



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

**LA INFRAESTRUCTURA PARA DISCAPACITADOS MOTRICES EN
LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS DEL DISTRITO DE PUEBLO
LIBRE Y SU RELACIÓN CON LA PROMOCIÓN TURÍSTICA DE LA
MUNICIPALIDAD, 2018**

**PRESENTADA POR
VANIA KARINA MENDOZA AGUIRRE**

**ASESOR
FABRIZIO AUGUSTO ALBERCA SIALER**

**TESIS
PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADA EN
TURISMO Y HOTELERÍA**

LIMA – PERÚ

2018



Reconocimiento - No comercial - Sin obra derivada

CC BY-NC-ND

La autora 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/>



USMP
UNIVERSIDAD DE
SAN MARTIN DE PORRES

**FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN TURISMO Y
PSICOLOGÍA
ESCUELA DE TURISMO Y HOTELERÍA**

**“LA INFRAESTRUCTURA PARA DISCAPACITADOS MOTRICES
EN LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS DEL DISTRITO DE PUEBLO
LIBRE Y SU RELACIÓN CON LA PROMOCIÓN TURÍSTICA DE
LA MUNICIPALIDAD, 2018”**

**TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO DE LICENCIADA EN
TURISMO Y HOTELERÍA**

**PRESENTADA POR:
BACHILLER: VANIA KARINA MENDOZA AGUIRRE**

**ASESOR:
MG. FABRIZIO AUGUSTO ALBERCA SIALER**

LIMA - PERÚ

2018

**“LA INFRAESTRUCTURA PARA DISCAPACITADOS MOTRICES
EN LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS DEL DISTRITO DE PUEBLO
LIBRE Y SU RELACIÓN CON LA PROMOCIÓN TURÍSTICA DE
LA MUNICIPALIDAD, 2018”**

DEDICATORIA

A Dios quien en todo momento está conmigo.

A mi mamá, por su fuerza y valentía ante los momentos difíciles.

A mis abuelos: Luis Aguirre, Francisca Aedo y Blanca Linares, gracias por su infinito amor y por ser mis guías, aunque no estén conmigo físicamente, siempre los llevaré lo más cerca al corazón.

AGRADECIMIENTO

Agradezco el apoyo incondicional de mis padres: Elena y Juan, quienes me han motivado siempre a conseguir cada meta que me proponga, demostrándome su amor y cariño en todo momento.

A mis hermanas Maria Fernanda y Ariana, a quienes les deseo mucho éxito en su futuro y anhelo que al igual que yo cumplan sus sueños.

A mi abuelo Juan Mendoza, quien a través de sus consejos me ayudo a conseguir mis objetivos.

A toda mi familia y amigos que me han apoyado a lo largo de este camino profesional.

INDICE

PORTADA.....	i
DEDICATORIA.....	iii
AGRADECIMIENTO.....	iv
INTRODUCCIÓN	x
Descripción de la realidad problemática	xi
Formulación del problema.....	xii
Problema General	xii
Problemas Específicos.....	xii
Objetivos de la investigación.....	xii
Objetivo General	xii
Objetivos específicos	xii
Justificación de la investigación	xiii
Importancia de la investigación.....	xiii
Viabilidad del estudio	xiv
Limitaciones de la investigación.....	xv
CAPÍTULO I: MARCO TEÓRICO.....	16
1.1 Antecedentes de la investigación	16
1.2. Bases teóricas.....	18
1.2.1. El turismo.....	18
1.2.2. Infraestructura.....	20
1.2.3. Promoción Turística	22
1.2.4 Generalidades del distrito de Pueblo Libre	35
1.3. Definición de términos básicos.....	35
CAPÍTULO II: METODOLOGÍA.....	39
2.1. Diseño Metodológico.....	39
2.2. Procedimiento de muestreo	40
2.3. Técnicas de recolección de datos	40
2.4. Aspectos éticos	41
2.5. Variables de la investigación.....	41
2.6. Matriz de Operacionalización de las variables	42
2.7. Matriz de operacionalización de las variables	43
2.8. Cronograma	43

CAPÍTULO III: RESULTADOS Y DISCUSIÓN	44
3.1. Resultados de la investigación.....	44
3.1.1. Análisis de los resultados	50
3.2. Discusión de la investigación	50
CAPÍTULO IV: PROPUESTA: PLAN PROMOCIONAL.....	56
4.1 Presentación	56
4.2 Introducción.....	57
4.3 Objetivo	57
4.4 Diagnóstico situacional.....	58
4.4.1 ANÁLISIS EFE (Evaluación de Factores Externos)	58
OPORTUNIDADES.....	58
AMENAZAS	58
4.4.2 ANALISIS EFI (Evaluación de Factores Internos).....	59
FORTALEZAS	59
DEBILIDADES	59
4.5 Matrices estratégicas	59
4.5.1. Matriz del perfil competitivo	60
4.6 Matriz FODA CRUZADA	63
4.7 Matriz de las cinco fuerzas de Porter	65
4.7.1 Poder de negociación de los compradores o clientes.....	65
4.7.2 Poder de negociación de los proveedores o vendedores	67
4.7.3 Amenaza de nuevos competidores entrantes.....	67
4.7.4 Amenaza de productos sustitutos.....	68
4.7.5 Rivalidad entre los competidores.....	69
4.8 Estrategias	69
4.9 Análisis presupuestal de las estrategias elegidas	70
CONCLUSIONES.....	71
RECOMENDACIONES	72
FUENTES DE INFORMACIÓN	73
<i>Anexo 1: Matriz de consistencia</i>	78
<i>Anexo 2: Matriz de Operacionalización de variables.....</i>	79
<i>Anexo 3: Fichas de observación de los atractivos turísticos.....</i>	81
<i>Anexo 4: Validación de instrumentos de expertos</i>	¡Error! Marcador no definido.

INDICE DE TABLAS

Tabla 1: Técnicas de recolección de datos	40
Tabla 2: Análisis de fiabilidad del instrumento estructurado.....	44
Tabla 3: Resultados específicos de la confiabilidad	44
Tabla 4: Museo Nacional de Arqueología, Antropología e Historia del Perú....	45
Tabla 5: Museo Larco.....	46
Tabla 6: Plaza Bolívar	47
Tabla 7: Iglesia María Magdalena	48
Tabla 8: Casa de los Libertadores.....	49
Tabla 9: Validación por juicio de expertos	51
Tabla 10: Ponderación de los factores de éxito (experto 1)	60
Tabla 11: Ponderación de los factores de éxito (experto 2)	60
Tabla 12: Ponderación de los factores de éxito.....	61
Tabla 13: Matriz de perfil competitivo.....	61
Tabla 14: Análisis de los factores internos y externos.....	63
Tabla 15: Presupuesto de estrategias elegidas.....	70

RESUMEN

La presente investigación tiene como objetivo el analizar la infraestructura y su relación con la promoción turística en el distrito de Pueblo Libre dirigido a los turistas con discapacidad motriz. Dicho distrito cuenta con un número de atractivos culturales que no son promocionados debidamente y que son importantes para regular el flujo turístico y que éste a su vez incremente el desarrollo turístico de la localidad.

Pueblo Libre cuenta con atractivos como el Museo Nacional de Arqueología, Antropología e Historia del Perú, el Museo Larco, La Iglesia María Magdalena, La Plaza Bolívar y La Casa de los Libertadores; los cuales representan el principal medio cultural del distrito pero que carecen de infraestructura básica y otros elementos.

A través de un diseño descriptivo básico, de enfoque cualitativo; la investigación pretende medir la actual situación de la infraestructura y el nivel de promoción que estos atractivos poseen. Para ello se hizo uso de la técnica de la observación y su instrumento fue la guía de observación, en los atractivos mencionados anteriormente.

Los resultados fueron un poco desalentadores; pues no se cuenta con infraestructura básica, ni servicios de transporte aptos, alimentación adecuada, estacionamiento dirigido a personas con discapacidad motriz. Tampoco existe un alto nivel de comunicación activa por parte de la Municipalidad respecto a la publicidad y promoción de sus atractivos. Por ello se pretende proponer un plan promocional que permita incentivar el turismo accesible en la localidad y su desarrollo económico.

Palabras clave: Turismo accesible, discapacidad motriz, infraestructura básica, promoción.

ABSTRACT

The objective of this research is to analyze the infrastructure and its relationship with tourism promotion in Pueblo Libre district, aimed at tourists with motor disabilities. This district has a number of cultural attractions that are not properly promoted and that are important to regulate the tourist flow and increases the tourism development of the town.

Pueblo Libre has attractions such as Museum of Archeology, Anthropology and History of Peru, Larco Museum, María Magdalena Church, Bolivar Square and Libertadores House; which represent the main cultural attractions of the district but lacking basic infrastructure and other elements.

Through a basic descriptive design, with a qualitative approach; the research aims to measure the current situation of the infrastructure and the level of promotion attractions. To achieve that goal, we have used the observation technique taking as instrument the observation guide in the attractions mentioned above.

The results were discouraging, because there is neither basic infrastructure, no transportation services, adequate food, parking for people with motor disabilities, and there is no active communication by the municipality regarding advertising or promotion of their attractions. For this reason, it is proposed a promotional plan that allows encouraging accessible tourism in the locality and its economic development.

Keywords: Accessible tourism, motor disability, basic infrastructure, promotion.

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo de investigación tiene como propósito principal estudiar la infraestructura para discapacitados motrices en los atractivos turísticos del distrito de Pueblo Libre y su relación con la promoción turística de la Municipalidad, 2018.

En la actualidad, más de mil millones de personas viven en el mundo con algún tipo de discapacidad, y casi 2 millones experimentan dificultades considerables. (Fuente: OMS – Informe Mundial de Discapacidad).

La investigación se encuentra estructurada en cuatro capítulos, los cuales son: el marco teórico, la metodología, los resultados y discusión, propuesta: plan promocional.

El primer capítulo, constituye el marco teórico, el cual comprende los diversos antecedentes de la presente investigación y las bases teóricas que tienen referencias bibliográficas y digitales, culminando con las definiciones de términos básicos que puedan apoyar el entendimiento del trabajo.

En el segundo capítulo, se realiza la metodología de la investigación, la cual consta de diseño metodológico, procedimiento de muestreo, las técnicas usadas para la recolección de datos, las variables de la investigación y para el procesamiento de la información, y a su vez describe los aspectos éticos de la presente tesis.

El tercer capítulo, muestra los resultados y la discusión, muestra los resultados obtenidos luego de aplicar el instrumento de análisis, el análisis de los resultados y la discusión.

En el cuarto capítulo, se hace referencia a la propuesta: plan promocional, luego de realizar un diagnóstico situacional, las matrices estratégicas, además de las estrategias y el análisis presupuestal de las estrategias elegidas.

Descripción de la realidad problemática

En la actualidad, más de mil millones de personas viven en el mundo con algún tipo de discapacidad, y casi 2 millones experimentan dificultades considerables. (Organización Mundial de la Salud, 2011).

En el Perú, de acuerdo, a lo mencionado anteriormente; y debido a la gran cantidad de personas que sufren alguna discapacidad; el distrito de Pueblo Libre, cuenta actualmente con diversos atractivos turísticos como el Museo de Arqueología, Antropología e Historia del Perú, Museo Larco, la Casa de Los Libertadores, la Plaza Bolívar y la Iglesia Maria Magdalena.

El problema que existe actualmente en el distrito de Pueblo Libre, es la falta de un plan estratégico de accesibilidad enfocado a los destinos turísticos, el cual debe incluir acciones que cubran las necesidades en materia de accesibilidad, con el fin de que las medidas sean llevadas adecuadamente.

Al 31 de diciembre de 2016, se registraron 23 893 inscripciones en el Registro Nacional de la Persona con Discapacidad, de las cuales el 58.4% son hombres el 41.6% son mujeres, la mayor concentración en términos de etapa de vida se observa en el grupo de adultos (de 30 a 59 años) y adultos mayores (de 60 a más años), según regiones Lima, Amazonas y Piura tienen el mayor número de inscripciones, mientras que las regiones de Tacna, Moquegua y Madre de Dios cuentan con menos registros. (Observatorio Nacional de la Discapacidad-CONADIS, 2017).

Si bien es cierto, en el Perú se estableció la Ley de la Creación, organización y funciones del Ministerio de Desarrollo e Inclusión Social-MIDIS, en donde busca la equidad en oportunidades para personas con discapacidad. Esta entidad viene siendo ejecutada por el CONADIS (El Consejo Nacional para la Integración de la Persona con Discapacidad,).

El objetivo que pretende esta investigación; es la de analizar el potencial turístico del distrito de Pueblo Libre dirigido a los discapacitados motrices con el

fin de proponer una mejora de la promoción turística hacia sus atractivos turísticos.

Formulación del problema

Problema General

¿Es la accesibilidad en los atractivos turísticos del distrito de Pueblo Libre para discapacitados motrices necesaria para la promoción turística del distrito?

Problemas Específicos

¿Los atractivos turísticos del distrito de Pueblo Libre cuentan con acceso y facilidades para un turista con discapacidad física?

¿El distrito de Pueblo Libre cuenta con una promoción turística adecuada para promover el turismo accesible?

¿Qué acciones se podrían proponer para que la promoción turística del distrito de Pueblo Libre esté enfocado en las personas con discapacidad motriz?

Objetivos de la investigación

Objetivo General

Conocer la relación entre la infraestructura para discapacitados motrices en los atractivos turísticos del distrito de Pueblo Libre y la promoción turística, 2018.

Objetivos específicos

Identificar la infraestructura para discapacitados motrices en los atractivos turísticos del distrito de Pueblo Libre.

Conocer la promoción turística que se realiza en el distrito de Pueblo Libre.

Proponer acciones para la promoción turística enfocada a personas con discapacidad motriz.

Justificación de la investigación

Importancia de la investigación

El presente proyecto de investigación busca lograr que el distrito de Pueblo Libre tenga dentro de sus estrategias incrementar el turismo para discapacitados motrices a los atractivos turísticos con los que este cuenta.

También, que se logre la inclusión de las personas discapacitadas al sector turismo y este sea un ejemplo a seguir para las diversas municipalidades, ya que en la Municipalidad de estudio no lo consideran.

A nivel Latinoamérica, la oferta de turismo accesible se desarrolla en óptimas condiciones. En Argentina, ciudades como Mar del Plata y Villa Gessel tienen balnearios con sillas anfibias para que personas con movilidad reducida puedan disfrutar de la playa. Mendoza, Entre Ríos y Buenos Aires, están preparados con alojamientos adaptados para recibir a personas con algún tipo de discapacidad. Además, cuentan con cabinas telefónicas accesibles, folletería y placas en braille, etc.

