



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

**PROPUESTA DE ACTIVIDADES DE ANIMACIÓN TURÍSTICA EN EL  
MUSEO CONVENTO SAN FRANCISCO DE LIMA Y CATACUMBAS  
SEGÚN REQUERIMIENTOS DEL VISITANTE, 2019**

**PRESENTADA POR  
VALERIA ARIANA OROSCO MEDINA**

**ASESOR  
FABRIZIO AUGUSTO ALBERCA SIALER**

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

**LIMA – PERÚ**

**2020**



**Reconocimiento - No comercial - Compartir igual  
CC BY-NC-SA**

El autor permite entremezclar, ajustar y construir a partir de esta obra con fines no comerciales, siempre y cuando se reconozca la autoría y las nuevas creaciones estén bajo una licencia con los mismos términos.

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



**USMP**  
UNIVERSIDAD DE  
SAN MARTÍN DE PORRES

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

**“PROPUESTA DE ACTIVIDADES DE ANIMACIÓN TURÍSTICA EN EL MUSEO  
CONVENTO SAN FRANCISCO DE LIMA Y CATACUMBAS SEGÚN  
REQUERIMIENTOS DEL VISITANTE, 2019”**

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

**PRESENTADO POR:**

**VALERIA ARIANA OROSCO MEDINA**

**ASESOR: Mg. Fabrizio Augusto Alberca Sialer**

**LIMA – PERÚ**

**2020**

## **DEDICATORIA**

Por acompañarme siempre, por compartir sin interés tus conocimientos conmigo, gracias por tu motivación y por resaltar mis logros, con mucho cariño a ti mi alma gemela, Valentina.

A mi gran amor, por brindarme confianza y creer en mí siempre, gracias por tu compañía y apoyo, por escucharme y motivarme cada día. Con afecto para ti Manuel.

## **AGRADECIMIENTOS**

Este es el fruto de la dedicación y esfuerzo de mis padres, siempre trabajadores, les agradezco profundamente su acto de amor de sacrificar una vida juntos para permitirme estudiar una carrera universitaria. Gracias por brindarme su respaldo y hacer de mí una persona de bien que hoy tiene un futuro prometedor.

## ÍNDICE DE CONTENIDO

DEDICATORIA .....	ii
AGRADECIMIENTOS.....	iii
ÍNDICE DE TABLAS .....	vii
ÍNDICE DE FIGURAS .....	ix
RESUMEN .....	10
ABSTRACT .....	11
INTRODUCCIÓN .....	12
Descripción de la situación problemática .....	13
Formulación del problema .....	14
Pregunta General: .....	15
Preguntas Específicas: .....	15
Objetivos de la investigación.....	15
Objetivo General: .....	15
Objetivos Específicos:.....	16
Justificación de la investigación .....	16
Importancia de la investigación .....	17
Viabilidad de la investigación .....	17
Limitaciones del estudio.....	18
CAPÍTULO I .....	19
MARCO TEÓRICO.....	19
1.1. Antecedentes de la investigación .....	19
1.1.1 A nivel internacional: .....	19
1.1.2 A nivel nacional:.....	20

1.2. Bases Teóricas .....	21
1.3. Definiciones de términos básicos.....	28
CAPÍTULO II .....	31
METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.....	31
2.1. Variables .....	31
2.2. Diseño metodológico.....	33
2.3. Diseño muestral .....	34
2.4. Población y muestra.....	34
2.5. Técnicas de recolección de datos.....	36
2.6. Validación del instrumento .....	36
2.7. Técnicas estadísticas para el procesamiento de la información.....	37
2.8. Aspectos éticos .....	37
CAPÍTULO III .....	39
RESULTADOS, ANÁLISIS, DISCUSIÓN Y PROPUESTA.....	39
3.1. Resultados de las encuestas .....	39
3.1.1. ¿Con qué grupo de personas suele viajar? .....	40
3.1.2. ¿Qué actividades realiza durante su estadía? .....	42
3.1.3. ¿Cuántos días en promedio se queda en una ciudad para visitarla? .....	44
3.1.4. ¿Qué espera de un guiado turístico? .....	45
3.1.5. ¿Cuánto tiempo duró la visita que realizó? .....	46
3.1.6. ¿Fue de su agrado el guiado turístico que recibió?.....	48
3.1.7. ¿Cuánto tiempo cree que debe durar el recorrido turístico? .....	49
3.1.8. ¿Cómo califica el servicio recibido? .....	50
3.1.9. ¿Durante el recorrido, escuchó narraciones contadas a manera de cuento sobre la historia del convento?.....	51

3.1.10. ¿Presenció escenificaciones o algún tipo de actuación durante el recorrido?	52
3.1.11. ¿Escuchó cantos franciscanos durante su visita?	53
3.1.12. ¿El guía le hizo participar en cuestionarios realizando preguntas para ganar algún premio?	54
3.2 Análisis y discusión	60
3.3 Propuesta	64
3.3.1. Propuesta de narraciones	65
3.3.2. Propuesta de escenificaciones	66
3.3.3. Propuesta de reproducción de cánticos franciscanos	67
3.3.4. Propuesta de mejorar la interacción entre guía y visitantes	68
CONCLUSIONES	70
RECOMENDACIONES	71
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	72
ANEXOS	75
Anexo N° 1: Matriz de consistencia	76
Anexo N° 2: Matriz de operacionalización de variables	78
Anexo N° 3: Instrumento de investigación	79
Anexo N° 4: Informe de validación de expertos	82



## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla N° 1: Modalidades de animación según el Plan de formación para empleabilidad y la promoción empresarial y el emprendimiento .....	23
Tabla N° 2: Características del animador turístico según plan de formación para empleabilidad y la promoción empresarial y el emprendimiento .....	24
Tabla N° 3: Variable Actividades de animación turística.....	31
Tabla N° 4: Variable Requerimientos del visitante.....	32
Tabla N° 5: Cálculo de visitantes .....	35
Tabla N° 6: Porcentaje de validación del instrumento.....	36
Tabla N° 7: Grupo de viaje.....	40
Tabla N° 8: El vacacionista motivado por conocer Lima – grupo de viaje .....	41
Tabla N° 9: Actividades durante la estadía .....	42
Tabla N° 10:Actividades que realiza el vacacionista motivado por conocer Lima .....	43
Tabla N° 11: Estadía.....	44
Tabla N° 12:Expectativa del guiado turístico .....	45
Tabla N° 13: Duración del servicio .....	46
Tabla N°14:Expectativa de servicio.....	48
Tabla N° 15:Expectativa sobre duración del servicio .....	49
Tabla N° 16:Calificación del servicio .....	50
Tabla N°17:Narraciones en el recorrido.....	51
Tabla N° 18:Escenificaciones en el recorrido .....	52
Tabla N° 19:Cánticos franciscanos .....	53
Tabla N° 20:Interacción con el guía .....	54
Tabla N° 21:Grado de instrucción.....	55
Tabla N° 22: Grado de instrucción del vacacionista motivado por conocer Lima .....	56
Tabla N°23:Rango de edad .....	57
Tabla N° 24: Rango de edad del vacaionista motivado por conocer Lima .....	57
Tabla N° 25:Género .....	58
Tabla N° 26: Género del vacacionista motivado por conocer Lima .....	59

TablaN° 27: Propuesta de actividades de animación turística .....	64
Tabla N° 28: Actividades que el guía turístico debe realizar .....	68

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura N° 1: Grupo de viaje .....	40
Figura N° 2: Actividades durante la estadía.....	42
Figura N° 3: Días de estadía .....	44
Figura N° 4: Expectativa del guiado turístico .....	45
Figura N° 5: Duración del servicio .....	47
Figural N° 6: Experiencia de consumo.....	48
Figura N° 7:Requerimiento de servicio .....	49
Figura N° 8: Calificación del servicio.....	50
Figura N° 9: Narraciones durante el recorrido .....	51
Figura N° 10: Escenificaciones en el recorrido.....	52
Figura N° 11: Cánticos franciscanos durante el recorrido .....	53
Figura N° 12: Preguntas durante el recorrido .....	54
Figura N° 13:Grado de instrucción .....	55
Figura N° 14: Rango de edad.....	57
Figural N° 15:Género.....	58

## RESUMEN

El presente trabajo de investigación propone actividades de animación turística en el recorrido del Museo Convento San Francisco de Lima y Catacumbas, con el propósito de hacer que el visitante sea partícipe del recorrido y se lleve una grata experiencia.

El estudio tiene un enfoque cuantitativo, que se basa en hechos reales para lograr estudiar y determinar la situación que se presenta en el Museo Convento San Francisco de Lima y Catacumbas y de esa forma poder generalizar resultados para que se implementen actividades de animación turística en distintos recorridos de índole cultural.

Finalmente se logra el objetivo principal, proponiendo actividades de animación turística que son planteadas a través de cuatro propuestas: propuesta de implementar breves narraciones durante el recorrido, propuesta de escenificaciones, propuesta de reproducción de cánticos franciscanos, propuesta de interacción activa entre guías y visitantes.

Teniendo en cuenta los requerimientos y expectativas del visitante para diseñar de mejor manera los recorridos y considerando que el visitante busca experiencias donde tenga una participación activa, se concluye que la propuesta de realizar actividades de animación turística se torna se suma importancia ya que beneficia directamente al visitante.

***PALABRAS CLAVE:*** Animación turística, experiencia del visitante, turismo cultural, Museo Convento San Francisco.

## **ABSTRACT**

This research paper proposes tourist entertainment activities along the route of the San Francisco de Lima and Catacombs Convent Museum. With the purpose of contributing to the improvement of the visitor's experience by participating in the tour through the realization of tourist entertainment activities.

The study has a quantitative approach, which is based on real events to study and determine the situation presented in the San Francisco de Lima and Catacombs Convent Museum and thus be able to generalize results so that activities that contribute to improve the visitor experience in different cultural routes.

Finally, the main objective is achieved, proposing tourist entertainment activities that are raised through four proposals: proposal to implement brief narrations during the tour, proposal for performances, proposal for the reproduction of Franciscan songs, proposal for active interaction between guides and visitors.

Taking into account the requirements and expectations of the visitor to better design the routes and considering that the visitor seeks experiences where he has an active participation, it is concluded that the proposal to carry out tourist entertainment activities becomes important since it directly benefits the visitor.

**KEY WORDS:** *Tourist entertainment, visitor experience, cultural tourism, San Francisco Convent Museum.*

## INTRODUCCIÓN

La tesis “Propuesta de actividades de animación turística en el Museo Convento San Francisco de Lima y Catacumbas según requerimientos del visitante, 2019” propone actividades de animación turística para hacer más activa la participación del visitante durante el recorrido que se realiza. Se obtuvo información sobre los requerimientos del visitante a través de la resolución de cuestionarios y de esa manera se logró proponer actividades de animación turística.

En primer lugar se describe la situación problemática detectada la cual motivó a realizar la propuesta, se presentan los objetivos de la investigación, así como la justificación, importancia, viabilidad y limitaciones del estudio que se presentaron durante la realización de la tesis.

En el capítulo I, titulado marco teórico, se abordan los antecedentes de la investigación, tanto nacionales como internacionales, que han desarrollado temas relacionados al propósito de esta tesis, también se encuentran en este capítulo las bases teóricas y las definiciones de términos básicos que ayudan a comprender y situar en contexto al lector.

En el capítulo II, metodología de la investigación, se presenta la operacionalización de variables, el diseño metodológico y muestral de la investigación por el cual se optó, se describe la técnica de recolección de datos y la validación del instrumento usado, el cuestionario.

Posteriormente, en el capítulo III, se presentan los resultados plasmados en figuras y tablas seguidas de su respectivo análisis y también se presentan las propuestas.

Finalmente se detallan las conclusiones de la investigación y las recomendaciones.

## **Descripción de la situación problemática**

En la actividad turística se ha notado que el visitante no realiza una participación activa en los recorridos turísticos al visitar atractivos culturales como la visita al Museo Convento San Francisco de Lima y Catacumbas.

Se ha observado que los visitantes no obtienen una experiencia grata porque el guiado se ofrece en grupos muy extensos y no permite oír con atención la explicación del guía, sumándose a ello, los grupos no están debidamente clasificados y se inicia un recorrido con personas adultas, adolescentes y niños, todos juntos, lo que dificulta la debida atención para cada público, así como el disfrute del visitante.

Como es de conocimiento la visita al Museo Convento San Francisco de Lima y Catacumbas es un recorrido de contenido cultural e histórico, lo que hace el trabajo de los guías un tanto repetitivo y mecanizado, características que contribuyen a no captar el completo interés del grupo de visitantes.

Las visitas al Museo Convento San Francisco de Lima y Catacumbas tienen demanda, pero de no resolverse esta problemática, el interés por parte de las personas que quieren conocer el Museo se vería afectado y se reduciría, ya que no se obtiene una experiencia del todo grata, los visitantes sienten que no han tenido participación y no reciben algún valor agregado que hoy en día es una alta expectativa por parte del visitante.

En un contexto generalizado, podría llegarse a la omisión de visitar este Museo durante una estadía en Lima debido a distintos factores: la falta de tiempo, la gama de posibilidades de optar por otros atractivos más interesantes, la transmisión de ideas poco positivas sobre experiencia de visitas y generar el desinterés a potenciales visitantes, haciendo hincapié que la transmisión de buenos o malos comentarios hoy en día se hacen virales por redes virtuales donde el

usuario tiene la facilidad y libertad de plasmar su experiencia e influir en la decisión de muchos potenciales visitantes.

Esta tesis propone realizar actividades de animación turística que contribuyen a dar un valor agregado promoviendo la participación activa del visitante durante el guiado turístico.

### **Formulación del problema**

El recorrido que realizan los visitantes del Museo Convento San Francisco de Lima y Catacumbas es tradicional y aglomerado, los visitantes no logran experimentar una situación memorable debido que no se sienten partícipes del recorrido, y esto se debe a que la visita guiada es un monólogo por parte del guía, los grupos son extensos y ello complica obtener la total atención del visitante, por lo cual no trasciende la información brindada.

Se exponen a continuación preguntas que formulan el problema de la investigación. Una pregunta general que se desagrega en tres preguntas específicas, con las cuáles se busca resolver la problemática planteada.



### **Pregunta General:**

¿Qué actividades realizar para llevar a cabo la animación turística en el Museo Convento San Francisco de Lima y Catacumbas?

### **Preguntas Específicas:**

1. ¿Qué requiere el visitante para sentir su participación más activa en la visita al Museo Convento San Francisco de Lima y Catacumbas?
2. ¿Cómo es el recorrido actual en el Museo Convento San Francisco de Lima y Catacumbas?
3. ¿Qué actividades de animación turística se realizarán?

### **Objetivos de la investigación**

#### **Objetivo General:**

Proponer actividades de animación turística en el tour del Museo Convento San Francisco de Lima y Catacumbas.

