



FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

ESCUELA PROFESIONAL DE ARTE Y DISEÑO GRÁFICO
EMPRESARIAL

Diseño de guía turística del patrimonio de Barranco y la comunicación
visual en turistas mayores de 18 años en Barranco, Lima - 2018.

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE
Licenciado en Arte y Diseño Gráfico Empresarial

AUTOR

Junior Alexander Vilca Vásquez

ASESOR

Dr. Juan Apaza Quispe

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

Arte visual y sociedad: Investigación de mercados en el ámbito de la comunicación
gráfica, imagen corporativa y diseño del producto

LIMA - PERÚ
2018

El Jurado encargado de evaluar el Trabajo de Investigación, *PRESENTADO EN LA MODALIDAD DE: INFORME DE TESIS*

Presentado por Don (a)

VILCA VASQUEZ, JUNIOR ALEXANDER

Cuyo Título es:

DISEÑO DE GUÍA TURÍSTICA DEL PATRIMONIO DE BARRANCO Y LA COMUNICACIÓN VISUAL EN TURISTAS MAYORES DE 18 AÑOS EN BARRANCO, LIMA - 2018

Reunido en la fecha, escuchó la sustentación y la Resolución de preguntas por el estudiante, otorgándole el calificativo de: 19 (número) DIECINUEVE (letra).

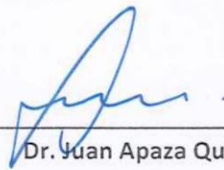
Lima, 06 de diciembre de 2018



Ph.D Miguel Antonio Cornejo Guerrero
PRESIDENTE



Mg. Juan Jose Tanta Restrepo
SECRETARIO



Dr. Juan Apaza Quispe
VOCAL

NOTA: En el caso de que haya nuevas observaciones en el informe, el estudiante debe levantar las observaciones para dar el pase a Resolución.

Elaboró	Dirección de Investigación	Revisó	Responsable de SGC	Aprobó	Vicerrectorado de Investigación
---------	----------------------------	--------	--------------------	--------	---------------------------------

DEDICATORIA

A mis padres, por su constante apoyo durante estos años, por siempre estar ahí brindándome las palabras de aliento que necesitaba cuando estaba a punto de abandonar y sobre todo, terminar de forma ética.

AGRADECIMIENTO

A los profesores de la Escuela de Arte y Diseño Gráfico por brindarme su conocimiento y apoyo en todo el proceso de investigación. A la oficina de Turismo de Barranco por permitirme acceder a información de suma utilidad para el desarrollo de la investigación y darme las facilidades necesarias para ejecutar el trabajo de campo cuando fue necesario.

DECLARACIÓN JURADA

Yo Junior Alexander Vilca Vásquez con DNI N° 73676889, a efecto de cumplir con las disposiciones vigentes consideradas en el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad Cesar Vallejo, Facultad de Ciencias de la Comunicación, Escuela de Arte y Diseño Gráfico Empresarial, declaro bajo juramento que toda la documentación que acompaño es veraz y auténtica.

Así mismo, declaro también bajo juramento que todos los datos e información que se presenta en la presente tesis son auténticos y veraces.

En tal sentido asumo la responsabilidad que corresponde ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de información aportada por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas de la Universidad César Vallejo.

Lima, 21 de Noviembre del 2018



Señores Miembros de Jurado:

En cumplimiento de las normas establecidas en el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad Cesar Vallejo presento ante ustedes la Tesis titulada Diseño de guía turística del patrimonio de Barranco y la comunicación visual en turistas mayores de 18 años en Barranco, Lima - 2018, la misma que someto a vuestra consideración y espero cumpla con todos los requisitos de aprobación para obtener el Título Profesional de Licenciado en Arte y Diseño Gráfico Empresarial.

Junior Alexander Vilca Vásquez

ÍNDICE

CARATULA

Título Autor	i
Asesor	i
Línea de investigación	i

PÁGINAS PRELIMINARES

Página de Jurado	ii
Dedicatoria	iii
Agradecimiento	iv
Declaración de Autenticidad	v
Presentación	vi

ÍNDICE	vii
--------	-----

ÍNDICE DE TABLAS	ix
------------------	----

ÍNDICE DE GRÁFICOS	x
--------------------	---

ÍNDICE DE ANEXOS	xi
------------------	----

RESUMEN	xii
---------	-----

ABSTRACT	xiii
----------	------

I. INTRODUCCIÓN	14
-----------------	----

1.1. Realidad Problemática	15
1.2. Trabajos Previos	17
1.3. Teorías relacionadas al tema	20
1.4. Formulación del problema	29
1.4.1 Formulación del Problema General	29
1.4.2 Formulación de Problemas Específicos	30
1.5. Justificación del Estudio	30
1.6. Hipótesis	31
1.6.1 Hipótesis General	31
1.6.2 Hipótesis Específico 1	32
1.6.3 Hipótesis Específico 2	32
1.6.4 Hipótesis Específico 3	32

1.6.5 Hipótesis Específico 4	32
1.7. Objetivo	32
1.7.1 Objetivo General	32
1.7.2 Objetivos Específicos	33
II. MÉTODO	34
2.1. Diseño, tipo y nivel de Investigación	35
2.2. Variables y Operacionalización	35
2.2.1 Variables	35
2.2.2 Operacionalización de variable	36
2.3. Población y muestra	36
2.4. Técnicas e Instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad	38
2.5. Métodos de Análisis de datos	40
2.5.1 Análisis Descriptivo	41
2.5.2 Análisis Inferencial	55
2.6. Aspectos Éticos	59
III. RESULTADOS	60
IV. DISCUSIÓN	63
V. CONCLUSIÓN	67
VI. RECOMENDACIONES	70
VII. REFERENCIAS	73
ANEXOS	77

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla N°1	Operacionalización de variables	36
Tabla N°2	Resumen de procesamiento de casos	38
Tabla N°3	Prueba Binomial	39
Tabla N°4	Confiabilidad Alfa de Cronbach	40
Tabla N°5	Tabla de frecuencia de la pregunta N°1	41
Tabla N°6	Tabla de frecuencia de la pregunta N°2	42
Tabla N°7	Tabla de frecuencia de la pregunta N°3	43
Tabla N°8	Tabla de frecuencia de la pregunta N°4	44
Tabla N°9	Tabla de frecuencia de la pregunta N°5	45
Tabla N°10	Tabla de frecuencia de la pregunta N°6	46
Tabla N°11	Tabla de frecuencia de la pregunta N°7	47
Tabla N°12	Tabla de frecuencia de la pregunta N°8	48
Tabla N°13	Tabla de frecuencia de la pregunta N°9	49
Tabla N°14	Tabla de frecuencia de la pregunta N°10	50
Tabla N°15	Tabla de frecuencia de la pregunta N°11	51
Tabla N°16	Tabla de frecuencia de la pregunta N°12	52
Tabla N°17	Tabla de frecuencia de la pregunta N°13	53
Tabla N°18	Tabla de frecuencia de la pregunta N°14	54
Tabla N°19	Pruebas de Chi-cuadrado de Pearson 1	55
Tabla N°20	Pruebas de Chi-cuadrado de Pearson 2	56
Tabla N°21	Pruebas de Chi-cuadrado de Pearson 3	57
Tabla N°22	Pruebas de Chi-cuadrado de Pearson 4	57
Tabla N°23	Pruebas de Chi-cuadrado de Pearson 5	58

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico N°1	Pregunta del indicador 1 - “Color”	41
Gráfico N°2	Pregunta del indicador 2 - “Tipografía”	42
Gráfico N°3	Pregunta del indicador 3 - “Jerarquización”	43
Gráfico N°4	Pregunta del indicador 4 - “Texto”	44
Gráfico N°5	Pregunta del indicador 5 - “Imágenes”	45
Gráfico N°6	Pregunta del indicador 5 - “Imágenes”	46
Gráfico N°7	Pregunta del indicador 6 - “Atractivos turísticos”	47
Gráfico N°8	Pregunta del indicador 7 - “Museos”	48
Gráfico N°9	Pregunta del indicador 8 - “Bienes artísticos”	49
Gráfico N°10	Pregunta del indicador 9 - “Bienes históricos y archivos”	50
Gráfico N°11	Pregunta del indicador 10 - “Comunicación estética”	51
Gráfico N°12	Pregunta del indicador 11 - “Comunicación práctica”	52
Gráfico N°13	Pregunta del indicador 12 - “Filtros culturales”	53
Gráfico N°14	Pregunta del indicador 13 - “Soporte visual	54

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1: Matriz de consistencia	78
Anexo 2: Matriz de operacionalización	80
Anexo 3: Instrumento de recolección de datos	83
Anexo 4: Validación de Experto N°1	84
Anexo 5: Validación de Experto N°2	85
Anexo 6: Validación de Experto N°3	86
Anexo 7: Validación de Experto N°4	87
Anexo 8: Vista de datos	88
Anexo 9: Vista de variables nominales	90
Anexo 10: Vista de cuadros – Análisis descriptivo por ítem	90
Anexo 11: Vista de gráficos – Análisis descriptivo por ítem	91
Anexo 12: Vista de cuadros - Prueba de hipótesis Chi-cuadrado de Pearson	91
Anexo 13: Búsqueda de información (Atractivos y Museos)	92
Anexo 14: Toma y selección de fotografías	93
Anexo 15: Selección de colores	94
Anexo 16: Selección de familia tipográfica	94
Anexo 17: Selección de iconografía	94
Anexo 18: Maquetación	95
Anexo 19: Diagramación	96
Anexo 20: Ilustración de mapas	97
Anexo 21: Diseño de portada (Folleto y Libro)	98
Anexo 22: Registro de campo	99
Anexo 23: Recursos y presupuesto	101
Anexo 24: Cronograma de ejecución	102

RESUMEN

Esta investigación tuvo como objetivo determinar la relación en el diseño de una guía turística del patrimonio de Barranco y la comunicación visual en turistas mayores de 18 años en el distrito de Barranco, para lo cual se elaboró una guía turística con información sobre lo más resaltante del distrito de Barranco, de acuerdo a lo que busca el público objetivo interpretada de la realidad problemática y de una prueba previa a través de preguntas que confirman el problema que fue el punto de partida de esta investigación.

Para desarrollar la investigación de trabajó con 2 variables de estudio: Diseño de guía turística del patrimonio de Barranco y Comunicación visual, siendo estas variables cualitativas de escala nominal. El tipo de estudio es aplicada o de campo, de diseño no experimental transeccional de nivel correlacional. La población de los turistas que visitan Barranco fue infinita y contando con una muestra de 267 personas, elegidas aplicando el muestreo no probabilístico de sujeto voluntario y cadena. Se les realizó una encuesta para recoger los datos a través de un cuestionario de 14 preguntas cerradas en escala de Likert, el cual fue validado por 3 profesores expertos en la materia. También se utilizó el procedimiento estadístico de Alfa de Cronbach para probar la confiabilidad del instrumento, obteniendo un valor de 0.849, interpretando que el cuestionario tiene una fiabilidad aceptable.

Los datos recogidos, pasaron por 2 análisis, uno descriptivo y uno inferencial utilizando el software IBM SPSS Statistics 23, permitiendo observar mejor los resultados en cifras y gráficos para poder probar las hipótesis de investigación con la prueba estadística de Chi-cuadrado de Pearson, con una significancia de $0,000 < 0,05$ en la tabla general, se negó la hipótesis nula y se aceptó la hipótesis de investigación, concluyendo de que sí existe relación entre las variable de estudio aplicadas a la unidad de análisis.

Palabras claves: Diseño gráfico, Pieza editorial, Guía turística, Patrimonio de Barranco, Comunicación visual, Turistas extranjeros.

ABSTRACT

The objective of this research was to determine the relationship in the design of a touristic guide to the heritage of Barranco and visual communication in tourists over 18 years of age in Barranco district, for which a tourist guide was prepared with information on the most outstanding aspects of Barranco, according to what the target audience interprets of the problematic reality and of a previous test through questions that confirm the problem that was the starting point of this investigation.

To develop the research work with 2 variables of study: Design of touristic guide of the heritage of Barranco and visual communication, being these qualitative variables of nominal scale. The type of study is applied or field, non-experimental design transectional level correlational. The population of the tourists that visit Barranco was infinite and with a sample of 267 people, chosen by applying the non-probabilistic sample of voluntary subject and chain. A survey was made to collect the data through a questionnaire of 14 questions closed on a Likert scale, which was validated by 3 expert teachers in the subject. The Cronbach's Alpha statistical procedure was also used to test the reliability of the instrument, obtaining a value of 0.849, interpreting the questionnaire as having an acceptable reliability.

The collected data went through 2 analyzes, one descriptive and one inferential using the software IBM SPSS Statistics 23, allowing to better observe the results in figures and graphs to be able to test the research hypotheses with the statistical test of Chi-square Pearson, with a significance of $0.000 < 0.05$ in the general table, the null hypothesis was denied and the research hypothesis was accepted, concluding that there is a relationship between the study variables applied to the unit of analysis.

Keywords: Graphic design, Editorial design, Tourist guide, Heritage of Barranco, Visual communication, Foreign tourists.

CAPÍTULO I
INTRODUCCIÓN

I. INTRODUCCIÓN

1.1 Realidad problemática

El turismo es una actividad que genera muchos ingresos económicos en base a los servicios que ofrece y que se enfoca en dejar las mejores experiencias a las personas que visitan una localidad, una región o un país, y estas cifras aumentan cada año. Esta observación es confirmada por Eduardo Ferreyros, titular del sector turístico de Mincetur, destacando que la actividad turística en el Perú generó US\$4,303 millones en divisas en 2016 por y US\$4,591 millones en 2017. Mincetur además afirma que en 2017 solo la entrada de turistas extranjeros al país representó un crecimiento del 7,7% (4,0 millones) con respecto al 2016 (3,7 millones) y se espera que para el 2018 habrá un crecimiento del 9,8%, un promedio de 4,40 millones de turistas extranjeros.

Con estos datos se puede asegurar que el tipo de actividad turística que más se realiza en Lima es el Turismo Receptivo y que los visitantes extranjeros tienen distintos perfiles de acuerdo a cómo planifican y realizan sus actividades de viaje. Un estudio realizado por PromPerú en 2017, dio a conocer el perfil común de un turista que visita nuestra capital el cual es denominado “Perfil de turista extranjero motivado por conocer Lima”, la que arrojó como resultado que el promedio de edad de los turistas que visitan Lima y sus distritos es de 35 a 54 años (35%), provienen de Latinoamérica (40%), EE.UU y Reino Unido (22%) y la actividad que más realizan es Cultural (90%), es decir, desean conocer lugares históricos de la ciudad, visitar museos y catedrales, iglesias, parques y tomar tours guiados. Esto coincide en gran parte con el estudio realizado en 2016, donde el mismo PromPerú menciona que el promedio mayor de edad de este público es de 35 años a 45 años (31%), vienen de Latinoamérica y zonas Anglosajonas (73%), el tipo de actividad que realiza es Cultural (99%). La información de este perfil es reforzada por la publicación Pro Desarrollo Turístico de la Municipalidad de Barranco (2013), en la que concuerdan que la mayoría de personas que visitan Barranco son mayores de 45 años, el 70% de turistas provienen de Latinoamérica y Europa, destacando Argentina y Chile y siendo el motivo principal conocer los monumentos históricos y atractivos turísticos del distrito a través de tours guiados. Reafirmando esta premisa, se realizó un testeo previo con preguntas básicas para medir la conformidad del público objetivo en base a la pieza grafica que recibe y ver si se puede mejorar, arrojando un resultado favorable para continuar con el proyecto de investigación.

El perfil arroja un rango de edad sobresaliente que pasan los 35 años, aunque la investigación se enfocará en todos los turistas mayores de 18 años para tomar todas las respuestas posibles y poder mejorar la pieza gráfica en un futuro para que aplicar a su funcionalidad.

Con el perfil y los datos definidos, el servicio turístico a brindar debe ser integral con respecto a la información que debe recibir y llevarse consigo como parte de la promoción turística local. El problema radica en que la oficina de turismo de Barranco, aparte de ofrecer recorridos guiados para conocer los atractivos históricos, solamente entregan un mapa turístico de Barranco como parte de la promoción local, donde están señalado algunos puntos específicos como lugares turísticos, tiendas de artesanía y galerías de arte. Esta pieza no cuenta con toda la información de los lugares señalados en el mapa que este tipo de turista necesita para satisfacer su recorrido ya que PromPerú (2016) afirma que un 42% de turistas que visitan Lima realizan tours guiado de dicha localidad, por tanto, debe contar con un manual o pieza gráfica que aporte contenido histórico de los lugares que visita, aparte de un mapa mejor señalado y con información complementaria (tiendas de artesanía, galerías de arte, centros culturales). Otro problema se presenta cuando el material que ofrecen, una hoja bond A4 fotocopiado a blanco y negro, no es el adecuado porque puede romperse o perderse con facilidad durante el recorrido y al ser en blanco y negro, no ayuda mucho para recibir el mensaje. Entonces se observaron dos inconvenientes que afectan a la comunicación visual en la unidad de estudio, el mensaje enviado por el emisor y el medio por el que se transmite el mensaje, entonces ¿cómo se puede mejorar?

Se idea una pieza grafica que emita información histórica y útil de manera estética y ordenada sin llegar a saturar, utilizando elementos de comunicación de forma correcta, organizando el contenido y transmitiéndolo por un canal adecuado para que el mensaje sea bien recibido por el receptor, y ¿cómo se estructuraría dicha pieza para que la información llegue de forma fácil y atractiva al público?, y sobre todo, ¿cuál es el nivel de relación entre la pieza gráfica y la forma de comunicación visual?

Entonces para finalizar, se busca determinar si existe relación entre las variables que forman parte del estudio, una de ellas es el diseño de una guía turística que el turista pueda llevarse y tener la información necesaria para poder recorrer el distrito en su visita, y sobre

todo si la forma de comunicación visual es la correcta y atractiva con respecto al diseño de la guía turística.

1.2 Trabajos previos

El presente capítulo tiene algunas investigaciones realizadas con anterioridad que están ligadas a por lo menos una de las variables de este proyecto y que reforzarán en cierta forma los argumentos que se plantean. Todos los trabajos presentados en este apartado son internacionales ya que hasta la fecha no se ha llegado a encontrar trabajo nacional alguno en el que se hable de la relación entre el diseño de una guía turística y la comunicación visual aplicada en la unidad de análisis o por lo menos que tengan términos parecidos y ligados al tema turístico. Por tanto, se recopilaron investigaciones internacionales que por los menos hablen de una de las variables y que cumpla con la finalidad de esta investigación.

Para comenzar, la investigación realizada por Colcha y Solano (2011) titulada “*Diseño de una guía turística del Cantón San José de Chimbo, para promocionar sus atractivos naturales y culturales en el periodo 2009,*” de la Escuela de Comunicación Social y Desarrollo Turístico de la Universidad Estatal de Bolívar en Guaranda – Ecuador, de tipo cuantitativa, no experimental, transversal, se desarrolló con un total de 15 005 personas como población y tomando de muestra final a 390 personas, tuvo como objetivo diseñar una guía turística para el Cantón de San José de Chimbo para promocionar los atractivos turísticos de dicha localidad, ya que el problema que se suscitaba en San José de Chimbo era la carencia de piezas gráficas turísticas que sirvan de promoción. De acuerdo a los resultados obtenidos, llegaron a la conclusión de que era necesario que el Patrimonio Turístico que tiene el Cantón Chimbo, sea promocionado y difundido con el propósito que Chimbo se convierta en un potencial destino turístico de la provincia, potencializando sus atractivos, fortaleciendo al Cantón su actividad turística, ya que cuenta con una variedad de Atractivos Naturales y Culturales que no han sido promocionados como recursos turísticos. Además de contar con la visita de muchos turistas en épocas de Carnaval y el Huayco.

En tanto, Centeno y Muñoz (2014), realizaron la investigación: *Propuesta de la Elaboración de una Guía Turística Especializada del Patrimonio Natural y Cultural del Pueblo Indígena de Sutiaba. León - Nicaragua 2013*, de la Facultad de Ciencias Económicas

y Empresariales de la Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua en León – Nicaragua, de tipo cualitativa, porque su investigación se basa en recolección de datos de los diferentes facilitadores e incentivadores (patrimonios) que posee el Pueblo de Sutiaba de nivel descriptiva y metodología de campo, tuvieron cuatro preguntas para resolver su problema de investigación y su objetivo general fue presentar el diseño de una Guía Turística Especializada del Patrimonio Natural y Cultural del Pueblo Indígena de Sutiaba. El universo total estaba conformada por 25 415 personas, pero el cuestionario solo se aplicó a un total de 96 personas, las conformadas por la muestra. Llegaron a la conclusión de que al no existir una guía turística especializada en el pueblo de Sutiaba, era necesario hacer una pieza gráfica nueva con la información correspondiente con el objetivo de contribuir con el desarrollo del turismo sostenible de la localidad y que la muestra propuesta tiene gran relevancia tanto para la conservación del patrimonio de Sutiaba, así como para los empresarios locales y los turistas que lleguen a León; cada uno desde una propia perspectiva distinta, pero que finalmente converge en el desarrollo sostenible del turismo local.

La investigación realizada por Torres y Macanela (2011) titulada: *Elaboración de una guía turística del Cantón Loja*, de la carrera de Ingeniería administración turística de la Universidad Nacional de Loja en Loja - Ecuador, con un tipo de investigación cuantitativo porque se utilizó un instrumento de recolección de datos, teniendo una población infinita, ya que lo conforman toda la población del Cantón de Loja y turistas que solicitan información en la Unidad Municipal de Turismo, de ingreso de turistas al Cantón Loja, a Vilcabamba, e información de turismo interno al Ministerio de Turismo, se escogió a 400 personas de muestra para la investigación. La cual concluyó en que la guía turística elaborada permitirá llegar a una nueva demanda y ofertar ampliamente el destino turístico Loja como un lugar donde se puede desarrollar varias actividades de distracción, deporte, aventura, etc. Además facilitará mejorar los conocimientos de la ciudadanía con respecto a la ubicación de distintos atractivos turístico.