Brasil y su mayor atracción: el Carnaval de Río de Janeiro; cuenta con alojamiento y servicios de transporte que permiten a discapacitados visuales, disfrutar el desfile ubicándolos en lugares especiales con audífonos para narración en vivo.

En Uruguay se puede encontrar hotelería diseñada para recibir turistas con alguna discapacidad como habitaciones y baños adaptados con grúas en las duchas, alarmas lumínicas y audibles, cartas de menú en braille, etc.

Chile tampoco se queda atrás; el gobierno chileno presentó una guía con más de 115 alojamientos accesibles. Estos lugares se caracterizan por ser

accesibles en cuanto a habitaciones, baños y demás espacios. Este desarrollo se aprecia también playas como Antofagasta, La Lisera y El Laucho en Arica; así como parques nacionales accesibles.

En el Perú, a pesar de que algunas agencias de viaje ofrecen tours especiales para personas que poseen algún tipo de discapacidad, no todos los destinos cumplen debidamente con los parámetros de accesibilidad.

Su importancia, se basa en hacer del turismo accesible una alternativa tanto para las empresas públicas y privadas, es decir por parte de las empresas públicas puede hacerse posible el lanzamiento de un programa especialmente dirigido a personas con algún tipo de discapacidad, así como también ofrecer paquetes turísticos para ellos.

Además, siendo el distrito de Pueblo Libre, un lugar turístico y atractivo para el turista que lo quiera visitar, es realmente recomendable que se comiencen a crear estrategias para que el turismo accesible sea una realidad dentro de la localidad. Lo primero que se debería hacer, es realizar tours especializados en personas con discapacidad que viven en el distrito para así ver si estos tienen gran acogida, además de que a través de las redes sociales se pueden lanzar las promociones y actividades que se tienen para esta clase de turistas.

Esto sería un estudio novedoso, ya que si Pueblo Libre llega a implementar esta iniciativa, otros distritos también van a querer seguir los pasos y se podrá lograr contar con una Lima más accesible en todos los aspectos, considerando los servicios y la infraestructura necesaria para ellos.

Viabilidad del estudio

La presente tesis es viable debido a que la autora cuenta con información confiable para el tema que se va a tratar en el trabajo de investigación.

Además, se cuenta con las opiniones de expertos conocedores del tema de Turismo Accesible para discapacitados en el país.

Cabe señalar, que también se tiene como fuente las investigaciones que se han realizado en años anteriores.

Limitaciones de la investigación

Esta investigación no tendrá limitaciones a nivel de recursos humanos porque se cuenta con la colaboración que ha sido confirmada de personas que dominan el tema de investigación. A nivel de recursos técnicos debido a que no se va a hacer uso de equipos de laboratorio entre otros que hagan complicada la realización de la tesis; pues a través de la ficha de observación se analizará la situación actual de los atractivos turísticos y ver cuáles son las mejoras que necesitan que se implementen.

Con respecto, a los recursos económicos se podrán solventar los gastos de la investigación.

Delimitación espacial:

Para realizar el análisis respectivo se consideraron 05 atractivos turísticos ubicados en el distrito de Pueblo Libre.

Delimitación temporal:

La recolección de datos en el trabajo de campo se estimó entre los meses febrero y marzo de 2018.

Delimitación conceptual.

El modelo teórico en el que se basó el estudio de las variables son: de la variable Promoción turística es de Acerenza, M.A; y el de Infraestructura es de Buhr, W.

CAPÍTULO I: MARCO TEÓRICO

1.1 Antecedentes de la investigación

Antecedentes internacionales

Santiana, P. (2013) De la Universidad de Especialidades Turísticas, ha realizado una tesis de licenciatura; titulada: “Accesibilidad en los hoteles de primera categoría de Quito”. Quito- Ecuador.

La presente tesis se ha enfocado en el turismo accesible orientado a las personas con discapacidad física y sensorial, tratando de conocer las necesidades del turista con discapacidad que requiere al momento de alojarse en un establecimiento hotelero, con el fin de satisfacer a la persona con discapacidad. La investigación fue cualitativa y se emplearon entrevistas y observaciones para su elaboración. Se concluyó que para conocer las necesidades del turista con discapacidad se debe estudiar su comportamiento desde el punto de vista psicológico, que los establecimientos hoteleros son un punto clave e importante en la actualidad al momento de elegir un producto turístico, que tenga las necesidades y facilidades para el turista discapacitado o sensorial para cubrir sus expectativas.

Fernández, M. (2007) De la Universidad de Cádiz, ha realizado una tesis de Doctorado; titulada “Turismo Accesible, Análisis de la Accesibilidad Hotelera en la provincia de Cádiz”. Cádiz- España.

Esta investigación se propuso estudiar el comportamiento de los turistas discapacitados, sus necesidades, deseos y exigencias. Para lo cual, se

puso en manifiesto dos aspectos importantes: primero, que el hotel es la modalidad de alojamiento más utilizada por las personas discapacitadas y, segundo, que una de sus necesidades básicas más importantes es la accesibilidad. La investigación fue cuantitativa, se usó un cuestionario para su ejecución; y concluyó que la accesibilidad hotelera en Cádiz posee un nivel de accesibilidad bajo, mientras que la otra mitad es alto.

Antecedentes nacionales

García (2013) De la Pontificia Universidad Católica del Perú, ha realizado la tesis de Maestría en Comunicaciones; titulada: “La promoción turística sostenible: Chaparrí y la Comunidad Santa Catalina de Chongoyape” Lima – Perú.

En la presente tesis el autor estudia a la promoción turística de acuerdo al enfoque mixto; y estructura la investigación desde el punto de vista en el que la subjetividad del mensaje informativo cobra mayor fuerza dentro del ámbito de la comunicación turística, ya que se trata de una comunicación que es promocional, comercial y competitiva, así como educativa y cualitativa, independientemente del canal que sea utilizado para dicha transmisión en cualquier destino. Concluyó que el desarrollo continuo que están viviendo los miembros de la comunidad de Muchik Santa Catalina de Chongoyape, es resultado de todo un proceso de organización, en el que entraron a tallar factores sociales externos que apostaron por los recursos naturales propios de los territorios pertenecientes a la comunidad y a la buena disposición de los miembros de la comunidad, en beneficio de una mejora en su calidad de vida.

García y Silva (2016) De la Universidad Científica del Perú, han realizado la Tesis de Licenciatura; titulada: “Promoción Turística y Desarrollo del turismo en la Comunidad Padre Cocha, distrito de Punchana, año 2016” Iquitos- Perú.

En la Tesis de Licenciatura para obtener el Título de Licenciadas en Turismo y Hotelería, García y Silva se propusieron conocer la relación entre la

promoción turística y el desarrollo del turismo en la Comunidad de Padre Cocha, distrito de Punchana, 2016. La investigación fue de tipo descriptivo explicativo y correlacional. Se recogió información a partir de la observación directa de las características que representan las variables, con la finalidad de realizar una descripción detallada. Se concluyó que los medios escritos casi nunca promueven a la Comunidad de Padre Cocha, con respecto al desarrollo turístico, el equipamiento y actores de la comunidad muy poco satisfacen las necesidades del visitante y que la infraestructura no es muy buena y la promoción turística tiene bastante influencia en el desarrollo turístico de la población de Padre Cocha.

Mostajo Scheelje (2014) de la Universidad de Ciencias Aplicadas, ha realizado una tesis de licenciatura en turismo titulada: “Estrategia de marketing para la promoción del destino turístico en Perú Kuélap y la ruta Chacha”. Lima-Perú.

La autora propone un plan de marketing para la promoción y difusión del destino Turístico en el Perú: Kuélap y la Ruta Chacha Perú es un país más que explota el turismo cultural en el mercado y que lleva algunos años de desventaja frente a otros países de Latinoamérica, sin embargo, recientemente viene tomando una clara ruta de expansión a nivel mundial, por lo que es necesario estructurar un plan de marketing con objetivos claros y realizables, el cual se basa en fundamentos teóricos y lineamientos generales.

1.2. Bases teóricas

Este ítem tiene como finalidad precisar las definiciones relevantes, los cuales serán empleados durante todo el trabajo de investigación, abarcando temas generales y específicos.

1.2.1. El turismo

El turismo, es considerado como la actividad que realiza el ser humano fuera de su hábitat habitual, de sus quehaceres cotidianos. Además, hoy en día el turismo viene siendo uno de los principales generadores de economía en el

mundo, ya que ha logrado alcanzar connotaciones de una gran complejidad. Con el fin, de que sea el resultado de realizar actividades que impliquen un gasto y a la vez se le brinde un servicio inigualable al turista para que pueda regresar.

McIntosh, R. y Goeldner, Ch. (1999) propusieron:

“Para poder definir el turismo se deben tomar en cuenta las cuatro perspectivas que lo conforman, las cuales son el turista, el negocio que proporciona bienes y servicios turísticos, el gobierno de la comunidad/área anfitriona y la comunidad anfitriona, ya que estos elementos en conjunto son las bases principales para la formulación de una definición más concreta de turismo”. (P.56)

Según el autor antes mencionado, el turismo debe ser definido tomando en cuenta los siguientes elementos: el turista, el gobierno, el negocio y la comunidad de un lugar, toda vez que estos factores permiten tener una definición más completa de lo comprende el turismo.

La Organización Mundial del Turismo (2007) señaló:

“Es un fenómeno social, cultural y económico relacionado con el movimiento de las personas a lugares que se encuentran fuera de su lugar de residencia habitual por motivos personales o de negocios/profesionales. Estas personas se denominan visitantes y el turismo tiene que ver con sus actividades, de las cuales algunas implican un gasto turístico”.

De acuerdo a lo antes señalado, el turismo viene a ser todo desplazamiento que realiza una persona fuera de su entorno habitual, con la finalidad de disfrutar e invertir en actividades que lo satisfagan positivamente, al igual que sus acompañantes.

Asimismo, cabe señalar que hoy en día el turismo ha alcanzado gran interés a nivel mundial, no debe verse sólo como un fenómeno económico, sino también debería considerarse como uno social, cultural y medioambiental, el

cual cuenta con la participación del gobierno como de sus ciudadanos, promoviendo la cultura turística en la población así como en los visitantes, sugiriendo acciones que ayuden a que el turismo no solo se vea como una actividad de ocio y entretenimiento.

1.2.2. Infraestructura

1.2.2.1. Infraestructura básica

Comprende todos los equipamientos que sirven para las necesidades no sólo de los residentes, sino también de los turistas. Algunos de los ejemplos de infraestructura básica son: calles, puentes, viaductos, calles elevadas, señalización, vías de tren, carreteras, aeropuertos, puertos, telefonía fija y móvil, televisión por cable e Internet, recolección y tratamiento de aguas negras, agua tratada y entubada, energía eléctrica, iluminación de lugares públicos, limpieza de espacios públicos y transporte urbano, entre otros.

Buhr, W. (2009) señala que:

“La infraestructura es la suma de los materiales institucionales, personales y físicos que sustentan una economía y contribuyen a la remuneración de los factores teniendo en cuenta una asignación oportuna de recursos, es decir, un grado relativamente alto de integración y el nivel más alto posible de los derechos económicos de las actividades”.

En ese sentido, podemos señalar que la infraestructura abarca todo aquello que contribuya a que se realice una gestión más eficiente de los recursos en las actividades que se desarrollen dentro del sector turismo.

Según el Programa de las Naciones Unidas para el desarrollo-PNUD (2014) acotó que la infraestructura:

“... Puede ser definida como las estructuras físicas y organizativas, redes o sistemas necesarios para el buen funcionamiento de una sociedad y su economía. Los diferentes componentes de la infraestructura de una sociedad

pueden existir ya sea en el sector público o privado, dependiendo como son poseídos, administrados y regulados (compartido con el sector gubernamental/privado según sea la propiedad y la administración, según ocurre en algunos casos) La infraestructura puede ser física o social, con las dos categorías definidas así:

- a) La infraestructura física constituye instalaciones públicas que unen partes de la ciudad y proporcionan los servicios básicos que la ciudad necesita para el funcionamiento, como la red de caminos y servicios públicos.
- b) La infraestructura social y económica incluye facilidades tales como hospitales, parques y jardines, centros comunitarios, librerías, entretenimiento e instalaciones para hacer compras, y edificios educativos. (p. 2)".

1.2.2.2 Infraestructura para turismo

Está compuesta por equipamientos cuya construcción está motivada por el interés turístico que puede surgir del sector público como el del privado y/o en coordinación de los dos sectores, con la finalidad de facilitar a los turistas y visitantes del lugar su estadía, satisfaciendo sus necesidades y expectativas.

Blanco, M. (2008) Definió: "La infraestructura turística como la dotación de bienes y servicios con que cuenta un territorio para sostener sus estructuras sociales y productivas y como tal condiciona el desarrollo turístico".

De acuerdo a lo mencionado en el párrafo anterior, la infraestructura para el turismo abarca todos los bienes y servicios con los que una población cuenta, para las actividades que se realicen dentro del lugar, tengan un fin que beneficie tanto a la población como a los sectores involucrados generando el desarrollo de ambos.

Quesada, R. (2007) acotó:

Los elementos que conforman la infraestructura son esenciales para el desarrollo turístico, pues la ausencia o mal funcionamiento de ellos dificulta o impide la óptima operación de la oferta de servicios turísticos. De este modo, y especialmente en los países en desarrollo, la infraestructura puede constituir un obstáculo para las inversiones y el buen funcionamiento del turismo.

Para que una infraestructura se encuentre bien consolidada es necesario contar con los elementos básicos, puesto que si estas no son las adecuadas no se puede ofrecer un servicio o producto al 100%, lo que genera a futuro la falta de estabilidad del lugar.

1.2.3. Promoción Turística

Es dar a conocer los diferentes atractivos y servicios turísticos a turistas y visitantes empleando medios eficaces con información relevante, de tal manera que logre captar el interés del turista, y generar el desplazamiento turístico además de contribuir al desarrollo turístico y se generen ingresos económicos para la población local.

Acerenza, M. (1996) señaló que:

“Es la actividad destinada hacia la información y al cliente en donde se incluye lo que es la publicidad, promoción de ventas y otros medios, también lo que respecta a las relaciones públicas cuando éstas se encuentran integradas en el marketing”. (P.23)

La promoción según lo menciona el autor, es la actividad formada por acciones e instrumentos que desempeñan la función de beneficiar los estímulos para el levantamiento y adelanto del turismo por todo el mundo, así mismo como el crecimiento y mejora de trabajo de la industria que se benefician con los fines de la explotación económica.

