Instituto Nacional de Defensa Civil, con los estudios de factibilidad y de normatividad para adecuar, diversas señalizaciones como informativas, direccionales e interpretativas estáticas, que permitan ubicar los museos, las casonas antiguas, centros culturales, centros artísticos, hoteles y restaurantes, creando circuitos que permitan la visita de turistas a estos nuevos destinos,

Segunda. La señalética para la zona turística del distrito de Barranco, debe ser desarrollada por el gobierno local, en este caso la Municipalidad distrital, para nuevas soluciones cuyos componentes iniciales, son las ramas circulatorias viales, urbanas y por especialidad, se recomienda utilizar la señalización estática, así como un servicio de información especializada por tipo de turismo cultural, histórico, patrimonial, natural y gastronómico para el visitante, que muestra interés por los destinos turísticos cercanos, de manera presencial y virtual.

Las rutas con valor y reconocimiento, normalmente requieren de los desplazamientos terrestres cortos, y se llegan a él a través de señalética direccional y una vez en el lugar puede haber señalética informativa e interpretativa, tomando como referencias las Avenidas principales.

FUENTES DE INFORMACIÓN

Araque Cachiguango, S. (2011). *El diseño de un Sistema de Señalética Turística para las operaciones de Turismo Comunitario, Filiales a la Cordtuch*, [Tesis de Licenciatura, Escuela Superior Politécnica de Chimborazo] Recuperado de: <http://dspace.esPOCH.edu.ec/handle/123456789/1838>

Andrade Andrade, R. E. (2014). *Estudio de señalética turística para impulsar el desarrollo de la actividad en la zona de INTAG, Cantón Cotacachi, Provincia de Imbabura. Período Marzo-Agosto del 2013*. [Proyecto de Licenciatura, Universidad Internacional SEK] Recuperado de: <https://repositorio.uisek.edu.ec/handle/123456789/2683>

Barrutia Montoya, N. R. (2017). *Análisis de la Satisfacción del Turista y de los Operadores Locales de Turismo de la Provincia de Ica respecto al Servicio Ofrecido por los Guías de Turismo*. [Tesis de maestría, Universidad san Martín de Porras]

Benseny, G., Ercolani, P. (2010). Aportes metodológicos para la conformación del espacio turístico a través de la dimensión espacio temporal. *Tiempo libre Aportes y Transferencias*, 14(1), 59-80. Recuperado de: <http://nulan.mdp.edu.ar/1487/1/Apo2010a14v1pp59-80.pdf>

Canovas, E. (2006). *Sistema de Señalética Turística Nacional: Manual de diseño*. Consejo Federal de Inversiones. Recuperado de: <http://biblioteca.cfi.org.ar/documento/sistema-de-senaletica-turistica-nacional-manual-de-diseno/>

Camacho Díaz, O. (2011) *Diseño de información en la señalización de espacios naturales. Pautas de estilo*. [Tesis de licenciatura, Universidad de Granada] Dialnet. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/tesis?codigo=61537>

Costa, J. (1987). *Señalética*. Enciclopedia de Diseño. Barcelona: CEAC.

Costa, J. (2008). *Diseño, comunicación y cultura*. Madrid: FUNDESCO.

Consortio de Gobiernos Provinciales del Ecuador (2013).

Señalética turística en áreas rurales. Caja de herramientas de apoyo a la gestión territorial del turismo. Recuperado de: <http://www.congope.gob.ec/wp-content/uploads/2014/08/Se%C3%B1aleticaTuristica-en-areas-rurales-17-07-2013.pdf>

Extremadura, J. d. (2001). *Manual de Señalización Turística* . Recuperado de:

https://www.laruinagrafica.com/sites/default/files/pdf/Manual_Senalizacion_Turistica_Extremadura_v1.1.pdf

Gobierno de Navarra (2015). *Manual de Señalización Turística de Navarra*.