Continuando, Guanín (2014) en su investigación previa obtención de título titulada: *Elaboración de una guía turística de las lagunas de la provincia de Imbabura para un eficiente desempeño turístico, dirigida a estudiantes de los establecimientos de educación básica de la zona centro de la ciudad de Quito*, de la Facultad de Ciencias Agrícolas de la Universidad Central de Ecuador en Quito – Ecuador, con un enfoque cuantitativo porque se

aplicó un instrumento de recolección de datos, el cuestionario y siendo de campo porque se aplicó la encuesta al público objetivo. Teniendo una población de 29,019 estudiantes de la zona centro de la ciudad de Quito y una muestra de 226. La investigación concluyó que dicho lugar con atractivos turísticos, no cuentan con información adecuada sobre estos sitios turísticos, por tal razón fue importante elaborar una guía turística especialmente para ellos, donde se podrían informar antes, durante y después de su recorrido.

Sibrian, C. (2009), en su investigación titulada “*Diseño de Piezas Gráficas para Promover el Turismo Interno en la Feria de Las Flores y Las Palmas de la Ciudad de Panchimalco*”, de la Escuela de Artes Aplicada de la Universidad Dr. José Matías Delgado, con un tipo de investigación aplicada y de enfoque cuantitativo, tuvo como problemática el hecho de que La Feria de Flores y las Palmas de que el lugar carece de material gráfico – promocional que permita conocer a los turistas los lugares y las costumbres a los alrededores de la Feria de Flores, para aprovechar las fechas de festividad en el público y promocionar otros lugares cercanos. Teniendo como población a los turistas que visitan Panchimalco durante los fines de semana, siendo infinita y con una muestra de 100 personas escogidas aleatoriamente durante un fin de semana. Concluyendo que al tener una bajo nivel de conocimiento sobre el lugar y la Feria de Flores y Las Palmas, el material gráfico ayudará a retener e informar sobre los lugares y festividades de Panchimalco.

Tomando un giro aplicado a lo tecnológico, Bustillos y Pérez (2012), en su tesis “*Guía Turística Virtual: La Cultura Ferrocarrilera para promocionar y difundir el sitio turístico de Empalme*”, del Instituto Tecnológico de Sonora en Guaymas, Sonora, México, tuvo como problema de que la región de Empalme, Sonora, existe muy poca difusión de sus atractivos turísticos y no aprovechan la tecnología para promocionarlos. Ante esto, se tomó la interrogante de ¿cómo mejorar la promoción y difusión del sitio turístico: La Cultura Ferrocarrilera? Y como objetivo tenía el desarrollo de una Guía Turística, pero virtual para promocionar esos lugares mostrando información, imágenes, fotos y videos. La investigación concluyó en que el desarrollo de la guía turística virtual, ayudaría a promover el turismo e incrementaría el desarrollo económico, político y social de Empalme. Cabe aclarar que no hay resultados ya que la investigación no fue implementada y no existen resultados de impacto en la sociedad.

Siguiendo por el lado de la tecnología, Benalcázar y Ramírez (2010), en su tesis “*Guía de información turística para la ciudad de Guayaquil por medio de un dispositivo Blackberry*”, tuvo como problema el hecho de que los turistas y personas que recorren la ciudad de Guayaquil no obtienen una información veraz y oportuna que puedan ayudar a generar un incremento comercial en los lugares de turísticos de la ciudad. Sumado a esto, la investigación toma un rubro más digital, ya que la propuesta que realizan los autores, lleva al uso de un dispositivo móvil Blackberry. La investigación fue descriptiva con una metodología de campo. Al no conocer una población exacta, se tomó a 40 personas de muestra para ejecutar la investigación, la cual concluyó que al tener acceso a la guía turística en el dispositivo móvil Blackberry, se puede tener un mayor conocimiento de los atractivos turísticos y estar mayor orientado a eventos realizados y por realizar en estos lugares.

1.3 Teorías relacionadas al tema

Conociendo el problema de la investigación y de algunos trabajos realizados anteriormente, las teorías que definen mis variables de estudio buscan tener la consistencia necesaria para definir el producto realizado y relacionarla con la comunicación visual del público objetivo. Se elaboró una guía turística con información histórica del patrimonio cultural e histórico como los atractivos turísticos más reconocidos de Barranco, apreciar el arte en los diferentes museos, que llevan historia en las obras que se muestran, datos de los lugares de artesanía y galerías de arte. Con esta premisa se busca ampliar la información del distrito de Barranco como unos de los mejores destinos turísticos de la capital y sobre todo, mejorar y complementar la comunicación visual en base a una propuesta gráfica diferente con información turística.

Para comenzar, el diseño gráfico abarca muchas otras ramas de acuerdo al tipo de mensaje que quiere mostrar, una de ellas son los productos editoriales y su composición, para ello Cumpa (2002) afirma que el diseño consiste en organizar los elementos gráficos y de mensaje para comunicar correctamente de forma visual (p. 12), es decir, que una organización correcta de gráficos en un formato específico, hará más fácil la interpretación del mensaje que se quiere transmitir. En este caso, el producto que se necesitó desarrollar fue una guía turística donde se deba tener en cuenta información necesaria para recorrer y conocer el patrimonio de Barranco. Este no al ser un término universal (guía turística) pero

con conceptos variados en distintos sitios, fue necesario definirlo con un especialista en el tema de turismo, siendo Quesada (2000) el que mejor definición tiene del tema, afirmando que una guía turística es un instrumento que tiene información general, mapas, fotografías sobre los lugares, servicios y/o actividades de una localidad específica. (p. 269). Esto significa que una guía turística es un folleto, libro o revista que contiene información de manera organizada con datos de lugares y servicios que se ofrece. En otras palabras, son instrumentos informativos con fines turísticos de una localidad específica. Una definición adecuada para la presente investigación, ya que se hace mención al tipo de material que se desarrolló, sea libro o folleto, y con Cumpa se sustenta la base al indicar los elementos de diseño y de mensaje que debe componer una guía turística para relacionarse con la segunda variable y tenga un correcto funcionamiento, llegando a cumplir con los objetivos y la finalidad de la investigación planteada en la realidad problemática.

La guía turística puede abarcar varios soportes, siendo el libro elegido como producto final, pero tomando en cuenta que un libro es un objeto pesado para un turista, ya que este público necesita acceso a información puntual o datos de forma inmediata y sin complicaciones, se sintetizó la información de un libro en folletos manejables, con temas que al público objetivo le interesa. Con esta premisa, Cumpa (2002), nos menciona que la diagramación de un producto, sea revista, folleto, boletín, periódicos, libros, etc., es simplemente un pretexto para conocer el funcionamiento del diseño en editorial, ya que todos utilizan los mismos fundamentos del diseño para elaborar el producto final. Esto da carta libre de elaborar un proyecto con piezas gráficas mejor elaboradas, es decir, el libro como producto final, con información histórica, datos, fotos, imágenes, mapas de los lugares y bienes culturales de Barranco, anexando un sección de artesanía y galerías de arte que el turista puede visitar, y por otro lado un folleto con información resumida y datos de fácil acceso. Cabe mencionar que se cumplirá la misma línea gráfica en ambos productos, la diferencia está en la cantidad de información y el material de cada uno.

Dicho esto, era necesario utilizar a 2 autores para definir el producto gráfico realizado, el primero que habla sobre el diseño gráfico aplicado a la rama editorial y el segundo que refuerza la utilidad y los elementos que la componen para su correcto funcionamiento.

Reforzando la teoría de Cumpa y Quesada, Muñoz (2004) dice que las guías son instrumentos que se utilizan para realizar recorridos circulares de un determinado lugar. Esta definición es mucho más corta y concisa, pero tiene mucha relación con lo que dice los autores antes mencionados. La pieza gráfica sirvió de guía con información de determinados lugares de acuerdo al perfil del público al que se dirigió la investigación.

Otra definición de refuerzo fue la que hizo la Carta del turismo cultural determinando que una guía turística es la información que necesita un turista para realizar su viaje, donde se le facilita datos de un destino turístico (ICOMOS, 2006, p. 76). Esta teoría menciona que la guía turística consta de partes, como portada, índice, mapas, puntos de interés, datos históricos, etc., pero sin tener definiciones, simplemente queda como teoría para reforzar. También, el Ministerio de Turismo (2002) menciona que una guía turística consta de elementos que conforman las partes básicas para crear medios impresos, entre las que resaltan la fotografía, los colores, la forma, la imagen, la letra.

El diseño de una guía turística se puede descomponer en varias dimensiones, al ser una pieza de tipo editorial, se reconoce que dicho producto está diagramado para su elaboración, y para que sea funcional en todo el contexto, y los elementos del mensaje, es decir, el texto y las imágenes deben ser correctos y precisos. Entonces, Cumpa (2002) menciona que la diagramación es la organización de elementos de un mensaje que están en un soporte específico, la cual busca su fácil interpretación bajo una apariencia estética agradable (p. 12). Los elementos gráficos que pueden componer una pieza gráfica deben ser estructurados para que sea de fácil lectura y agradable vista para el lector. Esto dependerá de la cantidad de información que será colocada en la pieza, los gráficos deben ser adecuados para mostrar datos, la tipografía correcta para leer sin complicaciones, las imágenes y fotos de calidad para que causen impacto, etc.

El mensaje bimedia es aquel que solo se comunica mediante el uso de solo dos elementos, el texto y la imagen. El espacio bidimensional es un soporte donde se coloca el mensaje utilizando solo dos dimensiones del espacio (X, Y), que en este caso es el papel. La jerarquización es el nivel de rango establecido para colocar una información en base a la importancia del mensaje, por tanto, una pieza bien organizada hace que el mensaje funcione y llegue correctamente al receptor. La estética vendría a ser la combinación artística de

elementos que al ser aplicadas adecuadamente junto con todos los aspectos anteriores, harán de la emisión del mensaje algo único y diferente del resto.

Para dividir esta dimensión de estudio, se utilizaron tres términos, las que sirvieron para elaborar las preguntas correspondientes más adelante. Estos son: color, tipografía y jerarquización, con estos términos se elaboró la pieza gráfica en estudio. El color, según Cumpa (2002), es el resultado del proceso natural que se produce cuando la luz impacta sobre los objetos y ésta sobre nuestras retinas, registrando e identificando el mensaje visual (p. 45), en otras palabras, utilizando el plano denotativo, el color es el elemento del diseño gráfico que recibimos visualmente y que nuestro cerebro estimula para reconocer un mensaje. Ante esto, Navarro (2007), afirma que el color es un elemento del diseño que tiene cualidades basadas en la relación entre su calidad y las sensaciones que provoca (p. 42). Aquí Cumpa (2002) refuerza esta definición aclarando que el uso del color dependerá del proyecto que se piensa desarrollar y que debe ser atractivo para el público al que va dirigido (p. 41). Guzmán (2011), define que el color es el resultado de la estimulación visual, que llega a través de la luz (p. 15), es decir, que el color es una percepción que tenemos todos de una onda de luz colocada y reflejada, cada color nos da una sensación distinta. En este caso, el color será aplicado para dividir secciones en el diseño de la pieza gráfica en investigación. Se debe resaltar que no se usó la teoría del color, ya que la elección fue en base a la utilidad del producto y fueron extraídos del logo de Barranco, Cultura Tradición y Turismo. No se utilizó la psicología del color porque se buscó medir más que la funcionalidad del producto desarrollado y una pieza turística por lo general contiene colores variados y que también sirven de ornamentación, además de los colores en las fotografías utilizadas.

Pasando al tema de tipografía, este recurso es importante porque es la que se aplica al cuerpo del recurso verbal, la información propiamente dicha, dentro de la que se escoge el tipo, es decir, la familia de letras, símbolos y números, y la fuente, el estilo y el tamaño. Entonces Cumpa, define a la tipografía como la familia de letras, símbolos y números, que con el tamaño y estilo específico, escritos correctamente y compuestas de forma ordenada permiten una lectura fluida (p. 35 y 59). Con estas definiciones, se debe tener en cuenta la legibilidad del texto, debe contar con la facilidad de interpretar una letra y facilitar la lectura (Ricupero, 2007, p. 64). Por tanto, la tipografía debe ser la correcta en tamaño y tipo para no generar dificultades.

El último de los elementos del diseño aplicado a productos editoriales es la composición, Cumpa menciona 7 elementos de la composición en diagramación: verticalidad y horizontalidad, tensión, equilibrio, jerarquización, ritmo, técnicas visuales y contragafismo. Aquí se utilizó a la jerarquización, ya que es más factible de interpretar y relacionarlo con el perfil del turista al que va dirigida la investigación. Cumpa, dice que la jerarquización es asignar valores a cada uno de los elementos visuales y organizarlos para enfatizar jerárquicamente los distintos elementos que componen el mensaje. (p. 65), en otras palabras, organizar por orden de importancia los elementos del mensaje, textos, imágenes, fotografías, íconos, etc., y aplicado a la guía turística, es necesario que los títulos, cuerpo de texto y fotografías mantengan un orden visual, sobre todo porque es un producto diseñado en 2 idiomas: español e inglés, y se tomó en cuenta el espacio del soporte visual para organizar toda la información.

Reforzando la acepción de composición y jerarquización, Ward (1997) menciona que la composición es la distribución correcta de elementos gráficos, generando equilibrio, un peso y una buena armonía visual (p. 12). En esta parte es muy necesario resaltar que la pieza gráfica en investigación debe estar bien compuesta visualmente para transmitir el mensaje de forma adecuada. Todos estos elementos deben estar colocados en un material específico, ya sea digital o impreso. El soporte es todo aquello que sirve como base para transmitir un mensaje, es decir y valga la redundancia, es el soporte o material en el que se coloca la información, puede ser papel de varios tipos y diversas plataformas digitales.

Dentro de los elementos del mensaje en diagramación, Cumpa (2002) afirma que son los recursos con los que se trabaja el producto, pues con un uso correcto de éstas en el proceso creativo harán una actividad entretenida, atractiva y fácil de manejar (p. 77) y están considerados 3: texto, imágenes y recursos gráficos. En esta ocasión solo se utilizó a 2 de ellos, el texto y las imágenes porque son las que predominan en la guía turística. El texto es el recurso verbal que lleva la información de una publicación como los títulos, antetítulos, subtítulos, leyendas, cuerpo de texto, número de páginas, encabezados. (Cumpa, 2002, p. 84), esto tiene mucha relación con el producto que se desarrolló, folleto y libro. Luego encontramos las imágenes, que son las representaciones visuales como las ilustraciones, fotografías, infografías, fotomontajes, diagramas, viñetas, logotipos. (Cumpa, 2002, p. 84).

Con estos elementos de diagramación y los fundamentos del diseño, se puede realizar un producto funcional.

El producto gráfico, es decir, la guía turística cuenta con información, fotografías y mapas ilustrados, de acuerdo a los elementos del mensaje mencionados el apartado anterior. La información, tomando de autor de refuerzo a Munari (1996) y Paoli (1989), la información propiamente dicha es aquella que lleva consigo el mensaje hacia el receptor a través de un medio y que sirve como guía para su posterior acción. En otras palabras, una información es un dato con el cual uno actúa para reaccionar a un estímulo, en la presente investigación, esta reacción es el motivar a conocer el distrito de Barranco a través de la información que contiene la guía turística.

Con respecto a las imágenes, se mencionó líneas atrás que acá entran las fotografías e ilustraciones. Las fotografías en una guía turística deben mostrar de forma inmediata el lugar que se está presentando, utilizando los fundamentos del diseño y la diagramación, se muestra los lugares a través de fotografía de alto impacto. El mapa turístico, debe tener los lugares marcados de forma fácil de interpretar, sin ruido o elementos que pueden anular el mensaje o distraer al lector. Crone (1956), menciona que los mapas son un medio para transmitir ideas y conocimientos sobre el espacio, se presenta la forma de una parte de la Tierra y, con ello, se aprecia una imagen del paisaje (p. 15). Crone explica en un par de líneas que los mapas deben representar el lugar en un espacio bidimensional, término visto por Cumpa al definir la diagramación y el mensaje.

Teniendo definido el producto gráfico, se pasó a definir el tema que irá en la pieza gráfica y al ser el distrito de Barranco la localidad elegida, es necesario saber a qué lugares en específico dentro del distrito se aplicará la investigación. Teniendo varios temas por colocar dentro de la guía con respecto a este lugar, es mejor enfocarse en solo la parte histórica y cultural, ya que esa es la información que necesita el perfil del público investigado y que forman parte del patrimonio del distrito. Para esto, Tord (2015) dice que Barranco es una localidad que en la actualidad aún conserva su tradición cultural y sus construcciones históricas (p. 157). La pieza gráfica que se realizó, tuvo contenido en el ámbito cultural y tradicional de Barranco ampliando el mensaje que se quiere transmitir.

La guía turística a realizada tiene un contenido de interés para el público objetivo de la investigación, sabiendo que la actividad que realiza el turista que visita Lima y Barranco es en su gran mayoría el turismo cultural, entonces es necesario facilitar información acerca del ámbito cultural que tiene el distrito, ayudando a despertar su interés en recorrer estos lugares y conocer sobre cultura e historia. Para llegar a definir qué tipo de patrimonio tiene Barranco, se investigó fuentes locales para conocer la clasificación de los lugares históricos del distrito, por lo que el Diagnóstico Cultural de Barranco (2016) de la Municipalidad de Barranco afirma que el distrito cuenta con obras, construcciones y espacios con valor histórico – cultural, por lo que se está en buen camino. Así mismo el Ministerio de Cultura (1999) mantiene una lista con los monumentos en todo Lima que son considerados patrimonio cultural, teniendo los lugares turísticos, museos, tiendas de artesanía, ranchos, casas históricas, centros culturales, etc. nombrados como patrimonio histórico y cultural. Este es el punto de partida para escoger el tema del producto de acuerdo al perfil del público objetivo y lo que tiene Barranco.

Entonces, según la UNESCO (2014), el Patrimonio Cultural es un legado de recursos que se recibe del pasado de forma material o inmaterial y que tiene significado histórico, que puede ser transmitida a futuras generaciones (p. 134). A su vez, UNESCO divide estos patrimonios en Monumentos, Conjuntos y Lugares Históricos de acuerdo a su valor universal, siendo elegido los lugares históricos como dimensión de estudio.

La definición de lugares históricos según UNESCO (2014) se refiere a las construcciones hechas por el ser humano y también por la naturaleza y estos espacios deben tener valor histórico. Estos lugares tienen relación con el distrito en cuestión, Barranco, ya que es una localidad que en la actualidad preserva sus tradiciones culturales y monumentos históricos (Tord, 2015, p. 157). Con estas teorías, es más claro que el producto a diseñar puede tomar un rumbo correcto si desea comunicar información histórica de los patrimonios culturales de Barranco.

Dentro de los lugares históricos de acuerdo a la definición de UNESCO, podemos limitar a los atractivos turísticos y museos, ya que estos lugares preservan la identidad cultural de Barranco y obras históricas. De acuerdo a los atractivos turísticos, Quesada (2010) y Acerenza (1984), definen que son todos aquellos recursos que motivan y generan

interés en el turista para desplazarse hacia un destino turístico y satisfacer todos sus deseos de viaje. Quesada, visto anteriormente para definir el producto de investigación, vuelve a aparecer en este apartado, ya que es un autor que sabe sobre turismo, y Acerenza es otro autor especializado en temas como la investigación de mercados, la planificación turística, productos turísticos, etc.

Los museos son instituciones sin fines lucrativos al servicio público que adquiere, conserva, estudia, expone y difunde el patrimonio material, inmaterial, natural y cultural (UNESCO, 2012, p. 17). Esto quiere decir que los museos son espacios donde se puede encontrar parte del patrimonio cultural de una localidad en sus obras, fotografías, esculturas, pinturas, etc. Barranco es un lugar que cuenta con varios museos y expone este arte y patrimonio en varias ramas.

Como segunda dimensión se eligió a los Bienes culturales, siendo los artísticos y los históricos como indicadores. UNESCO define a los bienes culturales como aquellos bienes que son designados específicamente como importante para la arqueología, la historia, la literatura, el arte o la ciencia (p. 135). Dentro de los bienes culturales encontramos muchas divisiones, pero solo se va a enfocar en los bienes artísticos y bienes históricos.

Los bienes artísticos son aquellos bienes que pueden estar hechos a mano, arte estatuario y de escultura en cualquier material. (UNESCO, 2012, p. 135) y los bienes históricos y archivos son aquellos que tiene inclusión en la historia de las ciencias, historia militar o historia social, artistas nacionales y materiales fotográficos y/o cinematográficos (p. 135). Estos bienes se relacionan muy bien con el tema propuesto para elaborar la guía turística y el lugar escogido para la investigación, ya que Barranco tiene cultura, arte e historia por donde se mire, ya sea de lugares, escultura, pinturas, obras en museos, etc.

Con respecto a la comunicación visual, emitir un mensaje de forma correcta es organizando adecuadamente los elementos que conforman un pieza gráfica con la información necesaria para su correcto entendimiento y que tenga una reacción positiva. El diseño gráfico cumple un rol fundamental en la comunicación, y cada pieza comunica mensajes distintos para cada sector.

Munari (1996), nos define a la comunicación visual es lo que podemos ver, puede ser intencional al transmitir un mensaje con información precisa o casual cuando no se tiene la intención de transmitir un mensaje; es por ello que se debe considerar el entorno, el soporte y la información para evitar el ruido visual y enfatizar la importancia de proyectar un mensaje claro (p. 85). En palabras propias, la comunicación visual es la forma en que se recibe e interpreta un mensaje visualmente, tomando en cuenta otros factores como las interferencias. Munari mismo afirma que la comunicación visual puede tener al menos dos distinciones: intencional y casual. La intencional es aquella que te emite el mensaje de forma clara y precisa con la intención de que recibas el significado del mensaje directamente. En cambio la casual es interpretada libremente, sin intención de informarte o advertirte de algo. La comunicación visual intencional se examinan bajo dos aspectos: La información práctica y la información estética. La información práctica es entendida como un dato básico que podemos deducir y entender a simple vista, en cambio la información estética se entiende al mensaje o información que llega de forma artística. En la presente investigación, solo se trabajó con la comunicación visual intencional, porque se desea comunicar un mensaje de forma premeditada.