### **Objetivos Específicos:**

1. Identificar los requerimientos del visitante del Museo Convento San Francisco de Lima y Catacumbas.
2. Identificar las actividades que se realizan en el recorrido actual en el Museo Convento San Francisco de Lima y Catacumbas.
3. Definir las actividades a realizar para llevar a cabo la animación turística en el Museo Convento San Francisco de Lima y Catacumbas.

### **Justificación de la investigación**

La presente investigación se enfoca en proponer actividades de animación turística para que puedan ser implementadas en el recorrido actual que se brinda en la visita al Museo Convento San Francisco de Lima y Catacumbas. Lo que motivó a relizar esta investigación fue que se notó que en el recorrido actual no se hace participe al visitante y este no logra una experiencia grata.

Se propone realizar actividades de animación turística a través de las cuales el visitante puede tener una participación activa durante el guiado turístico, de esa manera se lograrán mejores experiencias por parte de cada visitante. Las actividades propuestas se realizaron en base a información que el visitante otorgó a través de la resolución de cuestionarios, implementarlas beneficiarán directamente al visitante del Museo.

A continuación se detalla la importancia de la investigación , así como la viabilidad y las limitaciones que se presentaron durante el desarrollo de la tesis.

## **Importancia de la investigación**

Realizar este trabajo de investigación es importante para encontrarle una solución a la problemática existente: la poca participación por parte de los visitantes en el recorrido que se realiza en el Museo Convento San Francisco de Lima y Catacumbas.

Los beneficiados de este estudio son todos aquellos que visitan el Museo, nacionales y extranjeros, que lograrán conseguir una experiencia grata y vivencial, beneficia también al Museo Convento San Francisco de Lima y Catacumbas como atractivo turístico importante de visita que ofrecerá algo distinto a lo tradicional.

El Museo Convento San Francisco de Lima y Catacumbas se encuentra ubicado en el centro histórico de Lima, pase obligado para muchos que se encuentren en la ciudad, recibe aproximadamente 5724 visitantes mensuales.

Realizar actividades nuevas en el recorrido contribuirá a mejorar el cumplimiento de requerimientos de la demanda.

## **Viabilidad de la investigación**

El desarrollo del trabajo de investigación ha sido posible porque se tuvo acceso físico al lugar. El Museo Convento San Francisco de Lima y Catacumbas se encuentra en el Jr. Lampa en el Cercado de Lima, lugar de paso obligado para quien visita la hermosa ciudad de Lima.

Además, se contó con información bibliográfica que permitió recopilar información necesaria para proponer las actividades de animación turística que harán partícipe al visitante durante el guiado turístico.

La realización de la tesis fue autofinanciada (actividades para la recolección y levantamiento de información, pasajes para movilidad, entradas al atractivo turístico para el personal de apoyo).

### **Limitaciones del estudio**

Unas de las limitaciones importantes para llevar a cabo el estudio fue determinar el tamaño de la población, pues no se precisaba un número oficial y actual de visitantes ya que no se encontró estudios previos que lo manifesten.

Conocer el número era relevante ya que la recolección de información se realizó a través de cuestionarios (encuestas) aplicados a los visitantes que acuden al Museo y, por ende, determinar una muestra representativa era fundamental. Por tal motivo, se aplicó la técnica de observación (conteo diario) y se proyectó el número de visitantes promedio, número que fue contrastado con la información verbal de guías del propio museo.

Otra limitación para obtener información fue que los guías de turismo del Museo no se mostraron accesibles para brindar información, la mayoría contestaban preguntas de forma muy generalizada. Tomó varias semanas poder encontrar guías que pudieron ayudar a la recopilación de información.

Por otro lado, la aplicación de los cuestionarios fue un poco tediosa, debido a que no todos los participantes se encontraron dispuestos a tomarse un tiempo para llenarlos. Algunos cuestionarios se tuvieron que descartar porque no se llenaron de forma correcta.

# CAPÍTULO I

## MARCO TEÓRICO

Este capítulo presenta el material revisado para el desarrollo de la tesis, se consultó investigaciones nacionales como internacionales y se abordan las bases teóricas de la tesis, que formaron un sustento para la investigación.

Se considerarán estas investigaciones ya que se guardan una relación directa con el tema de investigación de la tesis.

### **1.1. Antecedentes de la investigación**

#### **1.1.1 A nivel internacional:**

Los antecedentes internacionales son estudios que abordan temas muy similares a la presente tesis, la animación turística es considerada un factor positivo para el desarrollo del turismo y contribuye de manera positiva en cada caso específico de estudio que los autores citan.

Tavares Esteves y Fernandes (2017), Portugal. La contribución de la animación turística en la elección y la experiencia turística: El caso de la Región Alto Tras-os-Montes - Portugal. El objetivo de la investigación fue analizar la contribución de la animación turística como factor de elección del destino turístico Alto Tras-os-Montes (ATM), según la perspectiva del visitante. Para ello se utilizó una metodología con abordaje cuantitativo, con aplicación de cuestionarios y procedimientos como análisis descriptivo exploratorio. El estudio concluye que las actividades de animación turística practicadas contribuyen positivamente con la experiencia turística, a pesar de no ser consideradas como un factor de elección.

Togán (2015), Ecuador. La animación turística como estrategia de socialización del patrimonio cultural del centro histórico de Quito. El objetivo de la investigación es orientar a los guías para la utilización de actividades de animación turística dentro de los recorridos turísticos de tal manera que garanticen un recorrido interesante acercando al turista a la cultura y creando experiencias irrepetibles. Se utilizó una metodología con investigación exploratoria y de campo. El estudio concluye que es importante contar con un manual de animación turística dirigida los guías para que estos lo apliquen en sus recorridos.

Mogrovejo (2010), Ecuador. La animación turística y su incidencia en la prestación de servicios turísticos. En su tesis la autora aborda el tema de los elementos fundamentales para lograr que la actividad turística sea más dinámica a través de la animación turística en la prestación de servicios. Concluye que la animación turística no se limita a un solo tipo de establecimientos y que surge para generar una ventaja competitiva que permite el desarrollo de habilidades individuales de los turistas fomentando un carácter activo y participativo.

### **1.1.2 A nivel nacional:**

Los antecedentes nacionales abordan temas relacionados pero de gran importancia. Temas como la formación de los guías de turismo, el turismo cultural y la interpretación del patrimonio.

Encinas y Julliri (2017). Perú. Perfil profesional de los guías de turismo que laboran en los museos de arte religioso en el centro histórico de la ciudad de Arequipa 2017. El objetivo del estudio es determinar el perfil de los guías de turismo, así como sus competencias básicas. Se aplicó una metodología con carácter cuantitativo descriptivo simple y de tipo transversal. Se concluye que el guía de turismo debe contar con competencias de conocimiento de historia, comunicación clara, actitud positiva, amabilidad y empatía

Huillca (2017), Perú. Turismo cultural en el Centro Histórico de Lima desde la perspectiva de los visitantes nacionales, 2017. El objetivo de la investigación es determinar las características del turismo cultural en Lima desde la perspectiva de los visitantes nacionales. La metodología utilizada fue de carácter cuantitativo, y concluye que el turismo se constituye por satisfacciones y manifestaciones culturales que existen dentro de una sociedad y se suman a los atractivos conformando la experiencia.

Alemán (2014), Perú. Reflexiones sobre la interpretación del patrimonio. El objetivo del artículo es hacer un balance de la literatura sobre el concepto de interpretación del patrimonio. Se concluye que la interpretación del patrimonio es una herramienta con la que se promueve la salvaguarda de los valores culturales a través del conocimiento que toman las personas que participan en actividades de interpretación.

## **1.2. Bases Teóricas**

### **1.2.1. Animación turística**

El desarrollo de la presente investigación propone la aplicación de actividades de animación turística en el recorrido a la visita del Museo Convento San Francisco de Lima y Catacumbas, el cual abarca el ámbito de turismo cultural que se desarrolla en la ciudad de Lima.

El concepto de animación turística es amplio y tiene diversos significados según el tipo de actividad en el que se aplique. Para esta investigación se revisó diversos estudios que abordan la animación turística entendida como un adicional a las actividades tradicionales que se desarrollan en los lugares de recreación y ocio, estos pueden ser restaurantes, centros de esparcimiento, hoteles, atractivos

turísticos. La animación surge a partir de la necesidad de incrementar el nivel de satisfacción e involucramiento del visitante.

Para Tavares y Fernandes (2017), es un proceso de integración y compromiso social, lo que se entiende como la interrelación entre personas y actividades. Llevado al ámbito turístico, involucra al visitante con su entorno y esto contribuye a que éste reconozca y valore el patrimonio, favoreciendo así de alguna manera las relaciones que surgen entre la sociedad y los visitantes de un lugar, pues contribuye a la valoración real del lugar que visita y a la comprensión de la información recibida y transmisión, haciéndolo participe de algún proceso o actividad que es llevada con responsabilidad y cuidado hacia el patrimonio, y por lo tanto hacia la sociedad receptora.

La animación es la participación de diferentes culturas, es decir, de personas de distintas sociedades y realidades, que realizan determinadas actividades relacionándose y participando en comunidad.

La animación turística busca aprovechar los recursos con los que cuenta un producto para a partir de ello mejorar la experiencia social.

Para Mogrovejo (2010), la animación turística actual está presente en el diseño de los productos turísticos por ser considerada una herramienta necesaria de satisfacción de la necesidad del cliente, como una potencial ventaja competitiva empresarial.

Las actividades de animación turística tienen contenido lúdico, deportivo o cultural, es decir cada actividad es diseñada según el ambiente en donde se realizará.

Un punto importante al momento de diseñar un programa de actividades de animación turística es que deben estar basadas en el disfrute de quienes las realicen, promoviendo la participación que ayudará a establecer vínculos entre los visitantes. Es por ello que esta tesis propone actividades de animación turística en



el recorrido que se hace al visitar el Museo Convento San Francisco de Lima y Catacumbas, es un valor agregado que se sumaría al recorrido tradicional, lo cual contribuye a hacer más activa la participación del visitante.

Según el Plan de formación para la empleabilidad y la promoción empresarial y el emprendimiento realizado en el año 2018 por el departamento de Promoción de Desarrollo Económico y del turismo de España, (PRODETUR): “la animación tiene como objetivo principal que la persona sea un agente activo de su propia formación”, y define a la animación turística como “un conjunto de técnicas y acciones dirigidas a motivar y promover la participación del turista”, distinguiendo las siguientes modalidades de animación:

Tabla N° 1: Modalidades de animación según el Plan de formación para empleabilidad y la promoción empresarial y el emprendimiento

- 
1. Animación en hoteles.
  2. Animación en turismo rural.
  3. Animación en parques temáticos, complejos turísticos y turismo activo.
  4. Información y turismo juvenil.
  5. Otros tipos de animación turística.
- 

Fuente: Promoción de Desarrollo Económico y del turismo de España (PRODETUR)  
Elaboración: Propia

Como se mencionó anteriormente cada actividad será moldeada según la necesidad y rubro al que se aplique, las modalidades de animación mencionadas son un referente, sin embargo, también pueden ser sub divididas por el tipo de actividad: deportiva, cultural, lúdica, etc. Para llevar a cabo una correcta animación turística y buen desarrollo de actividades es necesario contar con un buen animador turístico, que para muchos casos será el mismo guía, quien realizará y orientará las actividades de animación.

PRODETUR (2018), siempre en su Plan de Formación para la Empleabilidad y la Promoción Empresarial y el Emprendimiento refiere que el animador turístico debe contar con las siguientes características:

Tabla N° 2: Características del animador turístico según plan de formación para empleabilidad y la promoción empresarial y el emprendimiento

---

Facilidad de crear contactos humanos
Mandar sin imponer
Viveza intelectual, imaginación y capacidad resolutive
Resistencia física
Sentido organizativo
Control emocional
Capacidad de decisión
Espontaneidad

---

Fuente: Promoción de Desarrollo Económico y del turismo de España (PRODETUR)

Elaboración: Propia

Estas características mencionadas son importantes para poder llevar adelante un programa de actividades de animación, se debe recordar que se trabaja con personas de diferentes realidades, es importante el trabajo y control emocional, además que cada cliente se presenta con requerimientos específicos; lo importante es poder realizar sin dificultad las actividades y lograr la satisfacción del visitante.

### **1.2.2. Turismo cultural**

Por definición universal de la Organización Mundial del Turismo (OMT) 1994: “el turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos a su entorno habitual”, pero estas actividades pueden ser clasificadas de acuerdo al lugar en donde se realizan, es allí donde surge los distintos tipos de turismo, como el turismo de aventura, el turismo de naturaleza, el turismo de salud, ecoturismo, turismo religioso, turismo gastronómico, turismo cultural, entre otros.

Las actividades que se realizan en contacto directo con el patrimonio de una nación son consideradas actividades propias del turismo cultural.

Alberca (2018), sostiene al respecto:

El turismo cultural esta generalmente relacionado con el patrimonio. El turista va buscando lo auténtico (en lo posible) y el patrimonio lo ofrece, quizá, lo más propio de los locales, lo que es reflejado en bienes y manifestaciones oriundas, particulares. (p. 12).

El turismo cultural está motivado por conocer y disfrutar rasgos y elementos distintivos de una sociedad, en el recorrido por el Museo Convento San Francisco de Lima se aprecia el estilo barroco limeño por fuera y en su interior se observa el altar mayor con estilo neoclásico, las catacumbas y numerosos legados prodigio de la conquista.

Alberca (2018), sostiene que el patrimonio es prerrogativa de la comunidad, solo después y si ellos quieren, un lugar y espacio a mirar por ojos extraños, pero interesados. Se entiende entonces que el patrimonio va ser siempre en primera instancia de la sociedad y para ella, que se puede disfrutar en cualquier momento porque el patrimonio no es pasado si no que se encuentra vigente y puede trascender, solo después de ser considerado de ese modo puede ser para los visitantes un atractivo turístico. Todo beneficio que esto genere deber ser para la sociedad.

El turismo hace uso del patrimonio, muestra al visitante la historia, lo que somos, expone el patrimonio a manera de atractivo turístico y se espera que este proceso al que llamamos turismo se desarrolle de manera respetuosa, responsable y sostenible.

Cuando una persona sabe que algo le pertenece, lo cuida, esto resume lo que debe hacerse frente al cuidado del patrimonio, el peruano debe sentirse dueño y orgulloso de su legado, solo así se dejará de ver al patrimonio como un medio netamente económico, que además debe beneficiar a la sociedad, porque el patrimonio le pertenece a la sociedad y no solo a un grupo reducido de funcionarios.

### **1.2.3 Interpretación del patrimonio**

La UNESCO divide al patrimonio en natural y cultural, definiendo este último como “todo aquello que se hereda y pertenece por derecho propio, que se obtiene en el proceso histórico de los pueblos y adquieren significado y relevancia con el tiempo”.