Recuperado de:

<http://www.turismo.navarra.es/imgs/ManualSenalizacionTuristica-201508.pdf>

Huaraca Calderón, C. E. (2012) *Diseño de un Sistema de Señalética Turística para el Cantón Cumandá, Provincia de Chimborazo.* [Tesis de Licenciatura, Escuela Superior Politécnica de Chimborazo] Recuperado de: <http://dspace.esPOCH.edu.ec/bitstream/123456789/2175/1/23T0319%20.pdf>

Hernández Chanto, A. (2008) El método hipotético-deductivo como legado del positivismo lógico y el racionalismo crítico: Su influencia en la economía Ciencias Económicas. *Revista de Ciencias Económicas* 26(2) Recuperado de: <https://revistas.ucr.ac.cr/index.php/economicas/article/view/7142>

Hernández Sampieri , R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2014). *Metodología de la Investigación*. (6ta. ed.) México D.F.: McGraw Hill.

Jebbar, I. (2013). *Proyecto de señalización de interés turístico-histórico en sendero de acceso al Castillo de Bairén, Gandía*. [Proyecto, Universidad Politecnica de Valencia] Recuperado de:

<https://riunet.upv.es/bitstream/handle/10251/31484/Memoria.pdf.pdf?sequence=1>

Jiménez Rosillo, L. A. (2017), *Senderización y señalética turística de los atractivos naturales, del sendero El Palmo de la Parroquia El Airo, Cantón Espíndola, Provincia de Loja*, [Tesis de licenciatura, Universidad Nacional de Loja]

Recuperado de:

https://dspace.unl.edu.ec/jspui/browse?type=title&sort_by=1&order=ASC&rpp=20&etal=-1&null=&offset=21426

Junta de Andalucía (2010). *Manual de Señalización Turística de Andalucía*.

Recuperado de:

http://www.carreteros.org/normativa/s_vertical/pdfs/andalucia.pdf

Junta de Castilla y León. (2016). *Manual de Señalización Turística de Castilla y León*. Turismo Castilla y León. Recuperado de:

<https://www.turismocastillayleon.com/es/espacio-profesionales/informaciones/manual-senalizacion-turistica-castilla-leon>

Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Marketing*. (10. ed.) Pearson. México.

Lozada, J. (2014) Investigación Aplicada Definición, Propiedad Intelectual e Industria.

CienciAmérica: Revista de divulgación científica de la Universidad Tecnológica Indo américa. 3, (1) Recuperado de:

<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6163749>

López Vílchez, I. (2001). Turismo en ciudades históricas. Orientación y señalización turística. *Revista PH* 11(2).

Mamani, W. (22 de marzo de 2016) *Entender el turismo: Glosario Básico*. Asesores en Turismo para empresas e instituciones publicas. Recuperado de:

<http://media.unwto.org/es/content/entender-el-turismo-glosario-basico>

Marrero, F. (2016). *Glosario de términos hoteleros, turísticos y relacionados*. Tenerife, Canarias. España.

Mejía, E. & Novoa P. & Vallejos, A. & Ñaupar, H. (2005) *Metodología de la investigación científica*. CEPREDIM-UNMSM, Lima.

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo-MINCETUR. (2016). *Plan Estratégico Nacional de Turismo 2025*. MINCETUR. Recuperado de:
https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/turismo/documentos/PENTUR/PENTUR_Final_JULIO2016.pdf

Ministerio de Cultura. (15 de Diciembre de 2018). *Conceptos y definiciones* . Recuperado de:
<http://www.cultura.gob.pe/es/patrimonio/sitiosdepatriomoniomundial/conceptos>

Ministerio de Fomento de España (2000). *Manual del Sistema de Señalización Turística Homologada de la red de carreteras del Estado*. Recuperado de:
<http://normativa.itafec.com/equipamiento-vial/ES.10.01.013.OT.pdf>

Ministerio de Turismo del Ecuador. (2011). *Manual de Señalización Turística*. Recuperado de:
<https://jorgepaguay.files.wordpress.com/2011/10/manual-sec3b1alizacic3b3n-25-08-2011.pdf>

Moreno Gil, S.; Celis Sosa, D.; Aguiar Quintana, T. (2002) Análisis de la satisfacción del turista de paquetes turísticos respecto a las actividades de ocio en el destino: el caso de República Dominicana. *Cuadernos de Turismo*, 9 (2002) pp. 67-84 Recuperado de:
<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=39800906>