1.2.3.1 Planificación de la promoción turística:

Coutin, J. (2010) mencionó que:

La promoción turística necesita de un proceso de planeación, con el cual se deberán seguir los siguientes puntos:

- Establecer metas específicas de lo que quiere alcanzar el programa de promoción.
- Definir los mercados (posibles consumidores) hacia los que se dirige dicho programa.
- Determinar cuáles serán los medios publicitarios que se utilizarán.
- Elaborar el presupuesto económico de la actividad.
- Desarrollar el proceso para calcular los resultados.

Al respecto, podemos señalar que, para que la promoción turística sea asertiva, necesita pasar por todo un proceso de planificación, el cual debe considerar las metas con las que se van a alcanzar los resultados, establecer los futuros consumidores, como es que esto va a llegar a través de medios a las personas, la inversión que se hará para llevar a cabo este proyecto y luego de un tiempo, comprobar que tan factible ha sido promocionar el producto, si ha llegado a captar la atención del posible consumidor en todos sus aspectos para fortalecerla o mejorar lo que se está haciendo erróneo.

1.2.3.2. Elementos fundamentales de la promoción turística

Gurría Di- Bella, M. (2013) manifestó que:

“Toda promoción turística tiene tres elementos fundamentales o primarios, sin importar el grado o tipo de dicha promoción.

1. Publicidad:

- Anuncios, periódicos, revistas especializadas y revistas de viajes
- Artículos, reportajes pagados y noticias de interés general o particular
- Publicaciones especiales, libros y guías
- Radio, televisión y videos

2. Materiales de apoyo de ventas

- Carteles (posters)
- Folletos, literatura de servicios y literatura de lugares y eventos
- Diapositivas
- Displays y calcomanías

3. Relaciones públicas

- Viajes de familiarización
- Ferias y exposiciones turísticas (nacionales e internacionales)
- Representaciones en el extranjero
- Oficinas de turismo
- Asociaciones empresariales
- Oficinas de convenciones y visitantes
- Centros de reservaciones”.

Para que la promoción turística sea consistente para un producto en general, es necesario que cuente con los tres elementos fundamentales que nos menciona Gurría con el fin de crear un producto que se pueda vender de manera sólida. Por eso, si nos enfocaremos en Pueblo Libre, es necesario abarcar estos 03 ejes para promocionar el turismo accesible en ese distrito, ya que lo que hace falta es la publicidad al destino, que las personas conozcan los lugares turísticos con los que cuenta y todo lo que éste puede brindarles, siempre y cuando tanto las entidades públicas como privadas pongan de su

parte para promoverlo y así generar el interés de estas personas para visitarlo y hacerlo conocido a nivel de distritos y ellos copien como ejemplo esta iniciativa.

1.2.5. Accesibilidad

La accesibilidad hoy en día es uno de los factores primordiales para facilitar las actividades y/o tareas que requieren las personas que tienen algún tipo de discapacidad. Además, implica que estas personas tengan un nivel de vida igualitario que a todas las demás, respetando sus condiciones y derechos.

Alonso, G. (2016) acotó que:

Es un medio (o un instrumento) que facilita a los seres humanos ejercer su ciudadanía. Si no hay accesibilidad, no es posible que las personas, en especial las personas en situación de discapacidad, hagan uso pleno de sus derechos como al trabajo, la salud, la educación, recreación, a la información. La accesibilidad es la relación de la persona y el entorno en que se desenvuelve, precisamente el conjunto de características que debe disponer un entorno, producto, servicio o medio de comunicación para ser utilizado en condiciones de comodidad, seguridad, igualdad y autonomía por todas las personas.

Según lo mencionado en el párrafo anterior, la accesibilidad es todo aquel modo por el cual se le facilita a la persona poder realizar sus actividades con normalidad, como las personas que no sufren de algún tipo de discapacidad generando así la igualdad en la población.

La Organización Mundial de la Salud-OMS (2011) por medio de su Informe Mundial Sobre la Discapacidad, opinaron que:

La discapacidad no es un atributo de la persona, sino un complicado conjunto de condiciones, muchas de las cuales son creadas por el ambiente social. Por lo tanto, el manejo del problema requiere la actuación social y es responsabilidad colectiva de la sociedad hacer las modificaciones ambientales necesarias para la participación plena de las personas con discapacidad en todas las áreas de la vida social. La cuestión se sitúa por lo tanto, en el nivel de las actitudes y de la ideología, y requiere cambios sociales, los cuales se transforman en el nivel político en una cuestión de derechos humanos. Según este modelo, la discapacidad se configura como un tema de índole político.

Para mejorar la situación que viven actualmente las personas con discapacidad, teniendo en cuenta que, en su quehacer diario se presentan obstáculos que impiden su independencia, tales como una infraestructura urbana inadecuada, se requiere en primer lugar, por comenzar con respetar y conocer los derechos humanos para que en conjunto con los sectores involucrados, principalmente el político, se brinde una infraestructura accesible, el cual otorgue las facilidades según sea el caso y que así el país tenga un aspecto diferente a como se ve hoy en día.

Huerta, J. (2006) señaló que:

Es el conjunto de características de que debe disponer un entorno, producto o servicio para ser utilizado en condiciones de comodidad seguridad e igualdad por todas las personas, y en particular por aquellas que tengan alguna discapacidad.

La accesibilidad, es la manera en que un espacio se encuentra verdaderamente habilitado para recibir turistas discapacitados de cualquier índole, además para poder considerar un sitio turístico “accesible” deberá cumplir con el equipamiento necesario, con el fin de generar en el turista satisfacción y una experiencia agradable y esto logre impulsar la demanda de este tipo de turistas.

1.2.6. Turismo accesible para personas con discapacidad

El turismo accesible, actualmente es uno de los tipos de turismo con más relevancia en el sector debido a que tiene una gran participación en el mercado turístico y es una excelente oportunidad de negocio para operadores turísticos, es por ello que es primordial conocer y estudiar las necesidades y deseos de las personas con discapacidad y su comportamiento como turistas para que así estén acorde a sus necesidades y a la par ayuda al desarrollo de la competitividad entre empresas turísticas.

Según la Plataforma Representativa Estatal de Personas con Discapacidad Física (2014) lo definió:

El turismo accesible o el turismo para todos no se limita a la eliminación de barreras físicas, sensoriales o de la comunicación, sino que tiene como finalidad lograr que los entornos, productos y servicios turísticos puedan ser disfrutados en igualdad de condiciones por cualquier persona con o sin discapacidad.

Este concepto recalca la importancia de contar con servicios y espacios que sean accesibles, donde el turista discapacitado se sienta seguro y satisfecho con las atenciones que reciba al igual que cualquier persona, generando así un alto grado de confianza en el turista para que pueda regresar en otra ocasión.

Pérez, D. y González, D. (2003) indicaron que: “El turismo accesible se ha concebido desde sus inicios como aquél que garantiza el uso y disfrute del turismo por las personas que presentan alguna discapacidad física, psíquica o sensorial” (P.23).

Este tipo de turismo, asegura que es necesario que un lugar turístico cuente con la infraestructura necesaria así como sus servicios para que la

persona con discapacidad se sienta en armonía con el espacio que está visitando, siempre y cuando brinde todas las facilidades posibles.

1.2.4. Panorama de los turistas discapacitados en el mundo

Actualmente, casi 200 millones de personas en todo el mundo sufren de algún tipo de discapacidad, es decir alrededor de un 15% de la población. Al respecto, se tiene la enorme necesidad de que exista el involucramiento de las empresas del sector turismo en cada país del mundo, y principalmente en el Perú para lograr que también al igual que España, sea un modelo a seguir de turismo accesible.

Fernández, M. (2007) manifestó que:

Uno de los primeros países que eliminaron las barreras físicas fue Suiza – Stressa en junio de 1963, donde se celebró el Primer Congreso Internacional para la Supresión de Barreras Arquitectónicas. Se trataron temas para la eliminación de barreras para personas con discapacidad en la construcción de edificaciones.

A través de los años, los países en todo el mundo comenzaron a superar las barreras de todo tipo que afectaban directamente a las personas con discapacidad, y esta se logró en el año 1963 en Suiza, logrando posicionarse como país modelo.

Lo Fruscio, M. (2011) Indicó:

En 1982, la Asamblea General de las Naciones Unidas aprueba el “Programa Mundial de Acción concerniente a las Personas Discapacitadas”, en la lucha por los derechos de las personas con minusvalías a disfrutar de las mismas oportunidades que las personas que no las padecen. En la misma asamblea se proclama el periodo 1983-1992 como la Década de las Naciones Unidas de las Personas Discapacitadas”.

Con la finalidad de seguir en la lucha por los derechos de las personas minusválidas para que estas gocen de los mismos beneficios y oportunidades que las otras personas no padecen. Se proclama también el período 1963-1992, declarado como la *Década de las Naciones Unidas de las Personas Discapacitadas*.

Asimismo, Lo Fruscio, M. (2011):

En diciembre de 1993, por Resolución de la Asamblea General de las Naciones Unidas, se aprueban las “Normas Uniformes sobre la Igualdad de Oportunidades para las personas con discapacidad”, dentro de las cuales destacamos dos artículos: el artículo 5° que establece que “para las personas con discapacidades de cualquier índole, los estados deben adoptar medidas para garantizar el acceso a la información y la comunicación”, el cual viene complementado por el artículo 14°, según el cual “los estados deben emprender y prever políticas adecuadas para las personas con discapacidad en el plano nacional y deben estimular y apoyar medidas en los planos regional y local”.

Al respecto, estas normas no implican un cumplimiento obligatorio sino un compromiso por parte de los Estados para implementar y prever estrategias para un mejor desarrollo de las políticas para las personas con discapacidad para que así los demás sectores regionales y locales los tomen como ejemplo y las apliquen.

La Organización Mundial de la Salud-OMS (2017) señaló: “El 19,4% de la población mundial presenta algún tipo de discapacidad y cuando viajan, estas personas no lo hacen solas, sino que habitualmente lo hacen acompañadas”.

Gran parte de este número de personas viajan acompañadas, ya que tienden a sentirse inseguras al momento de llegar a su destino y que éste no cuente con las facilidades que necesita para sentirse como en casa, por ello buscan a algún acompañante para que los apoye y puedan desplazarse con

total normalidad. Las agencias de viaje, deberían considerar esto e implementar tours especializados en turistas discapacitados que vienen con familiares, amigos, entre otros.

Los datos de la Plataforma Representativa Estatal de Discapacitados Físicos- PREDIF (2017), indicaron que:

“En el 2012, las personas mayores y con discapacidad realizaron 783.000.000 de viajes dentro de la Unión Europea, un número que irá creciendo un 1,2% anual hasta 2020. Este tipo de turismo generó (...) hasta 8.700.000 puestos de trabajo y alcanzó una facturación bruta de 786.000.000 de euros. Con mejoras pero con la necesidad de más compromiso, la accesibilidad aplicada al turismo “ha evolucionado muy positivamente a lo largo de estos últimos años”, sobre todo porque ya no se diseñan planes exclusivos para personas con algún tipo de discapacidad, como sucedía antes (...) ahora se practica un turismo “mucho más inclusivo”, (...) las personas con discapacidad comparten los mismos planes de ocio con el resto de los viajeros”. (Pf.3)

En tal sentido, se puede decir que actualmente, sólo se plantean propuestas exclusivas para personas discapacitadas a través de programas y campañas. Pero existe la excesiva presión que se impone sobre las instituciones públicas y privadas, así como también la existente sensibilización han llegado a contribuir a alcanzar hitos importantes, uno de ellos es que se ha logrado que exista en determinados medios de transporte públicos accesos para personas con discapacidad, como en trenes y aviones.

Sardón (2017) indicó:

La accesibilidad aplicada al turismo ha evolucionado muy positivamente a lo largo de estos últimos años”, sobre todo porque ya no se diseñan planes “exclusivos para personas con algún tipo de discapacidad, como sucedía antes”. Por el contrario, ahora se practica un turismo “mucho

más inclusivo”, o lo que es lo mismo, las personas con discapacidad comparten los mismos planes de ocio con el resto de los viajeros.

Aunque, no cabe duda que se han avanzado positivamente en el terreno del turismo accesible, todavía hay acciones pendientes. Uno de los ejemplos es España ya que hay algunas regiones que han sabido adaptarse y son, algunas de las más turísticas. Con ello, Madrid está planteándose “hacer accesibles todas sus estaciones de Metro”, algo que actualmente solo sucede con las más modernas o más recientemente remodeladas.

La OMT (2016) manifestó:

La mayoría de las intervenciones abordó las oportunidades de negocio que la accesibilidad constituye, así como el impulso que la diversificación y autenticidad del destino puede alcanzar. En este sentido, José Luis Martínez Donoso, director general de Fundación ONCE comentó que “la accesibilidad no es sólo un asunto de derechos, sino que también mejora la competitividad, la calidad del servicio así como los beneficios de aquellas empresas o destinos que apuesten por esta vía. (Pf.5)

La accesibilidad trae consigo aunque no lo crean verídico, el incremento de trabajos en una población que está dispuesta a adaptar su lugar en donde vive para recibir a los turistas discapacitados y brindarle las comodidades posibles, tener como ejemplo a una ciudad que esté realizando esto y copiarlo para que en un futuro se mejore la perspectiva de “turismo accesible” que tienen este tipo de turistas. Si más empresas turísticas hoy en día apostarían por brindar servicios para turistas discapacitados, otra sería la historia y nos encontraríamos dentro de los países modelo en accesibilidad amigable.

1.2.5. Panorama de la accesibilidad en el Perú

Según la Primera Encuesta Nacional especializada sobre Discapacidad en el 2012, en el Perú un millón 575 mil 402 personas con discapacidad o

limitación física y/o mental y una gran cantidad de leyes y normas que regulan la accesibilidad para personas con discapacidad, pero estas no están siendo cumplidas, ya que existen dificultades que impiden que no se planteen estrategias para que este tipo de turismo se desarrolle cada vez más y evolucione a través de los años.

En el Perú, el tema de la discapacidad aún se maneja en un nivel reservado, pues aún en sectores mayoritarios se conserva la idea que debe ser manejado en la intimidad de los hogares de personas con discapacidad; sin embargo, ello termina desconociendo la dimensión social del tema y las implicancias de su tratamiento para la comunidad.

Según, la Defensoría del Pueblo, (2002) manifestó:

...Las personas con discapacidad, se ven limitadas en su desarrollo, por cuanto no se encuentran en una situación de igualdad para acceder a los servicios (...) que brinda la sociedad, en unos casos porque la sociedad no posee una estructura adecuada a sus realidades y (...) porque aún no se ha implementado sistemas para que puedan tener acceso a la información. (...) hay que resaltar la importancia de las rampas de acceso para personas que se desplazan en sillas de ruedas, de información subtitulada o en lenguaje de señas por medio de intérpretes para las personas con discapacidad auditiva, información en sistema Braille o en material audible hablados para que las personas con discapacidad visual tengan acceso a la información.

