



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**ESCUELA DE POSGRADO
PROGRAMA ACADÉMICO DE MAESTRÍA EN
ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS - MBA**

"Administración del turismo accesible para personas con
discapacidad en el Perú, 2020 – 2021."

**TESIS PARA OBTENER EL GRADO ACADÉMICO DE:
MAESTRO EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS - MBA**

AUTOR:

Barrueta Mendoza, Alberto Jesús (ORCID: 0000–0003–0978–7308)

ASESOR:

Dr. Nolazco Labajos, Fernando Alexis (ORCID: 0000–0001–8910–222X)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Modelos y Herramientas Gerenciales

LIMA – PERÚ

2021

Dedicatoria

A mis padres por haberme forjado como la persona que soy en la actualidad; pues sin ellos no lo habría logrado la construcción de mi vida profesional, muchos de mis logros se los debo a ellos, incluyendo este. Me motivaron constantemente para alcanzar mis anhelos.

Agradecimiento

A Dios, quien me ha dado la fortaleza para seguir adelante; a mis padres y familia por su comprensión y estímulo constante, además por su apoyo incondicional a lo largo de mis estudios, a mi compañera de estudio Anny, por el acompañamiento, los docentes y la universidad por la formación educativa.

Índice de contenidos

Dedicatoria	ii
Agradecimiento	iii
Índice de contenidos	iv
Índice de gráficos y figuras	v
Resumen	vi
Abstract	vii
I. INTRODUCCIÓN	1
II. MARCO TEÓRICO	4
III. METODOLOGÍA	13
3.1. Tipo y diseño de investigación	13
3.2. Categorías, Subcategorías y matriz de categorización	13
3.3. Escenario de estudio	14
3.4. Participantes	14
3.5. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	14
3.6. Procedimiento	14
3.7. Rigor científico	15
3.8. Método de análisis de datos	15
3.9. Aspectos éticos	15
IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN	16
VI. CONCLUSIONES	29
VII. RECOMENDACIONES	30
REFERENCIAS	32
ANEXOS	38

Índice de gráficos y figuras

Figura 1 Análisis cualitativo de la categoría turismo accesible	17
Figura 2 Análisis cualitativo de la subcategoría Marketing	20
Figura 3 Análisis cualitativo de la subcategoría Infraestructura turística	22
Figura 4 Análisis cualitativo de la subcategoría Señalización	24
Figura 5 Análisis cualitativo de la subcategoría Capacitación del personal	26

Resumen

Este trabajo de investigación de tipo cualitativo desarrolló el objetivo de analizar el turismo accesible para personas con discapacidad en el Perú, 2020 – 2021. Su metodología fue tipo básico, con el fin de aportar conocimientos existentes; además, su nivel de estudio es un estudio de caso con un diseño no experimental. Para ello se aplicó la guía de la entrevista en 10 personas discapacitado; siendo los datos procesados mediante el software Atlas ti. Se concluye que tanto la percepción del marketing, la infraestructura, la capacitación del personal y señalización, se encuentran en vías de adaptación y desarrollo a una sociedad inclusiva; por tanto, se encontró dos aspectos resaltantes referido a los establecimientos adecuados y presencia de rampas, mostrando su conformidad con los espacios idóneos para personas con discapacidad; por ello, se recomienda, gestionar espacios públicos, así como políticas de prioridad a la población con discapacidad para el disfrute de todos.

Palabras claves: Capacitación del personal, infraestructura, turismo, marketing, y señalización.

Abstract

This qualitative research work developed the objective of analyzing accessible tourism for people with disabilities in Peru, 2020 - 2021. Its methodology was basic type, in order to provide existing knowledge; Furthermore, its study level is a case study with a non-experimental design. For this, the interview guide was applied to 10 people disabled; the data being processed by the Atlas ti software. It is concluded that both the perception of marketing, infrastructure, staff training and signage, are in the process of adaptation and development to an inclusive society; Therefore, two outstanding aspects were found, referring to the adequate establishments and the presence of ramps, showing their compliance with the ideal spaces for people with disabilities; For this reason, it is recommended to manage public spaces, as well as priority policies for the disabled population for the enjoyment of all.

Keywords: Staff training, infrastructure, tourism, marketing, and signage.

I. INTRODUCCIÓN

En el ámbito internacional, se menciona que en Canadá son alrededor de 6 millones de canadienses entre 15 años o más (22% de la población) los cuales presentan algún tipo de discapacidad en cifras obtenidas por la encuesta realizada en el año 2017, y se espera que las cifras reales sean probablemente más altas. Solo el 59% de los canadienses con discapacidades de entre 25 y 64 años están empleados en comparación con el 80% de los canadienses sin discapacidades. Por ello, se demuestra en la The Accessible Canada Act, que, también las personas discapacitadas tienen derecho a participar sin barreras en cualquier sector de la economía incluido el turismo (Employment and Social Development Canada, 2021).

Además, conforme a la asociación con la Fundación ONCE de España y la Red Europea de Turismo Accesible (ENAT), la agencia especializada de Naciones Unidas ha publicado nuevas directrices para asegurar que sea accesible e inclusive en la forma en que se lleve a cabo el reinicio de manera responsable del turismo en esta época de coronavirus. Según la OMT (Organización Mundial Del Turismo), se demuestra que, el 40% de los destinos que se realizan a nivel mundial, han logrado aliviar sus restricciones de viaje originado por la pandemia que se vive (Töre, 2020).

A causa de la COVID-19, cerca de más de 200 países han tenido que ajustarse a los nuevos tiempos, una de esas estrategias de contención ha sido la de restringir el desplazamiento humano mediante el ordenamiento de una cuarentena y con ello el cierre de empresas. Todo aquel elemento que represente vinculación ha tenido que ser postergado con la finalidad de evitar el incremento de contagios. Indudablemente, las actividades relacionadas con turismo y recreación también han sido afectadas. De acuerdo con Blázquez (2020) sostiene que el negocio mundial puede caer en un 25% poniendo en riesgo 50 millones de empleos. Esto ha podido generar el desequilibrio no solo a nivel económico, productivos sino también psicosocial

En Perú, se manifiesta a través del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR), se está mejorando la situación del turismo accesible, para lo cual se está ejecutando las capacitaciones a más de 1500 hoteles, operadores gastronómicos, operadores y prestadores del país, con la finalidad de mejorar la forma en cómo se prestan los servicios a las personas con necesidades especiales (Klempert, 2020).

En Lima, se demuestra que, la ONG Sin frenos, está desarrollando turismo accesible a las personas que habitan los distritos de Miraflores, San Isidro o hasta Lince, pero manifiestan que una de las causas que impide el seguimiento a otras zonas, es la mala articulación de las calles y la forma en cómo están se encuentran diseñadas, y esto va también para los medios de transportes públicos, los cuales no han incorporado asientos para personas con discapacidad. Por lo cual dicha ONG, busca que se pueda ampliar la red de viajeros discapacitados, con rutas fuera de Lima y con más servicios turísticos de este tipo (Iguualab, 2019). Por ello esta investigación realizó un análisis sobre la gestión del turismo accesible en el país ya que por varios años personas con discapacidades motoras se han visto en la necesidad de evitar los diferentes lugares turísticos que ofrece el país peruano, en vista de que en su mayoría de las empresas de turismo no cuentan con un espacio que se adecue a sus necesidades, y los que si gestionen un espacio accesible tiene ciertas limitaciones. Por lo tanto, el problema general estipulado queda formulado de la siguiente manera: ¿Cuál es la percepción sobre el turismo accesible para personas con discapacidad en el Perú, 2020 – 2021?

En tanto al aspecto teórico, resulta importante puesto que, se consideró a las teorías referentes al turismo accesible, buscando ahondar sobre los conocimientos obtenidos de otras personas e instituciones. En cuanto al aspecto práctico, se verifica que, con los resultados, los gestores de las decisiones de las instituciones de turismo podrán tomar algunas consideraciones respecto a mejorar la situación del turismo accesible, dando oportunidades para todos, de tal forma que se busque una inclusión social, a su vez pretende que tanto personas como empresas conozcan y se sensibilicen sobre la importancia de la accesibilidad sobre todo que las empresas que ofrecen actividades turísticas gestionen un espacio que otorgue seguridad y autonomía a sus usuarios. Y

finalmente, en el aspecto metodológico, se describe que, se empleará un tipo y nivel de investigación, así como instrumentos que sirvan a los fines de otros estudios, como referencia, es decir podrán ser llevados a otros escenarios similares.

El objetivo general fue analizar el turismo accesible para personas con discapacidad en el Perú, 2020 – 2021. Aunado a ello, (I) Describir la percepción del marketing turístico para personas con discapacidad en el Perú, 2020 – 2021. (II) Describir la infraestructura para personas con discapacidad en el Perú, 2020 – 2021. (III) Describir la percepción de la señalización para personas con discapacidad en el Perú, 2020 – 2021; (IV) Describir la percepción de la capacitación al personal para personas con discapacidad en el Perú, 2020 – 2021.

II. MARCO TEÓRICO

En el ámbito nacional se considera a Mejía (2020), en su estudio buscó analizar la cadena de accesibilidad turística para personas con discapacidad visual a los atractivos turísticos del Damero de Pizarro. Para tal fin, se basó en un estudio aplicado bajo un enfoque cualitativo en base a un diseño etnográfico, aplicándose entrevista a 7 participantes del estudio. Como resultados se obtuvo que, la mayoría de los entrevistados demostró que, los servicios de los cuales han sido usuarios, no son accesibles ni adaptados a sus necesidades, sin embargo, los del sector turismo manifestaron que, se sigue trabajando en el desarrollo de programas culturales para las personas con discapacidad. Concluyendo que, no existe accesibilidad turística para personas con discapacidad visual.

Moya & Ura (2019), quienes presentaron su estudio con el fin de conocer el desarrollo del turismo accesible para personas con discapacidad física en Machu Picchu – Cusco, 2019. Para ello se sustentó en un estudio de tipo cualitativo, con un diseño etnográfico, aplicándose una entrevista a 10 personas entre turistas y empresas de turismo. Llegando a obtener de resultados que, el turismo accesible en Machu Picchu aún se encuentra en una primera etapa, porque a pesar de que se está desarrollando, aún no se han concentrado en realizar mejoras a los servicios turísticos que se ofrecen ni en la calidad que le destinan.

Trejo (2019), en su estudio propuso evaluar las condiciones que se encuentra el turismo accesible que ofrece Huaca Pucllana para el turista que cuenta con discapacidad en el distrito de Miraflores. Para ello se sustentó en un estudio de tipo aplicado, con enfoque cualitativo, empleándose una guía de entrevista y una guía de observación, dirigido a 10 personas que presentaban algún tipo de discapacidad y que hayan visitado la Huaca Pucllana además de los colaboradores que laboraban. Como resultados se obtuvo que, el turismo accesible se encuentra en nivel bueno, esto debido a que, se cuenta con instalaciones cómodas, con buenas herramientas para comunicarse, además de tecnología necesarias para cubrir las expectativas de los visitantes con discapacidades.

Salas (2018), en su estudio buscó determinar cómo influye el Turismo Accesible en la Calidad de Vida de la persona adulta mayor en Miraflores. Para ello se basó en un estudio de tipo aplicado con enfoque cuantitativo, bajo un diseño no experimental, de nivel explicativo, llevándose a cabo un cuestionario, el cual fue dirigido a 39 personas. Con ello se obtuvo como resultados que, el turismo accesible se encuentra en buen nivel para el 87% de los participantes, lo cual, demuestra que es importante para la calidad de vida de los mismos.

Díaz & Wong (2018), en su investigación planteó determinar si el turismo inclusivo se aplica a los hoteles tanto de 3 y 4 estrellas para las personas que presentan discapacidad en el distrito de Trujillo. Para ello se sustentó en un estudio de tipo descriptivo con un enfoque cuantitativo, aplicándose un check list y un cuestionario dirigido a 18 administradores de hoteles. Obteniéndose como resultados que, la infraestructura no es la más óptima para las personas con discapacidad, además no se cumple con la señalización, asimismo, la tecnología no se adaptado a las necesidades de los participantes y la mayoría de los colaboradores no ha recibido capacitaciones para poder trabajar con personas con discapacidades.

En el ámbito internacional, Murillo (2019), en su estudio planteó que se soluciona el problema que presenta la parroquia Rocafuerte de la ciudad de Guayaquil, en donde se denota el acceso y las dificultades que presentan los turistas con el tipo de discapacidad visual cuando realicen tal recorrido. Para ello se basó en un estudio de tipo descriptivo, bajo un enfoque bibliográfico y con método histórico- lógico, además de analítico- sintético, además de inductivo-deductivo, aplicándose un cuestionario a 366 personas discapacitadas. Con las cuales se logró obtener como resultados que, no existen facilidades en el recorrido turístico, además, lo que se ofrece no se adapta a sus necesidades, tampoco les han servido de guía las capacitaciones que han recibido del personal.