Municipalidad de Barranco (4 de octubre de 2016). *Buscan recuperar patrimonio cultural e histórico de Barranco con Inversión Privada*. Andina. Recuperado de:

<https://andina.pe/agencia/noticia-buscan-recuperar-patrimonio-cultural-e-historico-barranco-inversion-privada-633905.aspx>

Municipalidad de Barranco (noviembre de 2018) *Inventario de Recursos Turísticos del Distrito de Barranco*. Recuperado de: <https://docplayer.es/116225709-Inventario-de-recursos-turisticos-del-distrito-de-barranco.html>

Orozco Rodríguez, S. & Sime Chiappe, E. (2015). *Programa de Señalética para optimizar la orientación de espacios del Proyecto especial Olmos-Tinajones*. [Tesis de Licenciatura, Universidad Señor de Sipan] Recuperado de: <http://repositorio.uss.edu.pe/handle/uss/2316?show=full>

Párraga Ganchozo, G. E. (2014) *Gestión De Señalética Turística En El Desarrollo Socio-Económico De La Parroquia Charapotó Del Cantón Sucre*, [Tesis de Licenciatura, Escuela Superior Politécnica Agropecuaria De Manabí Manuel Félix López] Recuperado de: <http://repositorio.esпам.edu.ec/xmlui/handle/42000/124>

Popper Karl, R. (1980) *La Lógica De La Investigación Científica*. Editorial: Tecnos, S.A, 1980 O' Donnell, Madrid.

Pucce López, M. R. (2017), *Propuesta de Sistema Señalético Basado en las Teorías del Diseño y la Semiótica para mejorar el Desplazamiento en la Municipalidad Provincial de Lambayeque*. [Tesis de Licenciatura, Universidad Nacional Pedro Ruiz Gallo]. Recuperado de: <http://repositorio.unprg.edu.pe/handle/UNPRG/1383>

PROMPERU (11 de agosto de 2017) Los 6 tipos de Patrimonio Cultural del Perú que no conocías. Recuperado de: <https://www.pinterest.es/amp/pin/769904498770556126/>

Real Academia Española . *Diccionario de la Real Academia Española*. 23.ª ed. Madrid.

Resolución Directoral N 16-2016- MTC. (31 de mayo de 2016)

Manual de dispositivos de control del tránsito automotor para calles y carreteras. Recuperado de:

http://transparencia.mtc.gob.pe/idm_docs/normas_legales/1_0_3730.pdf

Secretaria de Turismo. Presidencia de la Nación (13 de marzo del 2011). Manual De Diseño: Sistema De Señalética Turística Nacional. [Presentación de Power Point]. Recuperado de:

<http://desarrolloturistico.gob.ar/inversiones/sistema-de-senaletica-turistica-nacional>

Sierra Enriquez, M. S. (2016). *Análisis sobre la satisfacción del visitante y la gestión de siete áreas naturales protegidas*. [Tesis de maestría Universidad Técnica del Norte] Recuperado de: <http://repositorio.utn.edu.ec/handle/123456789/6771>

Sierra Massari, M. C., (2016) El Arte De Orientación Espacial: La Señalética como medio visual para el turismo interno de Tacna. 1(1) *Revista Arte Orval*.

Recuperado de:

https://alicia.concytec.gob.pe/vufind/Record/ORVA_5f2c70868bdf751f894f166dfd3393aa

Tamayo C., Silva S. (2019). Técnicas e instrumentos de recolección de datos.

[Presentación de Power Point] Universidad Católica Los Ángeles de

Chimbote. Recuperado de: <http://www.postgradoune.edu.pe/pdf/documentos-academicos/ciencias-de-la-educacion/23.pdf>

Tirado, D. (2013). *Fundamentos de Marketing*. Publicación Universitat Jaume I.

Recuperado de:

<http://repositori.uji.es/xmlui/bitstream/handle/10234/49394/s74.pdf>

Todos los premios que obtuvo Perú en los World Travel Awards Sudamérica 2018.