Para Guerra, Sureda y Castell (2009), la metodología de interpretación del patrimonio es el arte de revelar *in situ* el significado del legado natural o cultural al público que los visita (como se citó en Alemán, 2014).

La interpretación del patrimonio es valorar el legado natural o cultural, participando de actividades que conlleven al cuidado y mantenimiento del legado, esto no es solo en cuanto a lo material sino a la trasmisión de ideas y de lo que fue, es decir, entender, comprender y valorar lo que significa, es decir, darle realmente la importancia que merece. Todo esto sin ser obligado a hacerlo, porque quien comprenda el valor apreciará por sí mismo el patrimonio sin tener que recibir indicaciones de hacerlo.

Para Guerra (2009) citado en Alemán (2014), la interpretación del patrimonio es una forma de transformar recursos patrimoniales en elementos de atracción turística, preocupándose en este proceso por la preservación del patrimonio. Esto se ve reflejado en la práctica del turismo cultural y el buen trabajo de un guía que valora su patrimonio, transmitiendo no solo información sino interés de lo que

significa cada lugar logrando así captar el interés del visitante y que éste aprecie realmente todo lo que significa.

No se trata solo de transmitir información e indicar se realice cierta actividad, esto va más allá. Con respecto a lo antes expuesto Alberca (2018) refiere:

El profesional de turismo se enfrenta a diversos retos en su formación y vida profesional. La presentación del patrimonio cultural es uno de ellos, pues debe conectar sus particularidades y valores con las expectativas y características de los turistas. (p. 1)

El profesional de turismo va ser la persona mejor preparada para transmitir información con una carga quizás más emotiva, ya que se asume que es una persona preparada y reconoce el valor del patrimonio. El profesional de turismo será el encargado de compartir la información fidedigna y procesada para el entendimiento de quienes lo oyen, ellos planificarán y gestionarán para promover un uso sostenible y sobre todo responsable.

El patrimonio habla por sí mismo, pero el guía turístico de alguna manera será su voz, su intérprete. (Alberca, 2018, p. 9).

Cuando se habla de la importancia de la educación y de la formación de los profesionales en turismo, es preciso resaltar que falta aún trabajar en ello, pues según un estudio realizado por Alberca (2018), en nuestro país las carreras de turismo ofrecidas no imparten una cantidad suficiente de cursos sobre patrimonio cultural, turismo cultural, sostenibilidad y afines.

### 1.3. Definiciones de términos básicos

**Animación turística:** “La animación surge como proceso de integración y compromiso social, búsqueda de relaciones, descubrimiento de diferentes culturas y formas de vida y participación en actividades locales, que proporcionan desarrollo personal y la ruptura con las obligaciones sociales y profesionales” (Tavares & Fernandes, 2017, p. 456).

**Actividades de animación turística:** “Conjunto de acciones y técnicas dirigidas a motivar, promover y facilitar una mayor y más activa participación del turista en el disfrute de su tiempo vacacional” (Chávez & Meza, 2001, citado en PRODETUR, 2018).

**Turismo:** “Comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, y otros motivos no relacionados con el ejercicio de una actividad remunerada en el lugar visitado.” (Sistema Nacional de información estadística del sector turismo de México DATATUR, revisado el 20 noviembre 2019, párr. 91).

**Turismo Cultural:** “El turismo cultural es el conocimiento de los monumentos y sitios histórico-artísticos, y de las manifestaciones inmateriales como conocimientos tradicionales, estilos de vida, tradiciones, etcétera” (Fuller, 2009, citado en Alberca, 2014, p. 39).

**Turismo religioso:** “Consiste en la visita a los lugares sagrados buscando sólo valores sociales y culturales. El viaje se convierte en un elemento de búsqueda de nuevas culturas tanto para los creyentes como para los no creyentes a fin de penetrar y comprender los modos de actuar de las personas que practican dicha religión, así como su historia, símbolos, elementos artísticos” (Lorenzo & Ramón, 2011, citado en Alberca, 2017).

**Orden Franciscana:** “Término comúnmente usado para designar a los miembros de fundaciones religiosas fundadas por San Francisco: La Primera Orden conformada por los frailes menores, La segunda Orden conformada por las Hermanas Clarisas y La Tercera Orden conformada por los Hermanos y Hermanas de Penitencia” (Lucía Lessan, revisado el 15 de agosto de 2019, párr.1).

**Patrimonio cultural:** “El patrimonio cultural en su más amplio sentido es a la vez un producto y un proceso que suministra a las sociedades un caudal de recursos que se heredan del pasado, se crean en el presente y se transmiten a las generaciones futuras para su beneficio. Es importante reconocer que abarca no sólo el patrimonio material, sino también el patrimonio natural e inmaterial. Como se señala en Nuestra diversidad creativa, esos recursos son una “riqueza frágil”, y como tal requieren políticas y modelos de desarrollo que preserven y respeten su diversidad y su singularidad, ya que una vez perdidos no son recuperables” (UNESCO 2014, p. 110).

**Visitante:** “Es toda persona que se desplaza a un lugar distinto al de su entorno habitual, por una duración inferior a doce meses, y cuya finalidad principal del viaje no es la de ejercer una actividad que se remunere en el lugar o país visitado, según corresponda a un visitante interno o un visitante internacional” (DATATUR, revisado el 20 noviembre 2019, párr.116).

**Grupo de viaje:** “Es un grupo de personas conformadas por familiares y/o amigos que viajan juntos fuera de su entorno habitual con fines turísticos.” (DATATUR, revisado el 20 noviembre 2019, párr.44).

**Satisfacción:** “Es la evaluación de la calidad que percibe el visitante luego de una experiencia vivida, está netamente ligada a procesos cognitivos y emocionales” (Tafur & Espinola, 2013, citado en Meléndez & Suelperes, 2016, p. 21).

**Catacumbas de San Francisco:** “Las criptas de San Francisco, que han cobrado fama con el nombre de catacumbas por similitud con las romanas, son una serie de bóvedas subterráneas (debajo de las capillas de la iglesia), éstas se emplearon hasta principios del siglo XIX, y sirvieron de sepultura a miembros de cofradías y hermandades” (Museo Convento San Francisco, revisado el 06 agosto de 2019, párr.1).

**Convento:** “Casa o monasterio en que viven los religiosos o religiosas bajo las reglas de su instituto” (Diccionario de la lengua española, 23.ª ed., revisado el 04 agosto 2019, párr.1).



## CAPÍTULO II

### METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

A continuación se detalla la matriz de operacionalización de variables, el diseño usado para la investigación, se presenta la población y muestra, las técnicas de recolección de datos, procesamiento de la información y los aspectos éticos.

#### 2.1. Variables

Tabla N° 3: Variable Actividades de animación turística

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DIMENSIONES	INDICADORES	INSTRUMENTO
Actividades de animación turística	“Conjunto de acciones y técnicas dirigidas a motivar, promover y facilitar una mayor y más activa participación del turista en el disfrute de su tiempo vacacional”.	Participación de actividades lúdicas	Narraciones	Cuestionario
			Escenificaciones	Cuestionario Técnica de Observación
			Cuestionarios, concursos, preguntas.	Cuestionario Técnica de Observación
		Participación en actividades culturales	Cánticos franciscanos	Cuestionario

Fuente y elaboración propia

Tabla N° 4: Variable Requerimientos del visitante

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DIMENSIONES	INDICADORES	INSTRUMENTO
Requerimientos del visitante	"Conjunto de características de los visitantes y sus experiencias, así como sus expectativas en cuanto a la experiencia".	Perfil del visitante	Grupo de visita	Cuestionario Técnica de Observación
			Actividades que realiza	Cuestionario
			Tiempo de estadía	Cuestionario
		Expectativas (antes)	Guiado turístico	Cuestionario
			Duración del servicio	Cuestionario
		Experiencia de consumo (Después)	Guiado turístico	Cuestionario
			Duración del servicio	Cuestionario
			Calidad del servicio	Cuestionario

Fuente y elaboración propia

## 2.2.Diseño metodológico

La investigación es de tipo aplicada. Se desarrolla, asimismo, siguiendo el paradigma cuantitativo, que conlleva a un estudio sistemático, basándose en hechos reales, buscando las causas de un fenómeno para luego medirlos, explicarlos, controlarlos y/o compararlos. Se apoya en técnicas estadísticas para construir conocimientos los más objetivos posibles, lo cual permite generalizar resultados.

Gorbea (2006), menciona en su artículo titulado Trascendencia del paradigma cuantitativo en la investigación bibliotecológica y de la información, lo siguiente:

De este modo, el paradigma cuantitativo —originado en el pensamiento científico de la modernidad y fortalecido por el positivismo lógico, busca los hechos o causas sociales para la explicación (Erklärung) de la verdad, prestando escasa atención a los estados subjetivos, valiéndose de la medición penetrante, controlada y objetiva.(p. 2 ).

El alcance es descriptivo pues estudia un fenómeno en su estado actual, describiendo una problemática para luego de recaudar información llegar a una conclusión.

El diseño es no experimental transversal descriptivo, buscando a través de este diseño, estudiar la realidad sin manipularla y a partir de ello proponer una serie de actividades de animación turística.

### **2.3. Diseño muestral**

Para la selección de los participantes se realizó un muestreo probabilístico, donde se busca generalizar resultados a partir de casos representativos. Este muestreo selecciona de manera aleatoria los objetos o sujetos de estudio, en este caso a los visitantes del Museo para así recabar información, es decir, la unidad fue escogida -al azar-.

### **2.4. Población y muestra**

La población para esta investigación está conformada por los visitantes que acuden al Museo Convento San Francisco de Lima y Catacumbas de Lima y realizan el recorrido que se ofrece en el lugar.

Las unidades tomadas para la muestra se determinaron a través de una fórmula de muestreo con población finita debido a que se conoce que actualmente el Museo recibe unos 68688 visitantes anuales.

Para llegar al número expuesto se hizo una observación –conteo- diario y por hora, luego el número promedio de visitantes por hora se multiplicó por las horas de atención al público y luego por la cantidad de días en un mes; finalmente por doce (en alusión a los doce meses del año).

A continuación, se visualiza en la tabla los números obtenidos de dicha observación.

Tabla N° 5: Cálculo de visitantes

Horario	Lunes a viernes	Sábado	Domingo
09:00	174	6 Grupos de 12 = 72	11 Grupos de 25 = 275
11:00			
13:00	195	10 Grupos de 15 = 150	8 Grupos 30 = 240
15:00			
17:00	105	70	150
19:00			
20:15			
<b>Total</b>	474	292	665
<b>Semanal</b>	<b>1431</b>		
<b>Mensual</b>	<b>5724</b>		
<b>Anual</b>	<b>68688</b>		

Fuente y elaboración propia

Teniendo el tamaño de la población, se aplicó la fórmula para obtener la muestra a estudiar.

**Fórmula población finita:**

$$n = \frac{z^2 N p q}{e^2 (N-1) + z^2 p q}$$

Donde:

n= tamaño muestra

z= nivel de confianza 95%= 1.96

p= variabilidad negativa 0.5

q= variabilidad positiva 0.5

N= tamaño de la población = 68688

e= error 0.05

$$n = \frac{(1.96)^2 * 68688 * 0.5 * 0.5}{(0.05)^2 * (68688 - 1) + (1.96)^2 * 0.5 * 0.5} = 383$$

## 2.5. Técnicas de recolección de datos

Para obtener la información se aplicó un cuestionario conformado por 12 preguntas relacionadas directamente a las variables de estudio: “actividades de animación turística” y “requerimientos del visitante”. El instrumento se aplicó a 383 personas que visitaron el Museo Convento San Francisco de Lima y Catacumbas.

También se recolectó información a través de la técnica de observación, donde se pudo apreciar las carencias en el recorrido que se ofrece para poder realizar una propuesta de actividades de animación turística en contraste con los requerimientos del visitante que fueron obtenidos a través del cuestionario. La técnica de observación es un registro visual de lo que ocurre en una situación real, esta técnica también se usó para aproximar el número de la población.

## 2.6. Validación del instrumento

El cuestionario que se aplicó a los visitantes fue previamente validado por medio de juicio de expertos, obteniendo un 97.5 % en cuanto a la validez del instrumento.

Tabla N° 6: Porcentaje de validación del instrumento

<b>Experto</b>	<b>Puntaje</b>
Mg. Vanessa Raquel Barrantes Chávez	95%
Mg. Cristóbal Noriega Cardó	100%
Promedio de valoración	97.5%

Fuente y elaboración propia

Por otro lado, el cuestionario también se valida al tomar puntos de referencia del Perfil del turista extranjero 2016, elaborado por Mincetur, para elaborar preguntas para generar la información necesaria, entre las preguntas se encuentran: grado de instrucción, grupo de viaje, género, etc.

## **2.7. Técnicas estadísticas para el procesamiento de la información**

Para el procesamiento de la investigación se utilizó el programa Microsoft Excel 2010. Los resultados se pueden observar en el capítulo siguiente, donde se muestra la información obtenida representada en tablas y figuras de cada pregunta del cuestionario cada una con su respectivo análisis.

## **2.8. Aspectos éticos**

El presente trabajo está relacionado con el Código Ético Mundial para el turismo, en su artículo 2: El turismo, instrumento de desarrollo personal y colectivo, en su punto número 1: “El turismo, que es una actividad generalmente asociada al descanso, la diversión, el deporte y al acceso a la cultura y a la naturaleza, debe concebirse y practicarse como un medio privilegiado de desarrollo individual y colectivo. Si se lleva a cabo con la apertura de espíritu necesaria, es un factor insustituible de autoeducación, tolerancia mutua y aprendizaje de legítimas diferencias entre pueblos y culturas y de su diversidad” (Organización Mundial del Turismo, 2001, p. 4).

El objetivo de la tesis es proponer actividades de animación turística para ser aplicada en el recorrido del Museo y hacer participe al visitante que acude a realizar el tour.

En el desarrollo del trabajo de investigación se respetó la confidencialidad de los datos, no plagiando ni copiando información. Asimismo, se solicitó la autorización a cada persona que colaboró en la aplicación del cuestionario para poder publicar los resultados obtenidos.



## **CAPÍTULO III**

### **RESULTADOS, ANÁLISIS, DISCUSIÓN Y PROPUESTA**

A continuación, se presentan los resultados obtenidos del cuestionario aplicado durante en el trabajo de campo a los visitantes del Museo Convento San Francisco de Lima y Catacumbas durante el periodo comprendido en los meses de octubre y noviembre del año 2019, se muestran los cuadros estadísticos, gráficos, análisis e interpretaciones respectivas.

Además se discute y analiza cada resultado obtenido para posteriormente presentar las propuestas de actividades de animación turística que se sugieren implementar en el recorrido que se brinda actualmente en el Museo Convento San Francisco de Lima y Catacumbas.