Reforzando ésta idea, el mismo Munari (p. 82), menciona que la comunicación visual es recibir mensajes de forma visual. Un emisor transmite mensajes y un receptor los recibe, pero hay que tener en cuenta que el mensaje viaja en un ambiente lleno de interferencias, que pueden alterar o anular el mensaje. Cada receptor tiene lo que puede llamarse filtros por donde viaja el mensaje y el mismo Munari afirma que son tres y son llamados: sensoriales, operativos y culturales.

Los mensajes visuales son toda la información visual que se emite desde un medio hacia un receptor y que está sujeta a interferencias (Munari, 1996, p.82), es decir, que el mensaje no llega de forma completa hacia el emisor porque se encuentra con barreras que cambian el sentido del mensaje que se desea transmitir, estas barreras pueden ser gráficos mal posicionados, colores saturados, etc.

Las interferencias visuales pueden ser aspectos que pueden anular un mensaje (Munari, 1996, p. 82). Esto quiere decir que hay cosas que siempre interrumpen la comprensión del mensaje. El ruido visual puede afectar la recepción de alguna información

o hacer que mal interpretemos el mismo. También hay otros aspectos que pueden dificultar o mejorar el acto de comunicación, si se conoce ciertos códigos como iconos, signos o símbolos. Todo ello nos lleva a uno de los filtros mencionados, el cultural, que se dice que hay elementos que podemos reconocer porque forma parte de nuestro universo cultural. (Munari, 1996, p. 84).

Al diseñar se debe tener en cuenta el soporte visual en el que se va a plasmar el mensaje, y como se mencionó en la parte de diseño de guía turística, el producto que se presentó es un libro y un folleto, por lo cual Munari define a los soportes visuales como el conjunto de elementos que hacen visible el mensaje que se desea transmitir (p. 84), estos elementos son la forma, la estructura, la textura, la simetría, los contrastes, no se entrará en detalles de cada uno, simplemente se toma a todos en conjunto para definir el material del producto. Resaltando la textura, porque se mide a través del material que se utilizó para cada producto, libro y folleto.

La tarea del diseñador no es sólo la de facilitar la gestión de la vida cotidiana, sino también la de educar a través de la promoción de ciertas estructuras visuales que están asociadas a sistemas de valores. (Frascara, 2011). Los colores y las formas que reciben nuestros sentidos están organizados para que reaccionemos positiva o negativamente frente a una imagen y generar una acción posterior. Esto favorece a una correcta comunicación visual y una recepción de información duradera y agradable. Lo que menciona Frascara refuerza la idea de relación entre las dos variables de estudio, por un lado observa que el uso correcto de elementos ayuda a una mejor estructuración de piezas gráficas y por ende, la comunicación mejora. El emisor y el receptor deben estar conscientes que el mensaje debe ir por un canal adecuado para que pueda ser recibido de forma positiva, si no es así, el mensaje se perderá y ninguno habrá cumplido con la finalidad de la comunicación.

1.4 Formulación del problema

1.4.1 Pregunta general:

¿Cuál es la relación entre el diseño de una guía turística del patrimonio de Barranco y la comunicación visual en turistas mayores de 18 años en Barranco, Lima 2018?

1.4.2 Preguntas específicas:

- ¿Cuál es la relación entre la diagramación y la comunicación visual en turistas mayores de 18 años en Barranco, Lima 2018?
- ¿Cuál es la relación entre los elementos y la comunicación visual en turistas mayores de 18 años en Barranco, Lima 2018?
- ¿Cuál es la relación entre los lugares históricos y la comunicación visual en turistas mayores de 18 años en Barranco, Lima 2018?
- ¿Cuál es la relación entre los bienes culturales y la comunicación visual en turistas mayores de 18 años en Barranco, Lima 2018?

1.5 Justificación del estudio

Como un lugar turístico y centro histórico, el distrito de Barranco recibe a miles de turistas cada año, tanto nacionales como extranjeros, esto genera un incremento en el desarrollo socio-cultural que favorece a la economía y fomenta el turismo en el país. Pero también como un recinto de visitas se puede observar que hace falta algo más que pueda ofrecer como complemento de información y de esta forma ayudar con el desarrollo e incremento del turismo.

Como está especificado en el apartado de realidad problemática, el perfil del turista al que se dirige el proyecto de investigación necesita información que satisfaga de cierta forma sus deseos de conocer los lugares turísticos y culturales del distrito, se busca facilitar información de valor hacia el visitante para mejorar su experiencia de viaje y que conozca el lugar que visita a través de una pieza gráfica que comunique de forma visual y atractiva. Adicionalmente, se debe mencionar que el perfil y el rango de edad superan los 35 años, pero se trabajará con turistas a partir de 18 años en adelante para no descartar a nadie y tomar todas las respuestas y recomendaciones por igual.

Contando con los recursos teóricos necesarios para conocer y resolver el problema suscitado, se puede seguir al siguiente paso y desarrollar la pieza gráfica que será aplicada a la unidad de estudio con el fin de conocer el nivel de relación entre una pieza gráfica y la comunicación visual, proporcionando información útil e histórica de la localidad al turista mediante una guía turística elaborada con la composición y elementos atractivos, la cual pueda ser agradable de leer, con facilidad de uso, con identidad visual al utilizar los colores corporativos y que pueda llevarse consigo como recuerdo de su experiencia.

La investigación a realizada fue posible llevarse a cabo y puede aumentar mucho su productividad si se cuenta con el financiamiento adecuado, por tanto es viable. La guía turística estará dividida en piezas por separado que en conjunto formarán un libro de tapa dura que será ofrecido como producto final al público, obviamente la pieza final debe estar financiada por parte de una editorial, que se utilizan las piezas separadas para ejecutar el proyecto de investigación. Dichas piezas por separado pueden entregarse en el departamento de turismo como parte de la promoción de los atractivos turísticos y museos del distrito.

Los recursos son manejables para el diseño, elaboración y desarrollo de las piezas necesarias para la investigación, también se cuenta con el permiso previamente autorizado por parte del departamento de turismo de Barranco ya que el investigador suele colaborar como voluntario en las oficinas de turismo. De acuerdo al término de la investigación, los resultados obtenidos y los conocimientos teóricos utilizados, este proyecto podrán ser de mucha ayuda para futuras investigaciones y solucionar problemas similares a los que aquí se presentan, mejorando en parte el desarrollo turístico por medio de la comunicación visual. Esto con el fin de mejorar la experiencia de viaje de los turistas y que se lleven un recuerdo gráfico de alta calidad.

1.6 Hipótesis

1.6.1 Hipótesis General:

Hi: Existe relación entre el diseño de una guía turística del patrimonio de Barranco y la comunicación visual en turistas mayores de 18 años en Barranco, Lima 2018.

Ho: No existe relación alguna entre el diseño de una guía turística del patrimonio de Barranco y la comunicación visual en turistas mayores de 18 años en Barranco, Lima 2018.

1.6.2 Hipótesis Específicas:

Hi1: Existe relación entre la diagramación y la comunicación visual en turistas mayores de 18 años en Barranco, Lima 2018.

Ho: No existe relación alguna entre la diagramación y la comunicación visual en turistas mayores de 18 años en Barranco, Lima 2018.

Hi2: Existe relación entre los elementos y la comunicación visual en turistas mayores de 18 años en Barranco, Lima 2018.

Ho: No existe relación alguna entre los elementos y la comunicación visual en turistas mayores de 18 años en Barranco, Lima 2018.

Hi3: Existe relación entre los lugares históricos y la comunicación visual en turistas mayores de 18 años en Barranco, Lima 2018.

Ho: No existe relación alguna entre los lugares históricos y la comunicación visual en turistas mayores de 18 años en Barranco, Lima 2018.

Hi4: Existe relación entre los bienes culturales y la comunicación visual en turistas mayores de 18 años en Barranco, Lima 2018.

Ho: No existe relación alguna entre los bienes culturales y la comunicación visual en turistas mayores de 18 años en Barranco, Lima 2018.

1.7 Objetivos

1.7.1 Objetivo general:

Determinar la relación entre el diseño de una guía turística del patrimonio de Barranco y la comunicación visual en turistas mayores de 18 años en Barranco, Lima 2018.

1.7.2 Objetivos específicos:

- Determinar la relación entre la diagramación y la comunicación visual en turistas mayores de 18 años en Barranco, Lima 2018.
- Determinar la relación entre los elementos y la comunicación visual en turistas mayores de 18 años en Barranco, Lima 2018.
- Determinar la relación entre los lugares históricos y la comunicación visual en turistas mayores de 18 años en Barranco, Lima 2018.
- Determinar la relación entre los bienes culturales y la comunicación visual en turistas mayores de 18 años en Barranco, Lima 2018.

CAPÍTULO II
MÉTODO

II. MÉTODO

2.1. Diseño de Investigación

El tipo de investigación es aplicada, ya que tiene la posibilidad de tomar nuevas teorías en el marco teórico para resolver problemas similares a los que se presentan. Es de nivel correlacional ya que se buscó medir el nivel de relación entre las variables de estudio mediante un patrón predecible para un grupo o población (p. 93). El diseño de investigación es no experimental cuantitativa, porque primero se realizó un levantamiento de datos a través de un instrumento de recolección sin manipular deliberadamente ninguna variable para observar el fenómeno en su ambiente natural y posteriormente poder analizarlo estadísticamente (p. 152). Es de periodo transversal o transeccional porque se recolectaron los datos con el propósito de describir las variables y analizar su incidencia e interrelación en un tiempo único (p. 154).

2.2. Variables y Operacionalización

La presente investigación contó con 2 variables de estudio, las cuales son definidas por como propiedades susceptibles a medirse, observarse y adquieren un valor para relacionarse con otras variables, aplicándose a personas u otros seres vivos, objetos, hechos y fenómenos (Hernández, Fernández y Baptista, 2014, p. 105). Además, las variables de investigación son cualitativas nominales ya que no pueden ser medidas en términos de cantidad (Canales, De Alvarado y Pineda, 1986, p. 61), y de escala nominal porque no tienen jerarquía, sino que se les asigna un valor para poder medirlo (p. 111).

Estas variables son:

- Variable 1: Diseño de guía turística del patrimonio de Barranco
- Variable 2: Comunicación visual

Operacionalización de Variables

Según Hernández, Fernández y Baptista (2014), la operacionalización de variables se fundamenta en la definición conceptual y operacional de la variable que cuando se construye un instrumento, el proceso más lógico para hacerlo es transitar de la variable a sus

dimensiones o componentes, luego a los indicadores y finalmente a los ítems (p. 211). Este es el proceso por el que se subdividieron las variables de estudio.

Tabla N°1: Operacionalización de Variables

VARIABLE 1	DIMENSIONES	INDICADORES
DISEÑO DE GUÍA TURÍSTICA	Diagramación	Color
		Tipografía
		Jerarquización
	Elementos	Texto
		Imágenes
PATRIMONIO DE BARRANCO	Lugares históricos	Atractivos turísticos
		Museos
	Bienes culturales	Bienes artísticos
		Bienes históricos y archivos

VARIABLE 2	DIMENSIONES	INDICADORES
COMUNICACIÓN VISUAL	Comunicación Visual Intencional	Comunicación visual estética
		Comunicación visual práctica
	Mensajes Visuales	Filtros culturales
		Soporte visual

Fuente: Elaboración propia

2.3. Población y Muestra

2.3.1 Población

La población según Hernández, Fernández y Baptista (2014) es el conjunto total de casos que concuerdan con determinadas especificaciones (p. 174), es decir, es el conjunto total del público objetivo al que va dirigida la investigación. Entonces, la población está conformada por turistas mayores de 18 años en Barranco, siendo una población infinita ya que la cantidad de personas que se solicitan información y se registran en la oficina de turismo de Barranco no es constante durante todos los meses y el flujo es variado durante el día.

2.3.2 Muestra

Según Hernández, Fernández y Batista (2014), la muestra es un pequeño conjunto extraído de la población y la que se ofrece para recolectar los datos y representar a la población (p. 175). En el presente caso, la muestra está conformada por 267 turistas mayores de 18 años que llegan al departamento de turismo de Barranco. La muestra de este proyecto se halló mediante el uso de la fórmula para poblaciones infinitas, utilizando el 95% (1.96) de confianza y un máximo de error permitido del 6% (0.06), con el propósito de obtener un promedio de muestra en el que sea viable aplicar la recolección de datos en el tiempo académico determinado.

$$\begin{aligned} Z &= 95\% = 1.96 & q &= 5\% = 0.5 \\ p &= 5\% = 0.5 & e &= 6\% = 0.06 \end{aligned}$$

$$n = \frac{Z^2 * p * q}{e^2}$$

$$n = \frac{(1.96)^2 * 0.5 * 0.5}{(0.06)^2}$$

$$n = \frac{0.9604}{0.0036}$$

$$n = 266.77 = 267$$

2.3.3. Muestreo

Hernández, Fernández y Baptista (2014) determina que el muestreo es la forma en cómo se elige a la muestra de estudio para ejecutar la recolección de datos (p.175). En el presente caso, el muestreo es no probabilístico debido a que no todos los sujetos de la población tienen la misma probabilidad de ser escogidos para formar parte de la muestra de estudio y por tener población infinita. El método no probabilístico utilizado es el muestreo voluntario y cadena, ya que fue la muestra la que se acercó a la oficina de turismo de Barranco a solicitar información y se aprovechó el

momento para aplicar el cuestionario y su vez, los que vinieron en grupo me llevaron ellos para poder seguir aplicando el trabajo de campo.

2.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad

2.4.1 Técnica

La técnica empleada para la investigación fue la de una encuesta, el cual se aplicará a la muestra según la fórmula a futuro sobre el diseño de guía turística del patrimonio de Barranco y la comunicación visual. Hernández, Fernández y Batista (2014), afirman que los cuestionarios son un conjunto de preguntas respecto a una o más variables a medir y debe ser congruente con el planteamiento del problema e hipótesis de investigación (p. 217).

Tabla N°2

Resumen de procesamiento de casos

		N	%
Casos	Válido	267	100,0
	Excluido ^a	0	,0
	Total	267	100.0

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

Fuente: Elaboración propia

2.4.2 Instrumento

Se utilizó una encuesta en forma de cuestionario con 14 preguntas, donde 10 de esas preguntas pertenecen a los indicadores de la primera variable y 4 preguntas a los indicadores de la segunda variable, con 5 alternativas de respuesta medidas en escala de Likert.

Las respuestas fueron formadas en la siguiente escala:

- 1) En desacuerdo.
- 2) Poco de acuerdo.
- 3) Ni de acuerdo, ni en desacuerdo.
- 4) De acuerdo.
- 5) Completamente de acuerdo.

2.4.3 Validez

Según Hernández, Fernández y Batista (2014), la validez viene a ser el grado en que un instrumento logra medir de forma verdadera la variable (p. 200). El tipo de validez aplicado es el de expertos, ya estuvo a cargo de 3 conocedores en el tema, los cuales evaluaron el instrumento sobre las variables que se emplearon dentro de esta investigación (p. 204). Luego, se realizó la prueba binomial utilizando el software IBM SPSS Statistics 23.

Tabla N°3: Prueba Binomial

Prueba binomial						
	Categoría	N	Prop. observada	Prop. de prueba	Significación exacta (bilateral)	
JESSICA RODARTE SANTOS	SI	10	.91	.50	.012	
	NO	1	.09			
	Total	11	1.00			
JUAN TANTA RESTREPO	SI	10	.91	.50	.012	
	NO	1	.09			
	Total	11	1.00			
ROCIO BERNAZA ZAVALA	SI	10	.91	.50	.012	
	NO	1	.09			
	Total	11	1.00			

Fuente: Elaboración propia

La prueba binomial determinó que el juicio de expertos fue correcto ya que la validez del contenido debe ser menor a 0.05. Dando como resultado obtenido 0.012, por tanto, se afirma que el instrumento de recolección de datos fue válido.

2.4.4 Confiabilidad

La confiabilidad, según Hernández, Fernández y Batista (2014), es el grado en que un instrumento produce resultados consistentes (p. 200), y se comprobó utilizando el coeficiente Alfa de Cronbach, para analizar si las preguntas son adecuadas para ejecutar la investigación.

X = Alfa de Cronbach

- X = 0** tiene confiabilidad nula
- X < 0.25** tiene confiabilidad muy baja
- X => 0.25** tiene confiabilidad baja
- X = 0.50** tiene confiabilidad regular
- X => 0.75** tiene confiabilidad aceptable
- X => 0.90** tiene confiabilidad elevada
- X = 1** tiene confiabilidad perfecta

Tabla N°4: Fiabilidad estadística de Alfa de Cronbach

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,849	14

Fuente: Elaboración propia

Interpretación:

Teniendo como resultado un valor de 0,849, se afirma que el instrumento es aceptable. Hernández (2014), menciona que si el resultado posee un puntaje menor a 0,25 es de baja confiabilidad y si supera los 0,75 la confiabilidad del instrumento es aceptable, por tanto, se puede aplicar a la muestra de estudio.

2.5 Métodos de Análisis de Datos

La presente investigación fue analizado por 2 análisis estadísticos: análisis descriptivos (por ítem) e inferenciales (prueba de hipótesis Chi-cuadrado).

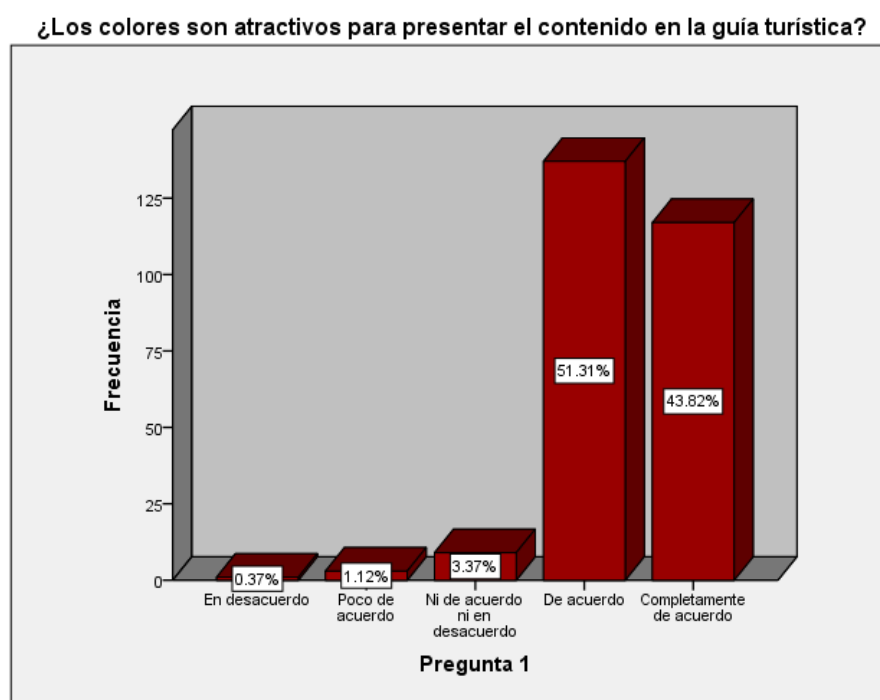
2.5.1 Análisis descriptivo

Tabla N°5: Tabla de frecuencia de la pregunta 1

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En desacuerdo	1	0.4	0.4	0.4
	Poco de acuerdo	3	1.1	1.1	1.5
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	9	3.4	3.4	4.9
	De acuerdo	137	51.3	51.3	56.2
	Completamente de acuerdo	117	43.8	43.8	100.0
Total		267	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración propia

Gráfico N°1: Pregunta del indicador 1 - “Color”



Interpretación:

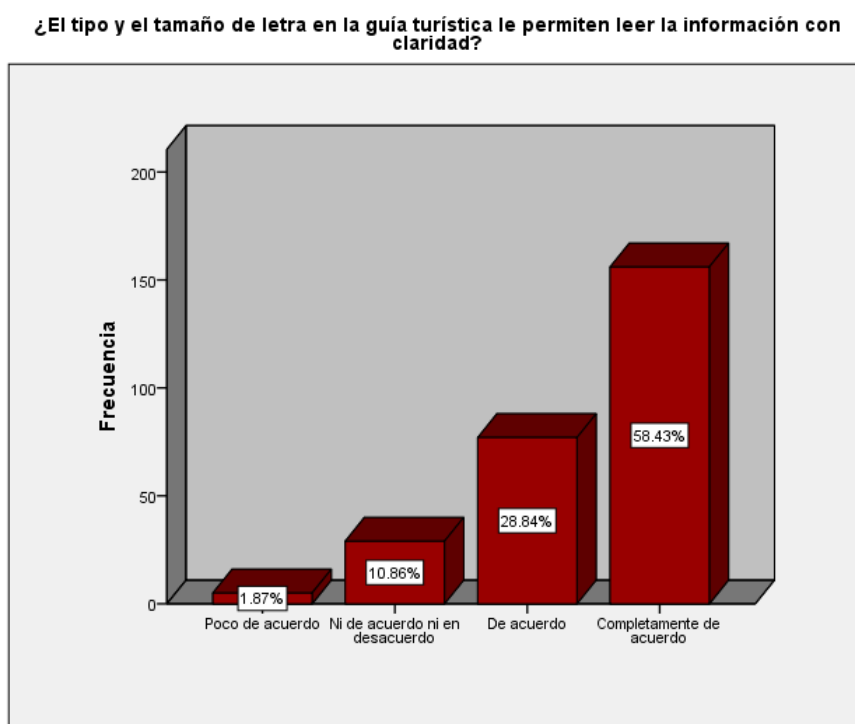
En la presente tabla y gráfico se observa que un 51,3% están de acuerdo en que los colores de la guía turística son atractivos para presentar el contenido, esto representa la mayoría de encuestados, seguido de un 43,8% que dicen están completamente de acuerdo con los colores propuestos en el producto final. Mientras que un 0,4% están en desacuerdo con los colores propuestos de la guía turística. Esto significa que la elección de los colores han sido en su mayoría los correctos tomando en cuenta los colores del logo de Barranco: Cultura, tradición y turismo.