(29 de Septiembre de 2018). *El Comercio*. Recuperado de:

<https://elcomercio.pe/vamos/premios-obtuvo-peru-world-travel-awards-sudamerica-2018-noticia-562579-noticia/>

Xunta de Galicia (23 de abril de 2012). *Manual de Señalización Turística*. Turismo en Galicia. Recuperado de:

https://www.turismo.gal/docs/mdaw/mtuz/~edisp/turqa153279.pdf?langId=es_ES

Valdez Castillo, D. S. (2019) *La promoción del Balneario de Máncora y su relación con la Afluencia Turística*. [Tesis de maestría, Universidad San Martín].

Recuperado de:

http://repositorio.usmp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12727/5891/VALDEZ_CD.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Villareal, A. (2004). *Señalética y rutas turísticas urbanas en Ecuador*. Ecuador: Gestión Local del Turismo.

ANEXOS

ANEXO A: MATRIZ DE CONSISTENCIA

Título: La Señalética en la Satisfacción de los visitantes de los atractivos turísticos del distrito de Barranco, en el año 2019

		HIPÓTESIS					
ROBLEMA	OBJETIVO	Hipótesis Nula (Ho)	Hipótesis Alternativa (Ha)	VARIABLE	DIMENSIONES	INDICADORES	DISEÑO DE INVESTIGACIÓN
GENERAL	¿De qué manera la Señalética influye en la Satisfacción de los visitantes de los atractivos turísticos del distrito de Barranco, en el año 2019?	Determinar de qué manera la Señalética influye en la Satisfacción de los visitantes de los atractivos turísticos del distrito de Barranco, en el año 2019	La Señalética no influye en la Satisfacción de los visitantes de los atractivos turísticos del distrito de Barranco, en el año 2019	La Señalética influye en la Satisfacción de los visitantes de los atractivos turísticos del distrito de Barranco, en el año 2019	Variable		Enfoque de investigación: cuantitativo
ESPECÍFICOS	1. ¿De qué manera las Llegadas y Accesos al distrito, como parte de la Señalética, influye en la Satisfacción de los visitantes de los atractivos turísticos del distrito de Barranco, en el año 2019?	1. Determinar de qué manera las Llegadas y Accesos al distrito, como parte de la Señalética, influye en la Satisfacción de los visitantes de los atractivos turísticos del distrito de Barranco, en el año 2019	1. Las Llegadas y accesos al distrito, como parte de la Señalética, influye en la Satisfacción de los visitantes de los atractivos turísticos del distrito de Barranco, en el año 2019	<u>Independiente</u> (X)=Señalética	X1=Llegadas y accesos al distrito. X12= Nivel de uso de la Señalética en las llegadas y accesos al distrito. X13= Nivel de Idiomas en la señalética	X11= Sistema de señalética turística X12= Nivel de uso de la Señalética en las llegadas y accesos al distrito. X13= Nivel de Idiomas en la señalética	Nivel de investigación: descriptiva, explicativa y correlacional. Método de investigación: hipotético deductivo. Diseño de Investigación: No experimental del tipo transversal descriptivo y

								del tipo transversal correlacional-causales.	
2.	¿De qué manera la Identificación de las rutas con valor y reconocimiento particular como parte de la Señalética influye en la Satisfacción de los visitantes de los atractivos turísticos del distrito de Barranco, en el año 2019?	2.	Determinar de qué manera la Identificación de las rutas con valor y reconocimiento particular como parte de la Señalética influye en la Satisfacción de los visitantes de los atractivos turísticos del distrito de Barranco, en el año 2019.	2.	La Identificación de las rutas con valor y reconocimiento particular como parte de la Señalética influye en la Satisfacción de los visitantes de los atractivos turísticos del distrito de Barranco, en el año 2019	<u>Independiente</u> (X)=Señalética	X2= Identificación de las rutas con valor y reconocimiento particular	X21= Nivel de Identificación del Patrimonio Cultural X22= Nivel de Identificación de las rutas con valor y reconocimiento particular usado en la señalética X23= Atractivo turístico	Población infinita: 835,920 Turistas extranjeros y nacionales que visitan el distrito de Barranco Muestra: De acuerdo a la fórmula de tamaño de muestra resulta 203 visitantes al distrito de Barranco.
3.	¿De qué manera el Mensaje como parte de la Señalética influye en la Satisfacción de los visitantes de los atractivos turísticos del distrito de Barranco, en el año 2019?	3.	Determinar de qué manera el Mensaje como parte de la Señalética influye en la Satisfacción de los visitantes de los atractivos turísticos del distrito de Barranco, en el año 2019	3.	El Mensaje como parte de la Señalética influye en la Satisfacción de los visitantes de los atractivos turísticos del distrito de Barranco, en el año 2019	<u>Independiente</u> (X)=Señalética	X3= Mensaje	X31= Nivel de Didáctica y fácil de entender X32= Nivel de Mensaje de la señalética X33= Nivel de Experiencia de los turistas al visitar los atractivos turísticos.	Técnica de recolección de datos: Encuesta Instrumento de Recolección de Datos: Cuestionario