#### **3.1. Resultados de las encuestas**

El cuestionario aplicado a los visitantes del Museo estuvo conformado por una parte introductoria donde se busca conocer el perfil del visitante que visita el Museo, seguido de 12 preguntas que buscan conocer la conformidad del visitante con respecto al servicio que se brinda y conocer que se brinda actualmente en dicho recorrido. A continuación, se muestra los gráficos con los resultados de los 383 cuestionarios resueltos en el trabajo de campo.

### 3.1.1. ¿Con qué grupo de personas suele viajar?

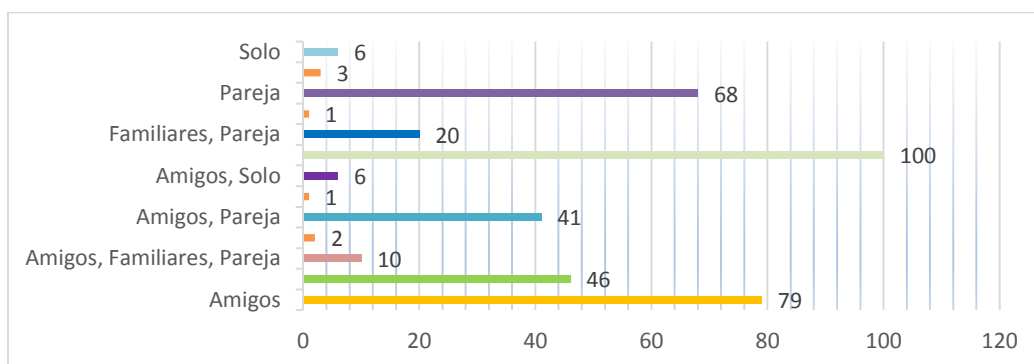
Los 383 visitantes que respondieron los cuestionarios manifestaron con qué personas viajan al visitar algún lugar, tal como se muestra en la tabla N° 7.

Tabla N° 7: Grupo de viaje

Grupo de viaje	Frecuencia	%
Solo	6	1.57%
Pareja y solo	3	0.78%
Pareja	68	17.75%
Familiares y solo	1	0.27%
Familiares y pareja	20	5.22%
Familiares	100	26.10%
Amigos y solo	6	1.57%
Amigos, pareja y solo	1	0.27%
Amigos y pareja	41	10.70%
Amigos, familiares y solo	2	0.52%
Amigos, familiares y pareja	10	2.61%
Amigos, familiares y pareja	46	12.01%
Amigos	79	20.63%

Fuente y elaboración propia

Figura N° 1: Grupo de viaje



Fuente y elaboración propia

Para este caso las respuestas fueron de opción múltiple, es por ello que se observa distintos casos, sin embargo, resalta que los visitantes del Museo suelen viajar con familiares (100 respuestas) y amigos (79 respuestas) en la mayoría de los casos.

Para la opción de viaje en pareja 68 personas respondieron que suelen viajar con su pareja, siendo estas las opciones más frecuentes, también hay respuestas con varias opciones en simultaneo: 46 personas viajan con sus amigos y familiares, 41 viajan con amigos y pareja, 20 personas manifestaron que suelen viajar con familiares y pareja, en una menor cantidad (10 personas) dijeron que viajan con amigos, familiares y pareja. En menor cantidad el gráfico muestra que 06 personas que respondieron el cuestionario suelen viajar solos o con amigos y otras 06 personas viajan solos. De forma generalizada se puede determinar que los visitantes del Museo suelen viajar en grupos con familiares y/o amigos.

En contraste con la información revisada podemos observar que coincide el grupo de viaje con la información que brinda el Perfil del turista extranjero presentado por Promperú, como se observa en la tabla.

Tabla N° 8: El vacacionista motivado por conocer Lima – grupo de viaje

Amigos o parientes sin niños	35%
Pareja	31%
Solo	26%
Grupo familiar directo	7%
Amigos o parientes con niños	1%

Fuente: Promperú - Perfil del turista extranjero 2016  
Elaboración: Propia

El vacacionista motivado por conocer Lima lo hace acompañado de amigos o parientes (35%) y en un segundo lugar acuden con su pareja (31%). Siendo estos los grupos de viaje más resaltantes también en los resultados obtenidos en la aplicación del cuestionario al visitante del Museo Convento San Francisco de Lima

y Catacumbas. Es decir, en gran parte los visitantes que llegan a Lima y visitan el Museo lo hacen acompañados de familiares directos, amigos, pareja, en forma general se puede decir que acuden en grupos de adultos y en una mínima proporción acuden a visitar solos o con niños.

### 3.1.2. ¿Qué actividades realiza durante su estadía?

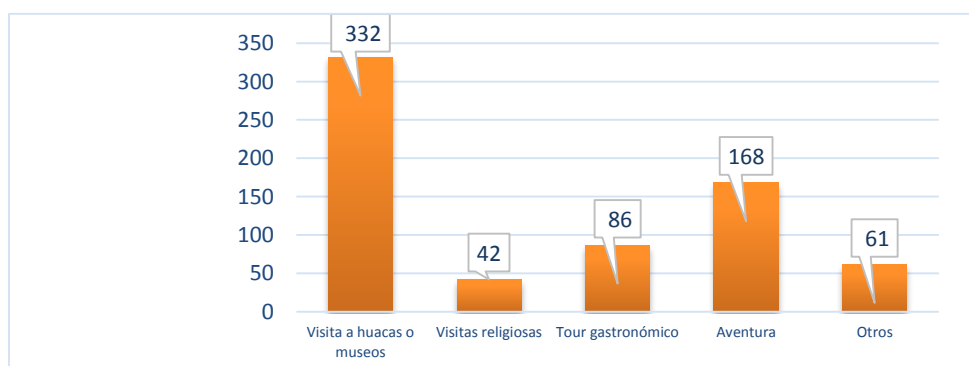
Los visitantes respondieron que actividades suelen realizar en una ciudad que visitan.

Tabla N° 9: Actividades durante la estadía

Actividades	Frecuencia	%
Visita a huacas o museos	332	48%
Visitas religiosas	42	6%
Tour gastronómico	86	13%
Aventura	168	24%
Otros	61	9%

Fuente y elaboración propia

Figura N° 2: Actividades durante la estadía



Fuente y elaboración propia

La tabla N°9 muestra el porcentaje de personas que respondieron a cada opción brindada en el cuestionario para la pregunta número 2, qué actividades realiza el visitante durante su estadía en una ciudad, así como los datos en frecuencia en la figura N°2 , el 48% de los visitantes manifiesta que durante su estadía realiza visitas a huacas o museos lo cual pertenece a actividades de índole cultural, entre ellas visitar el Museo Convento San Francisco de Lima, en segundo lugar de porcentaje, 24 % de los encuestados realizan actividades de aventura durante su estadía en una ciudad, mientras que la mitad ( 13%) participan en tours gastronómicos. El 6% de los encuestados respondió que realiza visitas religiosas o peregrinajes, es decir participan de un turismo religioso y viajan para actividades específicas ya programadas. Por otro lado, el 9% de las personas encuestadas realiza otro tipo de actividad, entre ellas, estadías en resorts o playas, asistencia a rituales como la ayahuasca, visita a familiares en el lugar de destino, cierre de negocios o trabajo.

Esta información también ha sido contrastada con la información que brinda Promperú y se muestra la siguiente tabla:

Tabla N° 10: Actividades que realiza el vacacionista motivado por conocer Lima

Cultura	99%
Compras	91%
Naturaleza	68%
Aventura	48%
Diversión y entrenamiento	46%
Sol y playa	14%

Fuente: Promperú - Perfil del turista extranjero 2016

Elaboración: Propia

Como puede observarse en la tabla N°10 el 99% de vacacionistas motivados por conocer Lima realizan actividades culturales, de igual forma que el visitante del Museo que dedica sus días de estadía a realizar actividades culturales como visitas a huacas o museos.

### 3.1.3. ¿Cuántos días en promedio se queda en una ciudad para visitarla?

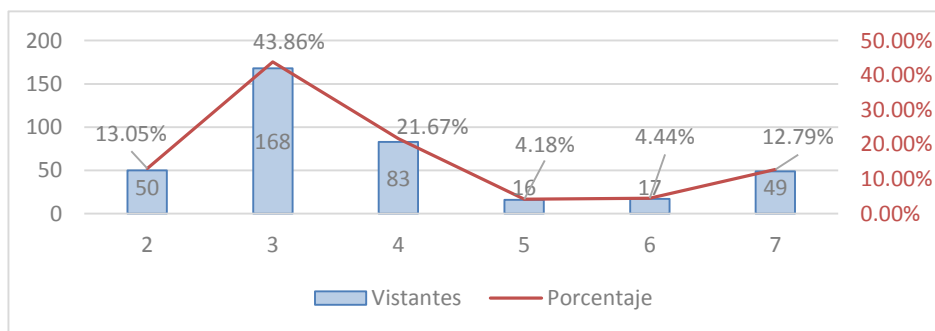
Los visitantes respondieron cuántos días se quedan en una ciudad para visitarla.

Tabla N° 11: Estadía

Días	Frecuencia	%
2	50	13.05%
3	168	43.86%
4	83	21.67%
5	16	4.18%
6	17	4.44%
7	49	12.79%

Fuente y elaboración propia

Figura N° 3: Días de estadía



Fuente y elaboración propia

De los 383 visitantes que respondieron, el 43.86 % se queda 3 días en una ciudad para visitarla y realizar actividades para conocerla, es decir 168 personas de las 383 encuestadas. En segundo lugar, con 83 personas que representan el 21.67% se quedan 4 días para conocer el lugar que visita. En tercer lugar, 50

personas (13.05%) manifestaron que permanecen solo dos días, mientras que 49 personas (12.79%) se quedan una semana, 7 días, para realizar sus actividades de turismo. Por otro lado, en menor cantidad, el 4.44% permanece 6 días de estadía y 4.18% permanecen 5 días.

### 3.1.4. ¿Qué espera de un guiado turístico?

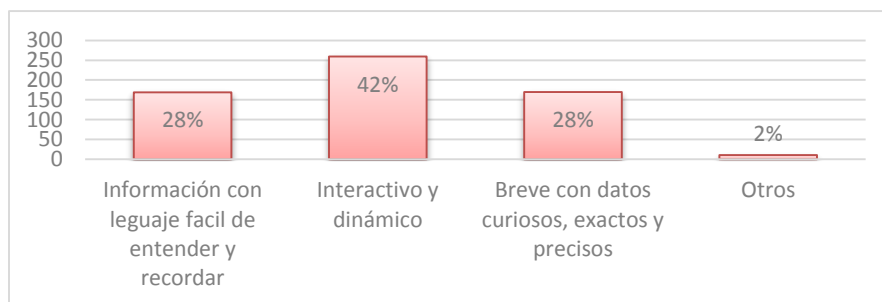
El visitante eligió entre las opciones brindadas qué espera de un guiado turístico.

Tabla N° 12: Expectativa del guiado turístico

Guiado turístico con:	Frecuencia	%
Información con lenguaje fácil de entender y recordar	169	28%
Interactivo y dinámico	259	42%
Breve con datos curiosos, exactos y precisos	170	28%
Otros	11	2%

Fuente y elaboración propia

Figura N° 4: Expectativa del guiado turístico



Fuente y elaboración propia

La figura muestra el porcentaje de respuestas manifestadas por los visitantes encuestados sobre la expectativa que tiene sobre un guiado turístico. Se brindaron cuatro opciones de respuesta, obteniendo como resultado que el 42% de los visitantes que respondieron el cuestionario espera que un guiado turístico sea

interactivo y dinámico, es decir que el guía sea activo que realice preguntas a los visitantes, que sea atento al responder inquietudes y/o dudas por parte del visitante, siendo que su recorrido se torne participativo y no solo una caminata donde solo escuchan al guía.

El 28% respondió que espera un guiado turístico con información que contenga un lenguaje fácil de entender y recordar; es decir que toda la información que brinde el guía turístico sea en un lenguaje entendible usando palabras fáciles de entender y sobre todo recordar para de esa manera poder retener y aprender la información que se brinda, ya que en los recorridos culturales se suele brindar fechas de acontecimientos que suelen olvidarse con facilidad, añadiendo a esta información un lenguaje coloquial y entendible facilitaría el procesamiento de la información para los visitantes del Museo.

En el mismo porcentaje (28%), los visitantes manifiestan que espera que el guiado turístico sea breve con datos curiosos, exactos y precisos. Los visitantes no desean que el recorrido sea demasiado extenso y además requieren que en el contenido de información que brinda el guía sea precisa, datos exactos e importantes para de esa forma poder recordar mejor todo lo escuchado durante el recorrido.

### 3.1.5. ¿Cuánto tiempo duró la visita que realizó?

Los visitantes respondieron cuánto duró el recorrido en el Museo.

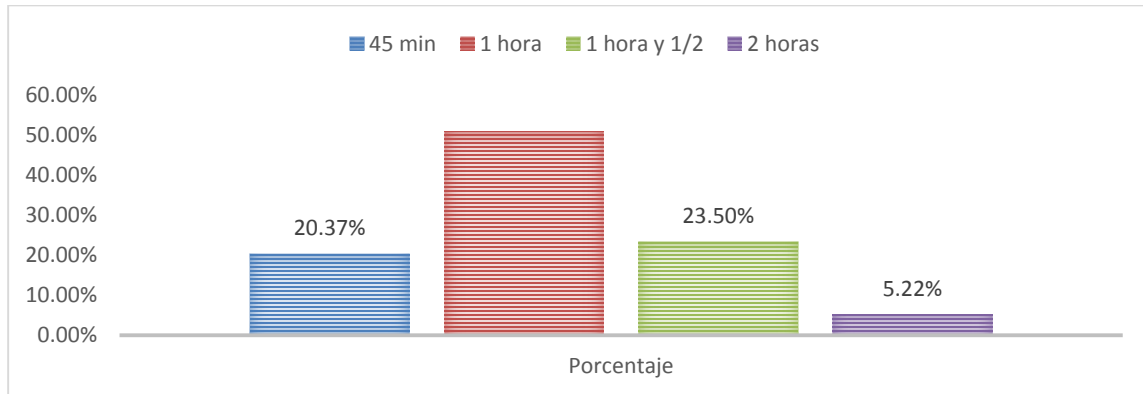
Tabla N° 13: Duración del servicio

Tiempo	Frecuencia	%
45 min	78	20.37%
1 hora	194	50.91%
1 hora y ½	91	23.50%
2 horas	20	5.22%

Fuente y elaboración propia



Figura N° 5: Duración del servicio



Fuente y elaboración propia

En la pregunta número 5 se cuestionó a los visitantes cuánto duró el servicio de guiado turístico que realizaron al realizar su visita al Museo y Convento San Francisco de Lima y Catacumbas, tal cual como lo refleja la figura N°5, la mitad de encuestados (50.91%) realizó un recorrido con una duración de 1 hora, 23.50% de los visitantes encuestados realizaron un recorrido de 1 hora y media, 20.37% realizó su recorrido turístico en 45 minutos, y el 5.22% manifiesta que su recorrido duró 2 horas.