Tabla N°6: Tabla de frecuencia de la pregunta 2

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Poco de acuerdo	5	1.9	1.9	1.9
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	29	10.9	10.9	12.7
	De acuerdo	77	28.8	28.8	41.6
	Completamente de acuerdo	156	58.4	58.4	100.0
	Total	267	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración propia

Gráfico N°2: Pregunta del indicador 2 - “Tipografía”



Interpretación:

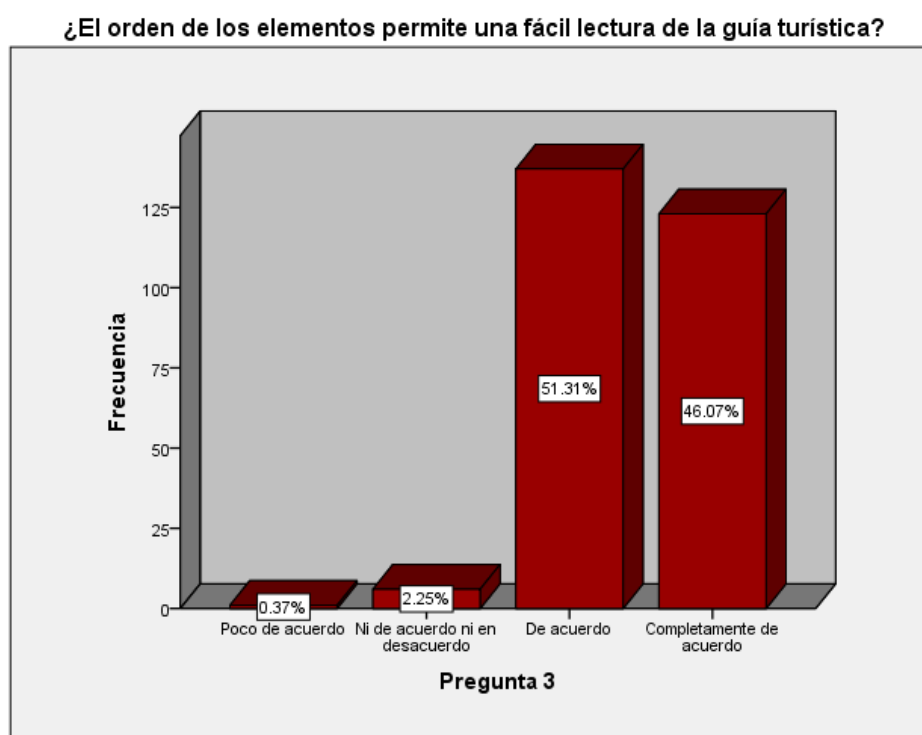
La presente tabla muestra que un 58,4% está completamente de acuerdo y un 28,8% está de acuerdo con el tamaño y el tipo de letra utilizado para la guía turística. Mientras que un 1,9% está poco de acuerdo con el tipo y tamaño de letra utilizado en la guía turística. Esto quiere decir que la elección de la tipografía es la correcta y la legibilidad de la misma está bien presentada para la gran mayoría de los encuetados.

Tabla N°7: Tabla de frecuencia de la pregunta 3

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Poco de acuerdo	1	0.4	0.4	0.4
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	6	2.2	2.2	2.6
	De acuerdo	137	51.3	51.3	53.9
	Completamente de acuerdo	123	46.1	46.1	100.0
	Total	267	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración propia

Gráfico N°3: Pregunta del indicador 3 - “Jerarquización”



Interpretación:

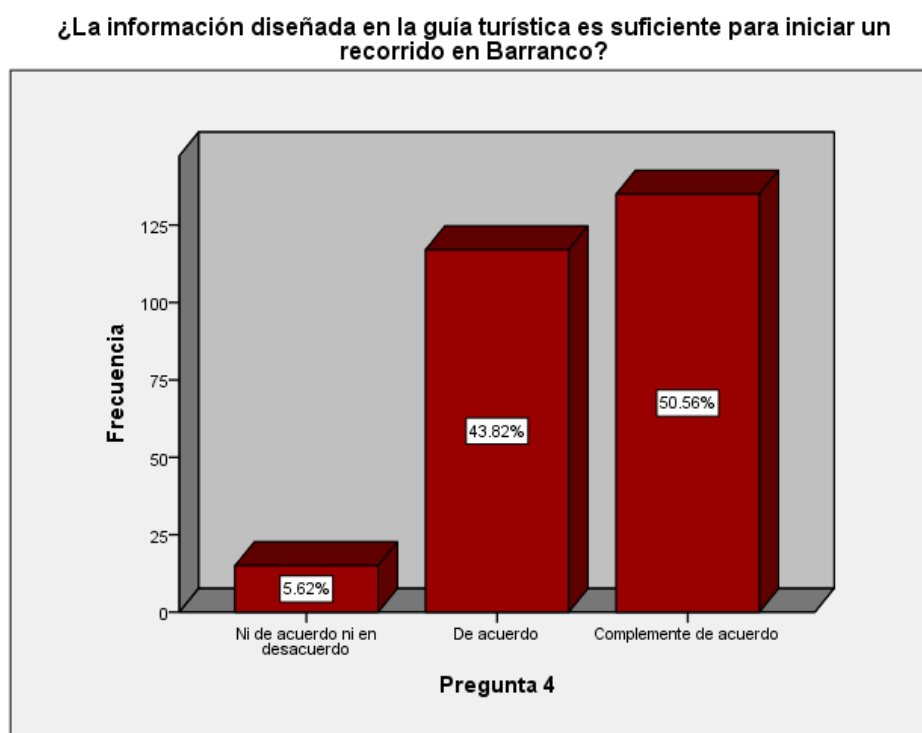
La presente tabla muestra que un 51,3% está completamente de acuerdo con el orden de los elementos en el diseño de la guía turística, y un 46,1% están muy de acuerdo, esto representa la mayoría de encuestados. Mientras que un 0,4% estuvieron poco de acuerdo con el orden de los elementos en la guía. Esto significa que la composición, jerarquización y el orden de los elementos colocados en la guía turística, permite una fácil lectura de la información.

Tabla N°8: Tabla de frecuencia de la pregunta 4

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	15	5.6	5.6	5.6
	De acuerdo	117	43.8	43.8	49.4
	Complemente de acuerdo	135	50.6	50.6	100.0
Total		267	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración propia

Gráfico N°4: Pregunta del indicador 4 - "Texto"



Interpretación:

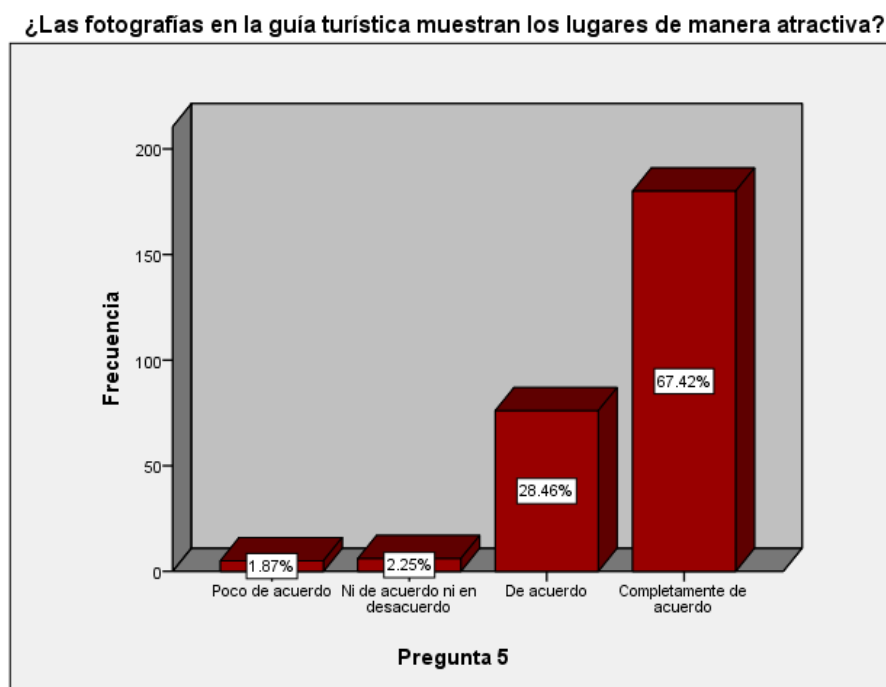
La presente tabla muestra que un 50,6% están completamente de acuerdo con el diseño y la cantidad de información en la guía turística, esto representa la mayoría de encuestados. Mientras que un 5,6% tiene una opinión neutra acerca de la información presentada en la guía turística. Esto significa que el diseño y la información en la guía turística son suficientes para recorrer el distrito de Barranco.

Tabla N°9: Tabla de frecuencia de la pregunta 5

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Poco de acuerdo	5	1.9	1.9	1.9
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	6	2.2	2.2	4.1
	De acuerdo	76	28.5	28.5	32.6
	Completamente de acuerdo	180	67.4	67.4	100.0
	Total	267	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración propia

Gráfico N°5: Pregunta del indicador 5 - “Imágenes”



Interpretación:

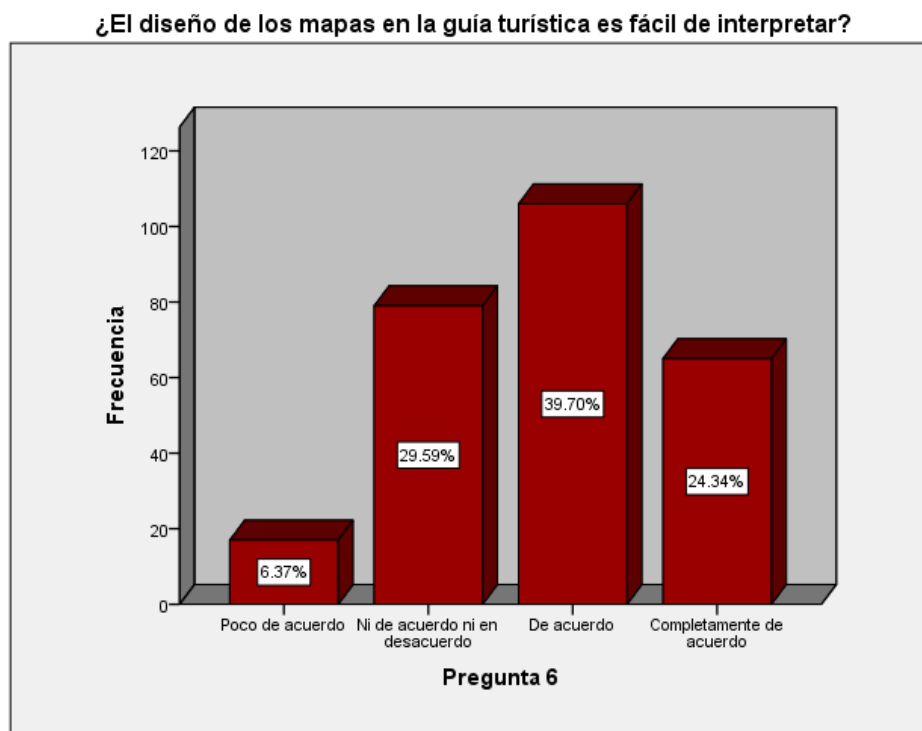
La presente tabla muestra que un 67,4% está completamente de acuerdo con las fotografías utilizadas en la guía turística, esto representa la mayoría de encuestados. Mientras que un 1,9% están un poco de acuerdo con las fotografías presentadas en la guía turística. Esto significa que la elección de las fotografías para la guía turística, fueron en su mayoría correctas para mostrar los lugares de manera atractiva.

Tabla N°10: Tabla de frecuencia de la pregunta 6

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Poco de acuerdo	17	6.4	6.4	6.4
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	79	29.6	29.6	36.0
	De acuerdo	106	39.7	39.7	75.7
	Completamente de acuerdo	65	24.3	24.3	100.0
	Total	267	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración propia

Gráfico N°6: Pregunta del indicador 5 - “Imágenes”



Interpretación:

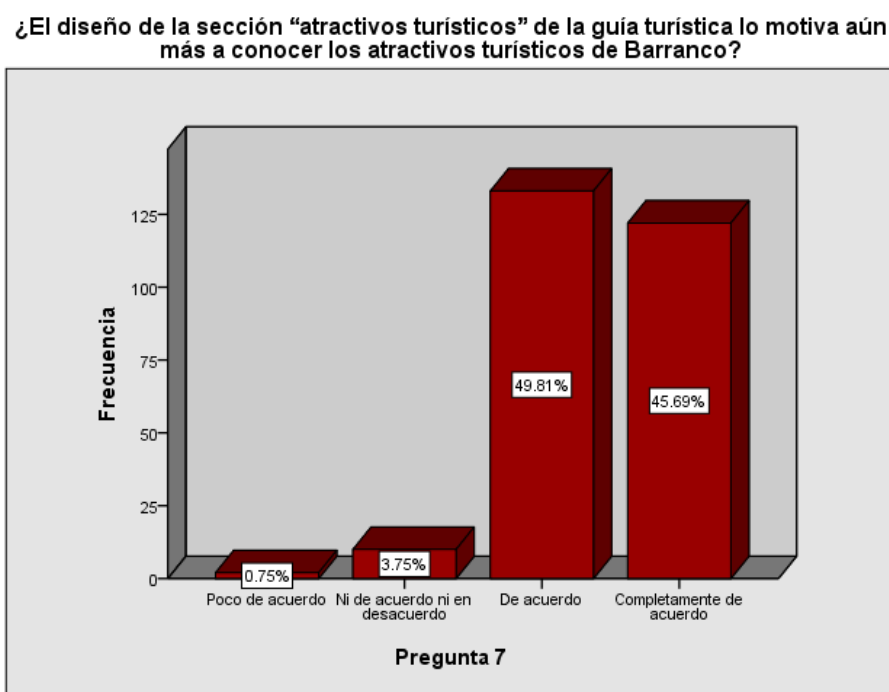
La presente tabla muestra que un 39,7% están de acuerdo que el diseño de los mapas en la guía turística son fáciles de interpretar, y un 29,6% no está de acuerdo ni en desacuerdo con el diseño de los mapas, esto representa la gran mayoría de encuestados. Mientras que un 6,4% están poco de acuerdo con el diseño de los mapas en la guía turística para interpretarla fácilmente. Esto quiere decir que hay opiniones variadas sobre el diseño de los mapas en la guía turística y su fácil interpretación.

Tabla N°11: Tabla de frecuencia de la pregunta 7

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Poco de acuerdo	2	0.7	0.7	0.7
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	10	3.7	3.7	4.5
	De acuerdo	133	49.8	49.8	54.3
	Completamente de acuerdo	122	45.7	45.7	100.0
	Total	267	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración propia

Gráfico N°7: Pregunta del indicador 6 - “Atractivos Turísticos”



Interpretación:

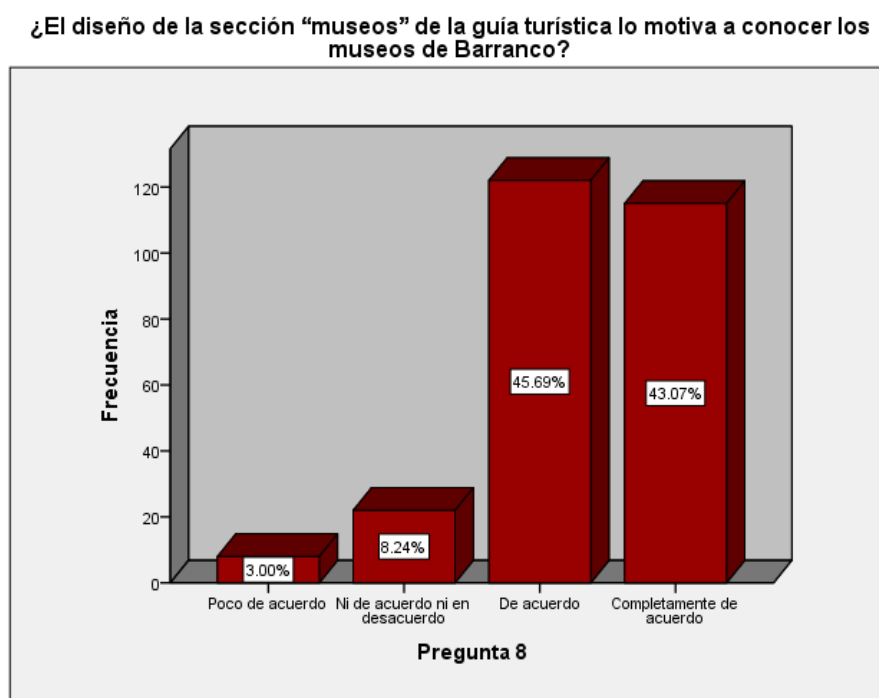
La presente tabla muestra que un 49,7% y un 45,7% están de acuerdo y completamente de acuerdo respectivamente en el que el diseño de la sección “atractivos turísticos” los motiva a conocer aún más los atractivos de Barranco. Mientras que un 0,7% está poco de acuerdo con el diseño de la sección “atractivos turísticos”. Esto significa que el diseño de la guía turística “atractivos turísticos” ha sido el correcto y funcional para que el turista tenga motivación de conocer los atractivos de Barranco.

Tabla N°12: Tabla de frecuencia de la pregunta 8

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Poco de acuerdo	8	3.0	3.0	3.0
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	22	8.2	8.2	11.2
	De acuerdo	122	45.7	45.7	56.9
	Completamente de acuerdo	115	43.1	43.1	100.0
	Total	267	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración propia

Gráfico N°8: Pregunta del indicador 7 - “Museos”



Interpretación:

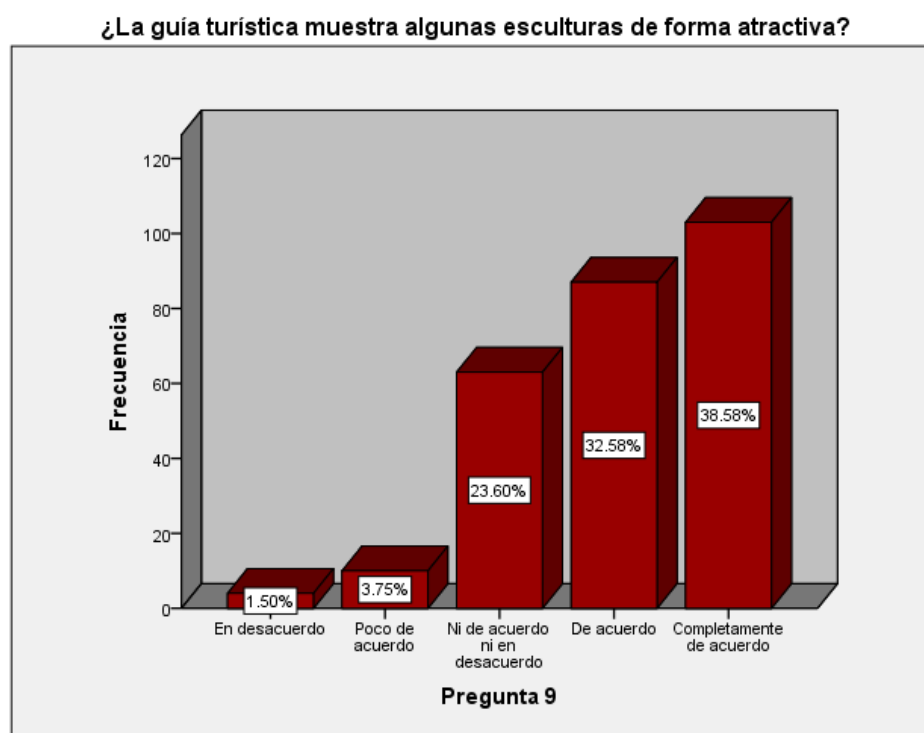
La presente tabla muestra que un 45,7% y un 43,1% están de acuerdo y completamente de acuerdo respectivamente en el que el diseño de la sección “museos” los motiva a conocer aún más los museos de Barranco. Mientras que un 3% está poco de acuerdo con el diseño de esta sección. Esto significa que el diseño de la guía turística “museos” ha sido el correcto y funcional para que el turista tenga motivación de conocer los museos de Barranco.

Tabla N°13: Tabla de frecuencia de la pregunta 9

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En desacuerdo	4	1.5	1.5	1.5
	Poco de acuerdo	10	3.7	3.7	5.2
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	63	23.6	23.6	28.8
	De acuerdo	87	32.6	32.6	61.4
	Completamente de acuerdo	103	38.6	38.6	100.0
Total		267	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración propia

Gráfico N°9: Pregunta del indicador 8 - “Bienes artísticos”



Interpretación:

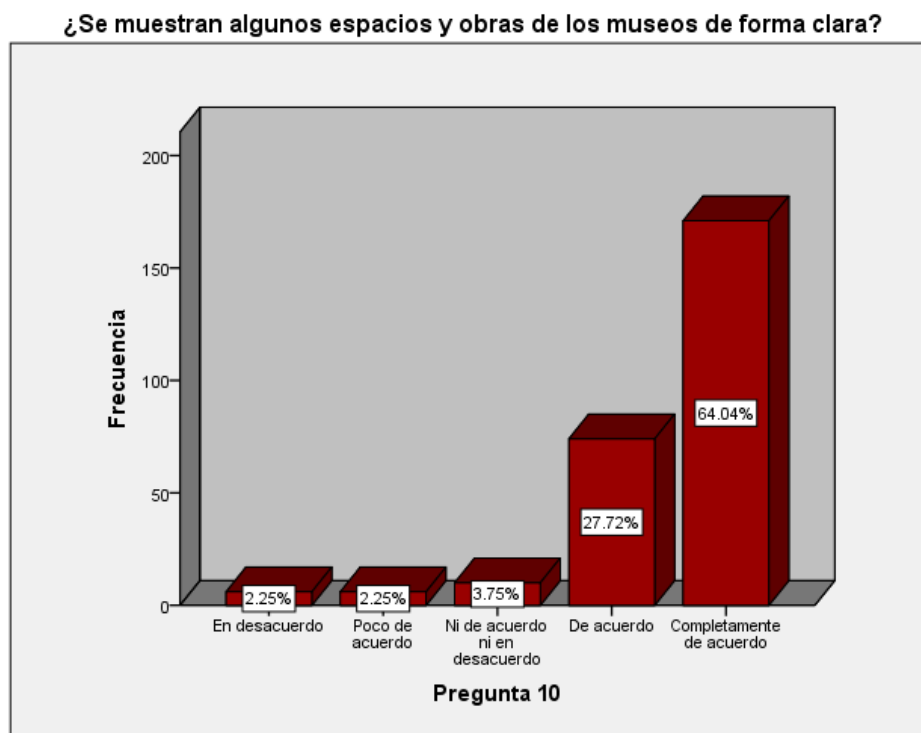
La presente tabla muestra que un 38,6% de los encuestados están completamente de acuerdo en que se la guía turística muestra algunas esculturas de forma atractiva, esto representa a la mayoría de encuestados. Mientras que un 1.5% está en desacuerdo, quiere decir que no pudieron observar esculturas en la guía turística, representando a la minoría de encuestados.