X34= Nivel de valoración de los atractivos turísticos.

Paquete Estadístico de Análisis de Datos:

SPSS

- | | | | | | |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 4. ¿De qué manera la <i>Identificación de los destinos con patrimonio cultural exhibidos</i> como parte de la Señalética influye en la Satisfacción de los visitantes de los atractivos turísticos del distrito de Barranco, en el año 2019? | 4. Determinar de qué manera la <i>Identificación de los destinos con patrimonio cultural exhibidos</i> como parte de la Señalética influye en la Satisfacción de los visitantes de los atractivos turísticos del distrito de Barranco, en el año 2019. | 4. La <i>Identificación de los destinos con patrimonio cultural exhibidos</i> como parte de la Señalética influye en la Satisfacción de los visitantes de los atractivos turísticos del distrito de Barranco, en el año 2019 | <u>Independiente</u>

(X)=Señalética | X4=
<i>Identificación de los destinos con patrimonio cultural exhibidos</i> | <i>X41= Nivel de exhibición de la señalética para identificación de los destinos con patrimonio cultural</i> |
| 5. ¿De qué manera la Señalética influye en el Conocimiento del destino turístico en la Satisfacción de los visitantes de los atractivos turísticos del distrito de Barranco, en el año 2019? | 5. Determinar de qué manera la Señalética influye en el Conocimiento del destino turístico en la Satisfacción de los visitantes de los atractivos turísticos del distrito de Barranco, en el año 2019 | 5. La Señalética influye en el Conocimiento del destino turístico en la Satisfacción de los visitantes de los atractivos turísticos del distrito de Barranco, en el año 2019 | <u>Dependiente</u>

(Y)=Satisfacción de los visitantes del distrito de Barranco | Y1= Nivel de Conocimiento del destino turístico | Y11= Nivel de Atención y trato proporcionado

Y12= Nivel de Seguridad

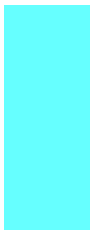
Y13= Nivel de accesibilidad a la información |

Y14= Nivel de Señalización

- | | | | | | |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------|
| 6. ¿De qué manera la Señalética influye en el Servicio en los atractivos turísticos en la Satisfacción de los visitantes de los atractivos turísticos del distrito de Barranco, en el año 2019? | 6. Determinar de qué manera la Señalética influye en el Servicio en los atractivos turísticos en la Satisfacción de los visitantes de los atractivos turísticos del distrito de Barranco, en el año 2019 | 6. La Señalética influye en el Servicio en los atractivos turísticos en la Satisfacción de los visitantes de los atractivos turísticos del distrito de Barranco, en el año 2019 | <u>Dependiente</u>

(Y)=Satisfacción de los visitantes del distrito de Barranco | Y2= Servicio en los Atractivos turísticos | Y21= Nivel de rapidez en el servicio |
| | | | | | Y22= Nivel de transporte |
| | | | | | Y23= Nivel de Operadores Turísticos |
| | | | | | Y24= Nivel de servicios urbanos y gastronómicos |
| | | | | | Y25= Nivel de Oficinas de Información turística |
| 7. ¿De qué manera la Señalética influye en la Valoración de la Infraestructura en los atractivos turísticos en la Satisfacción de los visitantes de los atractivos turísticos del distrito de Barranco, en el año 2019? | 7. Determinar de qué manera la Señalética influye en la Valoración de la Infraestructura en los atractivos turísticos en la Satisfacción de los visitantes de los atractivos turísticos del distrito de Barranco, en el año 2019 | 7. La Señalética influye en la Valoración de la infraestructura en los atractivos turísticos en la Satisfacción de los visitantes de los atractivos turísticos del distrito de Barranco, en el año 2019 | <u>Dependiente</u>