Generalmente los grupos con los que se hace el recorrido son entre 15 a 25 personas en promedio, con esa cantidad de personas el recorrido suele durar 45 minutos, mientras que cuando el grupo es más extenso, se prolonga también el tiempo de visita debido a que se espera a que todos los visitantes lleguen al mismo punto para que el guía pueda continuar con las explicaciones, a ello también se añade que al ser más personas, es mayor la cantidad de preguntas también.

### 3.1.6. ¿Fue de su agrado el guiado turístico que recibió?

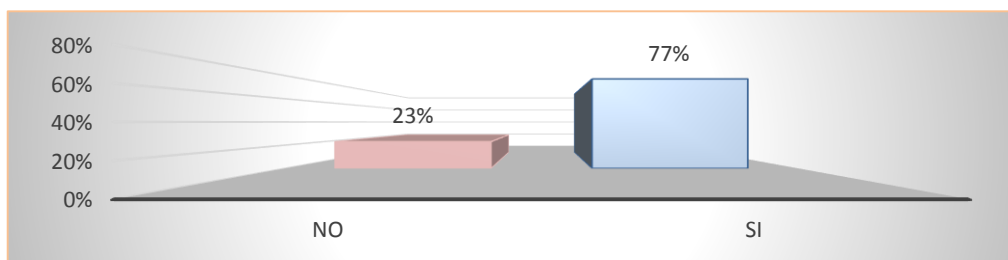
Los visitantes respondieron si fue de su agrado el guiado turístico en el Museo.

Tabla N°14:Expectativa de servicio

Respuesta	Frecuencia	%
No	88	23%
Si	295	77%

Fuente y elaboración propia

Figural N° 6: Experiencia de consumo



Fuente y elaboración propia

La figura nos muestra el comparativo de las respuestas que dieron los visitantes cuando se les pregunto si fue de su agrado o no el guiado que recibieron al visitar el Museo Convento San Francisco de Lima. El 77% de los visitantes manifiesta que si fue de su agrado mientras que el 23% dice que no.

Como se puede apreciar es positiva la respuesta de la mayoría de los visitantes encuestados, afirman que recibieron un buen guiado y que la actitud del guía fue siempre predispuesta a preguntas por parte de los visitantes, sin embargo a los que respondieron que no manifestaron que no fue de su agrado porque no

podieron escuchar bien la información que brindaba el guía ya que el grupo en el que entraron era demasiado extenso, otros dijeron que es muy básica la información que brindó el guía, otros no estuvieron de acuerdo que hayan demasiados niños que no dejaban escuchar al guía. Por otro lado, la gran parte de visitantes que respondieron que no, fue porque no estaban permitidas la fotografías durante el recorrido.

### 3.1.7. ¿Cuánto tiempo cree que debe durar el recorrido turístico?

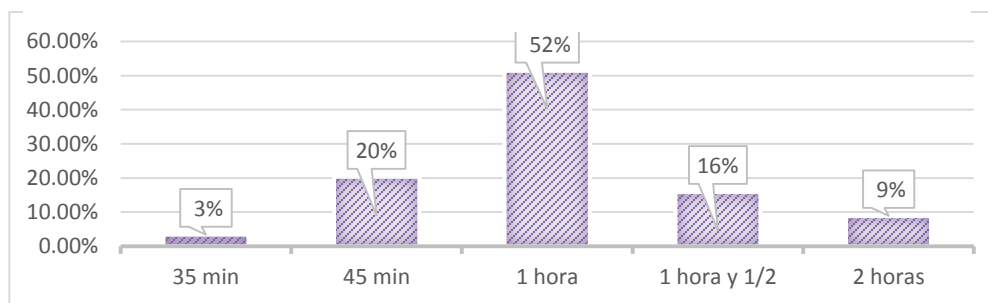
Los visitantes respondieron cuánto creen que debe durar un recorrido turístico, a continuación, los resultados.

Tabla N° 15:Expectativa sobre duración del servicio

Tiempo	Frecuencia	%
35 min	11	3.00%
45 min	77	20.00%
1 hora	199	52.00%
1 hora y 1/2	62	16.00%
2 horas	34	9.00%

Fuente y elaboración propia

Figura N° 7:Requerimiento de servicio



Fuente y elaboración propia

Se preguntó a los visitantes del Museo cuánto tiempo creen que debe durar el recorrido y el gráfico muestra en porcentajes las respuestas de los 383 visitantes encuestados. Poco más de la mitad (52%) cree que el recorrido debe durar una hora, que en contraste con el gráfico N° 5 es lo que dura mayormente el recorrido que se ofrece.

### 3.1.8. ¿Cómo califica el servicio recibido?

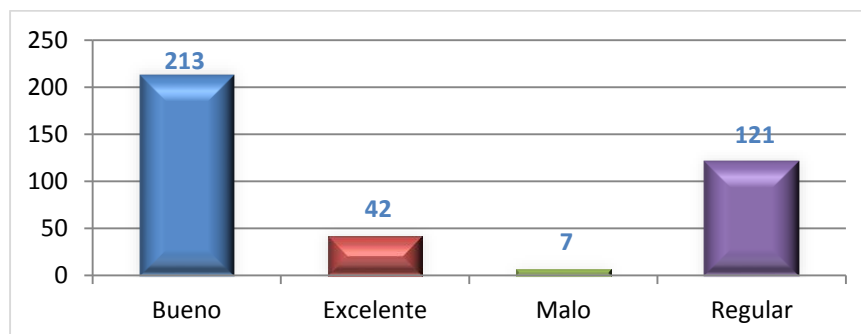
En la pregunta número 8 el visitante del Museo Convento San Francisco de Lima califica el servicio que recibió durante el recorrido que realizó

Tabla N° 16: Calificación del servicio

Respuesta	Frecuencia	%
Malo	7	1.82%
Regular	121	31.59%
Bueno	213	55.62%
Excelente	42	10.97%

Fuente y elaboración propia

Figura N° 8: Calificación del servicio



Fuente elaboración propia

En la figura , 213 visitantes califican el servicio recibido como “bueno”, donde manifiestan estar conformes con el servicio recibido en cuánto a tiempos e información brindada, además del agradable trabajo del guía que les tocó; 121

visitantes califican el servicio como “regular”, no se encuentran completamente satisfechos debido a demoras al empezar el tour, no escuchaban claramente la exposición del guía y fue muy extensa o corta la visita para algunos casos; en una menor cantidad, 42 visitantes califican el servicio como “excelente” y manifiestan estar completamente satisfechos con el servicio por parte del guía, duración del recorrido y conformidad con la cantidad de personas en su tour ya que pudieron escuchar todo con claridad; por último 7 personas lo califican como “malo”, no les agrado el tour porque habían demasiada personas por grupo, la visitas en cada sala fueron muy rápidas que no era tiempo suficiente para observar o hacer preguntas, para otros casos el guía no respondía inquietudes, etc.

3.1.9. ¿Durante el recorrido, escuchó narraciones contadas a manera de cuento sobre la historia del convento?

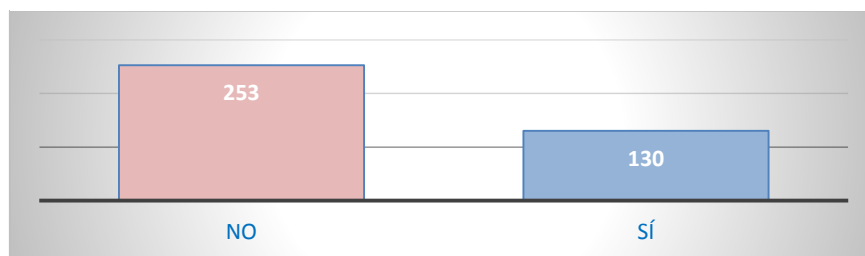
Los visitantes respondieron la pregunta 9 de la siguiente manera:

Tabla N°17:Narraciones en el recorrido

Respuesta	Frecuencia	%
No	253	66.06%
Si	130	33.94%

Fuente y elaboración propia

Figura N° 9: Narraciones durante el recorrido



Fuente y elaboración propia

Para saber cómo se brinda actualmente el recorrido en el Museo se preguntó a los visitantes si escucharon algún tipo de narración contada manera de cuento sobre la historia del convento, y como se puede apreciar en el gráfico 253 personas respondieron que no escucharon ningún tipo de narración, mientras que 130 personas respondieron que sí. De manera general aquellos visitantes que respondieron de forma afirmativa manifiestan que la participación del guía al momento de realizar sus explicaciones era bastante activa y positiva y en algunos casos contaban pequeñas historias de franciscanos o de los santos, es por ello que brindaron en el cuestionario una respuesta positiva para esta pregunta.

### 3.1.10. ¿Presenció escenificaciones o algún tipo de actuación durante el recorrido?

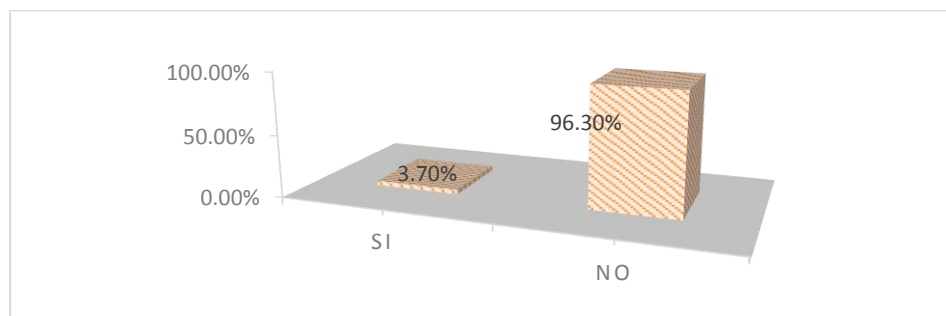
Los visitantes del Museo respondieron si vieron algún tipo de escenificación durante el recorrido que realizaron.

Tabla N° 18:Escenificaciones en el recorrido

Respuesta	Frecuencia	%
Si	14	3.70%
No	369	96.30%

Fuente y elaboración propia

Figura N° 10: Escenificaciones en el recorrido



Fuente y elaboración propia

Como se observa en la figura el 96.30% respondió de manera negativa, lo que nos da a conocer que el recorrido que brinda el Museo se basa solo en la exposición del guía.

### 3.1.11. ¿Escuchó cánticos franciscanos durante su visita?

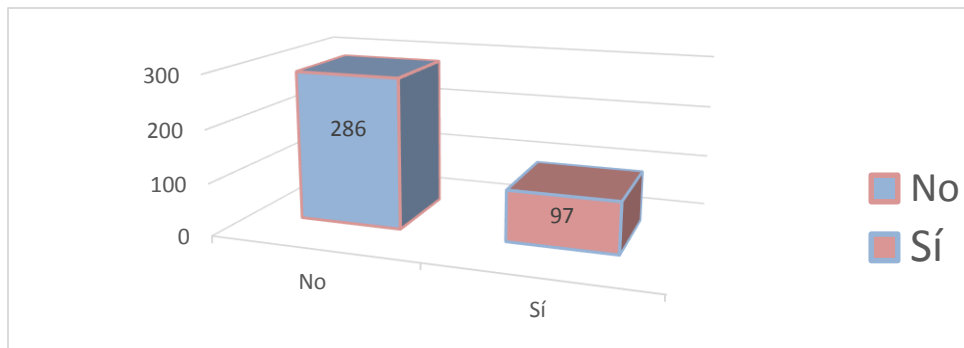
Los visitantes del Museo respondieron de la siguiente manera:

Tabla N° 19: Cánticos franciscanos

Respuesta	Frecuencia	%
No	286	74.67%
Si	97	25.33

Fuente y elaboración propia

Figura N° 11: Cánticos franciscanos durante el recorrido



Fuente y elaboración propia

Se consultó a los visitantes seleccionados en la muestra, si durante su recorrido escucharon cantos franciscanos. Tal como se plasma la figura 286 personas respondieron que no escucharon ningún canto durante su recorrido, mientras que 97 personas dijeron que sí, manifestando que mientras hacían su recorrido también se realizaba en simultáneo la misa y es de allí de donde provenían los cantos del coro de la iglesia.

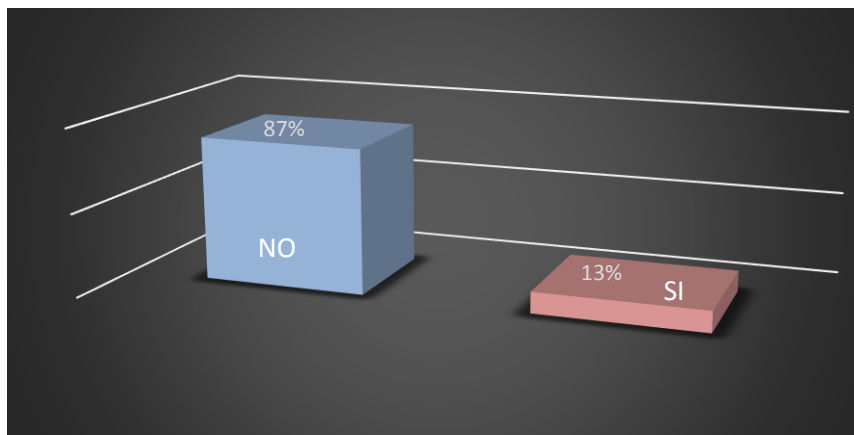
3.1.12. ¿El guía le hizo participar en cuestionarios realizando preguntas para ganar algún premio?

Tabla N° 20: Interacción con el guía

Respuesta	Frecuencia	%
Si	334	87.00%
No	49	13.00%

Fuente y elaboración propia

Figura N° 12: Preguntas durante el recorrido



Fuente y elaboración propia

La figura N° 12 muestra que el 87% de visitantes que respondieron el cuestionario sostiene que durante su tour no hubo preguntas del guía ni hizo concursos para ganar algún tipo de premio, mientras que una escasa parte, 13% afirma que sí se le realizó preguntas durante el guiado.