Aspiazu (2019), en su estudio buscó realizar un análisis del desarrollo del turismo inclusivo y proponer un diseño de playas accesibles para personas con movilidad reducida. Para ello se basó en un estudio de tipo descriptivo empírico empleándose la observación y la revisión bibliográfica, además se aplicó un

cuestionario a 100 personas discapacitadas. Con base a ello se obtuvo de resultados que, la mayoría ya ha tenido una experiencia de turismo accesible, sin embargo, denotaron que, la falta de actividades para discapacitados es el problema en los atractivos turísticos, más específicamente para playas.

Suárez (2019), en su estudio buscó conocer las potencialidades del turismo accesible en la ciudad de Salinas en beneficio de las personas con discapacidad. Para ello se basó en un estudio de tipo exploratorio, siendo el método aplicado el deductivo- inductivo, aplicándose un cuestionario a 328 personas con discapacidad. Con los cuales, se logró obtener como parte de los resultados que, si se cuenta con personal capacitado para discapacitados, además que, la mayoría de los establecimientos si se encuentra accesible para ellos, mencionándose que, el tema económico ha sido el factor más complicado para ellos.

Malucín & Carrión (2019), en su estudio buscó analizar las formas y condiciones en las que actualmente las personas con discapacidad física acceden a los sitios turísticos del cantón. Para lo cual, se basó en un estudio de tipo descriptivo, empleándose como técnica la observación y la entrevista. Llegándose a obtener como resultados que, los atractivos turísticos presentan falencias en cuanto a la accesibilidad de personas discapacitadas, lo cual limita la participación de ellos y de sus familias.

Cruz et al. (2019) en su estudio buscó conocer las opciones de las personas para aproximarse a las percepciones construidas respecto a los obstáculos tangibles e intangibles que las excluyen socialmente, para ello se identificó dos grupos visitantes la cual comprendían el 21% personas con discapacidad y el 79% personas sin discapacidad encontrándose barreras a la accesibilidad tanto físicas tales como ausencia de rampas, pasamanos, señaléticas; ambientales tales como tramos con pendientes pronunciadas y sociales tales como el diseño de la infraestructura y servicios a fines lo cual la accesibilidad se relacionó con las posibilidades de movilidad y el disfrute del paisaje.

Tras realizar una búsqueda de investigaciones relacionadas al tema, se pueden encontrar bases teóricas que nos encausarán con la variable de estudio.

En cuanto al **turismo accesible**, se verifica que se revisa a través de algunas de sus características centrales, incluidas las dimensiones del acceso, el diseño universal y el nexo entre envejecimiento y discapacidad (Darcy, Cameron, & Pegg, 2010). El diseño, la planificación y la prestación de servicios turísticos pueden beneficiarse sustancialmente de su alineación con los principios del diseño universal. Esa alineación beneficiaría a muchas personas sin discapacidades técnicas, incluidos los adultos mayores, los padres con cochecitos y los empleados de turismo que necesitan un diseño funcional apropiado para una amplia gama de requisitos de seguridad y salud ocupacional. Sin embargo, la industria parece desconocer los beneficios empresariales y organizativos que podrían derivarse de la adopción de estos principios (Darcy, et al. 2010).

El turismo accesible provee a las personas que presentan dificultades ya sea móviles, de vista, de oído o de cognición, a que puedan desempeñarse de manera independiente, de forma equitativa y con dignidad, cuando se les entregue los productos o servicios de turismo. Dicha definición incluye a las personas que viajan con pequeños en coches, personas con discapacidad o adultos mayores (Darcy & Dickson, 2009).

El turismo accesible se extiende más allá de este concepto al reconocer un “enfoque integral de la vida” del turismo en el que se da la debida consideración no solo a lo largo de la vida a través del vínculo entre el envejecimiento y la discapacidad, sino también a través del cambio de encarnaciones durante la vida (Darcy & Dickson, 2009). Significativamente, un “enfoque de toda la vida” reconoce la ineficacia de las empresas que no se adaptan socialmente a las personas a lo largo de la vida. Por lo tanto, al desarrollar productos y servicios que no incluyen a toda la comunidad, la empresa no solo afecta su propio resultado financiero al excluir efectivamente parte de la base de clientes, sino que también es socialmente ineficaz al crear una infraestructura que no puede ser utilizada por toda la comunidad.

Como parte de la teoría, cabe mencionar que los países en desarrollo distinguieron espacios generadores de economía mediante la administración de recursos propios de la nación con la finalidad de su desarrollo teniendo un espacio en los debates de diversos temas a la administración de los recursos (Clancy, 1999). Por lo tanto los estudiosos comienzan a organizar postulados pertinentes con la finalidad de ir adecuando estos espacios a los nuevos tiempos; con ello se genera la teoría de la modernización concibiéndola como un proceso endógeno y cultural de los países en desarrollo. Dentro de este surgimiento, la industrialización de elementos busca ser pertinentes a un servicio de calidad lo cual opta por profesionalizarse conllevando a un proceso de estructuración.

Para ello, Kaplan y Norton (2012) proponen el uso de herramientas que fortifiquen los indicadores de la empresa como elemento de planificación y dirección de nombre *balanced scorecard* con la finalidad de alcanzar las metas, donde se analizan los componentes financieros, de calidad, de recursos humanos y del cliente orientado a la misión, visión y valores de la compañía.

En este caso se buscaría fortalecer el turismo sostenible en la ciudad de Ica ya que se verifica una línea amplia para el turismo inclusivo la cual denota en considerar cómo diferentes grupos de personas, en este caso personas con discapacidad, pueden participar en el turismo como productores, es decir, en “roles como propietarios, empresarios, empleados y reguladores” (Scheyvens & Biddulph, 2018, p. 598). En términos generales, las personas con discapacidad tienen un acceso y una participación limitados en el mercado laboral, y hay una falta de lugares de trabajo accesibles con adaptaciones razonables en su lugar (United Nations, 2018). También en el turismo hay pruebas mínimas, anecdóticas o de otro tipo, que sugieran que las personas con discapacidad participan como productores en gran medida. Los estudios que existen están abrumadoramente centrados en personas con discapacidad como empleados, principalmente dentro del sector de la hostelería y sobre todo en hoteles. También se han tenido en cuenta las políticas y prácticas de recursos humanos en los hoteles que emplean a personas con discapacidad (Zajadacz, 2015), así como las perspectivas de los empleadores sobre la contratación de personas con discapacidad en organizaciones hoteleras (Paez & Arendt, 2014).

Al igual que la sostenibilidad Edgell (2019), señala que la accesibilidad es un problema del turismo contemporáneo (Darcy & Buhalis, 2011). En su sentido más amplio, la accesibilidad asegura el desarrollo de productos, servicios y entornos que permitan que todos los utilicen y se beneficien de ellos. Un ejemplo es el de los principios de diseño universal, que permiten la usabilidad por parte de personas con discapacidad sin necesidad de adaptación. Es importante considerar dónde encajan la discapacidad y el turismo dentro de la agenda más amplia de sostenibilidad, así como la necesidad de accesibilidad e inclusión en el turismo (Biddulph & Scheyvens, 2018). Las personas con discapacidad son un grupo históricamente excluido y socialmente marginado que carece de poder y voz (Oliver & Barnes, 2012). Han enfrentado y continúan enfrentando barreras para su participación e inclusión plena y efectiva en la comunidad y en la vida cultural, ya sea en las artes, el deporte y la recreación (United Nations, 2018). Si bien el turismo se considera una parte integral de la vida moderna, para las personas con discapacidad no siempre es accesible o inclusivo (Belanger & Jolin, 2011). Las personas con discapacidad no siempre pueden participar en esta actividad de ocio debido a su naturaleza cargada de barreras y socialmente excluyente (Daruwalla & Darcy, 2005).

El concepto de turismo accesible conceptualizado como turismo para todos, turismo inclusivo, turismo que es universal entre otros términos) es indisociable de la premisa de accesibilidad universal. Este concepto, aunque muy asociado al diseño universal, se basa en la creación de soluciones que permitan el acceso universal a los lugares por parte de cualquier persona (Teles, 2014). Es decir, a la hora de diseñar para todos, incluimos a quienes, aunque sea temporalmente, tienen movilidad reducida o condicionada (Rosario, 2013) o cualquier otro tipo de necesidad especial o específica, por lo que, y en el contexto de este artículo, la expresión «accesibilidad universal» Se entiende como la creación, construcción y / o adecuación de estructuras, infraestructuras y superestructuras, así como de servicios, productos y bienes que permitan el uso del mayor número posible de usuarios, considerando la universalidad y la diversidad humana. Considerando, por tanto, que el turismo accesible forma parte del concepto básico de accesibilidad universal, tiene sentido hablar no solo

de turismo accesible, inclusivo y universal, sino también de accesibilidad universal en el turismo.

Manifestándose que, las personas con discapacidad quieren hacer cosas, pero las barreras ambientales y de actitud en las que se encuentran obstaculizan su participación plena y efectiva en la sociedad en pie de igualdad con los demás en los viajes, el alojamiento y otros servicios turísticos (Molina & Cánoves, 2010).

El mercado de turismo accesible representa una gran oportunidad para los destinos (Natalia, et al. 2019) ya que el perfil de un turista con discapacidad es una persona que tiende a viajar con mayor frecuencia durante la temporada baja y tiene un patrón de viajes menos estacional que la población en general (Calvillo, 2011). Otra ventaja de este tipo de clientes es el alto grado de fidelización, debido principalmente a la dificultad que tienen para encontrar destinos adecuados a sus necesidades específicas. Normalmente acompañados o en grupo, realizan más viajes al destino y, en algunas partes del mundo, sus gastos medios son superiores.

El turismo es una actividad que muchas personas con discapacidad se ven obligadas a sacrificar por la sencilla razón de que implica la cooperación de capacidades físicas, mentales y sociales. Las personas con discapacidad tienen los mismos deseos que quienes tienen la posibilidad de viajar, pero lo cierto es que son un grupo más exigente (Yau, et al. 2004). Si una persona con discapacidad se encuentra en un alojamiento y se siente como en casa allí, desarrollará un vínculo físico con el lugar y un sentido de identidad de un lugar y, por lo tanto, estará más predispuesto a realizar más viajes a ese lugar.

Además, lo más preocupante es que los proveedores de alojamiento perciben a los turistas con discapacidad como un “problema”. Además, las habitaciones accesibles no son muy atractivas para los turistas sin discapacidad (Boxall, et al. 2018). Existe una extensa literatura académica sobre discapacidad y accesibilidad en el turismo, pero falta información en la mayoría de los países del mundo (Darcy et al. 2020). La mayoría de los estudios sobre discapacidad y uso turístico realizan encuestas a turistas, preguntando sus percepciones sobre el nivel de adaptación y accesibilidad de los establecimientos en diferentes

formatos, incluyendo encuestas convencionales (Piramanayagam, et al. 2019), entrevistas en profundidad y grupos focales (Yau et al. 2004) o cuestionarios online. Sin embargo, se ha prestado poca atención a las grandes posibilidades que ofrecen las reseñas online en este ámbito (Zhang & Yang, 2019)

Entre las subcategorías se encuentran las siguientes: **Marketing turístico**. Kotler & Armstrong (2007) lo definieron como el proceso mediante el cual las necesidades de los turistas pueden equilibrarse con los objetivos de una organización o región turística. El marketing turístico es una actividad que realizan las instituciones turísticas para innovar, comunicar, entregar y compartir ofertas que tienen un valor agregado para los clientes, socios y la comunidad implacable (Pomering, Gary, & Lester, 2011).

Aunado a ello, la subcategoría **Infraestructura turística**. Una infraestructura turística bien desarrollada es un determinante importante del negocio turístico que puede brindar una amplia gama de servicios turísticos competitivos y utilizar el potencial turístico y recreativo de los municipios y regiones sin dañar el medio ambiente (Stepanova & Shulepov, 2019).

Por otro lado, la subcategoría **Señalización turística**. Considerado como un conjunto de señales y letreros exteriores con dos funciones principales: informativas y simbólicas. La función informativa es la función del letrero como medio de información que incluye letreros sin fines de lucro y letreros con fines de lucro (publicidad). La función simbólica es la estructura profunda del lenguaje utilizado que señala el significado simbólico de la política lingüística, el estado de mayoría / minoría y las condiciones sociales como el trasfondo cultural, las costumbres y los sistemas de creencias (Mulyawan, 2019).