Tabla N°14: Tabla de frecuencia de la pregunta 10

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En desacuerdo	6	2.2	2.2	2.2
	Poco de acuerdo	6	2.2	2.2	4.5
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	10	3.7	3.7	8.2
	De acuerdo	74	27.7	27.7	36.0
	Completamente de acuerdo	171	64.0	64.0	100.0
Total		267	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración propia

Gráfico N°10: Pregunta del indicador 9 - “Bienes históricos y archivos”



Interpretación:

La presente tabla muestra que un 64% de los encuestados están completamente de acuerdo en que se la guía turística muestran algunos espacios y obras de los museos de forma clara, siendo una gran mayoría. Mientras que un 2,2% están en desacuerdo y poco de acuerdo en que se muestran algunos bienes, espacios y obras de los museos de forma clara.

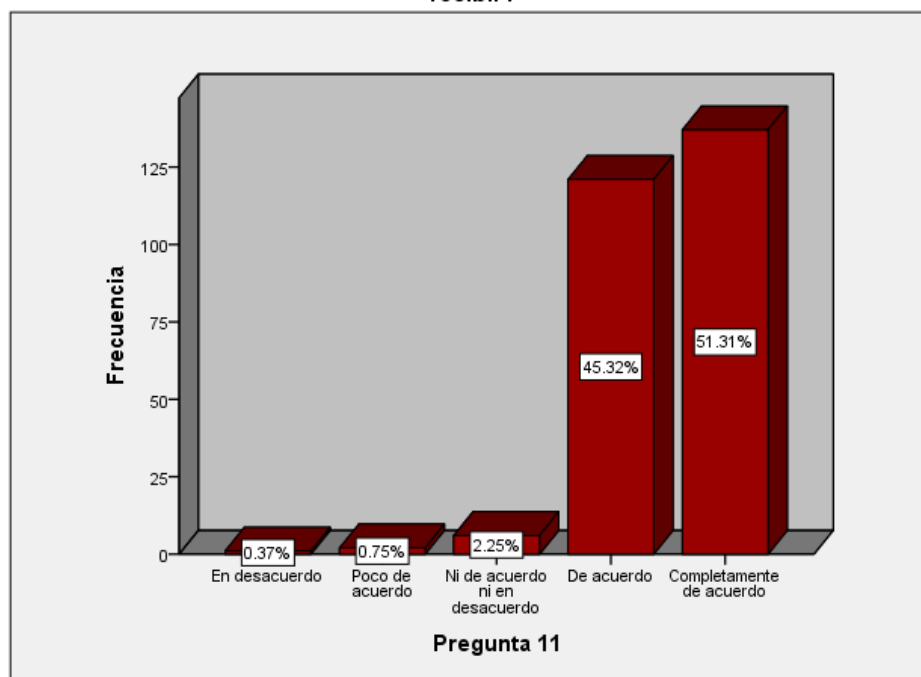
Tabla N°15: Tabla de frecuencia de la pregunta 11

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En desacuerdo	1	0.4	0.4	0.4
	Poco de acuerdo	2	0.7	0.7	1.1
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	6	2.2	2.2	3.4
	De acuerdo	121	45.3	45.3	48.7
	Completamente de acuerdo	137	51.3	51.3	100.0
Total		267	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración propia

Gráfico N°11: Pregunta del indicador 10 - “Comunicación visual estética”

¿El diseño de las secciones de la guía turística diferencia el tipo de información a recibir?



Interpretación:

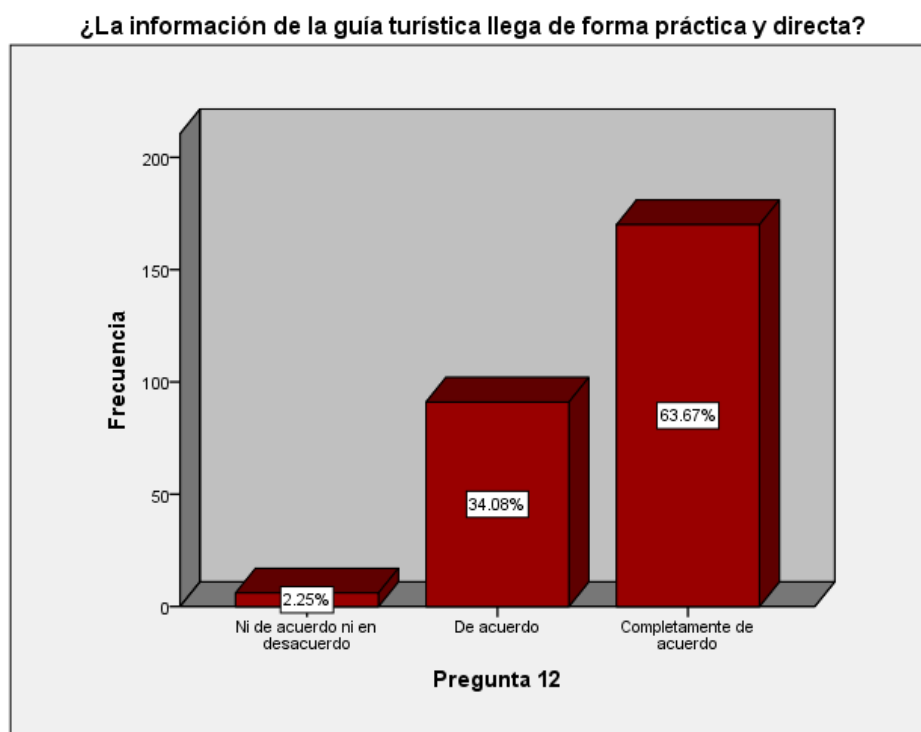
La presente tabla muestra que un 51,3% están completamente de acuerdo y un 45,3% están de acuerdo en que el diseño de las secciones de cada pieza ayudan a diferenciar el tipo de información, y esto representa a la gran mayoría de encuestados. Mientras que un 0,4% están en desacuerdo en que el diseño ayude a diferenciar los temas de la guía turística. Eso significa que el diseño de cada sección de la guía turística, no pierde la línea gráfica propuesta, pero la distribución de los elementos ayuda a diferenciar cada sección, sea atractivos, museos o anexos.

Tabla N°16: Tabla de frecuencia de la pregunta 12

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	6	2.2	2.2	2.2
	De acuerdo	91	34.1	34.1	36.3
	Completamente de acuerdo	170	63.7	63.7	100.0
	Total	267	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración propia

Gráfico N°12: Pregunta del indicador 11 - “Comunicación visual práctica”



Interpretación:

La presente tabla muestra que un 63,7% está completamente de acuerdo en que la información de la guía turística llega de forma práctica y directa, esto representa a la mayoría de encuestados. Mientras que un 2,2% no está ni de acuerdo ni en desacuerdo en que la información de la guía turística llega de forma práctica. Esto quiere decir que el diseño ayuda a que la información en la guía turística puede ser recibida de forma fácil y rápida, sin interferencias.

Tabla N°17: Tabla de frecuencia de la pregunta 13

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido				
Poco de acuerdo	1	0.4	0.4	0.4
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	12	4.5	4.5	4.9
De acuerdo	86	32.2	32.2	37.1
Completamente de acuerdo	168	62.9	62.9	100.0
Total	267	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración propia

Gráfico N°13: Pregunta del indicador 12 - “Filtros culturales”



Interpretación:

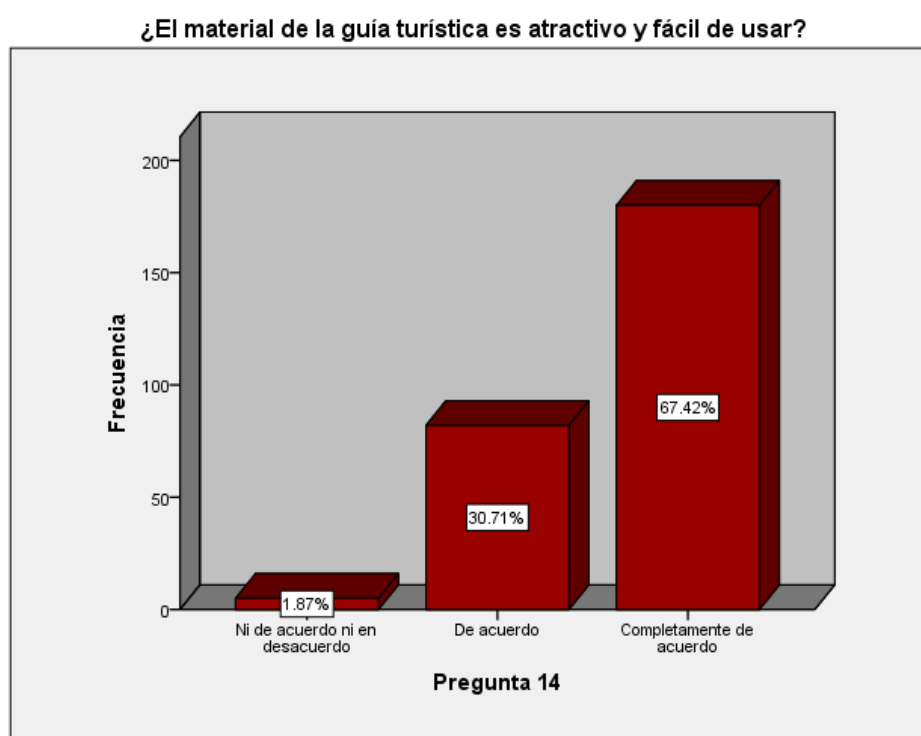
La presente tabla muestra que un 62,9% está completamente de acuerdo y un 32,2% estas muy de acuerdo en que los gráficos presentados en la guía turística son reconocibles, esto representa a la gran mayoría de encuestados. Por su parte, solo un 0,4% están en desacuerdo con los gráficos de la guía. Esto significa que los gráficos utilizados en la guía turística son reconocibles en casi todos los casos para los turistas que forman parte del estudio.

Tabla N°18: Tabla de frecuencia de la pregunta 14

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	5	1.9	1.9	1.9
	De acuerdo	82	30.7	30.7	32.6
	Completamente de acuerdo	180	67.4	67.4	100.0
	Total	267	100.0	100.0	

Fuente: Elaboración propia

Gráfico N°14: Pregunta del indicador 13 - “Mensaje visual”



Interpretación:

La presente tabla muestra que un 67,4% está completamente de acuerdo que el material utilizado en la guía turística es atractivo y fácil de usar, esto representa la mayoría de encuestados. Mientras que solo un 1,9% no está ni de acuerdo ni en desacuerdo con el material utilizado en la guía. Esto significa que el soporte y material utilizado en la elaboración de la guía turística es atractiva y de fácil uso, sea el folleto o el libro.

2.5.2 Análisis Inferencial

Para corroborar las hipótesis de investigación, se utilizó la prueba de hipótesis de Chi cuadrado de Pearson, ocupando las tablas cruzadas en el software IBM SPSS Statistics 23. De acuerdo a los valores obtenidos, se pasa a interpretar textualmente los resultados.

2.5.2.1. Contrastación de hipótesis general:

Hi: Existe relación entre el diseño de una guía turística del patrimonio de Barranco y la comunicación visual en turistas mayores de 18 años en Barranco, Lima 2018.

Ho: No existe relación alguna entre el diseño de una guía turística del patrimonio de Barranco y la comunicación visual en turistas mayores de 18 años en Barranco, Lima 2018.

Tabla N°19: Pruebas de Chi-cuadrado de Pearson 1

Pruebas de chi-cuadrado			
	Valor	gl	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	120.323^a	4	.000
Razón de verosimilitud	68.619	4	.000
Asociación lineal por lineal	55.953	1	.000
N de casos válidos	267		

Fuente: Elaboración propia

Interpretación:

Según el valor de significación asintótica (valor observado) de la prueba de Chi cuadrado de Pearson es de 0,000, es decir, es menor a 0,05, por tanto se rechaza la hipótesis nula (Ho) y se acepta la hipótesis de investigación (Hi), afirmando que existe relación entre las variables diseño de guía turística del patrimonio de Barranco y la comunicación visual en la unidad de análisis.

2.5.2.2. Contrastación de hipótesis específica 1:

Dimensión 1 de Variable 1: Diagramación

Variable 2: Comunicación visual

Hi1: Existe relación entre la diagramación y la comunicación visual en turistas mayores de 18 años en Barranco, Lima 2018.

Ho: No existe relación alguna entre la diagramación y la comunicación visual en turistas mayores de 18 años en Barranco, Lima 2018.

Tabla N°20: Pruebas de Chi-cuadrado de Pearson 2

Pruebas de chi-cuadrado			
	Valor	gl	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	39.359^a	6	.000
Razón de verosimilitud	28.131	6	.000
Asociación lineal por lineal	16.949	1	.000
N de casos válidos	267		

Fuente: Elaboración propia

Interpretación:

Según el valor de significación asintótica (valor observado) de la prueba de Chi cuadrado de Pearson es de 0,000, es decir, es menor a 0,05, por tanto se rechaza la hipótesis nula (Ho) y se acepta la hipótesis de investigación (Hi), afirmando que existe relación entre la primera dimensión de la variable 1, diagramación y la variable 2, comunicación visual, aplicada en la unidad de análisis.

2.5.2.3. Contrastación de hipótesis específica 2:

Dimensión 2 de Variable 1: Elementos

Variable 2: Comunicación visual

Hi2: Existe relación entre los elementos y la comunicación visual en turistas mayores de 18 años en Barranco, Lima 2018.

Ho: No existe relación alguna entre los elementos y la comunicación visual en turistas mayores de 18 años en Barranco, Lima 2018.

Tabla N°21: Pruebas de Chi-cuadrado de Pearson 3

Pruebas de chi-cuadrado			
	Valor	gl	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	48.567^a	4	.000
Razón de verosimilitud	33.342	4	.000
Asociación lineal por lineal	26.110	1	.000
N de casos válidos	267		

Fuente: Elaboración propia

Interpretación:

Según el valor de significación asintótica (valor observado) de la prueba de Chi cuadrado de Pearson es de 0,000, es decir, es menor a 0,05, por tanto se rechaza la hipótesis nula (Ho) y se acepta la hipótesis de investigación (Hi), afirmando que existe relación entre la segunda dimensión de la variable 1, elementos, y la variable 2, comunicación visual, aplicada en la unidad de análisis.

2.5.2.4. Contrastación de hipótesis específica 3:

Dimensión 3 de Variable 1: Lugares históricos

Variable 2: Comunicación visual

Hi3: Existe relación entre los lugares históricos y la comunicación visual en turistas mayores de 18 años en Barranco, Lima 2018.

Ho: No existe relación alguna entre los lugares históricos y la comunicación visual en turistas mayores de 18 años en Barranco, Lima 2018.

Tabla N°22: Pruebas de Chi-cuadrado de Pearson 4

Pruebas de chi-cuadrado			
	Valor	gl	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	62.955^a	4	.000
Razón de verosimilitud	36.630	4	.000
Asociación lineal por lineal	35.231	1	.000
N de casos válidos	267		

Fuente: Elaboración propia

Interpretación:

Según el valor de significación asintótica (valor observado) de la prueba de Chi cuadrado de Pearson es de 0,000, es decir, es menor a 0,05, por tanto se rechaza la hipótesis nula (Ho) y se acepta la hipótesis de investigación (Hi), afirmando que existe relación entre la tercera dimensión de la variable 1, lugares históricos, y la variable 2, comunicación visual, aplicada en la unidad de análisis.

2.5.2.5. Contrastación de hipótesis específica 4:

Dimensión 4 de Variable 1: Bienes culturales

Variable 2: Comunicación visual

Hi4: Existe relación entre los bienes culturales y la comunicación visual en turistas mayores de 18 años en Barranco, Lima 2018.

Ho: No existe relación alguna entre los bienes culturales y la comunicación visual en turistas mayores de 18 años en Barranco, Lima 2018.

Tabla N°23: Pruebas de Chi-cuadrado de Pearson 5

Pruebas de chi-cuadrado			
	Valor	gl	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	116.285^a	8	.000
Razón de verosimilitud	51.318	8	.000
Asociación lineal por lineal	51.415	1	.000
N de casos válidos	267		

Fuente: Elaboración propia

Interpretación:

Según el valor de significación asintótica (valor observado) de la prueba de Chi cuadrado de Pearson es de 0,000, es decir, es menor a 0,05, por tanto se rechaza la hipótesis nula (Ho) y se acepta la hipótesis de investigación (Hi), afirmando que existe relación entre la cuarta dimensión de la variable 1, bienes culturales, y la variable 2, comunicación visual, aplicada en la unidad de análisis.

2.6 Aspectos éticos

Esta investigación ha respetado todos los aspectos éticos, por lo que se puede afirmar que no existe plagio o manipulación, respetando todas las fuentes bibliográficas con sus respectivos autores, parafraseando la información extraída de sus estudios y mencionándolos en cada referencia, valorando el aporte de su información. Las bibliografías utilizadas en esta investigación se han realizado según las Referencias estilo APA (2017) del fondo editorial de la Universidad César Vallejo. Los datos obtenidos con el instrumento de recolección de datos son todos reales y no están manipuladas de ninguna forma para favorecer a los resultados de la investigación. El análisis de datos tampoco fue manipulado y se utilizaron los softwares Microsoft Excel 2013 e IBM SPSS Statistics 23 para organizar los datos recogidos y luego obtener los resultados, de esta forma probar las hipótesis de investigación planteadas en los primeros capítulos.

CAPÍTULO III
RESULTADOS

III. RESULTADOS

Luego de terminar el trabajo de campo y realizar el análisis de datos en la muestra de estudio, se pasa a interpretar los resultados obtenidos.

Se puede afirmar que la hipótesis general de la investigación es positiva entre las variables de estudio, diseño de guía turística del patrimonio de Barranco y la comunicación visual, acuerdo al análisis de Chi-cuadrado de Pearson realizado en el capítulo anterior (tabla 19, p. 55). Con esto se determina que el diseño del producto turístico, ha sido aceptado por los turistas que formaron parte de la investigación, indicando que es apropiada para comunicar visualmente sobre el patrimonio del distrito de Barranco, que incluye a las dimensiones de la primera variable. Este resultado afirma que el distrito de Barranco y los turistas que la visitan, han notado una mejora en la comunicación visual al aceptar y recibir información de los lugares de interés en una guía turística. Por tanto, el proponer una nueva pieza gráfica de información turística mejora, la comunicación visual y ayuda a promover aún más el patrimonio de Barranco en el público objetivo.

La primera hipótesis específica de investigación tuvo una relación positiva entre la primera dimensión de la variable 1, diagramación, y la segunda variable, comunicación visual, de acuerdo al análisis de Chi-cuadrado de Pearson (tabla 20, p. 56). Este análisis determina que la diagramación en la guía turística se relaciona con la comunicación visual aplicada en la unidad de análisis. Los turistas han afirmado con sus respuestas cuestionario que la diagramación ha sido la adecuada para comunicar visualmente, los elementos del diseño (color, tipografía y jerarquización) se han organizado correctamente en el producto y esto se ha visto aprobado por el público, afirmando según la correlación que el producto es funcional, la distribución es la correcta.

La segunda hipótesis específica de investigación también tuvo una relación positiva entre la segunda dimensión de la variable 1, elementos del mensaje, y la segunda variable, comunicación visual, de acuerdo al análisis de Chi-cuadrado de Pearson (tabla 21, p. 57). Este análisis determina que los elementos utilizados en el diseño de la guía turística se relacionan con la comunicación visual en la unidad de estudio. El público afirmó que los elementos del mensaje, en conjunto con la aplicación del diseño en la guía turística, han sido

los indicados para comunicar el mensaje sobre el patrimonio de Barranco y no han sufrido alguna interferencia o anulación de comunicación. Esto confirma que una guía turística es necesaria para informar acerca de los destinos turísticos al público objetivo, en el presente caso, el perfil del público al que se dirigió la investigación, fueron turistas extranjeros, por tanto, cumplió con el objetivo de comunicación.

En la tercera hipótesis específica de investigación, aplicando la prueba de hipótesis, se determinó que existe relación entre la tercera dimensión de la primera variable, lugares históricos, y la segunda variable, comunicación visual, de acuerdo a los datos arrojados en el análisis de Chi-cuadrado de Pearson (tabla 22, p. 57). Esto representa que el diseño de los lugares históricos de Barranco de la guía turística ha sido la correcta ya que no se ha visto el mensaje no se ha visto afectada por elementos o interferencias. Con esto, el público objetivo puede informarse más de los lugares que puede visitar (atractivos y museos), mejorando la experiencia de viaje y aumentar la productividad del producto en general.

Finalmente, la contrastación de la cuarta hipótesis específica de investigación, determinó que existe relación entre la cuarta dimensión de la primera variable, bienes culturales, y la segunda variable, comunicación visual, de acuerdo a los datos arrojados en el análisis de Chi-cuadrado de Pearson (tabla 23, p. 58). Esto quiere decir que al igual que los lugares históricos, el diseño y las fotografías que muestran los bienes culturales de Barranco son adecuados para comunicar e informar de forma atractiva al público objetivo acerca de estos temas. Que los turistas tengan conocimiento acerca de estos lugares, puede potencializar el producto y la infraestructura turística a otras regiones que no conocen el distrito de Barranco.

CAPÍTULO IV
DISCUSIÓN

IV. DISCUSIÓN

De acuerdo a los resultados mostrados en el capítulo anterior, y afirmando que si existe relación entre las variables y dimensiones de estudio, se pasa a realizar la discusión con los antecedentes presentados en el capítulo 1 de la presente investigación.