(Y)=Satisfacción de los visitantes del distrito de Barranco | Y3= Valoración de la infraestructura en los atractivos turísticos. | Y31= Nivel de valoración de las condiciones ambientales de los atractivos turísticos |
| | | | | | Y32= Nivel de las rutas de llegada a los atractivos |
| | | | | | Y33= Nivel de la Gastronomía |



Y34= Nivel de los
servicios turísticos

Fuente: Elaboración propia (2020).

ANEXO B1: MATRIZ DE LA OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES

Tabla 43 Operacionalización de la Variable 1: Señalética

Variable	Dimensiones	Indicadores
Señalética	1. Llegadas y accesos al distrito	Sistema de señalética turística Nivel de uso de la señalética en las llegadas y accesos al destino. Nivel de Idiomas en la señalética
	2. Identificación de las rutas con valor y reconocimiento particular	Nivel de Identificación del Patrimonio Cultural Nivel de Identificación de las rutas con valor y reconocimiento particular usado en la señalética. Atractivos turísticos
	3. Mensaje	Nivel de Didáctica y fácil de entender Nivel de Mensaje de la señalética Nivel de Experiencia de los turistas al visitar los atractivos turísticos. Nivel de valoración de los atractivos turísticos
	4. Identificación de los destinos con patrimonio cultural exhibidos	Nivel de exhibición de la señalética para identificación de los destinos con patrimonio cultural Nivel de Experiencia Marca Perú

Fuente: Elaboración propia

Tabla 44 Operacionalización de la Variable 2: Satisfacción de los Visitantes

Variable		Dimensiones	Indicadores
Satisfacción de los visitantes	1.	Destino	Nivel de Atención y trato proporcionado Nivel de Seguridad Nivel de Información Nivel de Accesibilidad a la Información Nivel de Señalización
	2.	Servicio en los atractivos turísticos	Nivel de Rapidez en el servicio Nivel de transporte Nivel de Operadores Turísticos Nivel de Servicios Urbanos y Gastronómicos Nivel de Oficinas de información turística
	3.	Valoración de la Infraestructura en los atractivos turísticos	Nivel de Valoración de las condiciones ambientales de los atractivos turísticos Nivel de las rutas de llegada Nivel de la Gastronomía Nivel de los Servicios turísticos

Fuente: Elaboración propia

ANEXO B2: MATRIZ DE LA OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES

Variable(s)	Definición conceptual	Dimensiones	Definición operacional	Indicadores	Ítems
<p style="text-align: center;"><i>Independiente (X)</i></p> <p>VI = Señalética</p> <p>Es una disciplina de la comunicación ambiental y de la información que tiene por objeto orientar las decisiones y las acciones de los individuos, en lugares donde se prestan servicios.</p> <p>Díaz (2014), citando a Joan Costa (1987),</p>		<p>X1: Llegadas y accesos al distrito</p> <p>Señales de dirección</p> <p>Tienen por finalidad informar sobre los destinos, así como de los códigos y nombres de las vías que conducen a ellos, al tomar una salida o realizar un giro. Podrán indicar la distancia aproximada al destino.</p> <p>Señales de confirmación, tienen como función confirmar a los conductores el destino elegido, indicando la distancia a éste y a otros destinos a que la vía conduce.</p> <p>X2: Identificación de las rutas con valor y reconocimiento particular</p> <p>Ruta Turística: es el camino o recorrido que se destaca</p>		<p>X11= Sistema de señalética turística</p> <p>X12= Nivel de uso de la señalética en las llegadas y accesos al destino.</p> <p>X13= Nivel de Idiomas en la señalética</p> <p>X21= Nivel de Identificación del Patrimonio Cultural</p> <p>X22= Nivel de Identificación de las rutas con valor y reconocimiento particular usado en la señalética</p>	

por sus atractivos para el desarrollo del turismo. estas rutas pueden sobresalir por sus características naturales o por permitir el acceso a un patrimonio cultural o histórico de importancia

X3: Mensaje

En Señalética, el mensaje son signos de orientación para mejorar el comportamiento de los individuos en su orientación de un lugar determinado, que le permita la mejor y más rápida accesibilidad de los servicios turísticos requeridos, así como una mayor seguridad en los desplazamientos.