Por último, la subcategoría **Capacitación al personal**. Alexandros & John (2008) definieron la capacitación como la intervención planificada que está diseñada para mejorar los determinantes del desempeño laboral individual. Asimismo, Atif (2009) definió la capacitación como un indicador para mejorar las habilidades superiores, el conocimiento, las capacidades y la perspectiva de los empleados, lo que resulta en un desempeño eficaz de los trabajadores. Sin embargo, agrega una cosa más que (la capacitación) extiende la producción de

la organización. La formación eficaz tiene muchos resultados deseados. Uno de ellos es la calidad de la gestión. La capacitación se considera una de las estrategias más importantes para ayudar a los gerentes a adquirir los conocimientos y las habilidades necesarios para enfrentar los desafíos potenciales. La formación del personal es el camino fundamental para motivar a los empleados y aumentar la productividad en la empresa (Ahammad, 2013).

III. METODOLOGÍA

3.1. Tipo y diseño de investigación

El estudio realizado corresponde al tipo básico, puesto que, se buscó aportar al conocimiento existente de las teorías estudiadas referentes al tema (Andrade, Cabezas, & Torres, 2018). En este caso, se consideró el análisis de las teorías del turismo accesible.

Mientras que, el diseño de estudio, se concibe como estudio de caso, en el cual se detalla que, es un enfoque de investigación que se utiliza para generar una comprensión profunda y multifacética de un tema complejo en su contexto de la vida real. Es un diseño de investigación establecido que se utiliza ampliamente en una amplia variedad de disciplinas, particularmente en las ciencias sociales. Un estudio de caso se puede definir de diversas formas. (López-Roldán & Fachelli, 2015). En este caso se trató de analizar el turismo accesible.

En cuanto al enfoque, el estudio se centró en el cualitativo, puesto que, este tipo de investigaciones en su mayoría surgen interrogantes antes, durante y después de la recolección y análisis de datos (Hernández & Mendoza, 2018). Es decir, la investigación se da forma dinámica desde los hechos hasta su interpretación lo que genera la ausencia de hipótesis pues estas se van generando en el proceso y se van delimitándose acorde a la indagación de datos siendo estos tomados como resultados del estudio.

3.2. Categorías, Subcategorías y matriz de categorización

Las categorías apriorísticas de la investigación comprendidas en este estudio son las siguientes; marketing turístico, infraestructura turística, señalización y capacitación del personal. Asimismo, para la comprensión de cada una de las categorías, se desprenden subcategorías que la acompañan.

La categoría marketing turístico esta comprendida por las siguientes subcategorías; producto, precio, plaza y promoción. Asimismo; para la categoría infraestructura turística esta comprendida por el transporte y movilidad, el servicio sanitario, el establecimiento de hospedaje y el restaurant.

En ese orden de ideas, para la categoría señalización esta comprende las subcategorías de rampas de acceso, ascensores y carteles. Por último, para la categoría capacitación del personal se desprenden las siguientes subcategorías tales como las guías especializadas, personal en condiciones de transportar al turista, y entrenamiento y capacitación. (ver anexo)

3.3. Escenario de estudio.

Según Hernández & Mendoza (2018), se detalla que es el lugar donde se va a realizar el estudio. En este caso el escenario corresponde a la ubicación geográfica del país de origen del investigador, es decir, Perú.

3.4. Participantes

En este caso se encuentra compuesto por un total de 10 personas con discapacidad; las cuales, accedieron a participar en la investigación.

3.5. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Para el desarrollo de esta investigación, la técnica que se utilizó fue la entrevista, la cual constó de preguntas que servirán para recolectar los datos de una determinada muestra de estudio, logrando recopilar la mayor cantidad de información posible (Hernández, Fernández, & Baptista, 2014). Para este caso, se ha considerado realizar la entrevista a la variable de turismo accesible.

Por otro lado, el Instrumento a utilizar es la Guía de entrevista. El cual incluye preguntas de tipo cerradas, abiertas o semiabiertas, con el objetivo de recopilar la mayor información sobre la muestra (Hernández, Fernández, & Baptista, 2014). Realizándose una guía de entrevista a la variable de turismo accesible dirigido a las personas discapacitadas.

3.6. Procedimiento

Se solicitó consentimiento informado de los participantes del estudio. Luego de ello se les realizó las preguntas correspondientes. Después de ello, se agradeció su sinceridad y objetividad con el estudio. Para registrar las respuestas

de las preguntas, se tuvo que realizar la grabación, dichas respuestas fueron organizadas de acuerdo a los objetivos planteados. Dentro del proceso, se incluyó la categorización de los datos, existiendo concordancia con el problema y los objetivos planteados.

3.7. Rigor científico

Estuvo respaldado por los principios que determina los requisitos de la información como parte de ella tenemos que la indagación obtenida evidencia confidencialidad al cuidar los datos de las personas participantes en este estudio o alguna característica propia de ellos en las que pueden revelar la pertenencia de su intervención. Por otro lado, los resultados son prueba de la evidencia trabajada siendo datos auténticos y correspondientes al fenómeno de estudio, lo cual han manifestado la aproximación sobre sus expresiones al momento de la recolección de los datos.

3.8. Método de análisis de información

Luego de tener las respuestas por cada una de las preguntas formuladas por parte de los participantes, se procedió a conformar los archivos respectivos para su incorporación en el software Atlas.ti, el cual es un programa de análisis cualitativo, así mismo permite el construir teorías; para esta investigación, se realizaron las respectivas codificaciones para conformar las figuras donde se pueda sintetizar el análisis por cada uno de los objetivos formulados.

3.9. Aspectos éticos

En este estudio se consideró los siguientes principios, tales como: la confidencialidad de la información, es decir que todo será para fines académicos. También se respetará la autoría, este trabajo es original puesto que se respetó la propiedad de los autores, citándose y referenciándose debidamente. Y la beneficencia, puesto que, en el estudio no habrá conflictos de intereses, solo se buscó diagnosticar la percepción que tienen las personas con discapacidad hacia el turismo accesible (Žydzīūnaitė, 2018).

IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

La investigación se materializó con la participación de un total de 10 personas, quienes respondieron a las preguntas formuladas en la entrevista, específicamente, ocho personas sin presencia de habilidades diferentes, 1 persona con existencia de condiciones especiales, y un guía turístico. De esta forma las respuestas vertidas fueron analizadas con el soporte del software Atlas.ti, teniendo como objetivo general analizar el turismo accesible para personas con discapacidad en el Perú, 2020 – 2021, donde se encontró cuatro elementos de valor tales como (a) infraestructura turística, (b) marketing turístico, (c) señalización y (d) capacitación del personal.

Para el elemento a denominado infraestructura turística se encontró dos aspectos resaltantes: establecimientos adecuados (i) y presencia de rampas (ii) mostrando su conformidad con los espacios idóneos para personas con discapacidad. Para el elemento b denominado marketing turístico se encontró tres aspectos resaltantes: tales como la promoción por redes sociales (i), atributos del servicio/producto (ii) y la experiencia de viaje (iii) evidenciando que tanto la persona con discapacidad como el guía turístico manifestaron el uso de redes sociales como medio para la difusión de atractivos turísticos.

Del mismo modo para el elemento c denominado señalización se desprenden tres ideas resaltantes las cuales contemplan (i) necesidad de mejorar, (ii) contribución con el desplazamiento y (iii) ausencia de respeto por parte de las personas lo cual denotaría el proceso de mejora que están desarrollando en establecimientos turísticos sin embargo la población es ajena a esos avances lo cual manifiesta el distanciamiento de los valores hacia las personas con discapacidad. Aunado a ello, para el elemento c denominado capacitación del personal se desprenden cuatro ideas resaltantes la cuales ubican a (i) presencia de amabilidad/empatía, (ii) sin experiencia al respeto, (iii) ausencia de preparación y (iv) condiciones preferentes en atención.

De ello se desprende la opinión del guía turístico entrevistado la cual carece de alguna vivencia donde haya tenido que atender a una persona con discapacidad, y de igual forma los demás entrevistados señalaron no contar con

alguna experiencia directa o indirecta al respecto, en tanto, la persona con discapacidad manifestó la importancia de que el personal esté preparado, mientras los demás participantes indicaron ausencia de preparación por parte de los agentes turísticos, pues la mayoría se limita a realizar su trabajo, sin considerar atender las necesidades de las personas con discapacidad, siendo dejado de lado, a pesar de ser evidente su respuesta.

Figura 1.
Análisis cualitativo de la categoría turismo accesible



Como primer objetivo específico i) Describir la percepción del marketing turístico para personas con discapacidad en el Perú, 2020 – 2021 donde se encontró tres aspectos de valor, tales como la promoción por redes sociales (i), atributos del servicio/producto (ii) y la experiencia de viaje (iii); en el primero tanto la persona con discapacidad como el guía turístico manifestaron el uso de las redes sociales como medio para la difusión de atractivos turísticos orientados a este público de estudio, sin embargo, dentro de los demás encuestados, muchos de ellos afirmaron que “no existe”, “nunca han visto”, “no se observa”, entre otras afirmaciones; dejando en evidencia el limitado desarrollo de un marketing realmente inclusivo.

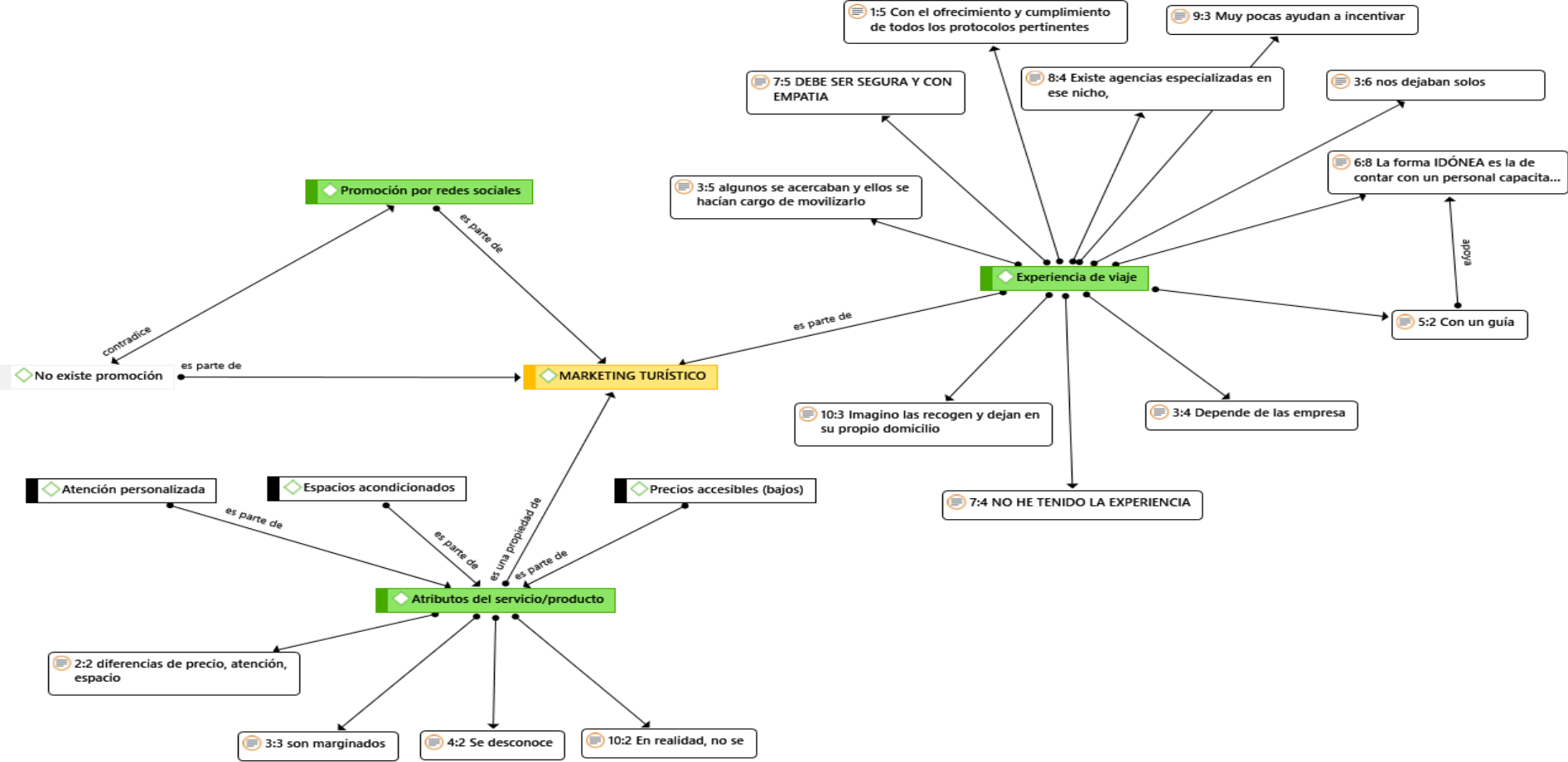
Por otro lado, considerando los atributos del servicio/producto, la mayoría refirieron a precios accesibles (bajos) donde es importante que se cuenta con ofertas, descuentos o paquetes que permitan acceder al consumo del turismo por parte de las personas con discapacidad; sumado a la existencia de espacios acondicionados correctamente, donde éstos puedan adaptarse sin mayor inconveniente y poder disfrutar del servicio, pues es claro las necesidades específicas que se debe de cubrir, más aún en un servicio como el turístico donde se ve expuesto a condiciones naturales y geográficas del lugar a conocer; y teniendo una atención personalizada, basada en la empatía, amabilidad y consideración para con los usuarios. En contraparte, algunos indicaron desconocer de la existencia de atributos específicos para personas con discapacidad dentro del servicio turístico, por lo que, si bien aceptan que estos deben ofertarse diferenciado del público habitual, se tiene marginación de las personas con habilidades diferentes por parte de quienes brindan el turismo como servicio y/o producto.