Como se ha mencionado anteriormente, que para tener una ciudad accesible es ineludible que estas se adapten a las personas discapacitadas, es necesario comenzar por tener una cultura de sensibilización para con estas personas, brindarles el apoyo necesario tanto del sector privado como el público para que no tengan complicaciones al momento de querer sumarse a la

vida habitual de una persona que no se encuentra en la misma situación de ellos.

En el Seminario Internacional “Formando Promotores en Derechos Humanos y Discapacidad” (2001) se manifestó que:

En un país como el nuestro, resultado complicado que el tema de la discapacidad sea una prioridad inmediata del gobierno. Sin embargo, las necesidades de casi 3 (tres) millones de personas tampoco pueden ser ignoradas, más aún si consideramos que un grupo importante de este sector ha adquirido su discapacidad merced o como una consecuencia de las deficiencias de los servicios públicos en salud, higiene, educación, prevención y cultura. En consecuencia, las personas con discapacidad han comenzado a organizarse como grupos de presión, siendo conscientes de que la transformación de la sociedad hacia la accesibilidad y el cambio de la situación de discriminación inmersa en ella, debe partir de ellos mismos y no esperar la lenta voluntad pública. (p.140)

El Perú, es un país que necesita que se reestructure en todos sus aspectos, ya que la misma gestión que se viene realizando no está ayudando o ayuda poco con respecto a las personas discapacitadas

1.2.5.3. OMAPED en el Perú

La OMAPED, es la Oficina de Atención a la Persona con Discapacidad y es un servicio que la municipalidad ofrece a sus vecinos en situación de discapacidad.

En estas Oficinas, las personas pueden registrarse y buscar información sobre las instituciones que ofrecen servicios para las personas con diversas discapacidades. Y también se le informa sobre las actividades que el Municipio organiza para ellos.

Al mes de junio de 2016, se tienen 1030 OMAPEDs conformadas en igual número de municipalidades, con una cobertura del 56% a nivel nacional, considerando que en el país existen 1874 municipalidades.

La Municipalidad de Pueblo Libre, cuenta con una Oficina de Atención a la Persona con Discapacidad- OMAPED, la cual tiene 251 inscritos actualmente.

1.2.6. Clasificación de las personas con discapacidad y sus necesidades

Es importante conocer los tipos de discapacidad y limitaciones que enfrentan día a día estas personas para poder cubrir las necesidades que requieren.

1.2.6.1 Tipos de discapacidad

En el Libro Blanco de la Accesibilidad (2003) se hace la siguiente clasificación:

(...)

- Personas con discapacidad para escuchar: Son personas sordas o hipoacúsicas (tienen un nivel de audición por debajo de lo normal) que les lleva a tener problemas de comunicación con su entorno.

(...)

- Personas con discapacidad visceral: son personas que presentan dificultades en la utilización de elementos y dispositivos que exigen esfuerzos difíciles de realizar. Por lo general suelen carecer de rapidez en sus movimientos.
- Personas con discapacidad de la actividad manual: son aquellos que presentan problemas para realizar actividades manuales,

ocasionado por una parálisis o por ausencia de las extremidades superiores.

1.2.4 Generalidades del distrito de Pueblo Libre

Ubicación Geográfica:

El distrito de Pueblo Libre se encuentra ubicado en el área central de Lima Metropolitana, limita con los siguientes distritos:

- Norte: Cercado de Lima y Breña
- Sur: Magdalena y San Miguel
- Este: Jesús María
- Oeste: San Miguel

El territorio distrital comprende 462.34 Ha, totalmente consolidadas y de uso predominantemente residencial, donde se desarrollan también actividades comerciales y de servicios a escala distrital con tendencias a mantener su carácter residencial y turístico-cultural.

El carácter Turístico-Cultural se debe a la conservación de un patrimonio histórico-monumental, constituido por Museos, Iglesias, sitios arqueológicos, calles tradicionales e inmuebles de una arquitectura de estilos republicano, neocolonial y otros.

1.3. Definición de términos básicos

- **Persona con discapacidad.-** “La persona con discapacidad es aquella que tiene una o más deficiencias evidenciadas con la pérdida significativa de alguna o algunas de sus funciones físicas, mentales o sensoriales, que impliquen la disminución o ausencia de la capacidad de realizar una actividad dentro de formas o márgenes considerados normales, limitándola en el

desempeño de un rol, función o ejercicio de actividades y oportunidades para participar equitativamente dentro de la sociedad”. (Ley N°29973, 2012)

- **Deficiencia.-** “Toda pérdida o anomalía de una estructura o función psicológica, fisiológica o anatómica”. (Huerta Peralta, 2006)
- **Mobiliario urbano.-** “Conjunto de elementos ubicados en las vías y espacios públicos, tales como semáforos, postes de señalización y similares, carteles publicitarios, cabinas telefónicas, bancas, fuentes, papeleras, toldos, marquesinas, kioskos, paraderos de transporte urbano y cualquier otro de naturaleza análoga. (Ley N°29973, 2012)
- **Accesibilidad.-** La condición de acceso que presta la infraestructura urbanística y edificatoria para facilitar la movilidad y el desplazamiento autónomo de la persona con discapacidad, propiciando su integración y la equiparación de oportunidades para el desarrollo de sus actividades cotidianas, en condiciones de seguridad”. (Ley N°29973, 2012)
- **Señalización.-** “Sistema de avisos que permite identificar el mobiliario urbano, los accesos, las facilidades y las restricciones, para orientación de los usuarios”. (Ley N°29973, 2012)
- **Espacios públicos.-** “Son las calzadas, aceras, plazas y parques de las ciudades susceptibles de ser utilizadas por el público en forma irrestricta”. (Ley N°29973, 2012)
- **Señales de acceso.-** Símbolos convencionales utilizados para señalar la accesibilidad a edificaciones y elementos de

urbanización como calzadas, aceras, mobiliario urbano y otros.
(Ley N°29973, 2012)

- **Barreras arquitectónicas.-** Todos aquellos obstáculos físicos que limitan la libertad de movimientos de las personas en dos grandes campos: la accesibilidad: vías públicas, espacios libres y edificios y el desplazamiento: medios de transporte. (Alfonso Naranjo, 2010)
- **Barreras en los transportes.-** Aquellas existentes en el acceso y utilización de los medios de transporte público terrestre, aéreos, acuáticos, de corta, media y larga distancia, y aquellas que dificulten el uso de medios propios de transporte por las personas de movilidad reducida. (Rodríguez Sampayo, 2010)
- **Minusvalía.-** Es una situación desventajosa para un individuo determinado, consecuencia de una deficiencia o de una discapacidad que limita o impide el desempeño de un rol que es normal en su caso (en función de la edad, sexo y factores sociales y culturales). (Huerta Peralta, 2006)
- **Discapacidad motriz.-** Los trastornos o déficits motrices se refieren a las personas que presentan problemas en la ejecución de sus movimientos, en su motricidad en general, independientemente de la causa desencadenante. (Rodríguez Sampayo, 2010)
- **Adaptabilidad.-** La posibilidad de modificar en el tiempo el medio físico con el fin de hacerlo completa y fácilmente accesible a las personas con movilidad reducida. (Presidencia de Argentina, 1994)
- **Turismo accesible.-** “Aquel que garantiza el uso y disfrute del turismo por las personas que presentan alguna discapacidad

física, psíquica o sensorial, es decir, pretende facilitar el acceso de las personas con discapacidad a las infraestructuras y servicios turísticos”. (Pérez & González Velasco, 2003)

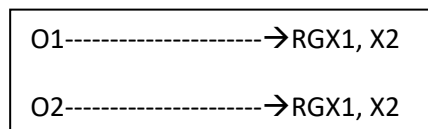
CAPÍTULO II: METODOLOGÍA

2.1. Diseño Metodológico

El diseño que se utilizó en la investigación es de tipo descriptivo; pues describe la medición entre dos o más variables en un momento determinado Sampieri (2014).

Como señalan Kerlinger & Lee (2002): "En la investigación de tipo no experimental; no se manipulan las variables y se asigna aleatoriamente a los participantes o los tratamientos". (p.116)

A continuación se presenta la simbología y nomenclatura del diseño de investigación de la investigación presente tesis:



Dónde, O1: Producto turístico

O2: Potencial Turístico

RGX1= Discapacitados motrices

RGX2= Museo y alrededores

2.2. Procedimiento de muestreo

La población está constituida por 05 atractivos turísticos del distrito de Pueblo Libre.

Para esta investigación, se utilizó el muestreo no probabilístico Censal. Lo que se realizará es un censo, es decir, se estudiará a toda la población, a los 05 atractivos turísticos seleccionados. La muestra seleccionada, estuvo integrada por 24 personas, a los cuales se aplicó el muestreo probabilístico. Ya que las muestras son seleccionadas porque son accesibles para el investigador. Herbert & Raymond (2012) *Métodos estadísticos*.

Se consideraron los siguientes criterios de inclusión:

- a. Variables sociodemográficas : Edad*
- b. Variables geográficas: Pueblo libre*
- c. Variables de comportamiento: Visitan museos*

2.3. Técnicas de recolección de datos

Las técnicas de recolección de información pueden considerarse como las formas o procedimientos que utiliza el investigador para recabar la información necesaria, prevista en el diseño de la investigación.

Según Hurtado (2007), expresa que las técnicas tienen que ver con los procedimientos realizados para la recolección de datos, es decir, el cómo. Estas pueden ser los siguientes:

Tabla 1: Técnicas de recolección de datos

Técnicas	Instrumentos
➤ Observación	➤ Ficha de Observación

Fuente: elaboración propia (2018)

Los ítems de la Lista de Cotejo serán cerrados pues es más sencillo el procesamiento de los datos con esta propuesta.

2.4. Aspectos éticos

La presente tesis se realizó con los debidos parámetros éticos sin infringir norma alguna. Así también se ha respetado el derecho de autor en cada uno de los antecedentes e información que apoya la investigación y su sustentación respectiva.

2.5. Variables de la investigación

Las variables en estudio son la promoción turística y la infraestructura. Ambas variables de naturaleza cualitativa, pero medibles a través de las técnicas de recolección de datos de forma mixta; tienen las siguientes dimensiones e indicadores:

Promoción turística: En referencia a la presente variable se han elegido; dos dimensiones las cuáles reflejan las limitaciones conceptuales de la variable. A su vez sus indicadores tienen naturaleza mixta como se aprecia en la operacionalización de las variables.

Infraestructura: En referencia a la presente variable, se han elegido cinco dimensiones que son elementos tangibles y medios. A su vez sus indicadores que tienen naturaleza mixta como se aprecia en la operacionalización de las variables.

2.6. Matriz de Operacionalización de las variables

VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES
Promoción turística	Tradicional	Publicidad televisiva.
		Publicidad radial.
		Publicidad por página web institucional
		Folletería.
		Multimedia en espacios públicos
		Información visual del atractivo.
	Nuevas	Tours especializados
		Publicidad por redes sociales

VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES
Infraestructura	Señalética	Señales informativas
	Senderos	Superficie dura y rampas
	Estacionamientos	Espacios especiales para discapacitados motrices
	Accesibilidad	Rutas adecuadas para el acceso de personas discapacitados
	De servicios	Personal capacitado, espacios adecuados (restaurantes, cafeterías y servicios higiénicos)

2.7. Matriz de operacionalización de las variables

(Ver anexo 2)

2.8. Cronograma

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES				
ACTIVIDADES	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO
Elaboración del diseño de la ficha	X	X		
Aprobación de la ficha			X	
Recolección de datos				X

CAPÍTULO III: RESULTADOS Y DISCUSIÓN

3.1. Resultados de la investigación

Para la recolección de datos se utilizó la técnica de la observación estructurada; para ello se establecieron los puntos a observar a través del instrumento ficha de observación. Para obtener confiabilidad de este instrumento se utilizó el análisis de Alfa de Cronbach; el cuál arrojó niveles confiables que se detallan a continuación:

Tabla 2: Análisis de fiabilidad del instrumento estructurado

Resumen de procesamiento de casos			
		N	%
Casos	Válido	5	100.0
	Excluido ^a	0	0.0
	Total	5	100.0
a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.			

Fuente: Elaboración propia (2018)

Tabla 3: Resultados específicos de la confiabilidad

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
0.925	20

Fuente: Elaboración propia (2018)

Interpretación: Los niveles de confiabilidad de las fichas arrojaron un valor de 92.5% en sus 20 indicadores analizados; por tanto se puede decir que la confiabilidad es muy alta.

Tabla 4: Museo Nacional de Arqueología, Antropología e Historia del Perú

Museo Nacional de Arqueología		
Ficha 1		
Preguntas	Sí = 0	No = 1
1		1
2		1
3	0	
4	0	
5	0	
6	0	
7	0	
8		1
9	0	
10	0	
11	0	
12	0	
13	0	
14	0	
15	0	
16	0	
17		1
18		1
19	0	
20	0	

Fuente: elaboración propia (2018)

Interpretación: La municipalidad no participa activamente en fomentar publicitariamente la visita hacia este museo; a través de la publicidad televisiva y radial; además no se compromete en promover tours para discapacitados matricados lo que genera una disposición por parte de la Casa Edil no participativa con la sociedad; además no cuenta con servicios adecuados para este tipo de segmento; y los servicios de alimentación no cuentan con la infraestructura necesaria para los discapacitados; ni con un servicio de transporte adecuado.

Por otro lado los aspectos positivos del Museo Nacional de Arqueología, Antropología e Historia del Perú son que cuenta con información relevante en la página web de la municipalidad. La municipalidad participa en los eventos para promocionar el atractivo; así como material promocional físico y virtual; dentro del museo se cuenta con información visual dentro de los espacios del atractivo; y por último este museo cuenta con la red social Facebook.

Tabla 5: Museo Larco

Museo Larco		
Ficha 2		
Preguntas	Sí = 0	No = 1
1		1
2		1
3	0	
4	0	
5	0	
6	0	
7	0	
8		1
9	0	
10	0	
11	0	
12	0	
13	0	
14	0	
15	0	
16	0	
17		1
18	0	
19	0	
20	0	

Fuente: elaboración propia (2018)

Interpretación:

La municipalidad no realiza publicidad televisiva ni radial para este museo; además no realiza tours hacia el Museo Larco especialmente para discapacitados; por otro lado; no existe transporte público de transporte adecuado para estas personas.

Los aspectos positivos son que cuenta con información relevante en la página web de la municipalidad. La municipalidad participa en los eventos para promocionar el atractivo; así como material promocional físico y virtual; dentro del museo se cuenta con información visual dentro de los espacios del atractivo; y por último este museo cuenta con la red social Facebook.