X4: Identificación de los destinos con patrimonio cultural exhibidos

Patrimonio cultural:

Se entiende por bien integrante del Patrimonio Cultural de la Nación a toda manifestación del quehacer humano –material o inmaterial- que por su importancia, valor y significado paleontológico, arqueológico, arquitectónico, histórico, artístico, militar, social, antropológico o intelectual, sea expresamente declarado como tal o sobre el

X23= Atractivo turísticos

X31= Nivel de Didáctica y fácil de entender

X32= Nivel de Mensaje de la señalética

X33= Nivel de Experiencia de los turistas al visitar los atractivos turísticos.

X34= Nivel de valoración de los atractivos turísticos

X41= Nivel de exhibición de la señalética para identificación de los destinos con patrimonio cultural

X42= Nivel de Experiencia

X43= Marca Perú

que exista la presunción legal de serlo.

Y1: Destino

Es un espacio geográfico determinado (turístico), con clima, infraestructura, servicios y capacidad administrativa, que permiten el desarrollo de instrumentos de planificación en turismo.

Y11= Nivel de Atención y trato proporcionado

Y12= Nivel de Seguridad

Y13= Nivel de Información

Y14= Nivel de Accesibilidad a la Información

Y15= Nivel de Señalización

Dependiente (Y)

VD =

Satisfacción de los visitantes

Cuando el turista siente que sus expectativas han sido cubiertas, entonces se irá contento. Monferrer (2013)

Y2: Servicio en los atractivos turísticos

Son acciones que se aplican al servicio de las personas, para su orientación en un espacio, a un lugar determinado, para la mejor y más rápida accesibilidad a los servicios turísticos requeridos, y una mayor seguridad en los desplazamientos y acciones. (Municipalidad de Barranco, 2018),

Y21= Nivel de Rapidez en el servicio

Y22= Nivel de transporte

Y23= Nivel de Operadores Turísticos

Y24= Nivel de Servicios Urbanos y Gastronómicos

Y25= Nivel de Oficinas de información turística

Y3: Valoración de la Infraestructura en los atractivos turísticos

Es un espacio geográfico determinado, que atrae a turistas con productos, recursos e infraestructura

Y31= Nivel de Valoración de las condiciones ambientales de los atractivos turísticos

Y32= Nivel de las rutas de llegada

Y33= Nivel de la Gastronomía

adaptadas a las satisfacciones buscadas del turista, según la puesta en valor y el ordenamiento de los atractivos turísticos disponibles (Municipalidad de Barranco, 2018)

Y34= Nivel de los Servicios turísticos

Fuente: Elaboración propia (2020).

ANEXO C INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS:

Formato de Encuesta:

“La Señalética en la Satisfacción de los Visitantes de los Atractivos Turísticos del Distrito de Barranco en el Año 2019”

I Datos Generales: Nombre: **Edad:**

Turista Nacional (), Turista Extranjero (), Autoridad (), Nacionalidad:

Sexo: Femenino () Masculino () Grado de instrucción: Superior Técnica (), Superior Universitaria (), otros ().

II. Instrucciones: Marcar con (X), la alternativa que usted crea conveniente.

	Totalmente de Acuerdo	De Acuerdo	Indiferente	En Desacuerdo	Totalmente en Desacuerdo
1. ¿Considera usted que debe existir un sistema de señalética turística en el distrito de Barranco?					
2. ¿Cree usted que se debe utilizar señalética turística en las llegadas y accesos al distrito de Barranco?					
3. ¿La Señalética turística en las llegadas y accesos al distrito, le darían información sobre lo que puede visitar y por lo tanto su visita sería más grata?					
4. ¿Cree usted que se debe utilizar varios idiomas en la Señalética turística en las llegadas y accesos al distrito?					