En cuanto a la experiencia de viaje, el entrevistado con discapacidad manifestó que las agencias turísticas brindan el cumplimiento de los respectivos protocolos para dar el servicio y responder a los requerimientos de los usuarios, en tanto, el guía indicó carecer de experiencia con una persona con habilidades diferentes. Los demás entrevistados, la mayoría señaló no haber tenido experiencias con este público, por lo que, asumen que las empresas deben prever que ello sea de la mejor manera, y se desarrolle bajo condiciones idóneas, con la participación de personal especializado que sepa responder

oportunamente, con seguridad y empatía. No obstante, otros precisaron que algunas no se interesan por ello, dejando sin resguardo a las personas con habilidades diferentes durante el ofrecimiento del servicio, sobre todo cuando de transportarlo se trata; teniendo que algunas agencias no se preocupan por difundir un turismo accesible para las personas con habilidades diferentes.

En ese orden de ideas, la percepción del marketing turístico para personas con discapacidad en el Perú, 2020 – 2021, se diagnostica aún con limitaciones y vacíos en su ejecución, pues el público objetivo, como lo son las personas con discapacidad carecen de medios y alternativas que les permita incorporarse como consumidores del servicio turístico, a razón de algunas prácticas por parte de quienes lo ofrecen; radicando allí el imperativo de poder formular opciones que se adecuen a las necesidades de estos usuarios, demostrando la existencia de estrategias comerciales orientadas a la inclusión de un nicho que a la fecha no viene siendo correctamente atendido, a pesar, de quienes no forman parte de él directamente, reiteran la necesidad de hacerlo y diferenciarlo.

Figura 2.
Análisis cualitativo de la subcategoría Marketing turístico



Como segundo objetivo específico ii) Describir la infraestructura para personas con discapacidad en el Perú, 2020 – 2021, se encontró dos aspectos resaltantes: establecimientos adecuados (i) y presencia de rampas (ii). En el primero, la persona con discapacidad señaló a los aeropuertos, centros comerciales, hoteles, y restaurantes como espacios donde se tiene condiciones a nivel de infraestructura idóneos para los usuarios; en tanto el guía turístico refirió a Lima como el lugar donde se tiene mejor infraestructura, y que aunado a las respuestas de los demás entrevistados, también se tiene a Cusco y Arequipa. En el caso de los aeropuertos, fueron varios quienes mencionaron a este establecimiento como el que cuenta con la mejor infraestructura, seguido por los hoteles, donde se tiene espacios como habitaciones y baños acondicionados; sin embargo, en los lugares turísticos como tal, se tuvo que carecen de infraestructura apropiada para las personas con habilidades especiales, teniendo que algunos entrevistados precisaron no conocer establecimientos o lugares que en su totalidad aborden una correcta infraestructura.

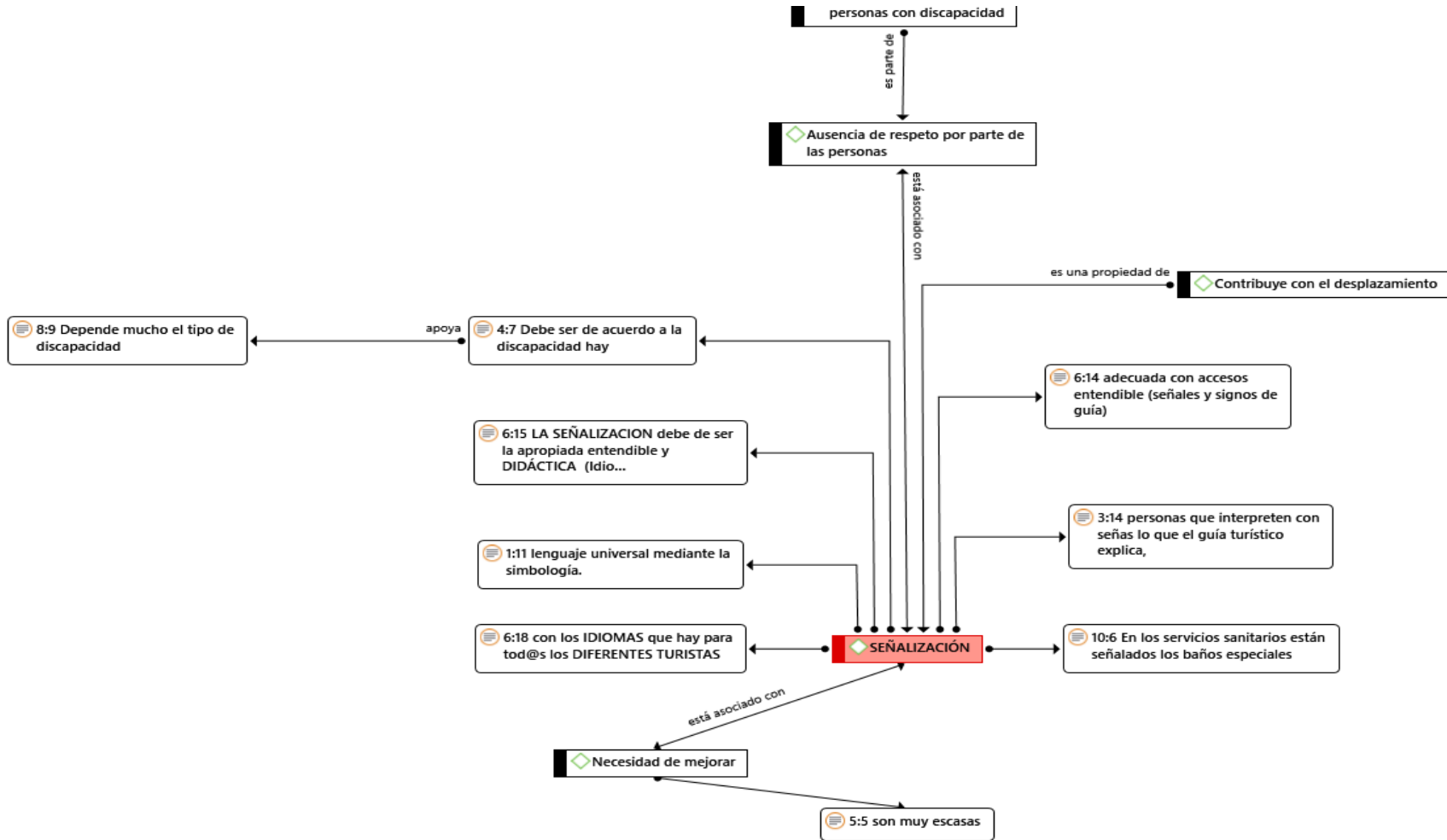
En ese sentido, la mayoría de entrevistados coincidieron como elemento afín y constante en el tema de infraestructura para personas con discapacidad, la presencia de rampas, las cuales, se observan en algunos atractivos turísticos, pero solo en ese aspecto; si bien se observa mayor incremento de rampas, aún ello es insuficiente para poder cubrir las necesidades de los usuarios con habilidades diferentes, por lo que, se afirma la continuidad del proceso por adaptar el servicio turístico a los requerimientos específicos de este público objetivo, teniendo mucho trabajo por delante. Sumado a ello, la indiferencia y ausencia de empatía por las demás personas, consumidoras de los servicios turísticos, dificulta el uso oportuno de las condiciones de infraestructura, para quienes está dirigido, en ocasiones, la puesta en práctica de valores como respeto, repercute negativamente en el disfrute y uso por parte de las personas con discapacidad cuando se ven inmersas en espacios de recreación o entretenimiento, agudizando la discriminación o marginación que estos pueden sentir.

Como tercer objetivo específico iii) Describir la percepción de la señalización para personas con discapacidad en el Perú, 2020 – 2021, se registraron cuatro ideas resaltantes: necesidad de mejorar (i), contribuye con el desplazamiento (ii), ausencia de respeto por parte de las personas (iii) e indiferencia para con las personas con discapacidad (iv). En el primero, desde la mirada de la persona con discapacidad, la materialización de estos elementos es fundamental, donde se considere la simbología pertinente, teniendo una visibilidad adecuada para quienes está dirigido, así como para el resto; de igual forma el guía turístico refirió la trascendencia de la señalización a razón de que contribuye con el desplazamiento, siendo también mencionado por los demás entrevistados, donde la presencia de rampas y espacios adecuados facilita la visita en el ambiente turístico. En ese sentido, ante los diversos tipos de discapacidades es necesario que la señalización sea específica para cada una, donde incluso se considere la interpretación en otros idiomas.

Asimismo, fue expuesta la ausencia de respeto por parte de las personas en cuanto a la señalización, pues algunos atentan contra los espacios destinados a las personas con discapacidad a pesar de estar claramente establecidos, principalmente lo referido a aceras anchas (para sillas de ruedas), lisas, con rampas, sin postes o farolas en lugares no habituales. En colación, la indiferencia para con los individuos con condiciones diferentes, es recurrente cuando visitan los centros turísticos, siendo muchas veces dejados de lado, e ignorados por los encargados del servicio, así como por el resto de visitantes; viéndose indispuestos para poder trasladarse o establecerse según los requerimientos del lugar al cual han acudido a visitar. En ese orden de ideas, se evidencia las limitaciones en cuanto a señalización dentro del servicio turístico, donde esta demanda mayor visibilidad, sustentada en recursos o materiales inclusivos, de manera que logre el propósito de poder guiar o conducir eficientemente a las personas con habilidades diferentes

Figura 4.