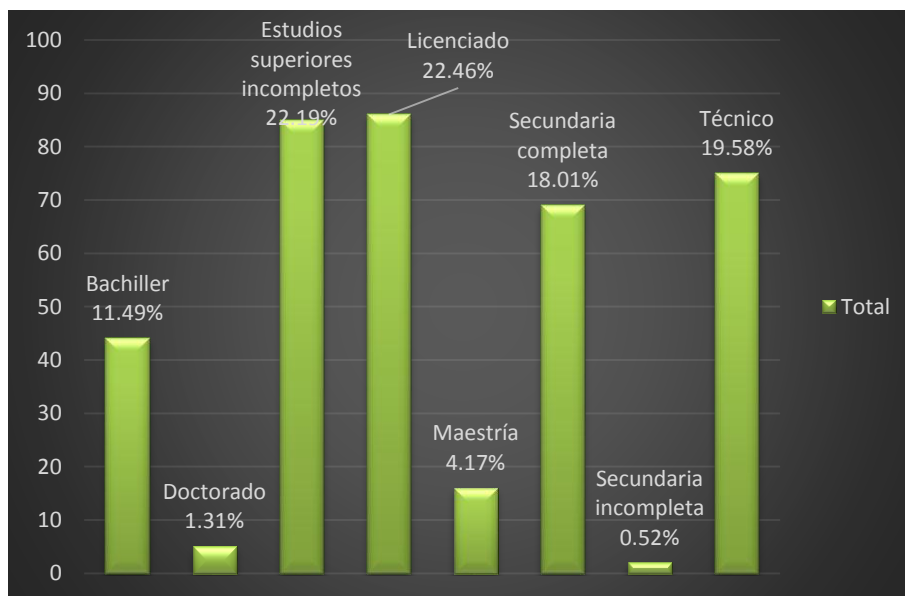
Para conocer el perfil del visitante del Museo se le preguntó cuál es su edad y grado de instrucción, a continuación, los resultados obtenidos.

Tabla N° 21: Grado de instrucción

Respuesta	Frecuencia	%
Bachiller	44	11.49%
Doctorado	5	1.31%
Estudios superiores incompletos	85	22.19%
Licenciado	86	22.46%
Maestría	16	4.17%
Secundaria completa	69	18.01%
Secundaria incompleta	2	0.52%
Técnico	75	19.58%

Fuente y elaboración propia

Figura N° 13: Grado de instrucción



Fuente y elaboración propia

Como ya se mencionó la muestra es de 383 visitantes seleccionados aleatoriamente, entre ellos el 22.46 % manifiesta ser licenciado, es decir tiene un nivel universitario de instrucción, otro 22.19 % cuenta con estudios superiores incompletos, en su mayoría se encontraban en cursando la universidad .El 19.58% de visitantes cuenta con estudios técnicos, es decir realizó estudios en institutos, 18.01 % de los visitantes encuestados estudió la secundaria completa, 11.49 % cuenta con Bachiller en su carrera universitaria, 4.17 % cuenta con una maestría culminada, mientras solo el 1.31% cuenta con doctorado y por otro lado 0.52 % de encuestados tiene la secundaria incompleta.

Se puede encontrar en el perfil del vacacionista motivado por conocer Lima elaborado por Promperú información similar que respalda la información obtenida a través de la cual observamos los siguientes datos:

Tabla N° 22: Grado de instrucción del vacacionista motivado por conocer Lima

Básica	8%
Técnica	8%
Universitaria	45%
Posgrado	39%

Fuente: Promperú - Perfil del turista extranjero 2016  
Elaboración: Propia

Donde se observa que en su mayoría son personas con estudios superiores quienes visitantes Lima y en menos proporción visitantes con estudios técnicos.

Como resultado de la información recaudada en el trabajo de campo se determina que los visitantes del Museo en su mayoría son adultos de 46 años a más, representando el 37.34% de la muestra, en segundo lugar, se encuentran los visitantes entre 36 y 45 años formando parte del 34.73%, mientras que los jóvenes entre 26 y 35 años representan el 21.41%, y por último se encuentran los visitantes entre los 18 y 25 años de edad representando el 6.52%. Como se observa el público

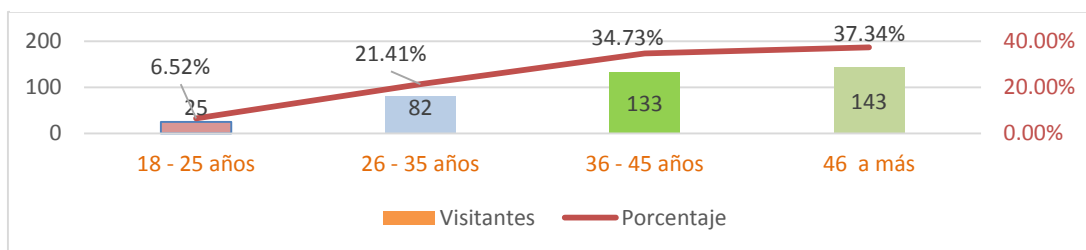
que recibe el Museo es, en su mayoría adultos ya que son los más interesados por hacer turismo cultural.

Tabla N°23:Rango de edad

Rango de edad	Frecuencia	%
18 - 25 años	25	6.52%
26 - 35 años	82	21.41%
36 - 45 años	133	34.73%
46 a más	143	37.34%

Fuente y elaboración propia

Figura N° 14: Rango de edad



Fuente y elaboración propia

A continuación, se observa la tabla de datos de Promperú donde se aprecia el rango de edades del vacacionista que viene a Lima.

Tabla N° 24: Rango de edad del vacaionista motivado por conocer Lima

Menos de 25 años	10%
25 a 34 años	26%
35 a 54 años	31%
55 años a más	33%

Fuente: Promperú - Perfil del turista extranjero 2016  
Elaboración: Propia

El porcentaje mayor (33%) es del rango de edad de 55 años a más y el segundo (33%) es de visitantes entre 35 y 54 años de edad, lo cual comparado con la información reunida en el trabajo de campo de esta investigación son los adultos quienes se enfocan en las visitas culturales en Lima más que los jóvenes, como lo indica la tabla N°24 y la figura N° 14.

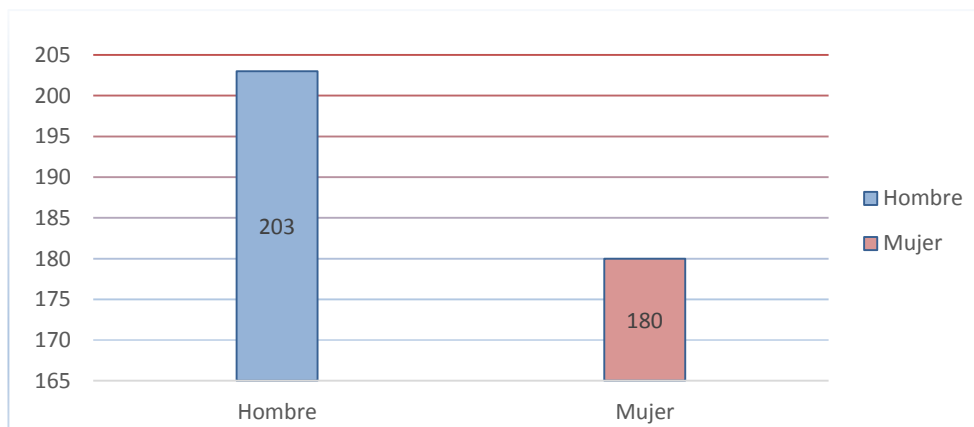
Sobre el género del visitante del Museo se observa en los resultados:

Tabla N° 25:Género

Sexo	Frecuencia	%
Hombre	203	53%
Mujer	180	47%

Fuente y elaboración propia

Figural N° 15:Género



Fuente y elaboración propia

En la figura N° 15 se aprecia que la muestra representativa para el trabajo de investigación fue de 383 visitantes de los cuales 203 (53 %) son hombres y 180 (47%) son visitantes femeninas.

Tabla N° 26: Género del vacacionista motivado por conocer Lima

Hombre	52%
Mujer	48%

Fuente: Promperú - Perfil del turista extranjero 2016  
Elaboración: Propia

En la tabla número 26 también se observa información coincidente con los datos obtenidos de esta investigación. Según el perfil del turista extranjero, los vacacionistas motivados por conocer la ciudad de Lima son hombres, en su mayoría (52%), y ligeramente en menor, el rango mujeres (48%).

### 3.2 Análisis y discusión

Se inició esta investigación con el objetivo de proponer actividades de animación turística en el recorrido que se ofrece actualmente en el Museo Convento San Francisco de Lima y Catacumbas, con el fin de hacer más activa la participación del visitante.

Se aplicó cuestionarios para recopilar información directamente del visitante que acude al Museo, además de la observación *in situ*. Así también, se ha realizado, en las siguientes líneas como parte de la discusión de los resultados, una comparación con los antecedentes y bases teóricas desarrolladas en los capítulos anteriores.

Para Tavares y Fernandes (2017), la animación es un proceso de integración y compromiso social.

Los resultados de esta investigación nos indican que hay personas de diferentes países, edades y sociedades que acuden a visitar el Museo, y durante el tiempo que realizan su recorrido comparten la experiencia y reciben información de otras personas que vivieron allí, de las prácticas de los Franciscanos, observan salas de pintura que plasman las tradiciones, etc.

Como se observó en la figura N° 15: **Género** y la tabla N° 26: **El vacacionista motivado por conocer Lima- Género** el género de los visitantes que predomina es el masculino, sin embargo, hay una cantidad razonable de mujeres que acuden. Ambas fuentes, la de la figura N°15 (fuente propia) y la de la tabla N°26 (Mincetur- Perfil del turista extranjero), coinciden en sus resultados.

Por otro lado, en cuanto a las edades se refleja una mayor afluencia de visitantes de más de 46 años que pueden realizar su recorrido con personas entre los 25 y 36 años, que es otro grupo grande que visita.

Con esta información recolectada se puede ver claramente que como mencionaban Tavares y Fernandes en su trabajo de investigación, la animación turística comprende la participación de diferentes culturas y realidades (diversas edades y distintos entornos) y que todo esto es un factor positivo para la experiencia turística por ello se considera importante hacer memorable la experiencia brindando un servicio óptimo y no tradicional a través de la realización de actividades de animación turística, donde el visitante tenga una participación activa durante el recorrido.

Para Mogrovejo (2010), la animación turística actual está presente en el diseño de los productos turísticos por ser considerada una herramienta necesaria de satisfacción de la necesidad del cliente, como un potencial de ventaja competitiva empresarial.

Como resultado de la aplicación del cuestionario se obtuvo información sobre los requerimientos del visitante que acude al Museo Convento San Francisco de Lima y Catacumbas, y en su mayoría expresan estar contentos con el recorrido sin embargo se califica el servicio como “bueno “ y no “excelente”, esto es debido a que esperan que el recorrido sea más interactivo y se haga participe al visitante, tal vez con preguntas, que el guía sea más ameno, que utilice lenguaje entendible, y que brinde datos precisos y curiosos. Mogrovejo (2010), en su investigación titulada “La animación turística y su incidencia en la prestación de servicios turísticos” da a conocer la importancia de la animación turística para usarla como ventaja competitiva , como ya se había mencionado, comparando esto con los resultados de la presente investigación, el realizar actividades de animación turística que mejoren el recorrido actual, enfocándose en lo que espera recibir el visitante,

terminará siendo como nos adelanta Mogrovejo (2010), una ventaja competitiva frente a tantos servicios que se puedan brindar, es decir, Lima tiene muchos atractivos que ofrecer y el visitante es libre de elección, sin embargo se sabe que ahora un visitante se informa antes y teniendo buenas referencias del servicio que se brinda en el Museo Convento San Francisco de Lima y Catacumbas se optará por visitarlo sin falta en una estadía por la ciudad, se despertará el interés por conocer ya que se sabrá que el recorrido que se brinda es excepcional y todos los visitantes terminan contentos por su participación activa.

Por otro lado, en España, el Departamento de Promoción de Desarrollo Económico y del Turismo presentó un plan en el año 2018 donde se define a la animación turística como un conjunto de técnicas y acciones dirigidas a motivar y promover la participación del turista; indica además que el animador turístico debe tener facilidad de crear contactos humanos, sentido organizativo, espontaneidad, entre otros, como se muestra en la tabla N°2: ***Características del animador turístico según Plan para la empleabilidad y la promoción empresarial y el emprendimiento.*** Con esto se observa la necesidad de aplicar acciones que hagan participe al visitante, tanto en el contenido que se ofrece actualmente en el Museo, como el servicio y actitud en este caso del guía que realiza el tour, pues los resultados del cuestionario indican que en la mayoría de visitas el guía no realiza preguntas por iniciativa propia y brinda información de manera mecanizada.

Alberca (2017), sostiene que el gran motor, lo que realmente atrae al turista, es justamente el atractivo. Es decir, todo el conjunto de lo que se ofrece debe estar compenetrado y estructurado para captar el interés por ser visitado. Esto es que todos debemos estar identificados con lo que ofrece nuestro país, y que antes de querer introducir el respeto en la mente del visitante hacia el atractivo, la cultura y costumbres, primero debe hacerlo uno mismo. Alberca menciona en otro de sus estudios la importancia de la formación del personal turístico y esto se asocia al trabajo de Alemán (2014), sobre interpretación de patrimonio. Debemos, en primer lugar, ser conscientes de los que nos pertenece y valorarlo para luego salir y



mostrarlo a los demás. Durante el trabajo de observación *in situ* se pudo apreciar que los guías realizan un trabajo muy mecanizado, les falta entusiasmo, no a todos, quizás porque solo repiten información, pero si lo antes mencionado estuviese siempre presente, su trabajo sería como un recitar del patrimonio que se observa en el Museo y en las Catacumbas y se despertaría el interés completo del visitante, motivándose a realizar preguntas, interacción y no solo basarse a escuchar lo que dice el guía.

Durante la observación *in situ* se pudo observar y escuchar que muchos visitantes no estaban contentos debido a que los grupos eran grandes y no se escuchaba la información, o había niños que no dejaban escuchar, o simplemente no les parecía interesante la narración del guía.

En el cuestionario se preguntó de forma puntual al visitante si durante su recorrido observó algún tipo de escenificaciones, si se escuchó algún cántico franciscano, si el guía interactúa con los visitantes, y tal como se mostró en el capítulo de resultados las respuestas fueron poco positivas, no están presentes ninguna de las actividades antes mencionadas que forman parte, como ya se explicó, de actividades de animación turística.

De forma general, los cuestionarios aplicados, ayudaron a dar a conocer el perfil del visitante y qué es lo que espera recibir, saber si está de acuerdo con el servicio que recibió y a partir de ello realizar una lista de actividades de animación turística que contribuyan a hacer participe al visitante y de esa forma generar el interés de más visitas, recomendaciones y experiencia gratas y memorables.

### 3.3 Propuesta

Luego de haber realizado el trabajo de campo para recolectar información *in situ* sobre los requerimientos del visitante, y de haber desarrollado la comparación con los resultados de los antecedentes y bases teóricas consultadas para este trabajo de investigación (discusión), se muestra a continuación la propuesta de actividades turísticas para realizarlas en el recorrido que se ofrece actualmente en la vista al Museo Convento San Francisco de Lima y Catacumbas, con el fin de hacer que el visitante tenga una participación activa en su visita.

A través de la realización de actividades que involucran al visitante, se conseguirá una mejor experiencia y aprendizaje. Son actividades breves pero que involucran al visitante y de alguna manera mejorará el servicio brindado por parte del guía.