6. ¿Cree que su Nivel de satisfacción con respecto a la visita al distrito mejoraría si la señalética turística identificará el patrimonio cultural del distrito?					
7. ¿Cree que su Nivel de satisfacción con respecto a la visita al distrito mejoraría si la señalética turística identificara la Rutas con valor y reconocimiento particular del distrito?					
8. ¿Cree que es necesario usar Didáctica en la señalética turística del distrito?					
10. ¿Cree que su Nivel de satisfacción con respecto a la visita al distrito mejoraría si la señalética turística fuera didáctica y fácil de entender?					
11. ¿Cree que la Señalética turística con mensaje influiría en el Conocimiento de los atractivos turísticos del distrito de Barranco					
12. ¿Cree que la Señalética turística influiría en la Experiencia de los turistas al visitar los atractivos turísticos del distrito de Barranco					
13. ¿Cree que la Señalética turística con el icono visual de la Marca Perú influiría en la Valoración de los atractivos turísticos del distrito de Barranco?					
14. ¿Cree que el Nivel de exhibición de la señalética para identificación de los destinos con patrimonio cultural haría más satisfactoria la visita al distrito de Barranco?					
	Totalmente Satisfecho	satisfecho	Indiferente	insatisfecho	Totalmente insatisfecho
16. ¿Cuál es su nivel de satisfacción sobre la Señalética turística con el icono visual de la Marca Perú respecto a su visita al distrito de Barranco?					
17. ¿Cuál es su nivel de satisfacción respecto a la atención y trato proporcionado en su visita a los atractivos turísticos del distrito de Barranco?					
18. ¿Cuál es su nivel de satisfacción respecto al nivel de seguridad experimentado en su visita a los atractivos turísticos del distrito de Barranco?					

19. ¿Cuál es su nivel de satisfacción si existiera información turística en su visita a los atractivos turísticos del distrito de Barranco?					
20. ¿Cuál es su nivel de satisfacción si existiera señalización turística en su visita a los atractivos turísticos del distrito de Barranco?					
21. ¿Cuál es su nivel de satisfacción respecto la rapidez en los servicios experimentados en su visita a los atractivos turísticos del distrito de Barranco?					
22. ¿Cuál es su nivel de satisfacción respecto al transporte experimentado en su visita a los atractivos turísticos del distrito de Barranco?					
23. ¿Cuál es su nivel de satisfacción respecto a los operadores turísticos experimentado en su visita a los atractivos turísticos del distrito de Barranco?					
24. ¿Cuál es su nivel de satisfacción respecto a los servicios urbanos y gastronómicos experimentado en su visita a los atractivos turísticos del distrito de Barranco?					
25. ¿Cuál es su nivel de satisfacción respecto a las oficinas de información turística experimentado en su visita a los atractivos turísticos del distrito de Barranco?					
26. ¿Cuál es su nivel de satisfacción respecto a la valoración de las condiciones ambientales de los atractivos turísticos del distrito de Barranco?					
27. ¿Cuál es su Nivel de Satisfacción si existiera señalética turística en las rutas de llegada a los atractivos turísticos de Barranco?					
28. ¿Cuál es su nivel de satisfacción respecto al nivel gastronómico experimentado en su visita a los atractivos turísticos del distrito de Barranco?					
29. ¿Cuál es su Nivel de satisfacción respecto a los servicios turísticos experimentado en su visita a los atractivos turísticos del distrito					
	Francés	Alemán	Italiano	Inglés	Otros

5. ¿Qué idiomas recomendaría para la señalética turística del distrito de Barranco? (marque dos).					
	Museos	Zona Monumental	Parques	Playa	Otros
9. ¿Qué atractivo turístico le ha causado satisfacción en su visita al distrito de Barranco? (marque varios).					
	Transporte	Alojamiento	Restaura nte	Guía Turístico	Otros
15. ¿Qué servicio turístico le ha causado mayor satisfacción en su visita al distrito de Barranco?					