Análisis cualitativo de la subcategoría Señalización

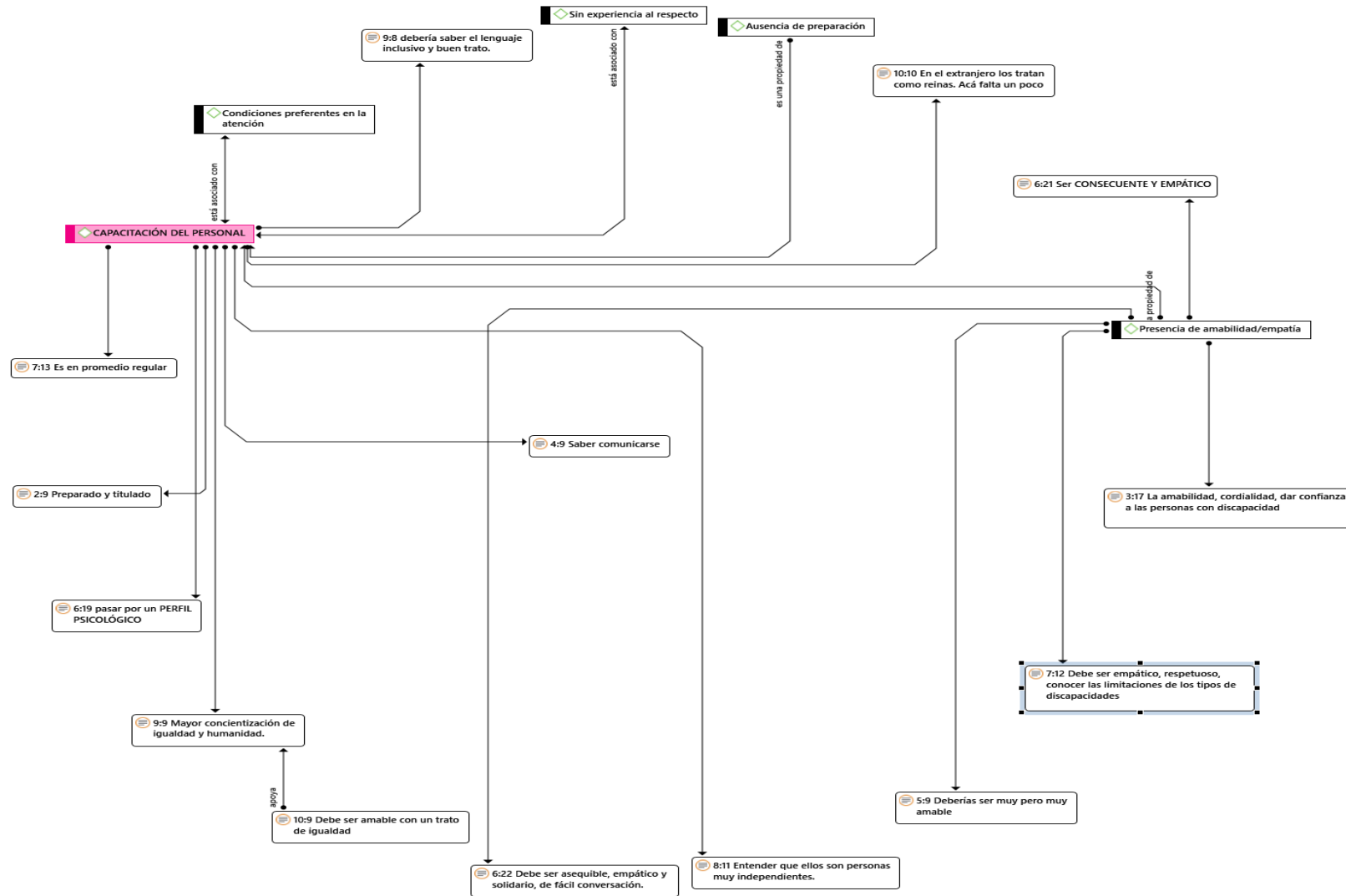


Como cuarto objetivo específico iv) Describir la percepción de la capacitación al personal para personas con discapacidad en el Perú, 2020 – 2021, tras la información se tuvieron cuatro ideas resaltantes: sin experiencia al respecto (i), ausencia de preparación (ii), condiciones preferentes en la atención (iii) y presencia de amabilidad/empatía (iv). De acuerdo a la opinión del guía turístico entrevistado, carece de alguna vivencia donde haya tenido que atender a una persona con discapacidad, y de igual forma los demás entrevistados señalaron no contar con alguna experiencia directa o indirecta al respecto, en tanto, la persona con discapacidad manifestó la importancia de que el personal esté preparado, mientras los demás participantes indicaron ausencia de preparación por parte de los agentes turísticos, pues la mayoría se limita a realizar su trabajo, sin considerar atender las necesidades de las personas con discapacidad, siendo dejado de lado, a pesar de ser evidente su respuesta. En ese sentido, el guía turístico refirió que, si bien existe amabilidad, no se tiene empatía para atender a las personas con habilidades diferentes; aunque el resto de entrevistados señaló la importancia de amabilidad/empatía para atender a este público objetivo.

A pesar que se necesita de condiciones preferentes de atención (espacios individuales, presentación de información de otras formas, exposición pausada, etc.), y que al compararse con otras realidades, según lo señalado por los entrevistados, dista negativamente; se observa desinterés por parte de estos espacios o servicios de entretenimiento para con las personas con discapacidad, siendo imperativo incluir elementos como un lenguaje inclusivo, mayor concientización de trato igualitario y humano, y con comunicación asertiva y empática, pues es claro la atención personalizada y exclusiva que deben tener las personas con habilidades diferentes. En consecuencia, la percepción de la capacitación del personal, es inexistente, pues la mayoría de respuestas refiere a la carencia de ello, donde se carece de personal preparado y con las competencias profesionales idóneas para abordar y satisfacer las necesidades de las personas con discapacidades o habilidades diferentes

Figura 5.

Análisis cualitativo de la subcategoría Capacitación del personal



Discusión

A partir de los hallazgos encontrados, se evidencia la carencia de accesibilidad del turismo para personas con discapacidad en dicho escenario de estudio. Estos resultados guardan relación con lo que postula Mejía (2020), quienes en su estudio buscaron analizar la cadena de accesibilidad turística para personas con discapacidad visual a los atractivos turísticos del Damero de Pizarro, encontrando que no existe accesibilidad turística para personas con discapacidad. Asimismo, se observa que algunas agencias no se preocupan por difundir un turismo accesible para las personas con habilidades diferentes, denotando el desentusiasmo de la población. Sin embargo, a nivel de precio este estudio no concuerda con lo propuesto por Mejía (2020), ya que evidencia valores de descuentos o paquetes que permitan acceder al consumo del turismo por parte de las personas con discapacidad; sumado a la existencia de espacios acondicionados correctamente, donde éstos puedan adaptarse sin mayor.

En lo que respecta a la descripción de la infraestructura para personas con discapacidad en el Perú se evidenció que la mayoría de entrevistados coincidieron como elemento afín y constante en el tema de infraestructura para personas con discapacidad, la presencia de rampas; lo cual concuerda con el estudio de Trejo (2019), al mencionar que la infraestructura de accesibilidad se encuentra como buena ya que posibilitan la inclusión, del mismo modo cuenta con instalaciones cómodas, con buenas herramientas para comunicarse, además de tecnología necesarias para cubrir las expectativas de los visitantes con discapacidades; sin embargo, estos espacios generados no llegan a la totalidad de la población, lo cual despliega un continuo trabajo por realizar.

Por otro lado, la percepción de la señalización para personas con discapacidad en el Perú, ubica a las respuestas de los entrevistados bajo la idea que no están siendo considerados con dichos insumos; lo cual asemeja los resultados de Malucín & Carrión (2019), al evidenciar las falencias en cuanto a la accesibilidad de personas con discapacidad, lo cual limitaría la participación de ellos y de sus familias. Esto desarrolla la generación de la búsqueda de una sociedad inclusiva colocando la mirada en valores de reciprocidad. No obstante, cabe mencionar que también se visualiza estos determinantes como parte de una cultura distante con el otro.

Por último, la percepción de la capacitación al personal para personas con discapacidad en el Perú, sitúa a los sujetos explorados con deficiencias comprobadas para la atención de clientes con habilidades diferentes; esto acerca al estudio de Murillo (2019) la cual tampoco les han servido de guía las capacitaciones que han recibido del personal. En ese sentido, los colaboradores ejercen sus propios conocimientos cuya génesis denota de la costumbre, es decir solo realizan acciones que ellos consideran que este acorde con la atención, mas no porque hay un estudio de por medio. En esa misma línea, se buscaría un lenguaje inclusivo, mayor concientización de trato igualitario y humano, y con comunicación asertiva y empática, pues es claro la atención personalizada y exclusiva que deben tener las personas con habilidades diferentes.

VI. CONCLUSIONES

Primero: La percepción del marketing turístico en personas con discapacidad se diagnostica aun con limitaciones y vacíos en su ejecución, pues el público objetivo, como lo son las personas con discapacidad carece de medios y alternativas que les permita incorporarse como consumidores del servicio turístico.

Segundo: La infraestructura para personas con discapacidad evidencia que los espacios se encuentran condicionados en especial para los aeropuertos, mientras que en espacios turísticos escasea el confort.

Tercera: La percepción de la señalización para personas con discapacidad es considerada como ausente pues algunos atentan contra los espacios destinados a las personas con discapacidad a pesar de estar claramente establecidos, principalmente lo referido a aceras anchas (para sillas de ruedas), lisas, con rampas, sin postes o farolas en lugares no habituales.

Cuarta: La percepción de la capacitación al personal para personas con discapacidad debe de incluir elementos como un lenguaje inclusivo, mayor concientización de trato igualitario y humano, y con comunicación asertiva y empática, pues es claro la atención personalizada y exclusiva que deben tener las personas con habilidades diferentes.

VII. RECOMENDACIONES

Primero: Adaptar espacios accesibles y de confort con prontitud a las personas con discapacidad con la función de generar bienestar en la población con habilidades diferentes denotando acercamiento a los mismos recursos y oportunidades.

Así mismo, se recomienda elaborar planes de control en nuestro país con el propósito de hacer cumplir la ley General de la Persona con Discapacidad 29973, en el artículo N°20, donde especifican las reformas que deberían cumplirse en los servicios de transportes en general.

Segundo: Homogenizar los servicios turísticos adaptándolos a personas con discapacidad; esto con la finalidad de generar una cultura de inclusión y equidad lo cual permitirá una sociedad armoniosa con sus congéneres, esto se observará mediante señalizaciones entre otros.

Respecto a la infraestructura para personas con discapacidad, se recomienda adaptar plataformas automatizadas en la puerta de entrada o subida de vehículos de uso turístico como buses o trenes, dado que para poder abordar hoy en día de estos servicios se hace uso de una escalera metálica.

Tercero: Promover la generación de espacios señalizados y ordenados con la finalidad de identificar lugares que inviten al respeto y la empatía entre personas, lo cual es necesario para una sociedad más humanizada.

Se recomienda utilizar la idea principal de la ley General de la Persona con Discapacidad 29973, para poder realizar reformas que hagan que el lugar sea accesible, realizando estudios de prevención para evitar daños materiales al patrimonio del lugar turístico.

Cuarto: Generar sesiones de aprendizaje sobre elementos que puedan aportar a una atención solidaria; estos pueden comprender un lenguaje inclusivo, estrategias de comunicación asertiva y empatía, con la finalidad de brindar un mejor servicio.

Se recomienda colocar señaléticas de concientización que involucren directamente a los agentes turísticos. Lo cual haría involucrar al Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, quienes deberían ser los promotores de implementar correctamente las señalizaciones en los lugares turísticos, algo que hoy en día es poco usual.

REFERENCIAS

- Ahammad, S. (2013). *Importance of Training in Hotel industry*. Stockholm: Södertörns University <https://www.diva-portal.org/smash/get/diva2:651957/FULLTEXT01.pdf>
- Alexandros, G., & John, B. (2008). Employee perceived training effectiveness relationship to employee attitudes. *Journal of European Industrial Training*, 32(1), 65.
- Andrade, D., Cabezas, E., & Torres, J. (2018). *Introducción a la metodología de la investigación científica*. Ecuador: Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE. <http://repositorio.espe.edu.ec/jspui/bitstream/21000/15424/1/Introduccion%20a%20la%20Metodologia%20de%20la%20investigacion%20cientifica.pdf>
- Aspiazu, C. (2019). *Turismo accesible: Análisis del equipamiento de una playa accesible como oferta turística inclusiva*. Guayaquil: Universidad Tecnológica Empresarial de Guayaquil - UTEG. Obtenido de <http://biblioteca.uteg.edu.ec:8080/bitstream/handle/123456789/1057/Turismo%20accesible%20An%C3%A1lisis%20del%20equipamiento%20de%20una%20playa%20accesible%20como%20oferta%20tur%C3%ADstica%20inclusiva.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Atif, M. (2009). Employees Training and Organizational Performance: Mediation by Employees Performance. *Interdisciplinary journal of contemporary research in business*, 5(4), 491-492. Obtenido de <https://journal-archives35.webs.com/490-503.pdf>
- Belanger, C., & Jolin, L. (2011). The International Organisation of Social Tourism (ISTO) working towards a right to holidays and tourism for all. *Curr. Issues Tour.*, 14, 475–482.
- Biddulph, R., & Scheyvens, R. (2018). Introducing inclusive tourism. *Tour. Geogr.*, 20, 583–588.

- Boxall, K., Nyanjom, J., & Slaven, J. (2018). Disability, hospitality and the new sharing economy. *Int. J. Contemp. Hosp. Manag.*, 30, 539–556.
- Calvillo, M. (2011). Orientaciones para el desarrollo y rentabilidad de productos turístico accesibles a partir del estudio de las necesidades y hábitos turísticos de las personas con discapacidad. En M. Calvillo, *Turismo y Desarrollo Económico: IV Jornadas de Investigación en Turismo* (págs. 537-565). Sevilla: idUS.
- Darcy, S., & Buhalis, D. (2011). Conceptualising disability. En S. Darcy, & D. Buhalis, *Accessible Tourism: Concepts and Issues* (págs. 21-42). Bristol: Channel View.
- Darcy, S., & Dickson, T. (2009). A whole-of-life approach to tourism: The case for accessible tourism experiences. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 16(1), 32–44.
- Darcy, S., Cameron, B., & Pegg, S. (2010). Accessible tourism and sustainability: a discussion and case study. *Journal of Sustainable Tourism*, 1-23. doi:10.1080/09669581003690668
- Darcy, S., McKercher, B., & Schweinsberg, S. (2020). From tourism and disability to accessible tourism: A perspective article. *Tour. Rev*, 75, 140–144.
- Daruwalla, P., & Darcy, S. (2005). Personal and societal attitudes to disability. *Ann. Tour. Res.*, 32, 549–570.
- Díaz, L., & Wong, K. (2018). *Turismo Inclusivo aplicado en los Hoteles de 3 y 4 estrellas para las personas con discapacidad del Distrito Trujillo 2018*. Trujillo: Universidad Cesar Vallejo. Obtenido de https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/26715/diaz_ll.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Edgell, D. (2019). *Managing Sustainable Tourism: A Legacy for the Future*. New York: Routledge.
- Employment and Social Development Canada. (17 de febrero de 2021). *Making an accessible Canada for persons with disabilities*. Obtenido de Making

an accessible Canada for persons with disabilities:
<https://www.canada.ca/en/employment-social-development/programs/accessible-canada.html>

Hernández, R., & Mendoza, C. (2018). *Metodología de la investigación: las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. México: McGraw Hill.

Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, M. (2014). *Metodología de la Investigación*. México D.F.: Mc Graw Hill. Obtenido de https://periodicooficial.jalisco.gob.mx/sites/periodicooficial.jalisco.gob.mx/files/metodologia_de_la_investigacion_-_roberto_hernandez_sampieri.pdf

Igualab. (2 de marzo de 2019). *Turismo accesible en Perú Lima Miraflores para silla de ruedas*. Obtenido de Turismo accesible en Perú Lima Miraflores para silla de ruedas: <https://www.igualab.org/2019/03/02/turismo-accesible-en-peru-para-personas-en-silla-de-ruedas/>

Klempert , R. (20 de agosto de 2020). *Perú planifica su apertura con un turismo mucho más accesible*. Obtenido de Perú planifica su apertura con un turismo mucho más accesible: https://www.hosteltur.com/lat/138727_peru-planifica-una-apertura-mucho-mas-accesibles.html

Kotler, P., & Armstrong, G. (2007). *The principles of marketing*. New York: Prentice Hall Publishing.

López-Roldán, P., & Fachelli, S. (2015). *Metodología de la Investigación social cuantitativa*. Barcelona - España: Creative Commons. Obtenido de https://ddd.uab.cat/pub/caplli/2016/163567/metinvsocua_a2016_cap2-3.pdf

Malucín, W., & Carrión, A. (2019). *Turismo accesible para personas con discapacidad física. caso: Cantón Salinas*. La Libertad: Universidad Estatal Península De Santa Elena. Obtenido de <https://repositorio.upse.edu.ec/bitstream/46000/5052/1/UPSE-PTU-2019-0001.pdf>

- Mejia, K. (2020). *Análisis de la cadena de accesibilidad turística para personas con discapacidad visual a los atractivos turísticos del Damero de Pizarro, Lima – 2020*. Lima: Universidad Cesar Vallejo. Obtenido de https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/53727/Mejia_SKK-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Molina, M., & Cánoves, G. (2010). Turismo accesible, turismo para todos: La situación en Cataluña y España. *Cuad. Tur*, 25, 25-44.
- Moya, W., & Ura, E. (2019). *Análisis del turismo accesible para personas con discapacidad física en Machu Picchu - Cusco, 2019*. Lima: Universidad Cesar Vallejo. Obtenido de https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/47041/Ura_FEP-Moya_GWE-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Mulyawan , I. (2019). Impact of tourism on vernacular outdoor signs in Ubud, Bali, Indonesia. *ISVS e-journal*, 6(1), 42-49. Obtenido de https://www.researchgate.net/publication/330658338_Impact_of_tourism_on_vernacular_outdoor_signs_in_Ubud_Bali_Indonesia
- Murillo, A. (2019). *Análisis de accesibilidad de la parroquia rocafuerte para el diseño de un recorrido turístico direccionado a discapacitados visuales, Cantón Guayaquil*. Guayaquil: Universidad De Guayaquil. Obtenido de <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/39431/1/PROYECTO%20DE%20TESIS%20ANDR%C3%89S%20MURILLO%20SUAREZ.pdf>
- Natalia, P., Clara, R., Simon, D., Noelia, G., & Barbara, A. (2019). Critical elements in accessible tourism for destination competitiveness and comparison: Principal component analysis from Oceania and South America. *Tour. Manag*, 75, 169-185.
- Oliver, M., & Barnes, C. (2012). *The New Politics of Disablement*. Hampshire: Palgrave Macmillan.
- Paez, P., & Arendt, S. (2014). Managers' attitudes towards people with disabilities in the hospitality industry. *Int. J. Hosp. Tour. Adm.*, 15, 172–190.

- Piramanayagam, S., Pritam, P., & More, B. (2019). Inclusive hotel design in india: A user perspective. *J. Access. Des. AI*, 9, 41–65.
- Pomering, A., Gary, N., & Lester, W. (2011). Conceptualising a contemporary marketing mix for sustainable tourism. *Journal of Sustainable Tourism*, 19(8), 953-969.
- Rosário, T. (2013). *Projeto “Lousã destino de turismo acessível” – percepção dos agentes da oferta turística*. Coimbra: Instituto Politécnico de Coimbra.
- Salas, I. (2018). *Turismo accesible y calidad de vida del adulto mayor en Miraflores, 2018*. Lima: Universidad Cesar Vallejo. Obtenido de <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/31149>
- Scheyvens, R., & Biddulph, R. (2018). Inclusive tourism development. *Tour. Geogr.*, 20, 589–609.
- Stepanova, S., & Shulepov, V. (2019). Way to assess the development of municipal tourism infrastructure. *Journal of Applied Engineering Sciences*, 17(1), 87-92. doi:10.5937/jaes17-17073
- Suárez, D. (2019). *Potencialidades del turismo accesible en la ciudad de Salinas, cantón Salinas, provincia de Santa Elena, año 2018*. La Libertad: Universidad Estatal Península de Santa Elena. Obtenido de <https://repositorio.upse.edu.ec/bitstream/46000/5140/1/UPSE-TDT-2019-0026.pdf>
- Teles, P. (2014). Turismo acessível: Da inclusão à competitividade. *TEM*, 8-15.
- Töre, O. (4 de agosto de 2020). *Accessible Tourism for All in the New Reality*. Obtenido de *Accessible Tourism for All in the New Reality*: <https://ftnnews.com/other-news/40002-accessible-tourism-for-all-in-the-new-reality>
- Trejo, V. (2019). *Diagnóstico del turismo accesible en la Huaca Pucllana para el turista con discapacidad en el distrito de Miraflores 2019*. Lima: Universidad Cesar Vallejo. Obtenido de

https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/46596/Trejo_LVA-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y

United Nations. (2018). *Disability and Development Report*. New York: United Nations.

United Nations. (2018). *Disability and Development Report*. New York: United Nations.

Valle, A. (2018). *Análisis de la accesibilidad para turistas con capacidades motrices reducidas en el sistema turístico endógeno de la ciudad de Guayaquil*. Guayaquil: Universidad De Guayaquil. Obtenido de <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/35043/1/TESIS-ANDREA%20VALLE%20RUIZ-IMPRIMIR.pdf>

Yau, M., McKercher, B., & Packer, T. (2004). Traveling with a disability: More than an access issue. *Ann. Tour. Res.*, 31, 946-960.

Zajadacz, A. (2015). Evolution of models of disability as a basis for further policy changes in accessible tourism. *J. Tour. Futures*, 1, 187–200.

Zhang, Y., & Yang, Q. (2019). Assessing hotel decision-making of disabled guests: Satisfaction correlation study between online comments' credibility and perceived risk. *Electron. Commer. Res.*, 1-20.

Žydžiūnaitė, V. (2018). Implementing ethical principles in social research: challenges, possibilities and limitations. *Vocational Training: Research and Realities*, 29(1), 19-43.

ANEXOS

ANEXO 1. Matriz Categorización apriorística

TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN	PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN	OBJETIVO GENERAL	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	CATEGORÍA	SUBCATEGORÍAS
Administración del turismo accesible para personas con discapacidad en el Perú, 2020 – 2021.	¿Cuál es la percepción sobre el turismo accesible para personas con discapacidad en el Perú, 2020 – 2021?	¿Cuál es la percepción del marketing turístico para personas con discapacidad en el Perú, 2020 – 2021?	Analizar del turismo accesible para personas con discapacidad en el Perú, 2020 – 2021	Describir la percepción del marketing turístico para personas con discapacidad en el Perú, 2020 – 2021	Marketing turístico	Producto
		Precio				
		Plaza				
		Promoción				
		¿Cuál es la infraestructura para personas con discapacidad en el Perú, 2020 – 2021?		Describir la infraestructura para personas con discapacidad en el Perú, 2020 – 2021	Infraestructura turística	Transporte y movilidad
		Servicios sanitarios				
		Establecimientos de hospedaje				
		Restaurantes				
		¿Cuál es la percepción de la señalización para personas con discapacidad en el Perú, 2020 – 2021?		Describir la percepción de la señalización para personas con discapacidad en el Perú, 2020 – 2021	Señalización	Rampas de acceso
		Ascensores				
		Carteles				
		¿Cuál es la percepción de la capacitación al personal para personas con discapacidad en el Perú, 2020 – 2021?		Describir la percepción de la capacitación al personal para personas con discapacidad en el Perú, 2020 – 2021	Capacitación personal del	Guías especializadas
Personal en condiciones de transportar al turista						
Entrenamiento y capacitación						

ANEXO 2: Ficha técnica

Ficha técnica

Denominación: Turismo accesible
Autores : Moya & Ura (2019)
Administración: Individual
Tiempo : 20 minutos

ANEXO 3: Instrumentos

GUÍA DE ENTREVISTA SOBRE TURISMO ACCESIBLE A PERSONAS CON DISCAPACIDAD

Instrucciones:

Estimado, la presente guía de entrevista tiene el propósito de recoger información sobre el turismo accesible a personas con discapacidad. Se agradece desde ya, su opinión al respecto.

MARKETING TURÍSTICO:

1. ¿Cómo se promocionan los productos/servicios turísticos para personas con discapacidad a través de redes sociales o ferias turísticas?
2. ¿Qué diferencias existen en los atributos del producto/servicio turístico para personas con discapacidad? (diferencias de precio, atención, espacios, etc.)
3. ¿De qué manera las agencias turísticas le han ayudado a realizar un viaje?
¿Cómo fue esa experiencia?

INFRAESTRUCTURA TURÍSTICA

4. ¿En qué lugares considera existe infraestructura adecuada y accesible para el turismo de personas con discapacidad? (en cuanto a rampas de acceso en el camino, servicios higiénicos especiales, etc.)
5. ¿De qué manera podría ejemplificar en base a su experiencia turística directa o indirecta, que los lugares turísticos (y negocios aledaños como hospedajes, restaurantes, etc.) están adecuando su infraestructura para el acceso de personas con discapacidad?

SEÑALIZACIÓN

6. ¿Cuál es su opinión respecto de la señalización en los lugares turísticos?
¿De qué forma le han ayudado?
7. ¿Cómo debe ser la señalización en los lugares turísticos? (en cuanto a información, lenguaje, canales)

CAPACITACIÓN DEL PERSONAL

8. En base a su experiencia turística directa o indirecta, ¿qué opinión tiene del guía turístico respecto de su actuación profesional con una persona con discapacidad?
9. ¿Qué aspectos considera debe tener un guía turístico frente a personas con discapacidad?
10. En general, ¿cómo se comporta el personal ligado al turismo, con las personas con discapacidad?

ENTREVISTA SOBRE TURISMO ACCESIBLE

1. ¿Cómo se promocionan los productos/servicios turísticos para personas con discapacidad a través de redes sociales o ferias turísticas?

Para personas con discapacidad, es con multa los promociones turísticas. Ferias si habían antes de la pandemia, pero habiamos pero habiamos.

2. ¿Qué diferencias existen en los atributos del producto/servicio turístico para personas con discapacidad? (diferencias de precio, atención, espacios, etc.)

Deberían dar facilidades para las personas con discapacidad, metirales, pero al contrario, son marginados.

3. ¿De qué manera las agencias turísticas ayudan a realizar un viaje a personas con discapacidad? ¿Cómo fue esa experiencia?

Dependen de las empresas, cuando llegaba a mi padre en silla de rueda, algunos se acucaban y ellos se hacían cargo de montarlo, en otro empresa, era como un problema, nos dejaban solos que soluciones ellos según el momento que se presentaría.

4. ¿En qué lugares considera existe infraestructura adecuada y accesible para el turismo de personas con discapacidad? (en cuanto a rampas de acceso en el camino, servicios higiénicos especiales, etc.)

Bueno ahora sí hay rampas, servicios higiénicos especiales, en centros comerciales, pero no en todos los hoteles. Es una deficiencia.