Tomando al primer estudio previo realizado por Colcha y Solano (2011) en Ecuador, utilizando una investigación cuantitativa, no experimental y transversal, concluyendo que el Patrimonio Turístico del Cantón Chimbo necesitaba una pieza gráfica que potencialice la promoción y difusión turística de este lugar en los turistas que podrían visitarla, ya que no contaba con uno. En comparación, esta investigación ha sido aplicada en un lugar con cierta difusión turística, lo cual la propuesta de pieza gráfica resuelve y complementa la información que el público objetivo puede obtener en varios medios con una correcta comunicación visual. Además, es una pieza que puede estar distribuido en varios puntos de información turística no solo en Barranco, sino en otras regiones y países, por tanto, tiene un potencial enorme al tomar información de un lugar conocido.

Muñoz y Centeno (2014) tuvieron una investigación más inclinada al tema de Patrimonio cultural y natural en Nicaragua y obteniendo como resultado que necesitaban realizar una pieza turística que esté especializada en los lugares y atractivos que forman parte del patrimonio de Sutiaba en el país mencionado, con información correspondiente con el objetivo de contribuir al desarrollo del turismo de la localidad. Al tener una cantidad de muestra menor, la presente investigación tiene más confiabilidad en comparación, ya que recogió datos de turistas internacionales que forman parte del perfil del público que visita Barranco. Con los resultados positivos de correlación de variable mostrados (tabla 20, p. 51), se afirma que la comunicación en una pieza gráfica es necesaria en el distrito de Barranco, y esto concuerda con el objetivo de la investigación mencionada, a pesar que no es correlacional, pero ambas cumplen un rol de informar y de promocionar subjetivamente la localidad que forman parte de los estudios respectivamente. La región de Sutiaba desea reforzar la información dentro de su misma región, valga la redundancia, en cambio Barranco, busca potencializar la información de sus lugares que forman parte del patrimonio del distrito no sólo ahí, sino también en otras regiones.

Torres y Macanella (2011), obteniendo un resultado positivo, no en relación de variables, sino en objetivos de investigación, utilizando una población infinita, pero utilizando dentro de ella a turistas que visitan el Cantón Loja en Ecuador, la muestra es mayor porque utilizaron un muestreo no probabilístico voluntario. De acuerdo a su conclusión, se determinó que una guía turística permitirá llegar a una nueva demanda y ampliar la oferta turística del lugar como destino turístico. Al igual que los párrafos anteriores, se aclara que Barranco es un destino turístico que cuenta con cierta difusión a diferencia del Cantón Loja de Ecuador, pero la investigación concuerda con esta al tener una finalidad subjetiva aparte de la académica, que es la de mejorar la comunicación visual y por ende, ayudar a promocionar la localidad como destino turístico, ofreciendo información de lo más relevante.

Guanín (2014) con su investigación realizada en Quito, utilizando una población finita y una muestra ligeramente menor a la propia, podemos afirmar que se está de acuerdo con los resultados ya que propone que la elaboración de una guía turística para comunicar visualmente sobre los atractivos de las lagunas de Imbabura en Quito a los turistas que llegan y desean conocer los sitios turísticos. Por esta parte, a comparación de Barranco, las lagunas de Imbabura no es una localidad central muy conocida en Quito, por ende, se necesitó elaborar una pieza gráfica, a diferencia de Barranco, que cuenta con información en internet y otros medios, pero no directamente al turista extranjero. El resultado positivo en los análisis de datos (tabla 20, p. 51), afirma que Barranco también necesita de una pieza completa para informar y comunicar sobre el patrimonio del distrito, que incluye a los atractivos turísticos, museos, etc., y por ende cumplir con la finalidad de mejorar la productividad y promoción turística.

Sibrián, C. (2009), una investigación con un contexto más interno en el sector del turismo, con el objetivo de crear material gráfico turístico para dar a conocer los lugares y las costumbres de la Feria de Flores y Las Palmas. De acuerdo a los resultados en los análisis de datos (tabla 20, p. 51), y viendo la aceptación y relación de variables, interpretado significa que el público objetivo, turistas extranjeros en Barranco, han recibido la información de forma visual y correcta. En el caso de la investigación de Sibrián, al ser aplicada a menos personas que la presente investigación, porque se utilizó un método no probabilístico de elección voluntaria, hace que la investigación en Barranco sea más

confiable, aunque los resultados concuerdan en que el realizar material gráfico para dar a conocer el lugar y sus costumbres, ayudará a informar y retener sobre las festividades y los lugares que se puede visitar en esta localidad. En general, hay una relación en ambas investigaciones porque ambos no cuentan con una guía turística como pieza grafica principal para informar, pero los resultados arrojan que es aceptable por el público el proponerla para mejorar la productividad y potencializar el desarrollo turístico.

Bustillos y Pérez (2012), dan un giro aplicando la tecnología al proponer una guía turística virtual en Sonora, México, y al tener un problema parecido al presentado en el capítulo 1 de esta investigación, se concluyó que la propuesta digital cumpliría con mejorar la difusión del sitio turístico de Empalme. Tiene una relación con la investigación realizada en Barranco, pero al no aprovechar los medios tecnológicos y aplicarlos al diseño de la guía turística del patrimonio de Barranco, como por ejemplo los Smartphones, los códigos QR o realidad aumentada, la tesis de Bustillos y Pérez tienen una ventaja al usar medios digitales. A pesar de tener como diferencial el uso de la tecnología como medio de difusión, cumple con la misma finalidad, no académica, de la presenta investigación, que es el de informar y comunicar correcta y visualmente a través del diseño de una guía turística, mostrando imágenes, gráficos, fotos e información relevante para el público que visita estos localidades.

Benalcázar y Ramírez (2010), al igual que la tesis del anterior párrafo, también tiene un giro digital utilizando un dispositivo blackberry, al ser aplicada a una menor cantidad de personas, la investigación realizada en Barranco es más confiable por este aspecto. Los resultados afirman y concuerdan que realizar una guía turística para la ciudad de Guayaquil, ayuda a tener mayor conocimiento acerca del lugar, punto que se relaciona con el objetivo de la investigación en Barranco. Al igual que el apartado anterior, Benalcázar y Ramírez utilizaron un medio digital y un dispositivo móvil para proponer su solución, cosa que no ocurrió con mi investigación, pero se toma en cuenta ya que los problemas de ambas tesis son muy parecidas, no correlacionales, pero con un enfoque cuantitativo. Culminando que, al proponer una pieza gráfica como una guía turística física o digital, ayuda a promover el turismo de la localidad elegida, mejora la información y por lo tanto, mejora la experiencia de viaje del turista.

CAPÍTULO V
CONCLUSIONES

V. CONCLUSIONES

Primero: La prueba de hipótesis de Chi cuadrado con 0,000 de significancia, siendo menor a 0,05 (tabla 19, p. 55), existe una relación entre las variables de estudio en los turistas mayores de 18 años en Barranco, entonces se puede afirmar que el diseño de una pieza gráfica de estilo editorial de índole informativo – guía, mejora la comunicación visual en las personas que necesitan recibir información sobre un lugar de forma atractiva, esto también refuerza la promoción de un destino turístico a través del diseño gráfico, siempre acompañado de un buen área de marketing que puede apoyar la difusión, no solo en Barranco, sino también en distritos aledaños y que, al igual que Barranco, son los más visitados en la región de Lima como por ejemplo Miraflores, Chorrillos y Centro de Lima.

Segundo: Corroborando en la prueba de hipótesis de Chi cuadrado de Pearson, dando un resultado positivo de relación entre la dimensión diagramación y la variable comunicación visual (tabla 20, p. 56), afirmando que la organización de los elementos del diseño gráfico (color, tipografía y jerarquización) en la pieza gráfica propuesta han contribuido en una mejor comunicación visual de los turistas en Barranco sin afectar la recepción del mensaje con interferencias ajenas al propósito de investigación, concluyendo que han estado bien aplicados.

Tercero: La relación de Pearson utilizando el Chi cuadrado en el resultado de la cuarta hipótesis específica, según los resultados y análisis se afirma que existe relación entre la dimensión elementos y la variable comunicación visual (tabla 21, p. 57), entonces se puede decir con toda claridad que los elementos del mensaje (texto e imágenes), con una buena organización de los elementos del diseño gráfico, cumple con la función de comunicar, informar y establecer una aceptación de la propuesta de pieza gráfica.

Cuarto: Los lugares históricos, que forman parte de la tercera dimensión de estudio, también tiene una relación positiva con la comunicación visual (tabla 22, p. 57). Esta forma parte del tema patrimonio de Barranco, pero mantiene la misma línea grafica en todo el diseño del producto. Por tanto, se afirma que el diseño de la sección de lugares históricos en la guía turística, utilizó de forma correcta y atractiva los elementos del diseño (color, tipografía, jerarquización) y del mensaje (texto, imágenes) para comunicar e informar sobre

el tema a los turistas extranjeros que formaron parte del estudio. Esta aceptación del diseño y de la información, confirma que el tema elegido ha sido el correcto ya que cumple con la finalidad de cubrir la necesidad de información que este tipo de público necesita al hacer su recorrido en el distrito.

Quinto: Para terminar, la cuarta dimensión, bienes culturales, tiene relación con la comunicación visual según la prueba de hipótesis Chi cuadrado de Pearson (tabla 23, p. 58), afirmando de la misma forma que el anterior párrafo, que el tema ha sido el correcto y diseñado de forma atractiva funcional, para comunicar acerca de los bienes culturales que tiene el distrito de Barranco a los turistas extranjeros que formaron parte del estudio. Aunque los bienes culturales no tuvieron una sección propia, estaban dentro de la línea gráfica y tema de atractivos y museos, pero resaltándolos más por fotografías (indicador: imágenes), así que de todas formas el impacto del tema y fotos ha sido la adecuada.

CAPÍTULO VI
RECOMENDACIONES

VI. RECOMENDACIONES

Como se ha visto en los capítulos anteriores, existe relación entre el diseño de una guía turística y la comunicación visual, por tanto se empieza recomendando que se implemente más este tipo de piezas gráficas que sirva para informar de forma atractiva y correcta sobre, en este caso, el distrito de Barranco, y también sirva como precedente para aplicar este estudio en otras regiones, para así mejorar la comunicación con los turistas y ayudar a difundir y promocionar varias localidades, ya sean turísticas u otras que necesitan reforzar su difusión. En general, se recomienda crear piezas gráficas turísticas como guías, agendas, etc., y que se implementen no solo en el distrito beneficiado, sino también en otras regiones y países, haciendo enfoque en lo más atractivo de cada destino turístico para potencializarlo.

Se recomienda de acuerdo a los resultados y análisis de datos descriptivos, mejorar algunos aspectos estéticos realizado de acuerdo a los ítems. Para poner un ejemplo, observando los resultados de relación de Pearson y teniendo una relación positiva, el diseño de las ilustraciones de los mapas, no obtuvieron una mayoría de respuestas positivas, si no que ha sido variada, por tanto la recomendación va por el lado de mejorar las ilustraciones de gráficos que ayuden a complementar la información y la ubicación de los turistas en un espacio definido.

Se recomienda utilizar una combinación tipográfica que no afecte a la recepción de la información en el público objetivo, turistas extranjeros, sin utilizar muchas familias tipográficas y que estas no sean complicadas de leer. Además, los colores tampoco deben interferir en la recepción del mensaje visual y deben tener una conexión para componer la guía turística de forma adecuada y funcional.

Las oficinas de turismo deben tener en cuenta que la información de brindan a los turistas debe ser la adecuada para que por lo menos este perfil tenga la seguridad que está visitando los lugares correctos. No solo se deben fijar en mostrar información sobre su propia localidad, si no también tener una conexión y convenios con instituciones para poder tener material gráfico de otras localidades y regiones del interior del país.

Se puede recomendar el uso de fotografías y gráficos que causen impacto en el público objetivo, en este caso turistas a través de la guía turística. Esto ayudará al reconocimiento visual de los lugares que se desean mostrar y aumente las ganas de los turistas para visitarlos, ya sea que estén en la misma región o se vean desde otro lugar.

Siempre es recomendable realizar pruebas de color durante el proceso de impresión, esto con el fin de corroborar los colores originales de la pieza gráfica y que no se vean afectados al momento de mostrar elementos que necesitan una comunicación visual exacta (Ej: Mapas, Fotos, etc.).

Otra recomendación que se debe tomar en cuenta es aprovechar la tecnología para crear una nueva perspectiva tecnológica que involucre hacer una guía turística en medios digitales y/o en dispositivos móviles. De esta forma, no solo se diseña utilizando piezas editoriales impresas, sino también se toma en cuenta otras ramas nuevas como la arquitectura de información, temas como UI/UX y la interacción con el público objetivo por medios digitales.

Los departamentos o áreas institucionales de los municipios que están encargadas de la comunicación, diseño y difusión de programas y agendas de una localidad en específico, deben buscar la armonía y línea gráfica para la mayoría de sus piezas, esto incluye folletos que sirven de guía, agendas culturales, pases libre, tours, etc., esto ayudará a la identidad de la oficina de turismo a comparación con otras piezas que puedan ser difundidas en otras regiones o piezas que no pertenezcan a la propia.

Por último, el material debe ser práctico de manejar, pero sin caer en el facilismo que pueda alterar o interferir en la emisión del mensaje. Se debe revisar siempre que tipos de material se va a repartir a los turistas y ver si es el adecuado, en cuestión de practicidad, manejabilidad y cantidad.

CAPÍTULO VII
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

VII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ACERENZA, M. (1984). *Administración del Turismo – Vol.1., conceptualización y organización*. México: Trillas.
- BALDWIN, J. Y ROBERTS, L. (2007). *Comunicación Visual: De la teoría a la práctica*. Barcelona: Parramón.
- BUSTILLOS, S. Y PÉREZ, J. (2012). *Guía turística virtual: La cultura Ferrocarrilera para promocionar y difundir el sitio de Empalme*. (Tesis de grado). Instituto Tecnológico de Sonora. Sonora, México.
- CANALES F, DE ALVARADO E, PINEDA E. (1986). *Metodología de la Investigación*. (1ra ed.) México: De LIMUSA.
- CENTENO, C. Y MUÑOZ, D. (2014). *Propuesta de la Elaboración de una Guía Turística Especializada del Patrimonio Natural y Cultural del Pueblo Indígena de Sutiaba. León- Nicaragua 2013*. (Tesis de grado técnico). Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua. León, Nicaragua.
- COLCHA, M. Y SOLANO, P. (2011). *Diseño de una guía turística del cantón San José de Chimbo, para promocionar sus atractivos naturales y culturales en el periodo 2009*. (Tesis de grado). Universidad Estatal de Bolívar. Guaranda, Ecuador.
- CRONE, G. (1956). *Historia de los mapas*, col. Breviarios, núm. 120, México: Fondo de Cultura Económica.
- CUMPA, L. (2002). *Fundamentos de diagramación: Revistas*. Lima: Fondo Editorial Universidad Nacional Mayor de San Marcos.
- FRASCARA, J. (2000). *Diseño Gráfico y comunicación*. Buenos Aires: Ediciones Infinito.
- GUANÍN, J. (2014). *Elaboración de una guía turística de las lagunas de la provincia de Imbabura para un eficiente desempeño turístico, dirigida a estudiantes de los establecimientos de educación básica de la zona centro de la ciudad de Quito*. (Tesis de grado). Universidad Central de Ecuador. Quito, Ecuador.
- GUZMÁN, M. (2011). *Teoría y práctica del color*. Ecuador: Cuenca: s.e.
- HERNÁNDEZ, R., FERNÁNDEZ, C. Y BAPTISTA, P. (2014). *Metodología de la investigación*. (6ta ed.) México D.F.: McGraw-Hill.
- ICOMOS. (2006). *Carta del turismo cultura. Revista mensual*.
- MINCETUR. (2006). *Manual para inventarios de recursos turísticos*.

- MINISTERIO DE CULTURA. (1999). *Relación de Monumentos Históricos del Perú*. Lima. Recuperado de:
<https://www.cultura.gob.pe/sites/default/files/pagbasica/tablaarchivos/07/relaciondemonumentoshistoricos.pdf>
- MUNARI, B. (1996). *Diseño gráfico y comunicación visual*. Barcelona: Editorial Gustavo Gill.
- MUÑOZ DE ESCALONA, F. (2004). *Autopsia del Turismo: El vencimiento de la distancia*. Recuperado de:
<https://books.google.com.pe/books?hl=es&lr=&id=jXBBNK14JlkC&oi=fnd&pg=PA2&dq=autopsia+del+turismo&ots=PbomwKACxt&sig=EasvrpvhZLLiLV-L1P1B0SCrMj0#v=onepage&q=gu%C3%ADa%20turismo&f=false>
- NAVARRO, J. (2007). *Fundamentos del diseño*. (1ª ed.). España: Universitat Jaume I. Recuperado de:
https://books.google.com.pe/books?id=hUyeyVdFgk8C&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false
- NINA, J. (2014). *Diseño de una guía de turismo cultural para el fortalecimiento de las actividades turísticas del Cantón Guano*. (Tesis de grado). Universidad Regional Autónoma de los Andes. Riobamba, Ecuador.
- ORGANIZACIÓN PRO DESARROLLO TURÍSTICO. (2013). *Perfil del turista que visita el distrito de Barranco*. Recuperado de
https://issuu.com/prodesarrolloturisticooperu/docs/perfil_del_turista_que_visita_el_distrito_de_barranco
- PAOLI, A. (1989). *Comunicación e Información: perspectivas teóricas*. México: Trillas.
- PROMPERÚ. (2016). *Perfil del turista extranjero, turismo en cifras*. Recuperado de:
https://promperu.gob.pe/TurismoIN//Uploads/temp/Uploads_perfiles_extranjeros_39_PTE16_publicacion.pdf
- PROMPERÚ. (2017). *Perfil del turista extranjero: Turismo IN*. Recuperado de:
https://www.promperu.gob.pe/TurismoIN/sitio/VisorDocumentos?titulo=Lugar%20visitado%20-%20Lima&url=~//Uploads/perfiles_extranjeros/40/tips/2558/PTE2017VisitaLim

a.pdf&nombObjeto=PerfTuristaExt&back=/TurismoIN/sitio/PerfTuristaExt&pes
o=99901

- QUESADA, R. (2000). *Elementos del Turismo*. San José: EUNED. Recuperado de:
<https://books.google.com.pe/books?id=z8SgCXUIsGUC&printsec=frontcover&dq=Elementos+Del+Turismo&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjE-qXCtdfdAhUBu1MKHSv7ClgQuwUIKjAA#v=onepage&q=Elementos%20Del%20Turismo&f=false>
- QUESADA, R. (2010). *Elementos del Turismo: Teoría, clasificación y actividad*. (2ed.) San José: EUNED. Recuperado de:
https://books.google.com.pe/books?id=RdrDv_52LmYC&printsec=frontcover&dq=Elementos+de+Turismo.+Teor%C3%ADa,+Clasificaci%C3%B3n+Y+Actividad&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjA7YjetdfdAhXGzFMKHYoXCT8QuwUIKTAA#v=onepage&q=Elementos%20de%20Turismo.%20Teor%C3%ADa%20%20Clasificaci%C3%B3n%20Y%20Actividad&f=false
- SIBRIÁN, C. (2009). *Diseño de Piezas Gráficas para Promover el Turismo Interno en la Feria de Las Flores y Las Palmas de la Ciudad de Panchimalco*. (Tesis de grado). Universidad Dr. José Matías Delgado. La Libertad, El Salvador C.A.
- RICUPERO, S. (2007). *Diseño gráfico en el aula: guía de trabajos prácticos*. Buenos Aires: Nobuko.
- TORRES, M. Y MACANCELA, V. (2011). *Elaboración de una guía turística del Cantón Loja*. (Tesis de grado). Universidad Nacional de Loja. Loja, Ecuador.
- UNESCO. (1982). *Conferencia Mundial sobre Patrimonio Cultural*. México
- UNESCO. (2012). *Cultura y Desarrollo: Museo y Patrimonio*. La Habana: Oficina Regional de Cultura de la UNESCO para América Latina y el Caribe. Recuperado de:
http://www.lacult.unesco.org/docc/CyD_8.pdf
- UNESCO. (2014). *Indicadores UNESCO de Cultura para el Desarrollo: Manual Metodológico*. Francia: Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura. Recuperado de:
http://es.unesco.org/creativity/sites/creativity/files/iucd_manual_metodologico_1.pdf
- WARD, T. (1997). *Composición y perspectiva*. Barcelona: Blume.