Tabla 6: Plaza Bolívar

Plaza Bolívar		
Ficha 3		
Preguntas	Sí = 0	No = 1
1		1
2		1
3	0	
4	0	
5		1
6	0	
7		1
8		1
9		1
10	0	
11	0	
12	0	
13	0	
14	0	
15		1
16	0	
17		1
18		1
19	0	
20		1

Fuente: elaboración propia (2018)

Interpretación:

La municipalidad no realiza publicidad televisiva ni radial para la Plaza Bolívar; además no realiza tours hacia esa Plaza para personas discapacitadas; asimismo no aporta información con folletos, formatos digitales, tours guiados; ni cuenta con la debida señalética para los discapacitados. No tiene una estrategia de promoción en redes sociales; tampoco estacionamiento

reservado conforme a ley; tampoco cuenta con servicios de transporte, ni de alimentación, además de servicios higiénicos adaptados las necesidades de este tipo de turista.

Los aspectos positivos son que cuenta con página web la cual informa de los principales eventos realizados; y cuenta con rampas adecuadas para los discapacitados motrices.

Tabla 7: Iglesia María Magdalena

Iglesia María Magdalena		
Ficha 4		
Preguntas	Sí = 0	No = 1
1		1
2		1
3	0	
4	0	
5	0	
6		1
7		1
8		1
9		1
10		1
11	0	
12		1
13	0	
14	0	
15	0	
16	0	
17		1
18		1
19	0	
20	0	

Fuente: elaboración propia (2018)

Interpretación:

La municipalidad no realiza publicidad televisiva ni radial para la Iglesia María Magdalena; además no realiza tours hacia ese museo especialmente para discapacitados. Asimismo no cuenta con contenido en formato ni digital ni físico. Por otro lado la señalética no es fácil de ubicar y no cuenta ni con servicios de transporte y alimentación.

Lo positivo es que cuenta con una página web que tiene información sobre el atractivo; participa en evento y cuenta con folletos que ayudan a promocionar dicho atractivo. Cuenta con infraestructura para discapacitados motrices, senderos y estacionamiento adecuado. Además, se advierte que hay un puesto y/o centro de salud cercano ante una emergencia, de igual forma cuenta con servicios higiénicos apropiados para este tipo de personas.

Tabla 8: Casa de los Libertadores

Casa de los Libertadores		
Ficha 5		
Preguntas	Sí = 0	No = 1
1		1
2		1
3	0	
4		1
5		1
6		1
7		1
8		1
9		1
10		1
11		1
12		1
13		1
14		1
15		1
16	0	
17		1
18		1
19	0	
20		1

Fuente: elaboración propia (2018)

Interpretación:

La municipalidad no realiza publicidad ni televisiva ni radial para la Casa de Los Libertadores; además no realiza tours hacia ese atractivo especialmente para discapacitados motrices. No promociona la participación en eventos; no cuenta con folletos ni con contenido promocional; no cuenta con redes sociales, ni con señalética adecuada.

Los aspectos positivos son que cuenta con rampas, senderos y acceso al público discapacitado de las rutas que comprenden la llegada al atractivo y además existe un puesto y/o centro de salud cercano para atención ante una emergencia.

3.1.1. Análisis de los resultados

Según lo presentado en los resultados a través de las fichas de observación se puede inferir; que cada uno de los atractivos que forman parte del distrito de Pueblo Libre no tienen al 100% cubiertos los servicios básicos exigidos por ley para dar un óptimo servicio turístico; además se pudo observar que no se cuenta con personal especializado para realizar el guiado adecuado.

Además no se aprecia el compromiso de la Casa Edil respecto a los atractivos; no hace uso de la publicidad respecto a los eventos que puedan organizar dichos atractivos; además la página web hoy en día es uno de los elementos de comunicación más usados por los visitantes; y este sería un excelente medio para ampliar la visita a este segmento que promete incrementar el flujo turístico de la localidad y por tanto su desarrollo sostenible.

3.2. Discusión de la investigación

Previamente a elaborar el análisis de la discusión de los resultados, se efectuó a realizar un análisis interno y externo de la confiabilidad del instrumento, el cual ha sido el apropiado para esta investigación. La validación de este trabajo de investigación brinda garantía al presente estudio.

Para lograr medir la consistencia externa del instrumento, se consideró la colaboración de expertos los cuales brindaron los siguientes resultados:

Tabla 9: Validación por juicio de expertos

NOMBRE DE LOS EXPERTOS	GRADO ACADÉMICO	LUGAR DONDE LABORAN	PORCENTAJE DE VALIDEZ
Gino García Mendocilla	Magister en Marketing Turístico y Hotelero	USMP	100%
Martha Alicia Romero Echevarría	Doctora en Educación	USMP	100%

Fuente: Elaboración propia (2018)

Como se puede observar en la Tabla N °9 la fiabilidad del instrumento expuesto en el presente trabajo de investigación obtuvo un promedio de 100%; por otro lado el uso de la prueba estadística del Alfa de Cronbach arrojó un nivel de confiabilidad muy alto de 92,5%.

En la tesis de Santiana (2013) de la Universidad de Especialidades Turísticas- Quito, se enfoca en el turismo accesible orientado a personas con discapacidad física y sensorial, además de conocer las necesidades que este turista requiere al momento de alojarse en un establecimiento hotelero. El autor después de realizar la aplicación de instrumentos, llega a la conclusión que en la mayoría de hoteles no existe conocimiento sobre el tema de accesibilidad, por lo que es difícil tener un manejo apropiado de las leyes y normativas para garantizar el derecho al ocio de las personas con discapacidad.

La tesis, tiene una semejanza relativa en cuanto a esta presente investigación. Como ya se mencionó en el párrafo anterior, esta tesis ha tratado de conocer las necesidades del turista con discapacidad al momento de alojarse en un establecimiento hotelero y en la presente investigación; se busca satisfacer las necesidad del turista discapacitado toda vez que este realice su visita al distrito de Pueblo Libre y se encuentre accesible en todos los aspectos, además de plantear estrategias para la mejora en la atención de los diferentes tipos de servicios turísticos.

Por otra parte, Fernández (2007) de la Universidad de Cádiz, se ha basado en analizar el grado de accesibilidad de los hoteles de la provincia de Cádiz-España, además de identificar la conducta de los directivos con respecto a este tema. El autor después de hacer el estudio respectivo, descubrió que la mitad

de los hoteles en la provincia de Cádiz cuentan con un nivel de accesibilidad bajo comparado con la otra mitad de hoteles pero que ninguno se encuentra al 100% de grado de accesibilidad.

Esta investigación, tiene similitud con la presente; en relación a que el autor hace un análisis de todos los hoteles que existen en la provincia de Cádiz y se ha observado que la mitad de estos no cumplen con las medidas necesarias para que estos sean establecimientos accesibles y en mi investigación se ha analizado 10 de los principales atractivos turísticos del distrito de Pueblo Libre llegando a la conclusión de que ninguno cubre al 100% las expectativas y requerimientos que un turista discapacitado necesita para poder tener una estadía agradable.

Además, García (2013) de la Universidad Católica del Perú, ha estudiado a la promoción turística en la comunidad de Muchik Santa Catalina de Chongoyape, además de conocer como es su organización y conservación de su flora y fauna, ya que los comuneros ayudan a facilitar la promoción turística, generando así que se consolide como un atractivo turístico natural importante, promoviendo resaltantes fuentes de ingreso y un modelo a seguir para las demás comunidades.

Esta tesis, tiene relación con respecto a que se quiere tomar de ejemplo a esta comunidad, ya que gracias a su organización y conservación tanto de su flora y fauna y además que buscan impulsar el lugar como un potencial para atraer la actividad turística. Es por ello que tomándolos como modelo se ha previsto que algunos de sus objetivos formen parte del plan de mejora que se propondrá para el distrito de Pueblo Libre y sea un lugar accesible en todos los sentidos.

Según McIntosh, R. y Goeldner, Ch. (1999); las cuatro perspectivas a tomar en cuenta para un buen servicio turístico son importantes; más en el caso de la presente investigación hace falta mejorar las perspectivas de gobierno; y negocio; esto se puede verificar en las fichas de observación; ya que por ejemplo la participación del gobierno respecto a la comunidad de negocios turísticos en muy baja; requiere mayor influencia en la comunicación para que la afluencia turística crezca; es así que no promueve la información

en su páginas web, ni en redes sociales; entendiendo que hoy en día la comunidad peruana utiliza los medios digitales para el acceso a información pertinente y sobre todo para capturar el interés por la visita a estos destinos.

Respecto a los servicios turísticos estos deberían contar con todos los servicios básicos para este grupo objetivo; como rampas, señalética, servicio de transporte, infraestructura en general y servicios especiales de alimentación.

Según la OMT (2007) se menciona que el turismo es un fenómeno social; esto es importante ya que un atractivo al no contar con los servicios adecuados para el tipo de segmento dirigido; se siente relegado y dejaría de participar en la base de esta teoría que es la socialización e integración.

Por otro lado de acuerdo con Buhr, W.(2009) e integrando la teoría a la investigación; tanto las instituciones públicas y privadas así como las personas que sustentan la demanda de estos servicios; y el aspecto físico son importantes para generar efectos económicos positivos dentro de un grupo de atractivos; como es el caso de Pueblo Libre. Existen ciertas barreras como por ejemplo la falta de infraestructura básica; servicios adaptados a la comunidad de discapacitados motrices que generarían verdadero interés en las visitas; y por tanto mejora en la economía común.

Según el Programa de las Naciones Unidas para el desarrollo-PNUD (2014); existe una descoordinación entre el Gobierno Municipal del Pueblo Libre y sus actores que forman parte de la comunidad; esta falta de coordinación; no permite el crecimiento de cada uno de los atractivos; respecto a este grupo objetivo; si trabajaran en conjunto respetando lo que dice el autor; hubiera un sistema organizado para el buen funcionamiento de una sociedad y su economía.

Quesada, R. (2007); nos afirma que parte de un buen uso de la infraestructura; es que se cuenten con todos los servicios adaptables al grupo objetivo; ya que esto podría generar en una pésima operación de la oferta de servicios turísticos. Por otro lado comparándonos con otros destinos, en otras municipalidades como la Municipalidad de Lima que sí cuenta con toda la

infraestructura necesaria; como por ejemplo; servicios dirigidos a discapacitados motrices, intelectuales, físicos; etc.

Por otro lado Acerenza, M. (1996) nos afirma que la información destinada al cliente es importante ya que la publicidad y promoción de ventas ayudan a las buenas relaciones públicas entre comunidad (grupo de destinos), turistas y gobierno.

Coutin, J. (2010) menciona que se requiere cierto proceso de planeación para una óptima promoción turística; en la presente tesis se recomienda que el municipio establezca metas específicas dirigidas a estas minorías; esto ayuda a definir mercados, y a determinar los medios publicitarios a utilizar.

En referencia a las limitaciones, se advierte que no se ha podido recabar información necesaria de la Municipalidad de Pueblo Libre, toda vez que en principio, la página web de la municipalidad no contaba con información actualizada respecto de los atractivos turísticos de la misma.

Asimismo, hubo dificultad al momento de acceder a información estadística con respecto al número de personas con discapacidad que habitan en el distrito de Pueblo Libre.

Finalmente, en la presente investigación, se identificó que en el Perú, no se cuenta con bibliografía suficiente, respecto al turismo accesible a comparación de otros países que se encuentran más avanzados en estos temas, como por ejemplo España.

Por otro lado; uno de los aportes positivos que brinda la presente investigación, es que con el desarrollo de la misma, se ha podido identificar que en el distrito de Pueblo Libre no se promueve de manera efectiva los atractivos turísticos, situación que merece especial interés, por parte de las autoridades públicas como privadas a efectos de que brinden la atención necesaria, en mejorar el servicio turístico para las personas con discapacidad motriz a fin de que puedan gozar hacer uso de sus derechos de manera efectiva.

Asimismo, impulsaría la participación de los diferentes actores en crear tours especializados para personas con discapacidad motriz inscritas en la

OMAPED de la misma Municipalidad, y posteriormente se realicen estos tours con turistas nacionales y extranjeros con discapacidad motriz que deseen visitar el distrito, lo cual permitiría que a través de un trabajo en conjunto se promueva el turismo accesible, y que a su vez esta iniciativa pueda servir como ejemplo para las diversas municipalidades.

Finalmente, el presente trabajo puede ser útil para futuras investigaciones en temas relacionados a la accesibilidad de personas con discapacidad motriz, las cuales podrían tomar como punto de partida la problemática planteada en la presente investigación.

CAPÍTULO IV: PROPUESTA: PLAN PROMOCIONAL

4.1 Presentación

La creación del siguiente Plan Promocional surgió en relación a los resultados del presente trabajo de investigación, el cual servirá como un aporte para la Municipalidad de Pueblo Libre.

El objetivo de este plan, es lograr la mejora en la calidad de servicio y atención a las personas con discapacidad motriz en los diferentes atractivos turísticos del distrito de Pueblo Libre.

Hoy en día, el turismo es un componente esencial en la vida cotidiana de cualquier persona, es decir es un derecho con el que debe contar esta sociedad.

El propósito de este plan promocional, es lograr que se pueda comunicar la existencia de estos destinos en el distrito de Pueblo Libre para las personas discapacitadas motrices, para ello los requisitos básicos que pide la municipalidad son la construcción de una buena infraestructura accesible y correctamente adaptada, entre otras falencias encontradas en los resultados de la investigación. Por otro lado, el presente plan; ayudará a promover e incentivar la implementación de tours especializados en personas con discapacidad, con el apoyo del sector público en coordinación con la municipalidad y con el sector privado directamente con los prestadores de servicios turísticos.

Además de que se brinden charlas de sensibilización en relación a los turistas discapacitados y sus necesidades para un mejor trato y atención y así estos lugares turísticos se encuentren en constante aprendizaje y ayuden a que el desarrollo del sector turismo sea el adecuado.

4.2 Introducción

Como se evidencia en los resultados de esta investigación, se ha observado que los atractivos turísticos del distrito de Pueblo Libre no tienen como iniciativa de realizar tours especialmente para turistas con discapacidad motriz.

El turismo accesible viene siendo uno de los tipos de turismo que está sobresaliendo a nivel mundial, un claro ejemplo se ve reflejado en España, ya que son muchos los monumentos, museos, alojamientos y restaurantes que ofrecen sus servicios y actividades totalmente accesibles; ya que se encuentra preparada para el “turismo para todos”. Se vienen realizando mayores esfuerzos para cubrir las necesidades de personas con discapacidad a través de la eliminación de barreras, además y muy importante mencionar la creación de normativas en materia de transporte, edificación y urbanismo.