5. ¿De qué manera podría ejemplificar en base a su experiencia turística directa o indirecta, que los lugares turísticos (y negocios aledaños como hospedajes, restaurantes, etc.) están adecuando su infraestructura para el acceso de personas con discapacidad?

Sí, me parece que ya están tomando conciencia de ello, ahora hay más rampas, espacios especiales, pero son pocos, falta mucho que hacer al respecto.

6. **¿Cuál es su opinión respecto de la señalización en los lugares turísticos? ¿De qué forma ayudan a las personas con discapacidad?**
 En los lugares señalizados, ayudan mucho, pero las personas no respetan, se estacionan en los sitios designados para las personas con discapacidad, muchas veces tiene que hacer esperar, y se ponen faltos, no hay empatía.
7. **¿Cómo debe ser la señalización en los lugares turísticos para las personas con discapacidad? (en cuanto a información, lenguaje, canales)**
 Deberían hacer en todos los lugares turísticos, personas que interactúan con personas con discapacidad, personas que interactúan con personas con discapacidad, personas que interactúan con personas con discapacidad, personas que interactúan con personas con discapacidad.
8. **En base a su experiencia turística directa o indirecta, ¿Qué opinión tiene del guía turístico respecto de su actuación profesional con una persona con discapacidad?**
 Dependiendo del lugar que hemos visitado, algunos muy amables, otros se desentendieron totalmente, demostrando indiferencia absoluta.
9. **¿Qué aspectos considera debe tener un guía turístico frente a personas con discapacidad?**
 La amabilidad, cordialidad, dar confianza a las personas con discapacidad, ya que la mayoría por su estado, son de baja autoestima, y se sienten rechazados, observados y se conluisen.
10. **En general, ¿Cómo se comporta el personal ligado al turismo, con las personas con discapacidad?**
 Falta mucha preparación para atender al turista con discapacidad de cualquier índole, sea física o intelectual, por ejemplo los de síndrome de down, son pocos, y ello motiva a los guías, porque no tienen una preparación adecuada como para estos casos.

ENTREVISTA SOBRE TURISMO ACCESIBLE

1. ¿Cómo se promocionan los productos/servicios turísticos para personas con discapacidad a través de redes sociales o ferias turísticas?

No se observa

2. ¿Qué diferencias existen en los atributos del producto/servicio turístico para personas con discapacidad? (diferencias de precio, atención, espacios, etc.)

Se desconoce si hay descuentos para personas con discapacidad.

3. ¿De qué manera las agencias turísticas ayudan a realizar un viaje a personas con discapacidad? ¿Cómo fue esa experiencia?

Ninguna. Agencia promociona turismo para discapacitados

4. ¿En qué lugares considera existe infraestructura adecuada y accesible para el turismo de personas con discapacidad? (en cuanto a rampas de acceso en el camino, servicios higiénicos especiales, etc.)

No conozco que reúna estos requisitos

5. ¿De qué manera podría ejemplificar en base a su experiencia turística directa o indirecta, que los lugares turísticos (y negocios aledaños como hospedajes, restaurantes, etc.) están adecuando su infraestructura para el acceso de personas con discapacidad?

Deben habilitar los lugares turísticos para personas con discapacidad.

6. ¿Cuál es su opinión respecto de la señalización en los lugares turísticos? ¿De qué forma ayudan a las personas con discapacidad?

Les ayudaría mucho.

7. ¿Cómo debe ser la señalización en los lugares turísticos para las personas con discapacidad? (en cuanto a información, lenguaje, canales)

Debe ser de acuerdo a la discapacidad Teja, discapacidad auditiva, discapacidad visual, discapacidad intelectual, etc.

8. En base a su experiencia turística directa o indirecta, ¿Qué opinión tiene del guía turístico respecto de su actuación profesional con una persona con discapacidad?

no he tenido la oportunidad.

9. ¿Qué aspectos considera debe tener un guía turístico frente a personas con discapacidad?

Saber comunicarse.

10. En general, ¿Cómo se comporta el personal ligado al turismo, con las personas con discapacidad?

No hay persona preparada para este rubro.

ENTREVISTA SOBRE TURISMO ACCESIBLE

1. ¿Cómo se promocionan los productos/servicios turísticos para personas con discapacidad a través de redes sociales o ferias turísticas?

Se le facilita la entrada y la salida con rampas.

2. ¿Qué diferencias existen en los atributos del producto/servicio turístico para personas con discapacidad? (diferencias de precio, atención, espacios, etc.)

Tienen más facilidades por los precios son más bajos

3. ¿De qué manera las agencias turísticas ayudan a realizar un viaje a personas con discapacidad? ¿Cómo fue esa experiencia?

Con un guía

4. ¿En qué lugares considera existe infraestructura adecuada y accesible para el turismo de personas con discapacidad? (en cuanto a rampas de acceso en el camino, servicios higiénicos especiales, etc.)

En los Super mercados y algunos establecimientos más.

5. ¿De qué manera podría ejemplificar en base a su experiencia turística directa o indirecta, que los lugares turísticos (y negocios aledaños como hospedajes, restaurantes, etc.) están adecuando su infraestructura para el acceso de personas con discapacidad?

En los lugares turísticos hay rampas y barandales para las personas con discapacidad.

6. ¿Cuál es su opinión respecto de la señalización en los lugares turísticos? ¿De qué forma ayudan a las personas con discapacidad?

Siempre e visto señalizaciones en los super mercados en otros lugares no e visto mucho son muy escasas.

7. ¿Cómo debe ser la señalización en los lugares turísticos para las personas con discapacidad? (en cuanto a información, lenguaje, canales)

Deberios tener los logos de las sillas de ruedas. y lo que falta una señalización de personas sordo mudos.

8. En base a su experiencia turística directa o indirecta, ¿Qué opinión tiene del guía turístico respecto de su actuación profesional con una persona con discapacidad?

Que deberían estar más capacitados para entender a las personas con discapacidad.

9. ¿Qué aspectos considera debe tener un guía turístico frente a personas con discapacidad?

Deberios ser muy pero muy amable.

10. En general, ¿Cómo se comporta el personal ligado al turismo, con las personas con discapacidad?

Son muy despetos y muy mal educados.

ENTREVISTA SOBRE TURISMO ACCESIBLE

1. ¿Cómo se promocionan los productos/servicios turísticos para personas con discapacidad a través de redes sociales o ferias turísticas?

Pienso que compartir con el Wasap con paquetes accesibles a toda condición social.

2. ¿Qué diferencias existen en los atributos del producto/servicio turístico para personas con discapacidad? (diferencias de precio, atención, espacios, etc.)

Pienso que tendrían un espacio preferencial y en algunos casos personalizar la atención y los precios para acceder al Turismo debe de ser menos para tod@s ellas.

3. ¿De qué manera las agencias turísticas ayudan a realizar un viaje a personas con discapacidad? ¿Cómo fue esa experiencia?

La Jorua IDONEA es la de contar con un personal capacitado y que sea EMPÁTICO donde todos puedan INTERACTUAR Ofrecer PAQUETES ACCESIBLES A TODAS LAS ECONOMÍAS.

4. ¿En qué lugares considera existe infraestructura adecuada y accesible para el turismo de personas con discapacidad? (en cuanto a rampas de acceso en el camino, servicios higiénicos especiales, etc.)

Se observa que no todos los lugares turísticos cuentan con el acondicionamiento APROPIADO y las personas TAMPOCO respetan los espacios para ellas.

5. ¿De qué manera podría ejemplificar en base a su experiencia turística directa o indirecta, que los lugares turísticos (y negocios aledaños como hospedajes, restaurantes, etc.) están adecuando su infraestructura para el acceso de personas con discapacidad?

Pienso que deberían de haber una CONSTANTE difusión de lo que se ofrece la seguridad que brindan para evitar ACCIDENTES.

6. ¿Cuál es su opinión respecto de la señalización en los lugares turísticos? ¿De qué forma ayudan a las personas con discapacidad?

La señalización debe ser CLARA Y ENTENDIBLE usando carteles alejados a los tramos de ruta y respetado el IDIOMA primero lo de casa y luego de afuera (público diverso)

7. ¿Cómo debe ser la señalización en los lugares turísticos para las personas con discapacidad? (en cuanto a información, lenguaje, canales)

La parte VISUAL la SEÑALIZACIÓN debe de ser CLARA Y ENTENDIBLE y con los IDIOMAS que hay para todos los DIFERENTES TURISTAS.

8. En base a su experiencia turística directa o indirecta, ¿Qué opinión tiene del guía turístico respecto de su actuación profesional con una persona con discapacidad?

son personas que deben de estar preparados para este PUBLICO especial deberían tener o pasar por un PERFIL PSICOLOGICO.

9. ¿Qué aspectos considera debe tener un guía turístico frente a personas con discapacidad?

ser CONSECUENTE Y EMPATICO.

10. En general, ¿Cómo se comporta el personal ligado al turismo, con las personas con discapacidad?

Al ser personas que siguen esta bonita carrera se adaptan a este PUBLICO especial y tienen que conquistar al visitante para que desee HACER TURISMO con una buena experiencia de atención.

ENTREVISTA SOBRE TURISMO ACCESIBLE

1. ¿Cómo se promocionan los productos/servicios turísticos para personas con discapacidad a través de redes sociales o ferias turísticas?

Pienso que compartir con el Wasap con paquetes accesibles a toda condición social.

2. ¿Qué diferencias existen en los atributos del producto/servicio turístico para personas con discapacidad? (diferencias de precio, atención, espacios, etc.)

Pienso que tendrían un espacio preferencial y en algunos casos personalizar la atención y los precios para acceder al Turismo debe de ser menos para tod@s ellas.

3. ¿De qué manera las agencias turísticas ayudan a realizar un viaje a personas con discapacidad? ¿Cómo fue esa experiencia?

La Jorua IDONEA es la de contar con un personal capacitado y que sea EMPÁTICO donde todos puedan INTERACTUAR Ofrecer PAQUETES ACCESIBLES A TODAS LAS ECONOMÍAS.

4. ¿En qué lugares considera existe infraestructura adecuada y accesible para el turismo de personas con discapacidad? (en cuanto a rampas de acceso en el camino, servicios higiénicos especiales, etc.)

Se observa que no todos los lugares turísticos cuentan con el acondicionamiento APROPIADO y las personas TAMPOCO respetan los espacios para ellas.

5. ¿De qué manera podría ejemplificar en base a su experiencia turística directa o indirecta, que los lugares turísticos (y negocios aledaños como hospedajes, restaurantes, etc.) están adecuando su infraestructura para el acceso de personas con discapacidad?

Pienso que deberían de haber una CONSTANTE difusión de lo que se ofrece la seguridad que brindan para evitar ACCIDENTES.

6. ¿Cuál es su opinión respecto de la señalización en los lugares turísticos? ¿De qué forma ayudan a las personas con discapacidad?

La señalización debe ser CLARA Y ENTENDIBLE usando carteles alejados a los tramos de ruta y respetado el IDIOMA primero lo de casa y luego de afuera (público diverso)

7. ¿Cómo debe ser la señalización en los lugares turísticos para las personas con discapacidad? (en cuanto a información, lenguaje, canales)

La parte VISUAL la SEÑALIZACIÓN debe de ser CLARA Y ENTENDIBLE y con los IDIOMAS que hay para todos los DIFERENTES TURISTAS.

8. En base a su experiencia turística directa o indirecta, ¿Qué opinión tiene del guía turístico respecto de su actuación profesional con una persona con discapacidad?

son personas que deben de estar preparados para este PUBLICO especial deberían tener o pasar por un PERFIL PSICOLOGICO.

9. ¿Qué aspectos considera debe tener un guía turístico frente a personas con discapacidad?

ser CONSECUENTE Y EMPATICO.

10. En general, ¿Cómo se comporta el personal ligado al turismo, con las personas con discapacidad?

Al ser personas que siguen esta bonita carrera se adaptan a este PUBLICO especial y tienen que conquistar al visitante para que desee HACER TURISMO con una buena experiencia de atención.

ENTREVISTA SOBRE TURISMO ACCESIBLE

1. **¿Cómo se promocionan los productos/servicios turísticos para personas con discapacidad a través de redes sociales o ferias turísticas?**

La verdad nunca he visto ninguna publicación dirigida a ese sector de la población, solo en general.

2. **¿Qué diferencias existen en los atributos del producto/servicio turístico para personas con discapacidad? (diferencias de precio, atención, espacios, etc.)**

Creo que debe haber una diferencia en cuanto a los costos, la atención.

3. **¿De qué manera las agencias turísticas ayudan a realizar un viaje a personas con discapacidad? ¿Cómo fue esa experiencia?**

No he tenido la experiencia, pero creo debe ser segura y con empatía.