ANEXOS

Anexo 1: Matriz de consistencia

PROBLEMAS	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES Y DIMENSIONES	METODO Y POBLACIÓN
<p>Pregunta general: ¿Cuál es la relación entre el diseño de una guía turística del patrimonio de Barranco y la comunicación visual en turistas mayores de 18 años en Barranco, Lima 2018?</p>	<p>Objetivo general: Determinar la relación entre el diseño de una guía turística del patrimonio de Barranco y la comunicación visual en turistas mayores de 18 años en Barranco, Lima 2018.</p>	<p>Hipótesis General: Hi: Existe relación entre el diseño de una guía turística del patrimonio de Barranco y la comunicación visual en turistas mayores de 18 años en Barranco, Lima 2018. Ho: No existe relación alguna entre el diseño de una guía turística del patrimonio de Barranco y la comunicación visual en turistas mayores de 18 años en Barranco, Lima 2018.</p>	<p>V1: DISEÑO DE GUÍA TURÍSTICA DEL PATRIMONIO DE BARRANCO</p> <p>Diagramación:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Color • Tipografía • Jerarquización <p>Elementos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Texto • Imágenes <p>Lugares históricos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Atractivos turísticos • Museos <p>Bienes culturales:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Bienes artísticos • Bienes históricos y archivos <p>V2: COMUNICACIÓN VISUAL</p> <p>Comunicación Intencional:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Estética • Práctica <p>Mensaje visual:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Filtros culturales • Soporte visual 	<p>DISEÑO, TIPO Y NIVEL DE INVESTIGACIÓN</p> <p>Enfoque de investigación:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Cuantitativa <p>Tipo de investigación:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Aplicada <p>Diseño de investigación:</p> <ul style="list-style-type: none"> • No experimental <p>Nivel de investigación:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Correlacional <p>POBLACIÓN Y MUESTRA Y MUESTREO</p> <p>Población:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Infinita <p>Muestra:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 267 turistas <p>Muestreo:</p> <ul style="list-style-type: none"> • No probabilístico ✓ Sujeto voluntario ✓ Cadena
<p>Preguntas específicas: ¿Cuál es la relación entre la diagramación y la comunicación visual en turistas mayores de 18 años en Barranco, Lima 2018?</p>	<p>Objetivos específicos: Determinar la relación entre la diagramación y la comunicación visual en turistas mayores de 18 años en Barranco, Lima 2018.</p>	<p>Hipótesis Específicas: Hi1: Existe relación entre la diagramación y la comunicación visual en turistas mayores de 18 años en Barranco, Lima 2018. Ho: No existe relación entre la diagramación y la comunicación visual en turistas mayores de 18 años en Barranco, Lima 2018.</p>		
<p>¿Cuál es la relación entre los elementos y la comunicación visual en turistas mayores de 18 años en Barranco, Lima 2018?</p>	<p>Determinar la relación entre los elementos y la comunicación visual en turistas mayores de 18 años en Barranco, Lima 2018.</p>	<p>Hi2: Existe relación entre los elementos y la comunicación visual en turistas mayores de 18 años en Barranco, Lima 2018. Ho: No existe relación alguna entre los elementos y la comunicación visual en turistas mayores de 18 años en Barranco, Lima 2018.</p>		

<p>¿Cuál es la relación entre los lugares históricos y la comunicación visual en turistas mayores de 18 años en Barranco, Lima 2018?</p>	<p>Determinar la relación entre los lugares históricos y la comunicación visual en turistas mayores de 18 años en Barranco, Lima 2018.</p>	<p>H13: Existe relación entre los lugares históricos y la comunicación visual en turistas mayores de 18 años en Barranco, Lima 2018. Ho: No existe relación alguna entre los lugares históricos y la comunicación visual en turistas mayores de 18 años en Barranco, Lima 2018.</p>		
<p>¿Cuál es la relación entre los bienes culturales y la comunicación visual en turistas mayores de 18 años en Barranco, Lima 2018?</p>	<p>Determinar la relación entre los bienes culturales y la comunicación visual en turistas mayores de 18 años en Barranco, Lima 2018.</p>	<p>H14: Existe relación entre los bienes culturales y la comunicación visual en turistas mayores de 18 años en Barranco, Lima 2018. Ho: No existe relación alguna entre los bienes culturales y la comunicación visual en turistas mayores de 18 años en Barranco, Lima 2018.</p>		

Anexo 2: Matriz de operacionalización

VARIABLE 1	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMES	PREGUNTAS	RESPUESTAS
DISEÑO DE GUÍA TURÍSTICA DEL PATRIMONIO DE BARRANCO	<p>El diseño consiste en organizar los elementos gráficos y de mensaje para comunicar visualmente, aplicado a una guía turística, es componer un producto editorial que contenga información general, mapas, fotografías, etc., sobre los atractivos, servicios y/o actividades de un destino, un país o una región.</p> <p>(Cumpa, 2002, p. 12), (Quesada, 2000, p. 269)</p> <p>Cumpa, L. (2002). <i>Fundamentos de diagramación: Revistas</i>. Quesada, R. (2000). <i>Elementos del Turismo</i>.</p>	<p>El diseño de una guía turística es un producto editorial con recursos gráficos organizados con la intención de brindar toda la información posible acerca de los múltiples servicios que ofrece un destino turístico específico.</p>	<p>Diagramación</p> <p>Distribuir los elementos del mensaje (texto e imagen) mediante criterios de jerarquización, buscando una lectura fácil con apariencia estética agradable, es decir, una adecuada aplicación de los elementos de diseño gráfico como tipografías y colores. (Cumpa, 2002, p. 12)</p>	<p>Color</p> <p>Resultado del proceso natural que se produce cuando la luz impacta sobre los objetos y ésta sobre nuestras retinas, registrando e identificando el mensaje visual. (Cumpa, 2002, p. 45)</p>	<p>Colores atractivos para presentar el contenido</p>	<p>¿Los colores son atractivos para presentar el contenido en la guía turística?</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Nada de acuerdo 2. Poco de acuerdo 3. Ni de acuerdo ni en desacuerdo 4. Completamente de acuerdo 5. Completamente de acuerdo
			<p>Tipografía</p> <p>Es la familia de letras, símbolos y números, que con el tamaño y estilo específico, escritos correctamente y compuestas de forma ordenada que permiten una lectura fluida. (Cumpa, 2002, p. 35 y 59)</p>	<p>¿El tipo y el tamaño de letra en la guía turística le permiten leer la información con claridad?</p>	<p>Tipo y tamaño adecuado de letra permite leer la información con claridad</p>	<p>¿El tipo y el tamaño de letra en la guía turística le permiten leer la información con claridad?</p>	
			<p>Jerarquización</p> <p>Es asignar valores a cada uno de los elementos visuales y organizarlos para enfatizar jerárquicamente los distintos elementos que componen el mensaje. (Cumpa, 2002, p. 65)</p>	<p>¿El orden de los elementos permite una lectura fácil de la guía turística?</p>	<p>Orden de elementos para un fácil recorrido visual de la guía turística</p>	<p>¿El orden de los elementos permite una lectura fácil de la guía turística?</p>	
			<p>Texto</p> <p>Recurso verbal que lleva la información de una publicación como los títulos, antetítulos, subtítulos, leyendas, cuerpo de texto, número de páginas, encabezados. (Cumpa, 2002, p. 84)</p>	<p>¿La información diseñada en la guía turística es suficiente para iniciar un recorrido en Barranco?</p>	<p>Información diseñada para recorrer el distrito de Barranco</p>	<p>¿La información diseñada en la guía turística es suficiente para iniciar un recorrido en Barranco?</p>	
			<p>Imágenes</p> <p>Son las representaciones visuales como las ilustraciones, fotografías, infografías, fotomontajes, diagramas, viñetas, logotipos. (Cumpa, 2002, p. 84)</p>	<p>¿Las fotografías en la guía turística muestran los lugares de manera atractiva?</p>	<p>El impacto de la fotografía para el reconocimiento de los lugares</p>	<p>¿Las fotografías en la guía turística muestran los lugares de manera atractiva?</p>	
			<p>Elementos</p> <p>Son los recursos con los que se trabaja el producto, pues con un uso correcto de éstos en el proceso creativo harán una actividad entretenida, atractiva y fácil de manejar. (Cumpa, 2002, p. 77)</p>	<p>¿El diseño de los mapas en la guía turística es fácil de interpretar?</p>	<p>Diseño y fácil interpretación de los mapas en la guía turística</p>	<p>¿El diseño de los mapas en la guía turística es fácil de interpretar?</p>	

	<p>El patrimonio cultural es un producto y un proceso que suministra a las sociedades un caudal de recursos que se heredan del pasado, se crean en el presente y se transmiten a las generaciones futuras para su beneficio. (UNESCO, 2014, p. 132).</p> <p>UNESCO. (2014). <i>Indicadores UNESCO de Cultura para el Desarrollo. Manual Metodológico</i></p>	<p>El patrimonio cultural es todo recurso material o inmaterial que representa en la cultura a una región, localidad o país y quedan para la posteridad.</p>	<p>Lugares Históricos</p> <p>Son las obras del hombre u obras conjuntas del hombre y la naturaleza, como las zonas y los atractivos, incluidos los lugares arqueológicos, que tengan un valor universal excepcional desde el punto de vista histórico, estético, etnológico o antropológico. (UNESCO, 2014, p. 134)</p>	<p>Atractivos Turísticos</p> <p>Son todos aquellos recursos que motiva y genera interés en el turista para desplazarse hacia un destino para satisfacer todos sus deseos de viaje. (Quesada, 2010, p. 170)</p>	<p>El diseño en la guía turística motiva a conocer Barranco.</p>	<p>¿El diseño de la sección "atractivos turísticos" en la guía turística lo motiva aún más a conocer los atractivos turísticos de Barranco?</p>	<p>1. Nada de acuerdo 2. Poco de acuerdo 3. Ni de acuerdo ni en desacuerdo 4. De acuerdo 5. Completamente de acuerdo</p>
<p>Museos</p> <p>Son instituciones sin fines lucrativos al servicio público que adquiere, conserva, estudia, expone y difunde el patrimonio material, inmaterial, natural y cultural. (UNESCO, 2012, p. 17)</p>	<p>El diseño en la guía turística motiva a conocer los museos de Barranco.</p>	<p>¿El diseño de la sección "museos" en la guía turística lo motiva a conocer los museos de Barranco?</p>	<p>¿La guía turística muestra algunas esculturas de forma atractiva?</p>	<p>¿Se muestra en la guía turística algunos espacios y obras de los museos de forma clara?</p>			
<p>Bienes culturales</p> <p>Son aquellos bienes que son designados específicamente como importante para la arqueología, la historia, la literatura, el arte o la ciencia. (UNESCO, 2014, p. 135)</p>	<p>Bienes artísticos</p> <p>Son aquellos bienes que pueden estar hechos a mano, arte estatuario y de escultura en cualquier material. (UNESCO, 2012, p. 135)</p>	<p>Fotos atractivas de algunas esculturas en la guía turística</p>	<p>Muestra de algunos espacios y obras de los museos de forma clara</p>	<p>Bienes históricos y archivos</p> <p>Bienes con inclusión en la historia de las ciencias, historia militar o historia social, artistas nacionales y materiales fotográficos y/o cinematográficos. (UNESCO, 2012, p. 135)</p>			

VARIABLE 2	DEFINICION	DEFINICION OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMIS	PREGUNTAS	RESPUESTAS
COMUNICACIÓN VISUAL	Es el proceso receptivo de todos los mensajes que podemos ver e interpretar y que adquieren distintos significados según el contexto en el que se encuentran. (Munari, 1996, p. 79). <i>Munari, B. (1996). Diseño y comunicación visual, Barcelona 1988. Octava edición, Editorial GG.</i>	La comunicación visual es la recepción de todos los datos que podemos ver y dar una interpretación para poder comunicarnos.	Comunicación Visual Intencional Es aquella que te emite el mensaje de forma clara y precisa con la intención de que recibas el significado del mensaje directamente. (Munari, 1996, p. 79).	Estética Es un mensaje que nos informa con cualidades artísticas o gráficos representativos. (Munari, 1996, p. 82).	El diseño de las secciones de la guía turística ayuda a diferenciar el tipo de información a recibir.	¿El diseño de las secciones en la guía turística diferencia el tipo de información a recibir?	
			Práctica Es el mensaje comunicado directamente sin ningún componente estético. (Munari, 1996, p. 82).	La información de la guía turística llega de forma práctica y directa.	¿La información en la guía turística llega de forma práctica y directa?	1. Nada de acuerdo 2. Poco de acuerdo 3. Ni de acuerdo ni en desacuerdo 4. De acuerdo 5. Completamente de acuerdo	
			Filtros culturales Son aquellos factores que el receptor reconoce y que forma parte de su universo cultural. (Munari, 1996, p. 84).	Existencia de gráficos de fácil reconocimiento en la guía turística.	¿Considera que los gráficos en la guía turística son reconocibles y de fácil interpretación?		
			Soporte visual Es un conjunto de elementos que hacen visible el mensaje que se desea transmitir. (Munari, 1996, p. 84).	El tipo de material utilizado en la guía turística es atractivo y fácil de usar.	¿El material de la guía turística es atractivo y fácil de usar?		

Anexo 3: Instrumento de recolección de datos - Cuestionario



CUESTIONARIO / QUESTIONNAIRE

Edad - Age:

Instrucciones - Instructions

Este cuestionario ayudará a evaluar la relación entre el diseño de la guía turística presentada y la comunicación visual. Por favor marque con un aspa (X) donde usted crea correspondiente. Si tiene alguna duda, no dude en preguntar, gracias.

This questionnaire will help to evaluate the relationship between the design of the presented tourist guide and the visual communication. Please mark with a cross (X) where you create correspondent. If you have any questions, you can ask. Thank you very much.

Nada de acuerdo <i>I disagree</i>	Poco de acuerdo <i>I little agree</i>	Ni de acuerdo ni en desacuerdo <i>Neither agree or disagree</i>	De acuerdo <i>I agree</i>	Completamente de acuerdo <i>Completely agree</i>
1	2	3	4	5

Nº	PREGUNTAS / QUESTIONS	1	2	3	4	5
1	¿Los colores son atractivos para presentar el contenido en la guía turística? <i>Are the colors attractive to present the content in the tourist guide?</i>					
2	¿El tipo y el tamaño de letra en la guía turística le permiten leer la información con claridad? <i>Does the type and size of the letter in the tourist guide allow you to read the information clearly?</i>					
3	¿El orden de los elementos permite una fácil lectura de la guía turística? <i>Does the order of the elements allow you an easy reading of the tourist guide?</i>					
4	¿La información diseñada en la guía turística es suficiente para iniciar un recorrido en Barranco? <i>Is the information designed in the tourist guide enough to start a tour in Barranco?</i>					
5	¿Las fotografías en la guía turística muestran los lugares de manera atractiva? <i>Do the photographs in the tourist guide show the places in an attractive way?</i>					
6	¿El diseño de los mapas en la guía turística es fácil de interpretar? <i>Is the design of the maps in the tourist guide easy to interpret?</i>					
7	¿El diseño de la sección "atractivos turísticos" de la guía turística lo motiva aún más a conocer los atractivos turísticos de Barranco? <i>Does the design of the "tourist attractions" section of the tourist guide motivate you even more to know the tourist places of Barranco?</i>					
8	¿El diseño de la sección "museos" de la guía turística lo motiva a conocer los museos de Barranco? <i>Does the design of the "museums" section of the tourist guide motivate you to get to know the Barranco museums?</i>					
9	¿La guía turística muestra algunas esculturas de forma atractiva? <i>Does the tourist guide show some sculptures in an attractive way?</i>					
10	¿Se muestran algunos espacios y obras de los museos de forma clara? <i>Are some spaces and works of museums shown clearly?</i>					
11	¿El diseño de las secciones de la guía turística diferencia el tipo de información a recibir? <i>Does the design of the tourist guide sections differentiate the type of information to be received?</i>					
12	¿La información de la guía turística llega de forma práctica y directa? <i>Does the tourist guide information arrive in a practical and direct way?</i>					
13	¿Considera que los gráficos de la guía turística son reconocibles y de fácil interpretación? <i>Do you consider that the graphics of the tourist guide are recognizable and easy to interpret?</i>					
14	¿El material de la guía turística es atractivo y fácil de usar? <i>Is the tourist guide material attractive and easy to use?</i>					

Anexo 4: Validación de Experto N°1



TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Apellidos y nombres del experto: Rodarte Santos Jessica Marisol

Título y/o Grado:

Ph. D... ()	Doctor... ()	Magister... (X)	Licenciado... ()	Otros. Especifique _____
--------------	---------------	-----------------	-------------------	--------------------------

Universidad que labora: César Vallejo

Fecha: 26 09 2018

TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN

DISEÑO DE GUÍA TURÍSTICA DEL PATRIMONIO DE BARRANCO
Y LA COMUNICACIÓN VISUAL EN TURISTAS MAYORES DE 18
AÑOS EN BARRANCO, LIMA - 2018

Mediante la tabla para evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con "x" en las columnas de SI o NO. Asimismo, le exhortamos en la corrección de los ítems indicando sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de las preguntas sobre clima organizacional.

ITEMS	PREGUNTAS	APRECIA		OBSERVACIONES
		SI	NO	
1	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de la investigación?	X		
2	¿En el instrumento de recolección de datos se mencionan las variables de investigación?	X		
3	¿El instrumento de recolección de datos, facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	X		
4	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio?	X		
5	¿La redacción de las preguntas es con sentido coherente?	X		
6	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición, se relacionan con cada uno de los elementos de los indicadores?	X		
7	¿El diseño del instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos?	X		
8	¿Del instrumento de medición, los datos serán objetivos?	X		
9	¿Del instrumento de medición, usted añadiría alguna pregunta?		X	
10	¿El instrumento de medición será accesible a la población sujeto de estudio?	X		
11	¿El instrumento de medición es claro, preciso, y sencillo para que contesten y de esta manera obtener los datos requeridos?	X		
TOTAL		10	01	

SUGERENCIAS:

Firma del experto:

Anexo 5: Validación de Experto N°2



TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Apellidos y nombres del experto: Tanta Restrepo Juan José

Título y/o Grado:

Ph. D... ()	Doctor... ()	Magister... (x)	Licenciado... ()	Otros. Especifique _____
--------------	---------------	-----------------	-------------------	--------------------------

Universidad que labora: UCV

Fecha: 26 9 2018

TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN

DISEÑO DE GUÍA TURÍSTICA DEL PATRIMONIO DE BARRANCO Y LA COMUNICACIÓN VISUAL EN TURISTAS MAYORES DE 18 AÑOS EN BARRANCO, LIMA - 2018.

Mediante la tabla para evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con "x" en las columnas de SI o NO. Asimismo, le exhortamos en la corrección de los ítems indicando sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de las preguntas sobre clima organizacional.

ITEMS	PREGUNTAS	APRECIA		OBSERVACIONES
		SI	NO	
1	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de la investigación?	x		
2	¿En el instrumento de recolección de datos se mencionan las variables de investigación?	x		
3	¿El instrumento de recolección de datos, facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	x		
4	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio?	x		
5	¿La redacción de las preguntas es con sentido coherente?	x		
6	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición, se relacionan con cada uno de los elementos de los indicadores?	x		
7	¿El diseño del instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos?	x		
8	¿Del instrumento de medición, los datos serán objetivos?	x		
9	¿Del instrumento de medición, usted añadiría alguna pregunta?		x	
10	¿El instrumento de medición será accesible a la población sujeto de estudio?	x		
11	¿El instrumento de medición es claro, preciso, y sencillo para que contesten y de esta manera obtener los datos requeridos?	x		
TOTAL		10	1	

SUGERENCIAS:

Firma del experto:

Tanta Restrepo

Anexo 6: Validación de Experto N°3



TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Apellidos y nombres del experto: Bernaza Zuñiga Pouso

Título y/o Grado:

Ph. D... ()	Doctor... ()	Magister... (X)	Licenciado... ()	Otros. Especifique _____
--------------	---------------	-----------------	-------------------	--------------------------

Universidad que labora: _____

Fecha: 26 05 18

TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN


DISEÑO DE GUÍA TURÍSTICA DEL PATRIMONIO DE BARRANCO Y LA COMUNICACIÓN VISUAL EN TURISTAS MAYORES DE 18 AÑOS EN BARRANCO, LIMA - 2018

Mediante la tabla para evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con "x" en las columnas de SI o NO. Asimismo, le exhortamos en la corrección de los ítems indicando sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de las preguntas sobre clima organizacional.

ITEMS	PREGUNTAS	APRECIA		OBSERVACIONES
		SI	NO	
1	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de la investigación?	X		
2	¿En el instrumento de recolección de datos se mencionan las variables de investigación?	X		
3	¿El instrumento de recolección de datos, facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	X		
4	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio?	X		
5	¿La redacción de las preguntas es con sentido coherente?	X		
6	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición, se relacionan con cada uno de los elementos de los indicadores?	X		
7	¿El diseño del instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos?	X		
8	¿Del instrumento de medición, los datos serán objetivos?	X		
9	¿Del instrumento de medición, usted añadiría alguna pregunta?		X	
10	¿El instrumento de medición será accesible a la población sujeto de estudio?	X		
11	¿El instrumento de medición es claro, preciso, y sencillo para que contesten y de esta manera obtener los datos requeridos?	X		
TOTAL		10	1	

SUGERENCIAS:

Firma del experto:


40196226

Anexo 7: Validación de Experto N°4



TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Apellidos y nombres del experto: *Melchor Agüero Lilitana*

Título y/o Grado:

Ph. D... ()	Doctor... ()	Magister... (X)	Licenciado... ()	Otros. Especifique _____
--------------	---------------	-----------------	-------------------	--------------------------

Universidad que labora: *UCV*

Fecha: *26 09 18*

TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN

DISEÑO DE GUÍA JURÍSTICA DEL PATRIMONIO DE BARRANCO Y LA COMUNICACIÓN VISUAL ENTURISTAS MAYORES DE 18 AÑOS EN BARRANCO, LIMA - 2018

Mediante la tabla para evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con "x" en las columnas de SI o NO. Asimismo, le exhortamos en la corrección de los ítems indicando sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de las preguntas sobre clima organizacional.