4.3 Objetivo

Objetivo general:

- Promover y comunicar a través de la Municipalidad de Pueblo Libre, la realización de tours especialmente para turistas discapacitados motrices para incentivar a que esta iniciativa se experimente en otras municipalidades y a través de ellas impulsar de manera responsable este tipo de turismo, para lograr más adelante que los gobiernos regionales lo promuevan.

Objetivos específicos:

- Diseñar tours especialmente dirigidos hacia turistas discapacitados motrices; para ello se requerirá que la Municipalidad requiera de la infraestructura y servicios básicos para este segmento.
- Diseñar la publicidad adecuada para llegar a los grupos de interés.

4.4 Diagnóstico situacional

Análisis FODA

4.4.1 ANÁLISIS EFE (Evaluación de Factores Externos)

OPORTUNIDADES

- Existencia de mecanismos de promoción de la inversión (obras por impuestos y Asociación Pública-Privada, PROCOMPITE, ProInversión).
- Mayor conectividad a redes sociales a través de dispositivos móviles (Smartphone, tablets)
- Existencia de centros de formación y capacitación vinculados a servicios de la actividad turística para discapacitados.
- Personalización de la experiencia: nichos especializados de turismo desplaza al turismo masivo
- Instituciones que realizan actividades a nivel regional y nacional para la inclusión social.

AMENAZAS

- Moderación del gasto por desaceleración del crecimiento económico.
- Competencia creciente entre destinos similares, por ganar cuotas de mercado.

- Falta de orden para el transporte público en el distrito.
- Falta de conciencia por parte la ciudadanía frente al tratamiento de personas con discapacidad.
- Atractivos turísticos de otros distritos que cuentan con infraestructura básica accesible.

4.4.2 ANALISIS EFI (Evaluación de Factores Internos)

FORTALEZAS

- Cuenta con una OMAPED en el distrito.
- Ejecución de acciones para el desarrollo de actividades turísticas por parte de la Municipalidad de Pueblo Libre.
- Existencia de una oferta turística compuesta por servicios y actividades necesarias para el desarrollo del turismo en general.
- Destacado posicionamiento de Pueblo Libre como un distrito histórico y turístico en Lima Metropolitana.
- Ubicación estratégica para la ciudad de Lima
- Iniciativas de algunos prestadores de servicios turísticos para la promoción de los recursos turísticos de Pueblo Libre.

DEBILIDADES

- Su Plan de Desarrollo Concertado no cuenta con un enfoque orientado a la inclusión de personas con discapacidad.
- Inseguridad ciudadana en crecimiento.
- Baja calidad en la prestación de servicios turísticos orientados a personas con discapacidad.
- Infraestructura no apta para turistas discapacitados motrices.
- Servicios paralelos inexistentes.

4.5 Matrices estratégicas

4.5.1. Matriz del perfil competitivo

Con la finalidad de implementar de estratégica para la propuesta del Plan Promocional para el distrito de Pueblo Libre se elaboró la matriz de perfil competitivo de Charles Kepner. Para lo cual, se ha considerado la opinión de 02 expertos en MBA para calificar y dar peso a cada uno de los factores críticos para el éxito identificados en el estudio de observación de la tesis.

Procedimiento:

El experto 1; Ponce, B. docente de la Universidad de San Martín de Porres; otorgó en orden de importancia y brindó la calificación y peso, los cuales se pueden observar en la Tabla N°10.

Tabla 10: Ponderación de los factores de éxito (experto 1)

Infraestructura y promoción	Experto 1 (Ponce, B.)	
Factores críticos para el éxito	Peso	Orden de Importancia
Instalaciones accesibles	0.40	1
Personal capacitado	0.20	2
Atención personalizada	0.10	5
Calidad en el servicio	0.10	4
Señalética adecuada	0.20	3
Total	1.00	

Fuente: elaboración propia (2018)

El experto 2; Rodríguez, A. docente de la Universidad de San Martín de Porres; calificó en orden de importancia y otorgó la siguiente calificación y peso que puede observarse en la Tabla N°11.

Tabla 11: Ponderación de los factores de éxito (experto 2)

Infraestructura y promoción	Experto 2 (Rodríguez, A.)	
Factores críticos para el éxito	Peso	Orden de Importancia
Instalaciones accesibles	0.40	1

Personal capacitado	0.20	2
Atención personalizada	0.10	5
Calidad en el servicio	0.10	4
Señalética adecuada	0.20	3
Total	1.00	

Fuente: elaboración propia (2018)

Por concluir, se define que de acuerdo al cruce de las opiniones de los 2 expertos en la Tabla N°12 que:

Tabla 12: Ponderación de los factores de éxito

Infraestructura y promoción	Ponderación de expertos	
	Peso	Orden de Importancia
Factores críticos para el éxito		
Instalaciones accesibles	0.40	1
Personal capacitado	0.20	2
Atención personalizada	0.10	5
Calidad en el servicio	0.10	4
Señalética adecuada	0.20	3
Total	1.00	

Fuente: elaboración propia (2018)

Con los resultados obtenidos de la ponderación de los factores críticos para el éxito; se construyó la matriz de perfil competitivo como se aprecia en la Tabla N°13, considerando como competidores a la Municipalidad de Miraflores y la Municipalidad de Lima Metropolitana, las cuales son instituciones que han venido desarrollando acciones para consolidarse como un distrito accesible para los turistas con discapacidad motora.

Tabla 12: Matriz de perfil competitivo

Análisis de Matriz de Perfil Competitivo (Ponderación)				
Factores de éxito	Peso	Municipalidad de Pueblo Libre	Municipalidad de Miraflores	Municipalidad de Lima Metropolitana

		Calificación	Ponderado	Calificación	Ponderado	Calificación	Ponderado
Instalaciones accesibles	0.40	3	1.20	5	2.0	5	2.00
Personal capacitado	0.20	3	0.60	4	0.8	1.5	0.30
Atención personalizada	0.10	1	0.10	3	0.3	2	0.20
Calidad en el servicio	0.10	3	0.30	4	0.4	3	0.30
Señalética adecuada	0.20	3	0.60	5	1.0	4	0.80
Total	100%		2.80		4.50		3.60

Fuente: elaboración propia (2018)

Interpretación: La Tabla N°13, evidencia un nivel deficiente en relación a las instalaciones accesibles, a comparación de sus principales competidores, asimismo también se puede observar que no se cuenta con personal capacitado para brindar la adecuada atención a los turistas discapacitados motrices a sus dos competidores.

Es por ello, se ha visto por conveniente sugerir dos estrategias; la primera estrategia es la mejora de la infraestructura en los atractivos turísticos para implementar la competitividad frente a otros distritos y facilitar el acceso a las personas con discapacidad motriz y la segunda estrategia es el fortalecimiento de capacidades para tratar con personas con discapacidad motriz.

4.6 Matriz FODA CRUZADA

Tabla 13: Análisis de los factores internos y externos

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
Cuenta con una OMAPED en el distrito.	Mayor conectividad a redes sociales a través de dispositivos móviles (Smartphone, tablets)
Ejecución de acciones para el desarrollo de actividades turísticas por parte de la Municipalidad de Pueblo Libre.	Existencia de centros de formación y capacitación vinculados a servicios de la actividad turística para discapacitados.
Existencia de una oferta turística compuesta por servicios y actividades necesarias para el desarrollo del turismo en general.	Personalización de la experiencia: nichos especializados de turismo desplaza al turismo masivo.
Destacado posicionamiento de Pueblo Libre como un distrito histórico y turístico en Lima Metropolitana.	Instituciones que realizan actividades a nivel regional y nacional para la inclusión social.
Ubicación estratégica para la ciudad de Lima.	
Iniciativas de algunos prestadores de servicios turísticos para la promoción de los recursos turísticos de Pueblo Libre.	
DEBILIDADES	AMENAZAS
Su Plan de Desarrollo Concertado no cuenta con un enfoque orientado a la inclusión de personas con discapacidad.	Moderación del gasto por desaceleración del crecimiento económico.
Inseguridad ciudadana en crecimiento.	Competencia creciente entre destinos similares, por ganar cuotas de mercado.
Baja calidad en la prestación de servicios turísticos orientados a personas con discapacidad.	Falta de orden para el transporte público en el distrito.
Infraestructura no apta para turistas discapacitados motrices.	Falta de conciencia por parte la ciudadanía frente al tratamiento de personas con discapacidad.
Servicios paralelos inexistentes.	Atractivos turísticos de otros distritos que cuentan con infraestructura básica accesible.

OPORTUNIDADES		AMENAZAS
Existencia de mecanismos de promoción de la inversión (obras por impuestos y Asociación Pública-Privada, PROCOMPITE, ProInversión).		Falta de conciencia por parte la ciudadanía frente al tratamiento de personas con discapacidad.
Mayor conectividad a redes sociales a través de dispositivos móviles (Smartphone, tablets).		Competencia creciente entre destinos similares, por ganar cuotas de mercado.
Existencia de centros de formación y capacitación vinculados a servicios de la actividad turística para discapacitados.		Falta de orden para el transporte público en el distrito.
Personalización de la experiencia: nichos especializados de turismo desplaza al turismo masivo.		Moderación del gasto por desaceleración del crecimiento económico.
Instituciones que realizan actividades a nivel regional y nacional para la inclusión social.		Atractivos turísticos de otros distritos que cuentan con infraestructura básica accesible.
FORTALEZAS	ESTRATEGIAS FO	ESTRATEGIAS FA
Cuenta con una OMAPED en el distrito.	<ul style="list-style-type: none"> - Promover los mecanismos de promoción inversión privada para mejorar la infraestructura. - Generar alianzas estratégicas (convenios y realizar actividades con instituciones vinculadas al desarrollo de la actividad turística) - Potenciar la promoción de atractivos, servicios y actividades turísticas a través de redes sociales durante todo el año. 	<ul style="list-style-type: none"> - Establecer mecanismos para el fortalecimiento de capacidades de los gestores del destino. - Generar cultura turística orientada a la inclusión social en la población local, distritos aledaños y visitantes de Pueblo Libre.
Ejecución de acciones para el desarrollo de actividades turísticas por parte de la Municipalidad de Pueblo Libre.		
Existencia de una oferta turística compuesta por servicios y actividades necesarias para el desarrollo del turismo en general.		
Destacado posicionamiento de Pueblo Libre como un distrito histórico y turístico en Lima Metropolitana.		
Ubicación estratégica para la ciudad de Lima.		
Iniciativas de algunos prestadores de servicios turísticos para la promoción de los recursos turísticos de Pueblo Libre.		
DEBILIDADES	ESTRATEGIAS DO	ESTRATEGIAS DA
Su Plan de Desarrollo Concertado no cuenta con un enfoque orientado a la inclusión de personas con discapacidad.	<ul style="list-style-type: none"> - Mejorar la calidad de la gestión pública - Mejorar el estado de conservación del patrimonio cultural inmueble. - Generar inversiones público - privada en instalaciones turísticas. 	<ul style="list-style-type: none"> - Mejorar la gestión privada de los prestadores de servicios.
Inseguridad ciudadana en crecimiento.		
Infraestructura no apta para turistas discapacitados motrices		
Servicios paralelos inexistentes.		

Fuente: Elaboración propia (2018)

4.7 Matriz de las cinco fuerzas de Porter

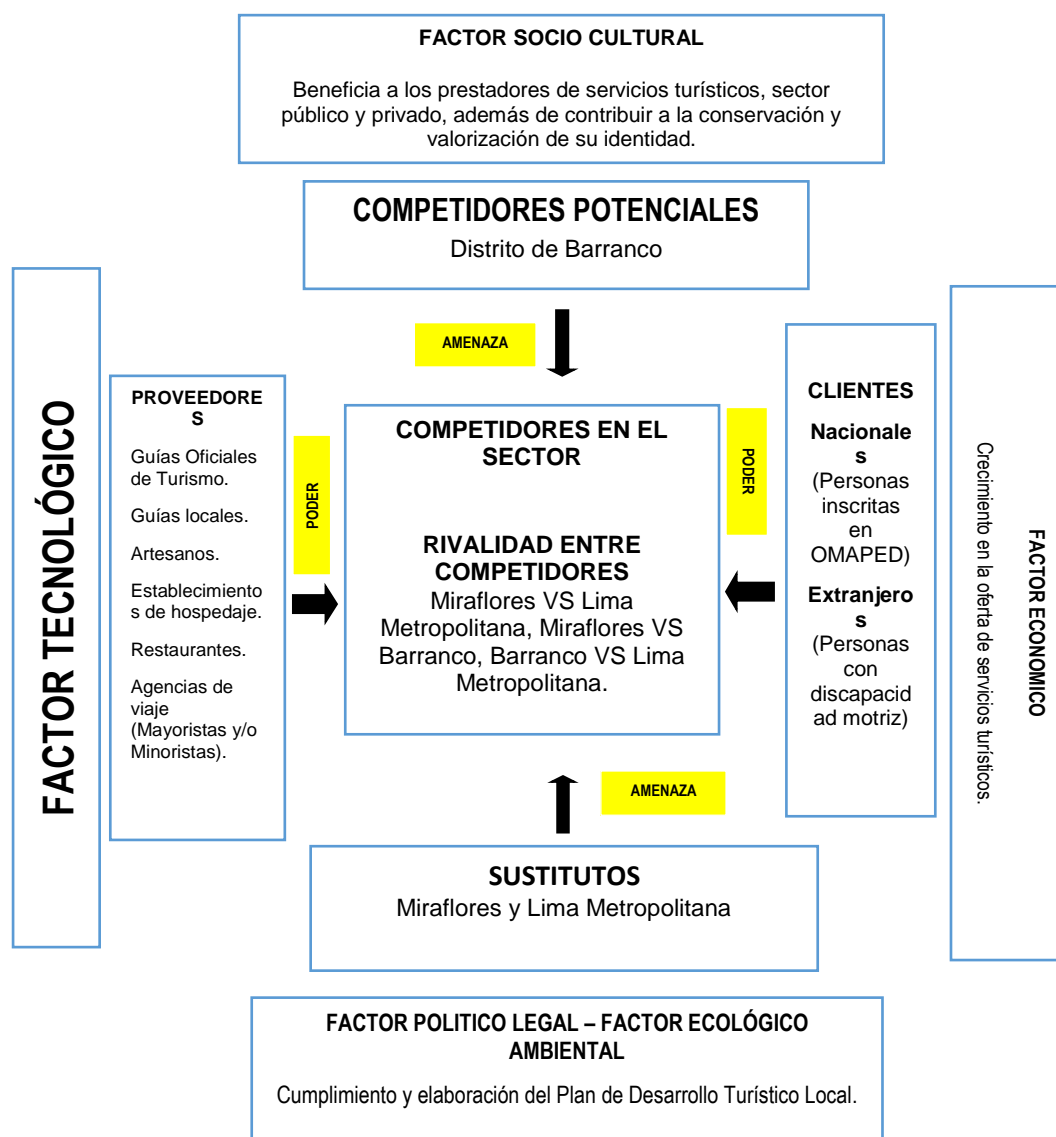


Figura 1: Matriz de las 5 fuerzas de Porter

Fuente: Elaboración propia (2018)

4.7.1 Poder de negociación de los compradores o clientes

Para comenzar se debe identificar a los “clientes” y que en este caso son los turistas con alguna discapacidad motora que buscan realizar un turismo cultural, una vez que identificamos esto, lo siguiente es saber la nacionalidad de estos mismos y aquí podemos reconocer que en su mayoría son peruanos y en menor cantidad extranjeros (estadounidenses, argentinos, colombianos y chilenos) respectivamente.