En la tabla número 27 se presenta las actividades propuesta en las tesis:

TablaN° 27: Propuesta de actividades de animación turística

- 
1. Narraciones
  2. Escenificaciones
  3. Reproducción de cánticos franciscanos
  4. Mejorar la interacción entre guías y visitantes
- 

Fuente y elaboración propia

### 3.3.1. Propuesta de narraciones

Se propone realizar breves narraciones didácticas para un segmento específico, por ejemplo niños, muchos colegios acuden en grandes grupos a realizar visitas, y la información que se brinda es de historia , datos de años y fechas, que usualmente son difícil de recordar, por tal motivo se propone que pequeñas partes de la información brindada se haga llegar a manera de narración, de manera más dinámica, como contando un cuento, esto puede ser para el caso de la visita en la biblioteca, visita a la Sala Refectorio donde se compartían los alimentos para la sacristía y comprenda la explicación de los cuadros y pinturas o también narrar cómo la cúpula ha sido modificada luego de las consecuencias de los terremotos

También se puede aplicar esta propuesta para brindar la información referente a las Catacumbas, contando cómo se diseñaron y el motivo de porque se colocaban los cadáveres en pozos. El guía de turismo puede elegir a conveniencia en que momento específico brindar este tipo de animación siguiendo las sugerencia y el fin de esta propuesta que es brindar información con un lenguaje sencillo y fácil de recordar.

Lo que se busca es adecuar pequeños fragmentos de la información para narrarlas de tal manera que se capte mejor la información de forma breve. Esto implicaría un trabajo más personalizado por parte del guía, contando pequeñas anécdotas para narrar partes específicas.

Según el trabajo de campo realizado, el visitante busca un guiado turístico dinámico breve y con datos curiosos. Esta propuesta se puede adecuar a la información precisa que brinda el guía en el Museo para poder diseñar una narración breve a manera de cuento.

### **3.3.2.. Propuesta de escenificaciones**

Para este caso se propone contar con un ayudante de guía que pueda estar caracterizado como un franciscano y de esa manera captar la atención para brindarle información referente a la orden franciscana de manera más lúdica.

No se pretende prolongar mucho el tiempo de visita, lo que se busca es que el guía o el ayudante del guía que este caracterizado para realizar la actividad de animación turística, continúe su explicación caracterizado para hacer más representativa la información que brinda y con ello conseguir una experiencia más vivencial del visitante.

Otro punto dentro de esta propuesta es, que aprovechando la caracterización del guía o algún ayudante, se permita tomar fotografías al visitante con el “franciscano” de esa manera el visitante se lleva un recuerdo que lo va satisfacer ya que en todo el recorrido están prohibidas las fotografías a cuadros pinturas, catacumbas etc. Entoces si el visitante logra tomarse una fotografía con el personaje caracterizado, se cubre el punto negativo que muchos visitante han observado después de su visita: la prohibición de fotografías.

Todo debe estar diseñado y organizado para que se lleve a cabo sin alterar el orden del recorrido, el tiempo de fotografías debe ser asignado al visitante con claridad para que esta actividad no involucre que el guiado se extienda.

### **3.3.3. Propuesta de reproducción de cánticos franciscanos**

Durante el recorrido se visita la sala de coro y se explica que allí se reunían a cantar y se brinda mucha información interesante.

Los resultados de la investigación muestran que estos cánticos no se oyen en la actualidad, porque ya nadie canta, sin embargo, una pequeña cantidad de visitantes que fue parte de la muestra de investigación indica que sí ha oído dichos cánticos y esto se debe a que realizaron su visita durante los horarios en que se realiza la misa, y lo que se escucha son los cantos del coro, esta actividad es mal practicada ya que no deben interrumpirse actos importantes como una misa.

Es por ello, que para uniformizar esta experiencia y brindarla a todos los asistentes de manera responsable, se propone reproducir los cánticos franciscanos en volumen moderado en la sala durante la explicación, solo así todos los visitantes podrán decir que escucharon los cánticos y es una información más completa.

Los cánticos podrían reproducirse desde un dispositivo o parlante a volumen moderado que manejará el guía, para que acompañe el guiado pero sin interrumpirlo ni distraer al visitante y que sirva como herramienta de apoyo en la explicación del guía.

### 3.3.4. Propuesta de mejorar la interacción entre guía y visitantes

Por último, se propone enfatizar el trabajo del guía, para que este no se enfoque en solo dar información a manera de monólogo.

Se respeta el trabajo profesional que realizan, sin embargo, aquí se muestra una lista para ayudar a mejorar la interacción con el visitante.

Tabla N° 28: Actividades que el guía turístico debe realizar

- 
1. Presentación amena con respeto.
  2. Inicio de recorrido brindando información.
  3. Preguntas sobre dudas y curiosidades.
  4. Brindar datos curiosos y precisos en cada sala.
  5. Preguntas de finalización brindando un premio.
  6. Despedida cálida.
- 

Fuente y elaboración: Propia

En la tabla N° 28 se plasma la propuesta para el guía y así lograr la interacción con los visitantes.

Para el primer punto se busca iniciar el tour de manera cálida como si fuese un primer guiado, mostrar entusiasmo, acompañar esa curiosidad que presenta el visitante.

El segundo punto es netamente el trabajo del guía, que es brindar información veraz para lo cual se encuentran capacitados.

El tercer punto se refiere a realizar preguntas pequeñas para captar la atención del visitante, es decir mostrarse con esa iniciativa y no solo esperar que el visitante realice las preguntas.

El cuarto punto es brindar datos curiosos de interés colectivo que suelen saber los guías gracias a su experiencia y dedicación a la investigación, algunos suelen practicar esto, pero no lo hacen de manera definitiva en cada recorrido.

El quinto punto es hacer preguntas finales sobre toda la información brindada y a cambio ofrecer algún pequeño recuerdo referente al Museo Convento San Francisco de Lima y Catacumbas, estos pueden ser postales y fotografías, ya que muchos visitantes quedan insatisfechos porque éstas se prohíben durante la visita y qué mejor que obsequiar fotografías y tomas del hermoso Museo. También de esta manera se puede incentivar la compra de suvenir, ya se realiza una pequeña venta al final de la visita y durante la observación *in situ* no se apreció que fuese muy efectiva.

Por último, el guía debe mostrarse amigable. Debe hacer saber que haber brindado el servicio fue agradable para él, que ha sido un momento de compartir para todos, de esa manera el visitante lograr sentirse identificado e importante, y no como un cliente simplemente.

## CONCLUSIONES

En el presente trabajo de investigación se ha logrado el objetivo principal que es proponer actividades de animación turística para conseguir que el visitante tenga una participación activa durante el recorrido en la visita al Museo.

A lo largo del desarrollo del trabajo de investigación se pudo identificar los requerimientos del visitante, lo cual ayudó al momento de crear las propuestas de actividades de animación turística basándose en lo que el visitante busca actualmente: Información con lenguaje fácil de entender (propuesta de narraciones), guiado interactivo y visitante participativo (propuesta de mejorar la interacción con el visitante).

Una de las conclusiones a las que se pudo llegar es que el visitante busca un guiado turístico dinámico donde se le haga participe, pero que a su vez no sea tan extenso; el visitante prefiere un recorrido participativo y en grupo no tan grande para poder apreciar la vista y sobre todo escuchar con atención la información, y en caso de tener dudas el guía pueda resolver sus inquietudes sin prisa y sin acortar el recorrido.

La propuesta de incorporar actividades de animación turística en el recorrido es algo muy positivo para la experiencia del visitante, se debe buscar que el visitante tenga una grata experiencia y pueda recomendar la visita al Museo como un tour innovador donde cada visitante es parte del recorrido y puede aprender a través de su visita.

Gracias a este trabajo, se tiene cierta información de lo que el visitante espera, está en las manos del personal encargado del área de turismo y todo el equipo de trabajadores del Museo y Convento San Francisco de Lima y Catacumbas poner en marcha ligeros cambios que traerían grandes beneficios.



## RECOMENDACIONES

Se recomienda que el personal del Museo Convento San Francisco de Lima y Catacumbas tenga en cuenta la segmentación de grupos de visitas, para desarrollar el guiado turístico de una mejor manera. Se pueden realizar paquetes escolares o para niños en general con guiados turísticos personalizados donde se aplique la propuesta de narraciones.

Es importante considerar que la preparación del guía turístico no debe ser solo intelectual, ya que debe presentar un guiado dinámico, para ello es importante considerar la aplicación de actividades animación turística que ayudarán al guía a dar un mejor servicio en cuanto a la participación del visitante. Se consultó a los guías del museo si estarían predispuestos a realizar dichas actividades a lo que respondieron que si, mientras los lineamientos del convento lo permitan y también las instrucciones como guías de turismo cultural a las que se rigen.

Se recomienda tomar las propuestas presentadas como bases y juntarlas con la experiencia de cada guía para que se contribuya en fortalecer cada propuesta teniendo en cuenta los requerimientos de los visitantes y de esa manera ofrecer un servicio siempre innovador como opción de elección para los visitantes, es decir no dejar de ofrecer el servicio tradicional que se da actualmente, sino, brindar un recorrido tradicional y también con animación turística, para de esta manera no imponer al visitante a realizar ciertas actividades.

Se recomienda que este trabajo de investigación sea leído detenidamente para visualizar los beneficios de las actividades de animación turística y que pueda permitirse, por parte de las autoridades del Museo, la realización de las mismas.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Alberca, F. (2017). *Turismo de carretera en el Perú. Oportunidades y desafíos*. Lima, Perú.

Alberca, F. (2018). *El patrimonio cultural en la formación de los profesionales del turismo en el Perú, 2018*. Universidad de San Martín de Porres, Lima Perú.

Alemán, A. (2014). *Reflexiones sobre la interpretación del patrimonio*. Universidad de San Martín de Porres, Lima, Perú.

DATATUR, Análisis integral del turismo. (Revisado 20 noviembre 2019). *Glosario, definiciones usadas por la OMT*. Recuperado de <https://www.datatur.sectur.gob.mx/SitePages/Glosario.aspx>

Encinas, D, y Julliri, M. (2017). *Perfil profesional de los guía de turismo que laboran en los museos de arte de religioso en el centro histórico de la ciudad de Arequipa 2017*. Universidad Nacional de San Agustín, Arequipa, Perú.

Gorbea, S. (2006). (Revisado 15 agosto 2019). *Trascendencia del paradigma cuantitativo en la investigación bibliotecológica y de la información*. Recuperado de <file:///C:/Users/Valeria/Downloads/4114-4044-0-PB.pdf>

Huillca, C. (2017). *Turismo cultura en el Centro Histórico de Lima des la perspectiva de los visitantes nacionales, 2017*. Universidad César Vallejo, Lima, Perú.

Lucía Lessan, (Revisado 15 agosto de 2019). *Enciclopedia Católica Online*.

Recuperado de [https://ec.aciprensa.com/wiki/Orden\\_Franciscana](https://ec.aciprensa.com/wiki/Orden_Franciscana)

Mogrovejo, A. (2010). *La animación turística y su incidencia en la presentación de servicios turísticos*. Universidad de Cuenca, Cuenca, Ecuador.

PRODETUR, Promoción del desarrollo económico y del turismo, (2018). (Revisado 10 agosto 2019). *Plan de formación para la empleabilidad, la promoción empresarial y el emprendimiento. Animación Turística*. Recuperado de <http://www.prodetur.es/prodetur/AlfrescoFileTransferServlet?action=download&ref=2242422d-e29f-4005-b9f0-7c9abe18c0a3>

Real Academia Española. (Revisado 04 agosto 2019). *Diccionario de la lengua española*, 23.ª ed. Recuperado de <https://dle.rae.es/convento?m=form>

Sancho, A. (Revisado 05 agosto 2019). *Introducción al turismo*. Recuperado de <http://www.utntyh.com/wp-content/uploads/2011/09/INTRODUCCION-AL-TURISMO-OMT.pdf>

Tabares, E, y Fernandes, P. (2017). *La contribución de la animación turística en la elección y la experiencia turística. El caso de la Región Alto Tras-os-Montes – Portugal*. Centro de Investigaciones y Estudios Turísticos, Buenos Aires, Argentina.

Togán, L, (2015). *La animación turística como estrategia de socialización del patrimonio cultural del centro histórico de Quito*. Universidad Central de Ecuador, Quito, Ecuador.

UNESCO, (2014). *Indicadores Unesco de cultura para el desarrollo .Manual metodológico*. Paris, Francia.

Promperú, (2017). *Perfil del Turista Extranjero 2016*. Lima, Perú.

Organización Mundial de Turismo, OMT, (Revisado el 15 agosto 2019). *Código Ético Mundial para el Turismo*. Recuperado de [https://www.usil.edu.pe/sites/default/files/codigo-etico-mundial-para-el\\_turismo.pdf](https://www.usil.edu.pe/sites/default/files/codigo-etico-mundial-para-el_turismo.pdf)

## **ANEXOS**

### Anexo N° 1: Matriz de consistencia

PROBLEMAS	OBJETIVOS	HIPOTESIS	VARIABLES E INDICADORES			METODOLOGÍA
			Variable 1: Requerimientos del visitante			
			DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMS	
<p><b>Problema General</b></p> <p>¿Qué actividades realizar para llevar a cabo la animación turística en la Basílica y Convento San Francisco de Lima y mejorar la experiencia del visitante?</p> <p><b>Problemas Específicos</b></p> <p>¿Qué requiere el visitante para mejorar su experiencia turística en la visita a la Basílica y Convento San Francisco de Lima?</p> <p>¿Qué actividades de animación turística se realizarán?</p>	<p><b>Objetivo General</b></p> <p>Proponer actividades de animación turística en el tour de la Basílica y Convento San Francisco de Lima para mejorar la experiencia del visitante.</p> <p><b>Objetivos Específicos</b></p> <p>Identificar los requerimientos del visitante de la Basílica y Convento San Francisco de Lima.</p> <p>Definir las actividades a realizar para llevar a cabo la animación turística en la Basílica y Convento San Francisco de Lima.</p>	<p><b>Hipótesis General</b></p> <p><b>Hipótesis Específicas</b></p>	<p><b>Perfil del visitante</b></p> <p><b>Expectativas (antes)</b></p> <p><b>Experiencia de consumo (después)</b></p>	<p>Grupo de visita</p> <p>Actividades que realiza el visitante</p> <p>Tiempo de estadía</p> <p>Guiado turístico</p> <p>Duración del servicio</p> <p>Guiado turístico</p> <p>Duración del servicio</p> <p>Calidad del servicio</p>	<p>¿Con que grupo de personas suele viajar?</p> <p>¿Qué actividades realiza durante su estadía?</p> <p>¿Cuántos días en promedio se queda en una ciudad para visitarla?</p> <p>¿Qué espera de un guiado turístico?</p> <p>¿Cuánto tiempo cree que debe durar el recorrido turístico?</p> <p>¿Fue de su agrado el guiado turístico que recibió?</p> <p>¿Cuánto tiempo duró la visita que realizó?</p> <p>¿Cómo califica el servicio recibido?</p>	<p>Descriptiva – simple</p> <p><b>TECNICA</b></p> <p>Encuesta</p> <p><b>INSTRUMENTO</b></p> <p>Cuestionario</p>

			Variable 2: Actividades de animación turística		
			DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS
¿Cómo es el recorrido actual en la Basílica y Convento San Francisco de Lima?	Identificar las actividades que se realizan en el recorrido actual en la Basílica y Convento San Francisco de Lima.		<b>Participación de actividades lúdicas</b>	Narraciones	¿Durante el recorrido, escuchó narraciones contadas a manera de cuento sobre la historia del convento?
				Escenificaciones	¿Presenció escenificaciones o algún tipo de actuación durante el recorrido?
			<b>Participación en actividades culturales</b>	Cantos franciscanos	¿Escuchó cantos franciscanos durante su visita?
				Concursos a través de preguntas y/o cuestionarios por parte del guía.	¿El guía le hizo participar en cuestionarios realizando preguntas para ganar algún premio?