4. **¿En qué lugares considera existe infraestructura adecuada y accesible para el turismo de personas con discapacidad? (en cuanto a rampas de acceso en el camino, servicios higiénicos especiales, etc.)**

En Huacachina, Templo del Señor de Jurem, Museo Regional, pero solo en cuanto a rampas, porque no está al 100% implementado.

5. **¿De qué manera podría ejemplificar en base a su experiencia turística directa o indirecta, que los lugares turísticos (y negocios aledaños como hospedajes, restaurantes, etc.) están adecuando su infraestructura para el acceso de personas con discapacidad?**

He visto algunos que tienen solo rampas nada más.

6. ¿Cuál es su opinión respecto de la señalización en los lugares turísticos? ¿De qué forma ayudan a las personas con discapacidad?

Lores que ayudan solo a una parte con la señalización, pero falta para los videntes.

7. ¿Cómo debe ser la señalización en los lugares turísticos para las personas con discapacidad? (en cuanto a información, lenguaje, canales)

Clara y legible.

8. En base a su experiencia turística directa o indirecta, ¿Qué opinión tiene del guía turístico respecto de su actuación profesional con una persona con discapacidad?

No he tenido la experiencia, pero cuando debe ser muy empático y manejar lenguaje de señas y tener preferencia en Braille para los videntes, así sería más ~~exclusión~~.

9. ¿Qué aspectos considera debe tener un guía turístico frente a personas con discapacidad?

Empático, respetuoso, conocer las limitaciones de los tipos de discapacidad para que pueda atender a la persona.

10. En general, ¿Cómo se comporta el personal ligado al turismo, con las personas con discapacidad?

Considero que es un promedio regular, no he tenido la experiencia aun.

ENTREVISTA SOBRE TURISMO ACCESIBLE

1. ¿Cómo se promocionan los productos/servicios turísticos para personas con discapacidad a través de redes sociales o ferias turísticas?

Ferias.

2. ¿Qué diferencias existen en los atributos del producto/servicio turístico para personas con discapacidad? (diferencias de precio, atención, espacios, etc.)

El servicio cuando es especializado en un nicho, es mucho más elevado y en algunos casos, son servicios personalizados.

3. ¿De qué manera las agencias turísticas ayudan a realizar un viaje a personas con discapacidad? ¿Cómo fue esa experiencia?

Existen agencias especializadas en ese nicho, para esto se debe buscar toda la accesibilidad posible.

4. ¿En qué lugares considera existe infraestructura adecuada y accesible para el turismo de personas con discapacidad? (en cuanto a rampas de acceso en el camino, servicios higiénicos especiales, etc.)

Existe en Cusco, Arequipa, Lima.

5. ¿De qué manera podría ejemplificar en base a su experiencia turística directa o indirecta, que los lugares turísticos (y negocios aledaños como hospedajes, restaurantes, etc.) están adecuando su infraestructura para el acceso de personas con discapacidad?

Existe pocas empresas hoteleras que ofrecen esos servicios (pero si existe), existe dimensiones específicas para las habitaciones, baño, que los baranderos y forma los ventos no en lugares altos.

6. ¿Cuál es su opinión respecto de la señalización en los lugares turísticos? ¿De qué forma ayudan a las personas con discapacidad?

Ayuda a que puedan transitar de manera adecuada y cómoda.

7. ¿Cómo debe ser la señalización en los lugares turísticos para las personas con discapacidad? (en cuanto a información, lenguaje, canales)

Depende mucho el tipo de discapacidad, si es para una persona que no puede caminar, solo verificar que la ruta sea apropiada para la silla de rueda, si es ciego existe el lenguaje braille

8. En base a su experiencia turística directa o indirecta, ¿Qué opinión tiene del guía turístico respecto de su actuación profesional con una persona con discapacidad?

En unas pocas muchas de los guías desconocen mucho sobre este tipo de pasaje, pues no hacen cursos. (es un hecho nuevo en el Perú)

9. ¿Qué aspectos considera debe tener un guía turístico frente a personas con discapacidad?

Entender que ellos son personas muy independientes.

10. En general, ¿Cómo se comporta el personal ligado al turismo, con las personas con discapacidad?

En estos momentos muchos guías ven a este tipo de pasajes como discapacitados (cuando realmente estos pasos son muy independientes).

ENTREVISTA SOBRE TURISMO ACCESIBLE

1. ¿Cómo se promocionan los productos/servicios turísticos para personas con discapacidad a través de redes sociales o ferias turísticas?

Redes sociales

2. ¿Qué diferencias existen en los atributos del producto/servicio turístico para personas con discapacidad? (diferencias de precio, atención, espacios, etc.)

Todas las anteriores

3. ¿De qué manera las agencias turísticas ayudan a realizar un viaje a personas con discapacidad? ¿Cómo fue esa experiencia?

Nunca experiencia con personas con discapacidad

4. ¿En qué lugares considera existe infraestructura adecuada y accesible para el turismo de personas con discapacidad? (en cuanto a rampas de acceso en el camino, servicios higiénicos especiales, etc.)

Siempre

5. ¿De qué manera podría ejemplificar en base a su experiencia turística directa o indirecta, que los lugares turísticos (y negocios aledaños como hospedajes, restaurantes, etc.) están adecuando su infraestructura para el acceso de personas con discapacidad?

El aeropuerto es uno de los lugares que brindan facilidades en todos sus rubros.

6. ¿Cuál es su opinión respecto de la señalización en los lugares turísticos? ¿De qué forma ayudan a las personas con discapacidad?

ayudan a que puedan desenvolverse con autonomía

7. ¿Cómo debe ser la señalización en los lugares turísticos para las personas con discapacidad? (en cuanto a información, lenguaje, canales)

colores, señales, pases, etc.

8. En base a su experiencia turística directa o indirecta, ¿Qué opinión tiene del guía turístico respecto de su actuación profesional con una persona con discapacidad?

No me ha pasado una experiencia directa e indirectamente.

9. ¿Qué aspectos considera debe tener un guía turístico frente a personas con discapacidad?

Preparado y Titulado

10. En general, ¿Cómo se comporta el personal ligado al turismo, con las personas con discapacidad?

No pienso que hay ansiedad más no empatía.

ENTREVISTA SOBRE TURISMO ACCESIBLE

1. ¿Cómo se promocionan los productos/servicios turísticos para personas con discapacidad a través de redes sociales o ferias turísticas?

Sobre todo a través de publicidad en redes sociales.

2. ¿Qué diferencias existen en los atributos del producto/servicio turístico para personas con discapacidad? (diferencias de precio, atención, espacios, etc.)

Veo principalmente el ofrecimiento de atención personalizada, así como espacios adecuados.

3. ¿De qué manera las agencias turísticas ayudan a realizar un viaje a personas con discapacidad? ¿Cómo fue esa experiencia?

Con el ofrecimiento y cumplimiento de todos los protocolos pertinentes para cubrir las necesidades.

4. ¿En qué lugares considera existe infraestructura adecuada y accesible para el turismo de personas con discapacidad? (en cuanto a rampas de acceso en el camino, servicios higiénicos especiales, etc.)

Por ejemplo en aeropuertos, centros comerciales, hoteles, restaurantes, infraestructura vial, gimnasios, complejos deportivos y demás locales de esparcimiento.

5. ¿De qué manera podría ejemplificar en base a su experiencia turística directa o indirecta, que los lugares turísticos (y negocios aledaños como hospedajes, restaurantes, etc.) están adecuando su infraestructura para el acceso de personas con discapacidad?

Se nota desde el ingreso, a diferencia de otros años.

6. ¿Cuál es su opinión respecto de la señalización en los lugares turísticos? ¿De qué forma ayudan a las personas con discapacidad?

ayudan mucho y facilitan el desplazamiento. Pero pienso que siempre se puede mejorar.

7. ¿Cómo debe ser la señalización en los lugares turísticos para las personas con discapacidad? (en cuanto a información, lenguaje, canales)

Las señas podrían ser más rítoros y pueden crearse un lenguaje universal mediante la simbología.

8. En base a su experiencia turística directa o indirecta, ¿Qué opinión tiene del guía turístico respecto de su actuación profesional con una persona con discapacidad?

Podría tener una atención mayor hacia toda persona con discapacidad. Con esto además sería un measure de empatía con todo el público concurrente.

9. ¿Qué aspectos considera debe tener un guía turístico frente a personas con discapacidad?

Basicamente, la ubicación preferente y un feedback cualitativo.

10. En general, ¿Cómo se comporta el personal ligado al turismo, con las personas con discapacidad?

En general, es polido y empático.

ENTREVISTA SOBRE TURISMO ACCESIBLE

1. ¿Cómo se promocionan los productos/servicios turísticos para personas con discapacidad a través de redes sociales o ferias turísticas?

Redes Sociales

2. ¿Qué diferencias existen en los atributos del producto/servicio turístico para personas con discapacidad? (diferencias de precio, atención, espacios, etc.)

Espacios

3. ¿De qué manera las agencias turísticas ayudan a realizar un viaje a personas con discapacidad? ¿Cómo fue esa experiencia?

Muy pocas ayudan a viajar con paquetes turísticos.

4. ¿En qué lugares considera existe infraestructura adecuada y accesible para el turismo de personas con discapacidad? (en cuanto a rampas de acceso en el camino, servicios higiénicos especiales, etc.)

Aeropuertos

5. ¿De qué manera podría ejemplificar en base a su experiencia turística directa o indirecta, que los lugares turísticos (y negocios aledaños como hospedajes, restaurantes, etc.) están adecuando su infraestructura para el acceso de personas con discapacidad?

Están en proceso hay muy poca

6. ¿Cuál es su opinión respecto de la señalización en los lugares turísticos? ¿De qué forma ayudan a las personas con discapacidad?

Elemental para el Trastado con sellos de ruidos.
u otros, Rampas o señalizaciones.

7. ¿Cómo debe ser la señalización en los lugares turísticos para las personas con discapacidad? (en cuanto a información, lenguaje, canales)

Señalizaciones y cartiles de información a través
de paneles

8. En base a su experiencia turística directa o indirecta, ¿Qué opinión tiene del guía turístico respecto de su actuación profesional con una persona con discapacidad?

Muy poca debería saber el lenguaje, inclusivo y
Buen Trato.

9. ¿Qué aspectos considera debe tener un guía turístico frente a personas con discapacidad?

Empatía.

10. En general, ¿Cómo se comporta el personal ligado al turismo, con las personas con discapacidad?

Mayor concientización de equidad y Humanidad.

ENTREVISTA SOBRE TURISMO ACCESIBLE

1. ¿Cómo se promocionan los productos/servicios turísticos para personas con discapacidad a través de redes sociales o ferias turísticas?

No se promocionan.

2. ¿Qué diferencias existen en los atributos del producto/servicio turístico para personas con discapacidad? (diferencias de precio, atención, espacios, etc.)

En realidad no se.

3. ¿De qué manera las agencias turísticas ayudan a realizar un viaje a personas con discapacidad? ¿Cómo fue esa experiencia?

Suelen recogerlos y dejarlos en su propio domicilio.

4. ¿En qué lugares considera existe infraestructura adecuada y accesible para el turismo de personas con discapacidad? (en cuanto a rampas de acceso en el camino, servicios higiénicos especiales, etc.)

En el aeropuerto Jorge Chávez. En Lima en los centros comerciales: Kiné o plaza el Sol

5. ¿De qué manera podría ejemplificar en base a su experiencia turística directa o indirecta, que los lugares turísticos (y negocios aledaños como hospedajes, restaurantes, etc.) están adecuando su infraestructura para el acceso de personas con discapacidad?

Existen hoteles y negocios con ascensores.

6. ¿Cuál es su opinión respecto de la señalización en los lugares turísticos? ¿De qué forma ayudan a las personas con discapacidad?

En los servicios sanitarios están señalados los baños especiales y ayudan a las personas a ubicar el lugar antes de su necesidad.

7. ¿Cómo debe ser la señalización en los lugares turísticos para las personas con discapacidad? (en cuanto a información, lenguaje, canales)

Deben estar en varios idiomas y en colores fosforescentes.

8. En base a su experiencia turística directa o indirecta, ¿Qué opinión tiene del guía turístico respecto de su actuación profesional con una persona con discapacidad?

Falta personal capacitado para esta realidad.

9. ¿Qué aspectos considera debe tener un guía turístico frente a personas con discapacidad?

Debe ser amable con un trato de igualdad no hacerlo sentir menos en ningún aspecto.

10. En general, ¿Cómo se comporta el personal ligado al turismo, con las personas con discapacidad?

En el extranjero los tratan como reynos.
Pca' falta un poco.