Si hablamos de los visitantes nacionales, podemos reconocer que estos vienen de Lima Metropolitana, Lima Provincias y Callao respectivamente.

Una vez que hayamos identificado a los clientes, debemos tener en cuenta que de acuerdo al análisis realizado en la matriz de perfil competitivo de la Tabla N° 13, se ha identificado como una deficiencia y valorado con la menor ponderación en materia de infraestructura accesible, por lo tanto esto permite que los clientes puedan manejar a su favor el tema de adquirir o no adquirir un servicio.

Asimismo al no tener mucha demanda para realizar un turismo accesible, los vendedores suelen no condicionar sus instalaciones para un mejor acceso de turistas con discapacidad motora, y esta forma puedan percibir una mejor ganancia y no invertir, sin embargo si el cliente no está de acuerdo a esto, entonces optará por adquirir un producto sustituto, que por el simple hecho de contar con una mejor infraestructura y a la vez, ser mayor difundido logra captar rápidamente el interés del cliente.

Ante esto, entre las estrategias que se podría optar están:

- Ofrecer un valor agregado, “plus” al servicio que se ofrece, que se pueda diferenciar en cierta medida, del producto que ofrecen los sustitutos, mejorando la infraestructura de sus instalaciones.
- Establecer precios accesibles en temporada alta, ya que se debe tener en cuenta que aún no es un lugar que está bien posicionado.
- Crear mayores canales de comunicación con el cliente, esto puede ser aprovechando los medios virtuales, logrando así reducir la distancia con el cliente.
- Buscar el apoyo de las autoridades locales para que puedan ofrecer un mayor compromiso en cuanto a la difusión y mejora de un turismo accesible.

4.7.2 Poder de negociación de los proveedores o vendedores

El poder de negociación de los proveedores, resulta ser uno de los poderes más importantes y esto porque dependerá de ellos, de los servicios y precios ofrecidos, que los turistas con discapacidad motora decidan o no visitar el lugar.

Sin embargo, se debe reconocer que en el lugar existe escasa cantidad número de proveedores que podemos identificar; para comenzar, se puede mencionar que existen agencias de viajes y alojamientos.

Para poder reducir el poder de negociación de los proveedores, es necesario crear estrategias que permitan crear una mejor condición y/o control sobre estos mismos y estas pueden ser:

- Organizar a los orientadores turísticos y lograr que fijen un precio adecuado, siempre y cuando ofrezcan un servicio proporcional a dicho precio, teniendo en cuenta las facilidades para el acceso de turistas con discapacidad motora.
- Capacitar a la operadoras turísticas y agencias que no se encuentren bajo el Reglamento de Agencias de Viajes y Turismo, para que puedan trabajar de una manera formal y bajo estándares de calidad que también permitan mejorar su servicio para desarrollar un turismo accesible y establezcan precios razonables.

4.7.3 Amenaza de nuevos competidores entrantes

Este es un punto que deberían de tomar muy en cuenta los proveedores ya existentes en este mercado, y esto porque el ingreso de un nuevo proveedor, que en este caso puede ser una Municipalidad que mejore la infraestructura de sus atractivos y de esta manera sí brinde los servicios adecuados para turistas con discapacidad motora; puede traer abajo los ingresos de las demás agencias y servicios turísticos (que son de 3 a 4 agencias) que se brindan disminuyendo el número de visitantes, esto porque el turista al ver que un espacio cuenta con mayores facilidades para su acceso y

condicionamiento para su visita, sin duda va a preferir irse con ellos porque les dará más confianza y estará seguro que recibirá un buen servicio.

En este caso los proveedores ya existentes, que sería la Municipalidad de Pueblo Libre, así como los prestadores de servicios turísticos en este espacio, pueden fijarse las siguientes estrategias:

- Mejor calidad en sus servicios, a través de capacitaciones, fortalecer sus debilidades, conociendo de primera mano los inconvenientes que pueden haber molestado a los turistas, así como la mejora de la infraestructura.
- Mejorar su difusión, publicidad, sacando provecho de los medios virtuales, con son las redes sociales, páginas web, entre otros.
- Aumentar sus puntos de venta, ya que pueden concretarse a través de redes sociales, páginas web.

4.7.4 Amenaza de productos sustitutos

La amenaza de los productos sustitutos, es sin duda un punto que actualmente está haciendo perder turistas que van en busca de un turismo cultural de manera accesible, de acuerdo al análisis realizado en la Matriz de perfil competitivo de la Tabla N°13, se ha identificado como principales competidores a la Municipalidad de Miraflores y la Municipalidad Metropolitana de Lima.

El ingreso de productos sustitutos es algo que ya se está dando, pero que por el contrario no se está realizando nada para poder hacer frente a este mismo, sin embargo, se puede observar las consecuencias de este ingreso, y es que la visita de turistas con alguna discapacidad motora no va en aumento.

Estos productos sustitutos están teniendo un mayor ingreso debido a que los factores de infraestructura y señalética en estos competidores se encuentran por encima de los servicios brindados por la Municipalidad de Pueblo Libre.

Entre las estrategias que se recomienda tomar están:

- Aumentar la calidad de servicio.
- Fijar precios adecuados a la demanda.
- Conseguir mayores canales de publicidad.
- Ofrecer promociones en temporada alta y baja, para poder fidelizar clientes.

4.7.5 Rivalidad entre los competidores

La rivalidad entre competidores de turismo cultural de manera accesible es muy grande debido a que los principales competidores como son la Municipalidad de Miraflores y la Municipalidad Metropolitana de Lima son lugares que cuentan con una mejor infraestructura para brindar un servicio de calidad orientado a los turistas con discapacidad motora que ha permitido un mayor desarrollo en este aspecto.

Sin embargo, algunas de las estrategias a realizar serían:

- Diversificación de servicios con valor agregado.
- Apoyo de la Municipalidad para la mejora en las vías de acceso, publicidad y promoción.
- Identificar nuevas características en los atractivos turísticos.

4.8 Estrategias

Las matrices estratégicas elaboradas; permiten plantear la estrategia adecuada que permitirá difundir los destinos del distrito de Pueblo libre adecuados al perfil del turista discapacitado motriz; por ello se tomarán en cuenta las siguientes:

- a. Generar Alianzas estratégicas y realizar actividades con instituciones vinculadas al desarrollo de la actividad turística;

mejorando de esta manera los proveedores de prestaciones de servicios adecuados.

- b. Potenciar la promoción de atractivos, servicios y actividades turísticas a través de las redes sociales durante todo el año; orientando a la población a tomar conciencia turística por medio de la inclusión social.

4.9 Análisis presupuestal de las estrategias elegidas

Tabla 14: Presupuesto de estrategias elegidas

	Estrategias	Responsables	Costo	Cronograma
Alianzas estratégicas	Empresa de transporte Línea 1 y línea 2 del Metroplitano (Municipalidad de Lima)	Oficina de turismo	1,900	4 de octubre
	Empresa de alimentación especializada: Gonzalo Barletti Tejada. Redes especializadas en Alimentos y Bebidas saludables	Municipalidad de Pueblo Libre : Teniente Alcalde	4,980	15 de octubre
	Alianza estratégica con el Ministerio de Cultura para presupuesto en Publicidad (Sponsoring)	Oficina de Turismo	2,000	2 de octubre
Promoción	Información adecuada de la ruta en los destinos: Museo de Arqueología, antropología e historia del Perú, Museo Larco, La Plaza Bolívar, La iglesia María Magdalena y La casa de los Libertadores; a través de página Web y Facebook.	Municipalidad de Pueblo Libre y Actores; Community Manager	900	Mensual

Fuente: Elaboración propia (2018)

CONCLUSIONES

1. La infraestructura para discapacitados motrices en los atractivos turísticos del distrito de Pueblo Libre, es inadecuada; la Municipalidad de Pueblo Libre no tiene al 100% cubiertos los servicios básicos exigidos por ley para dar un óptimo servicio turístico; además se pudo en la guía de observación; instrumento utilizado en la presente tesis se pudo observar que ninguno de los atractivos cuenta con personal especializado para realizar el guiado adecuado.

Además no se aprecia el compromiso de la Casa Edil respecto a los atractivos; no hace uso de la publicidad respecto a los eventos que puedan organizar dichos atractivos; además la página web hoy en día es uno de los elementos de comunicación más usados por los visitantes; y este sería un excelente medio para ampliar la visita a este segmento que promete incrementar el flujo turístico de la localidad y por tanto su desarrollo sostenible.

2. La infraestructura para discapacitados motrices en los atractivos turísticos en el distrito; no cumplen por ejemplo con rampas, algunos de ellos con servicios básicos como son servicios higiénicos; restaurantes con infraestructura necesaria, estacionamientos adecuados al segmento a tratar.

3. La promoción turística en el distrito de pueblo libre como se pudo observar a través de la recolección de datos es mínima; existe poca información con respecto a dichos atractivos; que no se visualizan ni en páginas web, y carecen de redes sociales.

4. Las acciones de promoción turística enfocadas a los turistas con discapacidad motriz; se vinculan al tema de transporte especializado, alimentación adecuada, y diversificación de la oferta que podrá ser cubierta con contenido promocional en formatos digitales y físicos que incluyan los atractivos.

RECOMENDACIONES

1. Se recomienda establecer mayor rigurosidad a la hora de la renovación de licencias municipales; ya que muchos de los atractivos no cuentan con los servicios adecuados con ordenanza legal; esto a través de supervisiones constantes por parte de los fiscalizadores municipales.
2. Para promover que los destinos mejoren en su infraestructura las alianzas estratégicas elegidas permitirán cubrir ciertos costos que los asumirá la Municipalidad con terceros para su misma promoción.
3. Se recomienda la creación de redes sociales de los atractivos que no poseen dichas redes vinculadas a la página general de la Municipalidad e Pueblo Libre; esto permitirá el aumento del flujo turístico y por tanto mejorará la imagen del distrito; para que sea motivo de iniciativa para otras Municipalidades..
4. Se recomienda lograr alianzas estratégicas con más líneas del transporte general (Metropolitano) que permitirá mayor facilidad para este segmento. A su vez una mejora en el proceso.

FUENTES DE INFORMACIÓN

- Acerenza. (1996). *Promocion Turistica: Un Estudio Metodologico*. México.
- Acerenza, M. (1996). *Promocion Turistica: Un Estudio Metodologico*. México.
- Alfonso Naranjo, B. (2010). Barreras arquitectónicas y discapacidad. *Temas para la educación: Revista Digital para profesionales de la enseñanza*, 9.
- Alonso, G. (2016). *La accesibilidad en evolución: la adaptación persona-entorno y su aplicación al medio residencial en España y Europa*. Tesis Doctoral, Universidad Autónoma de Barcelona. Barcelona.
- Association, A. M. (22 de 08 de 2006). *Dictionary of Marketing Terms*. Obtenido de MarketingPower.com
- Barrera, E. (2006). *Turismo rural. Un agronegocio para el desarrollo de los territorios rurales en: Agronegocios alternativos. Enfoque, importancia y bases para la generación de actividades agropecuarias no tradicionales*. Buenos Aires.
- Beni, M. C. (1998). *Análise estrutural do turismo*. Sao Paulo: SENAC.
- Blanco, M. (2008). *Guía para la elaboración del plan de desarrollo turístico de un*. Costa Rica.
- Blanco, M. (2008). *Guía para la elaboración del Plan de Desarrollo Turístico de un territorio*. San José.
- Bonta, P., & Farber, M. (2003). *199 Preguntas sobre Marketing y Publicidad*. Colombia.
- Buhr, W. (2009). *Infrastructure of the Market Economy*.
- Burkart, A., & Medlik, S. (1981). *Turismo: Pasado, Presente y Futuro*. Londres: Heinemann.
- Coutin, J. (2010). *Promocion turistica: Proceso de planeación*. Guayaquil.
- Deming, E. (1986). *Fuera de la crisis*. MIT Press.
- EIRD. (30 de Mayo de 2017). *Oficina de las Naciones Unidas para la reducción del riesgo de desastres*. Obtenido de <http://eird.org/pr14/cd/documentos/espanol/Publicacionesrelevantes/Recuperacion/6-Infraestructura.pdf>
- Embratur. (1984). *Inventario de la Oferta Turística: Metodología*. Rio de Janeiro.
- Embratur. (1984). *Inventario de Oferta Turistica- Metodologia*. Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, Brasil.
- Fernández Alles, M. T. (2007). *Turismo Accesible: Análisis de la accesibilidad hotelera en la provincia de Cádiz*. Cádiz.