## Anexo N° 2: Matriz de operacionalización de variables

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DIMENSIONES	INDICADORES	INSTRUMENTO
Actividades de animación turística	"Conjunto de acciones y técnicas dirigidas a motivar, promover y facilitar una mayor y más activa participación del turista en el disfrute de su tiempo vacacional".	Participación de actividades lúdicas	Narraciones	Cuestionario
			Escenificaciones	Cuestionario Técnica de Observación
			Cuestionarios, concursos, preguntas.	Cuestionario Técnica de Observación
		Participación en actividades culturales	Cánticos franciscanos	Cuestionario

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DIMENSIONES	INDICADORES	INSTRUMENTO
Requerimientos del visitante	"Conjunto de características de los visitantes y sus experiencias, así como sus expectativas en cuanto a la experiencia".	Perfil del visitante	Grupo de visita	Cuestionario Técnica de Observación
			Actividades que realiza	Cuestionario
			Tiempo de estadía	Cuestionario
		Expectativas (antes)	Guiado turístico	Cuestionario
			Duración del servicio	Cuestionario
		Experiencia de consumo (Después)	Guiado turístico	Cuestionario
			Duración del servicio	Cuestionario
			Calidad del servicio	Cuestionario



### Anexo N° 3: Instrumento de investigación

CUESTIONARIO N° \_\_\_\_\_

Edad:

Sexo:

Ocupación:

Nivel de educación:

- Sin estudios
- Primaria completa
- Primaria incompleta
- Secundaria completa
- Secundaria incompleta
- Estudios superiores incompletos
- Técnico
- Bachiller
- Licenciado
- Maestría
- Doctorado

---

El presente cuestionario tiene como fin recabar información sobre el recorrido que se realiza en la visita al Museo y Convento San Francisco de Lima y Catacumbas. No es necesaria su identificación, es de nuestro interés que los datos que usted pueda brindar sean fidedignos y confiables.

Instrucciones: Lea cuidadosamente y proceda a marcar con una equis (x) dentro del cuadrado. Por favor conteste todas las preguntas.

---

1. ¿Con que grupo de personas suele viajar? Puede marcar opciones múltiples.

- Amigos
- Familiares
- Pareja
- Solo

2. ¿Qué actividades realiza durante su estadía? Puede marcar opciones múltiples.

Culturales

- Visita a huacas o museos
- Visitas religiosas
- Tour gastronómico

Aventura

Otros:

---

---

3. ¿Cuántos días en promedio se queda en una ciudad para visitarla?

---

---

4. ¿Qué espera de un guiado turístico? Puede marcar opciones múltiples.

- Información con lenguaje fácil de entender y recordar
- Que sea interactivo y dinámico
- Que sea breve con datos curiosos, exactos y precisos.
- Otros: \_\_\_\_\_

5. ¿Cuánto tiempo duró la visita que realizó?

---

6. ¿Fue de su agrado el guiado turístico que recibió?

- Sí
- No, ¿Por qué?

---

---

7. ¿Cuánto tiempo cree que debe durar el recorrido turístico?

---

8. ¿Cómo califica el servicio recibido?

- Malo
- Bueno
- Regular
- Excelente

9. ¿Durante el recorrido, escuchó narraciones contadas a manera de cuento sobre la historia del convento?

- Si
- No

10. ¿Presenció escenificaciones o algún tipo de actuación durante el recorrido?

- Si
- No

11. ¿Escuchó cantos franciscanos durante su visita?

- Si
- No

12. ¿El guía le hizo participar en cuestionarios realizando preguntas para ganar algún premio?

- Si
- No

## **Anexo N° 4: Informe de validación de expertos**

## **VALIDEZ DE CONTENIDO DE INSTRUMENTOS POR JUICIO DE EXPERTOS**

### **DOCUMENTOS ADJUNTOS:**

- 1. Solicitud e informe de validación**
- 2. Matriz de consistencia**
- 3. Matriz de operacionalización**
- 4. Instrumento**

**SOLICITO: Validación de instrumento de investigación.**

**Mg. Vanessa Raquel Barrantes Chávez**

Yo, Valeria Ariana Orosco Medina, Bachiller postulante a la titulación por tesis de la escuela de Hotelería y Turismo, me dirijo respetuosamente para expresarle lo siguiente:

Que siendo necesario contar con la validación de los instrumentos para recolectar datos que me permitan contrastar las hipótesis propuestas en mi trabajo de investigación para la tesis titulada: "Propuesta de actividades de animación turística en la Basílica y Convento de San Francisco de Lima según requerimientos del visitante"

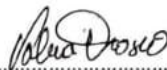
Solicito a Ud. tenga a bien validar como juez experto en el tema, para ello acompaño los documentos siguientes:

1. Informe de opinión de expertos (o de validación del instrumento)
2. Matriz de consistencia.
3. Operacionalización de las variables.
4. Instrumento.

Le agradezco anticipadamente por la atención a la presente solicitud.

Atentamente,

Lima, 10 de octubre de 2019



.....  
Valeria Ariana Orosco Medina

## INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DE INSTRUMENTO DE MEDICIÓN

### I. DATOS GENERALES:

- 1.1. Apellidos y nombres del validador: Vanessa Raquel Barrantes Chávez
- 1.2. Grado Académico: Magister
- 1.3. Institución donde labora: USMP
- 1.4. Especialidad del validador: Turismo, eventos, geografía turística
- 1.5. Título de la investigación: "Propuesta de actividades de animación turística en la Basílica y Convento de San Francisco de Lima según requerimientos del visitante"
- 1.6. Autor del Instrumento: Valeria Ariana Orosco Medina.
- 1.7. INSTRUMENTO

### II. VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

#### PERTINENCIA DE LOS ITEMS

#### VARIABLE: REQUERIMIENTOS DEL VISITANTE

Items	Escala	0- 25 <b>No</b> pertenece	26-50 Probablemente <b>no</b> pertenece	51-75 Probablemente <b>si</b> pertenece	76-100 <b>Si</b> pertenece	Observaciones
<b>PERFIL DEL VISITANTE</b>						
1.	¿Con que grupo de personas suele viajar?				✓	
2.	¿Qué actividades realiza durante su estadía?				✓	
3.	¿Cuántos días en promedio se queda en una ciudad para visitarla?				✓	

EXPECTATIVAS				
4. ¿Qué espera de un guiado turístico?				✓
5. ¿Cuánto tiempo cree que debe durar el recorrido turístico?				✓
EXPERIENCIA DE CONSUMO				
6. ¿Fue de su agrado el guiado turístico que recibió?				✓
7. ¿Cuánto tiempo duró la visita que realizó?				✓
8. ¿Cómo califica el servicio recibido?				✓

### PERTINENCIA DE LOS ITEMS

#### VARIABLE: ACTIVIDADES DE ANIMACIÓN TURÍSTICA

Items	0- 25 <b>No</b> pertenece	26-50 Probablemente <b>no</b> pertenece	51-75 Probablemente <b>si</b> pertenece	76-100 <b>Si</b> pertenece	Observaciones
PARTICIPACIÓN DE ACTIVIDADES LÚDICAS					
1. ¿Durante el recorrido, escuchó narraciones contadas a manera de				✓	



cuento sobre la historia del convento?				✓	
2. ¿Presenció escenificaciones o algún tipo de actuación durante el recorrido?				✓	
3. ¿Escuchó cantos franciscanos durante su visita?				✓	
<b>PARTICIPACIÓN EN ACTIVIDADES CULTURALES</b>					
4. ¿El guía le hizo participar en cuestionarios realizando preguntas para ganar algún premio?				✓	

PROMEDIO DE VALORACIÓN: 100 %.

III. ASPECTO GLOBAL DEL INSTRUMENTO

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 00-20%	Regular 21-40%	Buena 41-60%	Muy Buena 61-80%	Excelente lente 81-100%
1.CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado y específico.					✓
2.OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas observables.					✓
3.ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia y la tecnología.					✓
5.SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y calidad					✓
6.INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar aspectos de las estrategias					✓
7.CONSISTENCIA	Basado en aspectos teórico-científicos					✓
8.COHERENCIA	Entre los índices, indicadores y las dimensiones.					✓
9.METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito del diagnóstico					✓
10. PERTINENCIA	El instrumento es funcional para el propósito de la investigación.					✓

PROMEDIO DE VALORACIÓN: .....<sup>95</sup>.....% OPINIÓN DE APLICABILIDAD:

- ( ✓ ) El instrumento puede ser aplicado, tal como está elaborado.
- ( ✓ ) El instrumento debe ser mejorado antes de ser aplicado.

Lugar y fecha: ..... 10 de octubre de 2019 .....



Firma del Experto Informante.

DNI. N° ..... 40217017 .....

Teléfono N° .....

**SOLICITO: Validación de instrumento de investigación.**

**Dr. Cristóbal Noriega Cardó**

Yo, Valeria Ariana Orosco Medina, Bachiller postulante a la titulación por tesis de la escuela de Hotelería y Turismo, me dirijo respetuosamente para expresarle lo siguiente:

Que siendo necesario contar con la validación de los instrumentos para recolectar datos que me permitan contrastar las hipótesis propuestas en mi trabajo de investigación para la tesis titulada: "Propuesta de actividades de animación turística en la Basílica y Convento de San Francisco de Lima según requerimientos del visitante"


Solicito a Ud. tenga a bien validar como juez experto en el tema, para ello acompaño los documentos siguientes:

1. Informe de opinión de expertos (o de validación del instrumento)
2. Matriz de consistencia.
3. Operacionalización de las variables.
4. Instrumento.

Le agradezco anticipadamente por la atención a la presente solicitud.

Atentamente,

Lima, 30 de setiembre de 2019



.....  
Valeria Ariana Orosco Medina

## INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DE INSTRUMENTO DE MEDICIÓN

### I. DATOS GENERALES:

- 1.1. Apellidos y nombres del validador: Cristóbal Noriega Cardó
- 1.2. Grado Académico: Doctor
- 1.3. Institución donde labora: USMP
- 1.4. Especialidad del validador: Turismo
- 1.5. Título de la investigación: "Propuesta de actividades de animación turística en la Basílica y Convento de San Francisco de Lima según requerimientos del visitante"
- 1.6. Autor del Instrumento: Valeria Ariana Orosco Medina.

### 1.7. INSTRUMENTO

### II. VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

#### PERTINENCIA DE LOS ITEMS

#### VARIABLE: REQUERIMIENTOS DEL VISITANTE

Ítems	Escala	0- 25 <b>No</b> pertenece	26-50 Probablemente <b>no</b> pertenece	51-75 Probablemente <b>si</b> pertenece	76-100 <b>Si</b> pertenece	Observaciones
<b>PERFIL DEL VISITANTE</b>						
1.	¿Con que grupo de personas suele viajar				✓	
2.	¿Qué actividades realiza durante su estadía?				✓	
3.	¿Cuántos días en promedio se queda en una ciudad para visitarla?				✓	

EXPECTATIVAS				
4. ¿Qué espera de un guiado turístico?				✓
5. ¿Cuánto tiempo cree que debe durar el recorrido turístico?				✓
EXPERIENCIA DE CONSUMO				
6. ¿Fue de su agrado el guiado turístico que recibió?				✓
7. ¿Cuánto tiempo duró la visita que realizó?				✓
8. ¿Cómo califica el servicio recibido?				✓

**PERTINENCIA DE LOS ITEMS**  
**VARIABLE ACTIVIDADES DE ANIMACIÓN TURÍSTICA**

Escala	0- 25 <b>No</b> pertenece	26-50 Probablemente <b>no</b> pertenece	51-75 Probablemente <b>si</b> pertenece	76-100 <b>Si</b> pertenece	Observaciones
Ítems					
<b>PARTICIPACIÓN DE ACTIVIDADES LÚDICAS</b>					
1. ¿Durante el recorrido, escuchó narraciones contadas a manera de cuento sobre la historia del convento?				✓	
2. ¿Presenció escenificaciones o algún tipo de actuación durante el recorrido?				✓	
3. ¿Escuchó cantos franciscanos durante su visita?				✓	
<b>PARTICIPACIÓN EN ACTIVIDADES CULTURALES</b>					
4. ¿El guía le hizo participar en cuestionarios realizando preguntas para ganar algún premio?				✓	

PROMEDIO DE VALORACIÓN: 100%.

III. ASPECTO GLOBAL DEL INSTRUMENTO

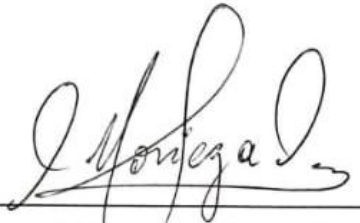
INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente	Regular	Buena	Muy Buena	Excelente
		00-20%	21-40%	41-60%	61-80%	lente 81-100%
1. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado y específico.					✓
2. OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas observables.					✓
3. ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia y la tecnología.					✓
5. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y calidad					✓
6. INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar aspectos de las estrategias					✓
7. CONSISTENCIA	Basado en aspectos teórico-científicos					✓
8. COHERENCIA	Entre los índices, indicadores y las dimensiones.					✓
9. METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito del diagnóstico					✓
10. PERTINENCIA	El instrumento es funcional para el propósito de la investigación.					✓



PROMEDIO DE VALORACIÓN: 100 % OPINIÓN DE APLICABILIDAD:

- ( ✓ ) El instrumento puede ser aplicado, tal como está elaborado.
- ( - ) El instrumento debe ser mejorado antes de ser aplicado.

Lugar y fecha..... 10 de octubre de 2019 .....



Firma del Experto Informante.

DNI. N° 08352648

Teléfono N° 996981229