- Fernández Fuster, L. (1978). *Teoría y Técnica del turismo, t.1 5ta Edición*. Madrid: Nacional.
- Fernández, M. (2007). Análisis de la accesibilidad hotelera en la provincia de Cádiz. Cádiz-España.
- Franco-Maass, S., Osorio-García, M., Nava-Bernal, G., & Regil-García, H. H. (2009). *Evaluación multicriterio de los recursos turísticos. Parque Nacional Nevado de Toluca - México*. Buenos Aires.
- Frechtling. (1996). *Modelos Teóricos aplicados al Turismo*.
- García Sibina, O. R., & Silva León, C. J. (2016). *Promoción Turística y Desarrollo del turismo en la comunidad de Padre Cocha, distrito de Punchana, año 2016*. Iquitos.
- García, F. (2013). *La promoción turística sostenible: Chaparri y la Comunidad Santa Catalina de Chongoyape*. Lima.
- García, F. (2013). *La promoción turística sostenible: Chaparri y la Comunidad Santa Catalina de Chongoyape*. Lima.
- Gurría Di- Bella, M. (2013). *Introducción al Turismo*. México: TRILLAS.
- Haddad, P., & Andrade, T. A. (1989). *Métodos de análisis regional*. Fortaleza.
- Huerta Peralta, J. (2006). *Discapacidad y Accesibilidad La Dimensión Desconocida*. Lima, Perú: Fondo Editorial del Congreso del Perú.
- Huerta Peralta, J. (2006). *Discapacidad y Accesibilidad La Dimensión Desconocida*. Lima, Perú: Fondo Editorial del Congreso del Perú.
- Huerta Peralta, J. (2006). *Discapacidad y accesibilidad. La dimensión desconocida*. Lima, Perú: Fondo Editorial del Congreso del Perú.
- IMSERSO, I. D. (2003). *Plan de Accesibilidad*. Madrid, España: Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales.
- Ishikawa, K. (1986). *¿Qué es control total de la calidad?* Colombia: Normal.
- Juran, J. M. (1990). *Juran y la planificación de la calidad*. Madrid: Díaz de Santos.
- Kotler, P., Armstrong, G., Cámara Ibañez, D., & Cruz Roche, I. (2004). *Marketing*. Madrid: Pearson Educación, S.A.
- Kotler, P., Bloom, P., & Hayes, T. (2004). *El marketing de servicios profesionales*. Paidós SAICF.
- Kotler, P., Rein, I., Gertner, D., & Haider, D. (2007). *Marketing internacional de lugares y destinos*. México: Pearson Educación, S.A.
- Krapf, K., & Hunziker, W. (1981). *Teoría General del Turismo*. México D.F: Diana.
- Lamb, C., Hair, J., & McDaniel, C. (2002). *Marketing*. International Thomson.

- Ley N°29973. (13 de Diciembre de 2012). Ley General de la Persona con Discapacidad. *Ley General de la Persona con Discapacidad*. Lima, Lima, Perú.
- Lo Fruscio Velástegui, M. (2011). *Estudio de Turismo Accesible: para Discapacitados Motrices en la Ciudad de Cuenca*. Cuenca, Ecuador.
- Lofruscio Velástegui, M. (2011). *Estudio de Turismo Accesible: Para discapacitados motrices en la ciudad de Cuenca*. Cuenca, Ecuador.
- Mankiw, G. (2012). *Principios de economía*. Mexico.
- Mathieson, A., & Wall, G. (1982). *Turismo: Impactos económicos, físicos y sociales*. México.
- McIntosh, R., & Goeldner, C. (1999). *Turismo: Planeación administración y perspectivas*. México: Limusa.
- MINEDU. (31 de Mayo de 1998). *MINEDU*. Obtenido de http://www.minedu.gob.pe/files/266_201109141525.pdf
- Mostajo Scheelje, G., Pérez Villanueva, P. Ú., & Tacuri Ccalla, M. N. (2014). *Estrategia de marketing para la promoción del destino turístico en Perú Kuélap y la ruta Chacha*. Lima.
- Mostajo Scheelje, G., Pérez Villanueva, P. Ú., & Tacuri Ccalla, M. N. (2014). *Estrategia de marketing para la promoción del destino turístico en Perú Kuélap y la ruta Chacha*. Lima.
- OMS. (2011). *Informe Mundial Sobre La Discapacidad*. Malta: OMS.
- OMS. (30 de Mayo de 2017). *OMS*. Obtenido de http://www.who.int/disabilities/world_report/2011/es/
- OMT. (2007). *Organización Mundial del Turismo*. Obtenido de Entender el turismo: glosario básico: <http://media.unwto.org/es/content/entender-el-turismo-glosario-basico>
- OMT. (22 de enero de 2016). *Turismo accesible, una apuesta empresarial estratégica* . Madrid.
- OMT, O. M. (25 de enero de 2016). *Organización Mundial del Turismo- OMT*. Obtenido de OMT: <http://media.unwto.org/es/press-release/2016-01-25/el-turismo-accesible-un-derecho-y-una-oportunidad-de-negocio>
- ONU. (29 de Mayo de 1996). *ORGANIZACION DE LAS NACIONES UNIDAS*. Obtenido de <http://www.un.org/spanish/disabilities/default.asp?id=498>
- Pérez, D., & Gonzáles Velasco, D. (2003). *Turismo Accesible: Hacia un turismo para todos*. España: MAZARS.
- Pérez, D., & González Velasco, D. (2003). *Turismo Accesible, Hacia un turismo para todos* . España: Cermies.

- PREDIF. (30 de Mayo de 2014). *PREDIF*. Obtenido de <http://www.predif.org/index.php?q=%C2%BFqu%C3%A9-es-el-turismo-accesible>
- PREDIF. (2017). *La realidad del turismo accesible en el mundo*. Obtenido de <https://www.porigualmas.org/articles/print/2393/format/smoothbox>
- Presidencia de Argentina. (8 de Abril de 1994). Accesibilidad de personas con movilidad reducida. *Ley 24.314*. Argentina, Argentina.
- Promperú. (2000). *Manual para la atención del turista con discapacidad*. Lima, Perú.
- Pueblo, D. d. (2001). *Seminario Internacional: Formando Promotores en Derechos Humanos y Discapacidad*. Lima, Perú.
- Pueblo, D. d. (2002). *Seminario Internacional: Formando Promotores en Derechos Humanos y Discapacidad*. Lima, Perú.
- Quesada Castro, R. (2007). *Elementos del Turismo*. San José, Costa Rica: Universidad Estatal a Distancia.
- Reid, A. (1980). *Las técnicas modernas de venta y sus aplicaciones*.
- Rein, K. (2007).
- Ritchie, J. R., & Crouch, G. I. (2005). *The competitive destination*. Wallingford.
- Robalino, A. L. (2012). *Promoción turística del balneario de Banchal parroquia cascol cantón pajan provincia de Manabi*. Guayaquil.
- Rodríguez Sampayo, M. (2010). *Diagnóstico de turismo accesible para personas con capacidades motrices restringidas, en la ciudad de Luján al mes de agosto del año 2010*. Luján, Argentina.
- Sandhusen, L. R. (2002). *Mercadotecnia*. Continental.
- Santiana Ayala, P. E. (Octubre de 2013). *Accesibilidad en los hoteles de primera categoría de Quito*. Quito.
- SECTUR, S. d. (2002). *El potencial turístico*.
- Sendov, B. (1984). *Models of reality: shaping thought and action*. Mt. Airy.
- Shanton, W., Etzel, M., & Bruce, W. (2004). *Fundamentos de Marketing*. México.
- Sialer, F. (2013). *Potencial Turístico de Ayabaca como destino cultural. Una nueva metodología*. Lima, Perú.
- Sialer, F. A. (2013). *Potencial Turístico de Ayabaca como destino cultural. Una nueva metodología*. Lima, Perú.

- Sialer, F. A. (2013). Potencial turístico de Ayabaca como destino cultural. Una nueva metodología, 2013. *Potencial turístico de Ayabaca como destino cultural. Una nueva metodología, 2013*. Lima, Lima, Perú.
- Sialer, F. A. (2013). *Potencial turístico de Ayabaca como destino cultural. Una nueva metodología, 2013*. Lima, Perú.
- Supo, J. (2011). *Cómo empezar una tesis*. Paucarpata, Arequipa: BIOESTADISTICO EIRL.
- Tabares. (2003). *Inventario de recursos turísticos*.
- UNDP, P. d. (2014). *Documento de apoyo Infraestructura*. Japón.
- UNISDR. (s.f.). *Oficina de las Naciones Unidas para la reducción del riesgo de desastres*.
Obtenido de <http://eird.org/pr14/cd/documentos/espanol/Publicacionesrelevantes/Recuperacion/6-Infraestructura.pdf>
- Vara Horna, A. (2010). *7 pasos para una tesis exitosa: Desde la idea inicial hasta la sustentación*. Lima, Perú: USMP.
- Vera, L. A. (2013). Analisis del potencial turístico del cerro de Hayas y sus posibles mejoras como un atractivo para la practica de turismo de aventura. Guayaquil, Ecuador.
- Vogt, C. (2002). *Modelos e modelagens, Comciência: revista eletrônica de jornalismo, fev.*
Obtenido de <http://www.comciencia.brreportagens/framereport.htm>
- Zimme, P., & Grassmann, S. (1996). *Evaluar el potencial turístico*. Madrid.

Anexo 1: Matriz de consistencia

	Problema	Objetivo	Hipótesis	Variables
General	¿Es la accesibilidad en los atractivos turísticos del distrito de Pueblo Libre para discapacitados motrices necesaria para la promoción turística del distrito?	Analizar la accesibilidad en los atractivos turísticos del distrito de Pueblo Libre para los discapacitados motrices y su relación con la promoción turística.	Existe una relación significativa entre el potencial turístico de los atractivos turísticos del distrito de Pueblo Libre para los discapacitados motrices y la promoción turística.	Promoción Turística
Específicos	¿Los lugares turísticos del distrito de Pueblo Libre cuentan con acceso para discapacitados motrices?	Analizar los lugares turísticos del distrito de Pueblo Libre que cuentan con acceso para discapacitados motrices.	Los lugares turísticos del distrito de Pueblo Libre cuentan con acceso para discapacitados motrices.	Infraestructura
	¿Se podrían proponer accesos para los discapacitados motrices en los lugares turísticos del distrito de Pueblo Libre?	Proponer accesos para los discapacitados motrices en los lugares turísticos del distrito de Pueblo Libre.	Los accesos para los discapacitados motrices en los lugares turísticos del distrito de Pueblo Libre son suficientes para lograr una efectiva promoción turística.	
	¿Si comparamos el distrito de Pueblo Libre con ciudades de países limítrofes encontraríamos un gran avance con respecto a la accesibilidad?	Comparar el distrito de Pueblo Libre con ciudades metrópoli de los países limítrofes.	El distrito de Pueblo Libre posee los elementos necesarios comprados con ciudades metrópoli de los países limítrofes para ofrecer servicios turísticos para discapacitados motrices.	

Fuente: Elaboración propia (2018)

Anexo 2: Matriz de Operacionalización de variables

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DIMENSIONES	DEFINICIÓN OPERACIONAL	INDICADORES
Promoción Turística	Acerenza M.A (1996). "Es la actividad destinada hacia la información y al cliente en donde se incluye lo que es la publicidad, promoción de ventas y otros medios, también lo que respecta a las relaciones publicas cuando éstas se encuentran integradas en el marketing".	Tradicional	Costumbres y saberes que son parte de la cultura de una comunidad.	Publicidad televisiva
				Publicidad radial
				Página web
				Participación en eventos
				Folletos para el turista
				Contenido promocional
		Nuevas	Se ha realizado ahora último, es tendencia y es distinto a lo que comúnmente se ve, es innovador.	Tours para discapacitados
				Redes sociales
			Estrategia de promoción	
Infraestructura	Buhr, W. (2009). "La infraestructura es la suma de los materiales institucionales, personales y físicos que sustentan una economía y contribuyen a la remuneración de los factores teniendo en cuenta una asignación oportuna de recursos, es decir, un grado relativamente alto de integración y el nivel más alto posible de los derechos económicos de las actividades".	Señalética	Sistema de comunicación de señales o símbolos que funcionan de guía y/u orientación.	Señalética para el turista discapacitado
				Señalética fácil de identificar y buena herramienta de comunicación
		Senderos	Camino regularmente estrecho para el paso de personas en tránsito	Superficie dura, sin escalones y equipado de rampas
				Senderos exclusivos para discapacitados
		Estacionamiento	Zona señalizada en la vía pública destinada para estacionar vehículos.	Estacionamiento reservado e indicado para personas con discapacidad
		Accesibilidad	Condición física o de sus facultades cognitivas para usar algún objeto, disfrutar de un servicio o hacer uso de una infraestructura.	Rampas adecuadas y accesibles
				Servicio de transporte público para personas discapacitadas

		De servicios	Actividad que se realiza con el fin de satisfacer las necesidades y deseos del cliente.	Los restaurantes cuentan con infraestructura adecuada.
				Puesto de salud cercano al atractivo
				Servicios higiénicos adaptados para discapacitados

Fuente: Elaboración propia (2018)

Anexo 3: Fichas de observación de los atractivos turísticos

Variable	Dimensión	Ítem	Respuesta	
Promoción	Tradicional	La municipalidad hace publicidad televisiva del atractivo	Sí	No
		La municipalidad hace publicidad radial del atractivo	Sí	No
		En la página web de la municipalidad puede visualizarse información sobre el atractivo turístico	Sí	No
		Participación en eventos (ferias, presstour, otros) para promocionar el atractivo.	Sí	No
		El atractivo cuenta con folletos para orientar al turista	Sí	No
		El atractivo cuenta con contenido promocional en formatos digitales y físicos que incluya al atractivo	Sí	No
	Nuevas	Se cuenta con información visual para personas con discapacidad física dentro de los espacios del atractivo	Sí	No
		La municipalidad realiza tours especialmente para discapacitados motrices que incluyan al atractivo en observación	Sí	No
		El atractivo tiene una cuenta en alguna red social	Sí	No
Infraestructura	Señalética	Se ha desarrollado una estrategia de promoción en redes sociales del atractivo	Sí	No
		La señalética orienta la circulación de las persona con discapacidad física por el atractivo.	Sí	No
	Senderos	La señalética es fácil de identificar y se encuentra bien diseñada como herramienta de comunicación.	Sí	No
		Superficie dura, sin escalón o equipado con rampas y ancho suficiente conectando todos los espacios y/o niveles abiertos al público	Sí	No
	Estacionamiento	El atractivo tiene senderos exclusivamente para personas con discapacidad física (o motora)	Sí	No
		Cuenta con estacionamiento reservado e identificado cerca a la entrada del atractivo para personas discapacitadas.	Sí	No
	Accesibilidad	Las rutas que comprenden la llegada al atractivo turístico cuenta con rampas adecuados para el uso de personas con discapacidad motora	Sí	No
		Cuenta con servicio de transporte público adecuado para personas con discapacidad motora	Sí	No
	De servicios	Los servicios de alimentación dentro o aledaños al atractivo (restaurantes) cuentan con infraestructura necesaria para la atención de clientes con discapacidad motora	Sí	No
		Existe un puesto y/o centro de salud cercano para atención ante una emergencia	Sí	No
Los servicios higiénicos del atractivo se encuentran adaptados para personas con discapacidad motora		Sí	No	



U N I V E R S I D A D D E
SAN MARTIN DE PORRES

VALIDEZ DE CONTENIDO DE INSTRUMENTOS POR JUICIO DE EXPERTOS

DOCUMENTOS QUE SE DEBE PRESENTARSE AL EXPERTO:

1. Solicitud
2. Conceptualización de las variables
3. Informe de validación del instrumento.
4. Matriz de consistencia.
5. Operacionalización de las variables.
6. Guía de Observación (s).