ITEMS	PREGUNTAS	APRECIA		OBSERVACIONES
		SI	NO	
1	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de la investigación?	X		
2	¿En el instrumento de recolección de datos se mencionan las variables de investigación?	X		
3	¿El instrumento de recolección de datos, facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	X		
4	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio?	X		
5	¿La redacción de las preguntas es con sentido coherente?	X		
6	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición, se relacionan con cada uno de los elementos de los indicadores?	X		
7	¿El diseño del instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos?	X		
8	¿Del instrumento de medición, los datos serán objetivos?	X		
9	¿Del instrumento de medición, usted añadiría alguna pregunta?		X	
10	¿El instrumento de medición será accesible a la población sujeto de estudio?	X		
11	¿El instrumento de medición es claro, preciso, y sencillo para que contesten y de esta manera obtener los datos requeridos?	X		
TOTAL		10	01	

SUGERENCIAS:

Firma del experto:

Anexo 8: Vista de datos

En este punto se mostrarán capturas de pantalla del análisis de toda la data recogida en el trabajo de campo, utilizando el software IBM SPSS Statistics 23

Resultados 267p.sav [ConjuntoDatos2] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

Archivo Editar Ver Datos Transformar Analizar Marketing directo Gráficos Utilidades Ventana Ayuda

1: Visible: 14 de 14 variables

	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	var	v
1	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	5		
2	4	4	4	4	5	4	5	5	5	5	4	5	4	5		
3	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5		
4	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5		
5	4	4	5	4	5	5	5	4	4	5	5	4	5	4		
6	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5		
7	5	4	5	3	5	4	5	3	5	3	4	4	4	5		
8	4	3	4	4	5	4	5	5	4	4	4	5	4	5		
9	3	2	4	5	2	4	3	2	1	1	4	4	3	3		
10	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5		
11	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5		
12	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	5		
13	5	5	5	5	5	5	5	3	4	3	4	5	5	5		
14	3	5	4	5	5	5	5	3	4	3	4	5	5	5		
15	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5		
16	4	5	5	5	5	4	4	2	4	1	4	4	5	5		
17	4	4	3	3	2	3	3	3	3	4	3	3	3	4		
18	4	5	4	4	3	5	4	3	3	2	4	4	4	4		
19	4	3	4	4	5	3	5	5	4	5	4	5	5	5		
20	4	3	4	3	5	4	4	4	5	5	5	5	4	4		
21	5	2	4	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4		
22	4	5	4	4	5	5	5	5	4	4	5	4	5	5		
23	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5		
24	3	2	2	3	2	3	4	3	4	3	4	4	3	3		
25	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5		

Vista de datos Vista de variables

IBM SPSS Statistics Processor está listo Unicode:ON

Resultados 267p.sav [ConjuntoDatos2] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

Archivo Editar Ver Datos Transformar Analizar Marketing directo Gráficos Utilidades Ventana Ayuda

1: Visible: 14 de 14 variables

	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	var	v
50	4	5	4	5	4	4	4	5	3	5	4	5	4	5		
51	4	5	4	4	4	3	3	4	4	5	4	4	4	4		
52	5	3	5	4	5	4	5	5	4	4	5	5	5	5		
53	5	5	5	4	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4		
54	4	4	5	5	4	4	5	4	5	5	4	4	5	5		
55	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5		
56	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5		
57	2	3	4	4	3	4	3	2	2	2	3	3	3	3		
58	4	3	4	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5		
59	3	3	4	4	5	3	4	4	4	5	4	5	5	5		
60	4	3	4	4	5	3	4	4	3	5	4	4	4	5		
61	4	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5		
62	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5		
63	4	3	4	4	5	4	5	5	3	5	4	5	5	5		
64	4	3	4	5	5	3	4	4	5	5	4	5	4	4		
65	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5		
66	4	4	4	5	5	3	4	4	4	5	4	5	5	5		
67	4	3	4	3	5	2	5	5	4	5	5	5	5	4		
68	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	5	5	5		
69	4	4	5	4	5	2	4	3	3	5	4	5	5	5		
70	4	3	4	4	5	4	4	4	5	5	4	5	5	5		
71	2	2	3	3	4	3	4	3	3	5	4	4	2	5		
72	3	3	4	3	5	2	3	4	4	5	4	4	4	4		
73	4	3	4	3	5	3	4	4	4	5	4	3	3	3		
74	4	4	4	4	5	3	4	4	4	5	5	4	5	5		

Vista de datos Vista de variables

IBM SPSS Statistics Processor está listo Unicode:ON

Resultados 267p.sav [ConjuntoDatos2] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

Archivo Editar Ver Datos Transformar Analizar Marketing directo Gráficos Utilidades Ventana Ayuda

1: Visible: 14 de 14 variables

	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	var	v
150	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5		
151	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5		
152	4	5	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	5		
153	4	3	4	4	5	3	4	4	3	4	4	4	5	4		
154	4	5	5	4	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5		
155	4	3	4	5	5	4	4	3	4	5	4	4	5	5		
156	4	4	5	4	5	4	4	4	4	5	4	5	5	5		
157	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5		
158	4	3	4	4	5	3	4	4	3	5	4	5	4	5		
159	4	4	4	4	5	2	4	4	3	5	5	5	5	5		
160	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5		
161	4	5	4	4	5	3	4	5	5	5	5	5	5	5		
162	4	4	4	4	5	4	5	5	5	5	5	4	4	5		
163	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5		
164	4	5	4	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5		
165	4	3	4	5	5	4	4	4	4	5	4	5	5	5		
166	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	4		
167	4	5	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5		
168	4	4	4	4	5	3	4	4	4	5	4	4	4	5		
169	4	4	4	4	5	4	4	4	5	5	4	5	5	5		
170	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5		
171	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5		
172	4	5	5	4	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5		
173	4	5	5	4	5	4	4	5	5	5	4	5	5	5		
174	4	4	4	4	5	3	4	4	5	5	5	5	5	5		

Vista de datos Vista de variables

IBM SPSS Statistics Processor está listo Unicode:ON

Resultados 267p.sav [ConjuntoDatos2] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

Archivo Editar Ver Datos Transformar Analizar Marketing directo Gráficos Utilidades Ventana Ayuda

1: Visible: 14 de 14 variables

	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	var	v
200	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	4	5	5	5		
201	5	5	5	4	5	3	4	5	5	5	5	5	5	5		
202	5	5	4	4	4	3	5	5	3	4	5	5	4	4		
203	4	4	5	4	4	3	5	4	3	5	4	5	4	5		
204	5	4	4	5	4	3	4	5	3	5	4	4	5	5		
205	5	4	4	5	5	3	4	4	3	5	5	4	5	4		
206	4	5	4	5	5	3	4	4	3	4	5	4	4	5		
207	4	5	4	5	5	3	4	5	3	4	4	4	4	5		
208	4	5	4	5	4	2	4	4	3	5	5	4	5	5		
209	5	5	4	4	5	4	2	4	4	2	5	4	4	4		
210	4	5	4	5	5	3	4	5	3	4	4	4	5	5		
211	4	5	5	5	4	3	4	4	3	5	5	4	4	4		
212	4	5	4	4	4	2	5	2	4	4	5	5	4	4		
213	4	5	4	5	4	3	4	5	3	4	5	5	4	4		
214	4	5	4	5	4	4	4	5	3	4	5	5	5	4		
215	5	5	4	4	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5		
216	5	4	4	4	5	3	5	5	5	5	4	5	5	5		
217	4	5	5	4	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5		
218	5	4	4	5	5	4	5	5	4	5	4	5	4	5		
219	4	4	4	5	5	3	5	4	3	4	5	4	4	4		
220	4	5	4	4	4	3	5	4	4	4	5	5	4	4		
221	4	5	4	4	5	5	4	5	4	4	4	5	5	5		
222	4	4	5	4	4	3	5	4	3	5	5	4	4	5		
223	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	4		
224	4	5	5	5	4	4	4	5	4	4	5	4	5	5		

Vista de datos Vista de variables

IBM SPSS Statistics Processor está listo Unicode:ON

Anexo 9: Vista de variables nominales

Promedio Resultados 267p (Chi-Cuadrado).sav [ConjuntoDatos1] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

Archivo Editar Ver Datos Transformar Analizar Marketing directo Gráficos Utilidades Ventana Ayuda

	Nombre	Tipo	Anchura	Decimales	Etiqueta	Valores	Perdidos	Columnas	Alineación	Medida	Rol
1	V1	Númérico	8	0	Diseño de guía ...	{1, En desa...	Ninguno	8	Derecha	Nominal	Entrada
2	D1	Númérico	8	0	Diagramación	{1, En desa...	Ninguno	8	Derecha	Nominal	Entrada
3	D2	Númérico	8	0	Elementos	{1, En desa...	Ninguno	8	Derecha	Nominal	Entrada
4	D3	Númérico	8	0	Lugares históri...	{1, En desa...	Ninguno	8	Derecha	Nominal	Entrada
5	D4	Númérico	8	0	Bienes culturales	{1, En desa...	Ninguno	8	Derecha	Nominal	Entrada
6	V2	Númérico	8	0	Comunicación v...	{1, En desa...	Ninguno	8	Derecha	Nominal	Entrada
7	D5	Númérico	8	0	Comunicación v...	{1, En desa...	Ninguno	8	Derecha	Nominal	Entrada
8	D6	Númérico	8	0	Mensaje visual	{1, En desa...	Ninguno	8	Derecha	Nominal	Entrada
9											
10											
11											
12											
13											
14											
15											
16											
17											
18											
19											
20											
21											
22											
23											
24											
25											
26											

Vista de datos Vista de variables

IBM SPSS Statistics Processor está listo Unicode:ON

Anexo 10: Vista de cuadros – Análisis descriptivo por ítem

Tablas de Frecuencia - Analisis Descriptivos.spv [Documento2] - IBM SPSS Statistics Visor

Archivo Editar Ver Datos Transformar Insertar Formato Analizar Marketing directo Gráficos Utilidades Ventana Ayuda

Resultado
Registro
Frecuencias
Título
Notas
Estadísticos
Tabla de frecue

Tabla de frecuencia

¿Los colores son atractivos para presentar el contenido en la guía turística?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido En desacuerdo	1	.4	.4	.4
Poco de acuerdo	3	1.1	1.1	1.5
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	9	3.4	3.4	4.9
De acuerdo	137	51.3	51.3	56.2
Completamente de acuerdo	117	43.8	43.8	100.0
Total	267	100.0	100.0	

¿El tipo y el tamaño de letra en la guía turística le permiten leer la información con claridad?

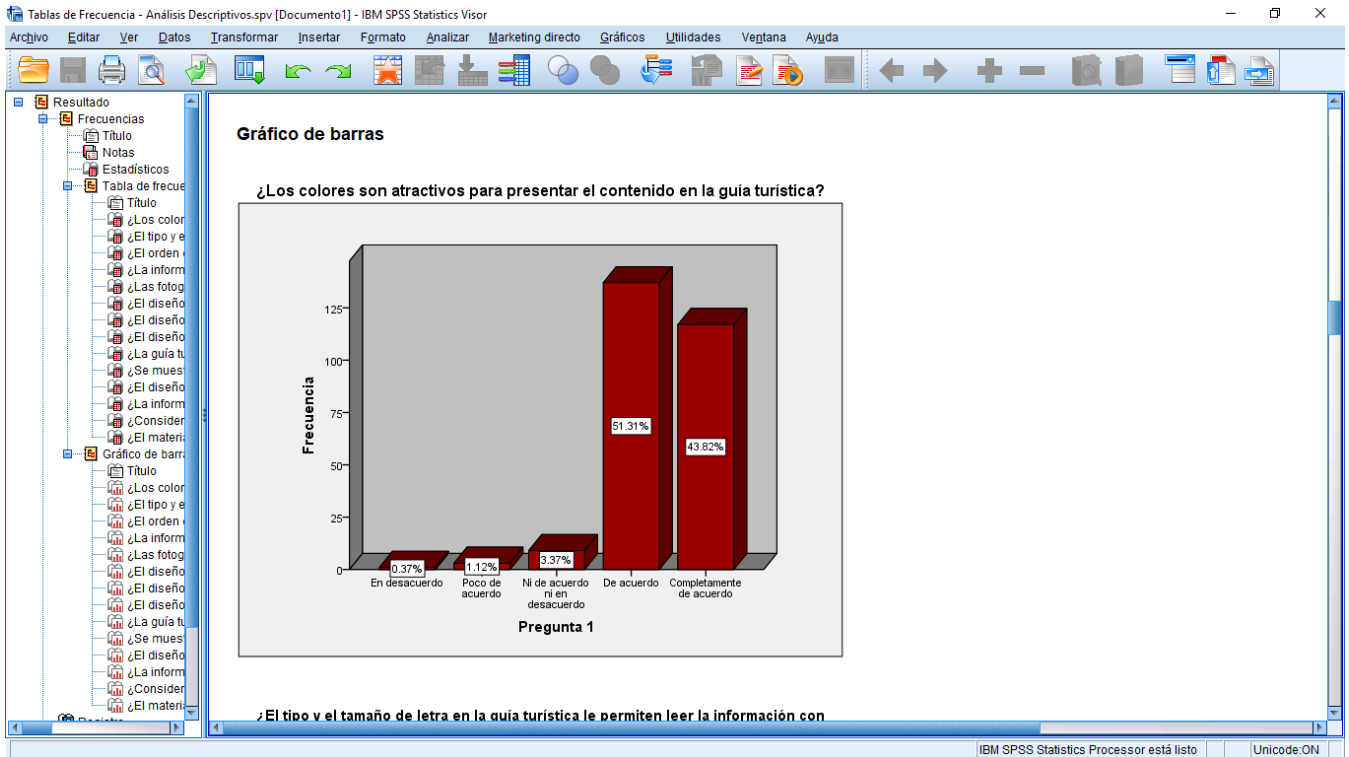
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Poco de acuerdo	5	1.9	1.9	1.9
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	29	10.9	10.9	12.7
De acuerdo	77	28.8	28.8	41.6
Completamente de acuerdo	156	58.4	58.4	100.0
Total	267	100.0	100.0	

¿El orden de los elementos permite una fácil lectura de la guía turística?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Poco de acuerdo	1	.4	.4	.4
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	6	2.2	2.2	2.6

IBM SPSS Statistics Processor está listo Unicode:ON

Anexo 11: Vista de gráficos - Análisis descriptivo por ítem



Anexo 12: Vista de cuadros - Prueba de hipótesis Chi-cuadrado de Pearson

Tablas Cruzadas Chi-Cuadrado.spv [Documento2] - IBM SPSS Statistics Visor

Archivo Editar Ver Datos Transformar Insertar Formato Analizar Marketing directo Gráficos Utilidades Ventana Ayuda

Estado

Tablas cruzadas

Notas

Tablas cruzadas

Tablas cruzadas

Título

Notas

Resumen de procesamiento

Tabla cruzada Diseño de gui

Pruebas de chi-cuadrado

Registro

Tablas cruzadas

Título

Notas

Resumen de procesamiento

Tabla cruzada Diseño de gui

Pruebas de chi-cuadrado

Registro

Tablas cruzadas

Título

Notas

Resumen de procesamiento

Tabla cruzada Diseño de gui

Pruebas de chi-cuadrado

Registro

Tablas cruzadas

Título

Notas

Resumen de procesamiento

Tabla cruzada Diagramación

Pruebas de chi-cuadrado

Gráfico de barras

Registro

Tablas cruzadas

Título

Notas

Resumen de procesamiento

Tabla cruzada Elementos*Co

Pruebas de chi-cuadrado

Registro

IBM SPSS Statistics Processor está listo Unicode:ON

Tabla cruzada Diseño de guía turística del patrimonio de Barranco*Comunicación visual

		Comunicación visual			Total	
		Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Completamente de acuerdo		
Diseño de guía turística del patrimonio de Barranco	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	Recuento	4	4	0	8
		Recuento esperado	.2	1.7	6.1	8.0
		% del total	1.5%	1.5%	0.0%	3.0%
De acuerdo	De acuerdo	Recuento	2	48	100	150
		Recuento esperado	3.4	32.6	114.0	150.0
		% del total	0.7%	18.0%	37.5%	56.2%
Completamente de acuerdo	Completamente de acuerdo	Recuento	0	6	103	109
		Recuento esperado	2.4	23.7	82.9	109.0
		% del total	0.0%	2.2%	38.6%	40.8%
Total	Total	Recuento	6	58	203	267
		Recuento esperado	6.0	58.0	203.0	267.0
		% del total	2.2%	21.7%	76.0%	100.0%

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	120.323 ^a	4	.000
Razón de verosimilitud	68.619	4	.000
Asociación lineal por lineal	55.953	1	.000
N de casos válidos	267		

a. 4 casillas (44.4%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es .18.

Anexo 13: Proceso para elaborar el producto

Búsqueda de información por secciones (Atractivos y Museos). Este punto mostrará el proceso de elaboración de la guía turística, desde la concepción, recojo de información, maquetación, diseño, colores y el producto final.

The image displays two screenshots of a Microsoft Word document. The top screenshot shows the document in Spanish, titled "Plaza de Armas de Barranco". It contains several paragraphs of text describing the plaza's history, its location, and the sculptures in the area. The text is in a standard serif font, and there are some red markings indicating corrections or emphasis. The bottom screenshot shows the same document translated into English, titled "Museos traduccion lista - Word". The text is in a standard sans-serif font, and the layout is clean and professional. The document is displayed in a window titled "Atractivos - Word".

Plaza de Armas de Barranco

Inaugurado bajo el mandato de Pedro Solari en 1898. En su origen se levantaban dos glorietas de madera, décadas más tarde desaparecieron por las remodelaciones. La de mayores dimensiones se ubicaba al norte, era de madera y de planta redonda. La segunda se ubicaba al oeste, era de carácter morisco, se componía de columnatas y arquería de medio punto que soportaba un doble techo circular. Esta última desapareció para ser sustituida por la actual pérgola neoclásica de columnas dispuestas de medio círculo, una banca corrida de cemento y una amplia plataforma donde se ubicaban los conjuntos musicales para las últimas fiestas de carnavales.

La zona del parque que corre frente al antiguo edificio del Municipio y de los ranchos laterales a éste, era el lugar predilecto de las parejas de enamorados que paseaban bajo los jacarandás, razón por el cual el ingenio barranquino lo calificó como El Camotal.

Actualmente se destacan 4 tipos de esculturas: El Candelabro de Barberini, original de siglo II D.C., 2 pedestales con angelitos llamados Puttis y la Danaide, y una dama semi-desnuda ubicada en la pilaeta central, los tres trabajados en mármol de carrara. También se aprecia la imagen del nacimiento de Jesús tallado en mármol traversiano.

En este lugar se celebran los desfiles escolares, se celebra fiestas patrias, el izamiento nacional de la bandera, exhibiciones de autos antiguos, ferias de libro, artesanales, gastronómicas, etc.

The Barranco's Main Square

The main square was inaugurated under the command of Pedro Solari in 1898. In its origin there were two wooden squares, decades later they disappeared for the renovations. The largest was located on the north, this was made of wood and round plant. The second one was located to the west, it was of arabian character, it consisted of colonnades and arches that supported a double circular roof. The latter disappeared to be replaced by the current neoclassical pergola of columns of half a circle, a cement bench and a wide platform where musical ensembles were located for the last carnival parties.

The area of the park that runs in front of the old building of the Municipality and from the side ranches to this one was the favorite place of couples in love who walked under the trees, for this reason the Barrancon ingeniously qualified it as El Camotal.

Currently, 4 types of sculptures stand out:

The Barberini Candelabra, this is original of the second century AD, 2 pedestals with little angels called Puttis, the Danaide, and a semi-nude lady located in the central pool, the three were worked

1. MUSEO PEDRO DE OSMA

El de más antigua fundación, creado a base de la colección de piezas virreinales de los siglos XVI, XVII, y XVII reunida en vida por Don Pedro de Osma Gildemeister. A Don Pedro le gustaba recibir a quienes se interesaban en su colección actuando de manera entusiasta, visitas frecuentes concluían en su residencia aledaña a la colección y con puerta al Jirón Montero Rosas.

Convenientemente en los ambientes del edificio principal y del pabellón del fondo del jardín central, se colocaron un conjunto de piezas seleccionadas de diversos generos: pintura, escultura, platería, mueblería, nacimientos virreinales y piedras de Huamanga, que ocupan 11 salones.

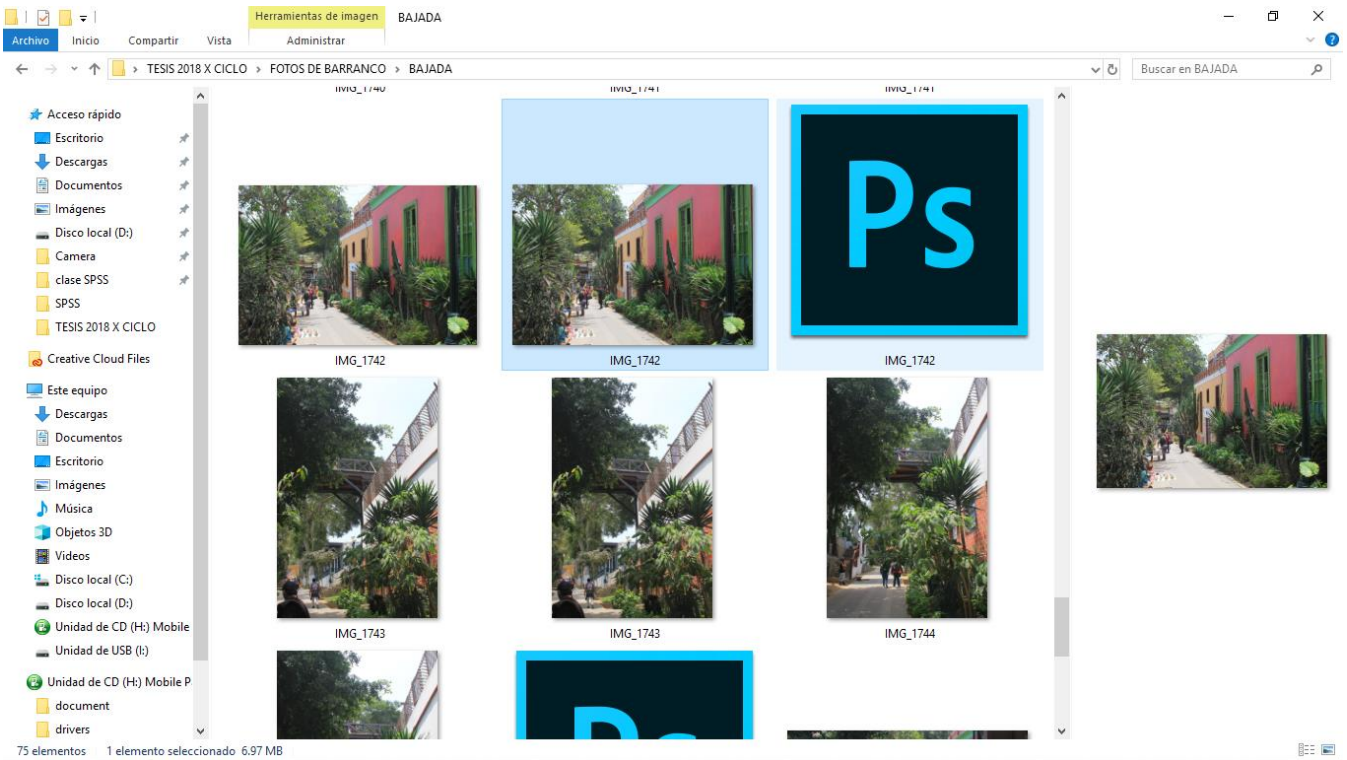
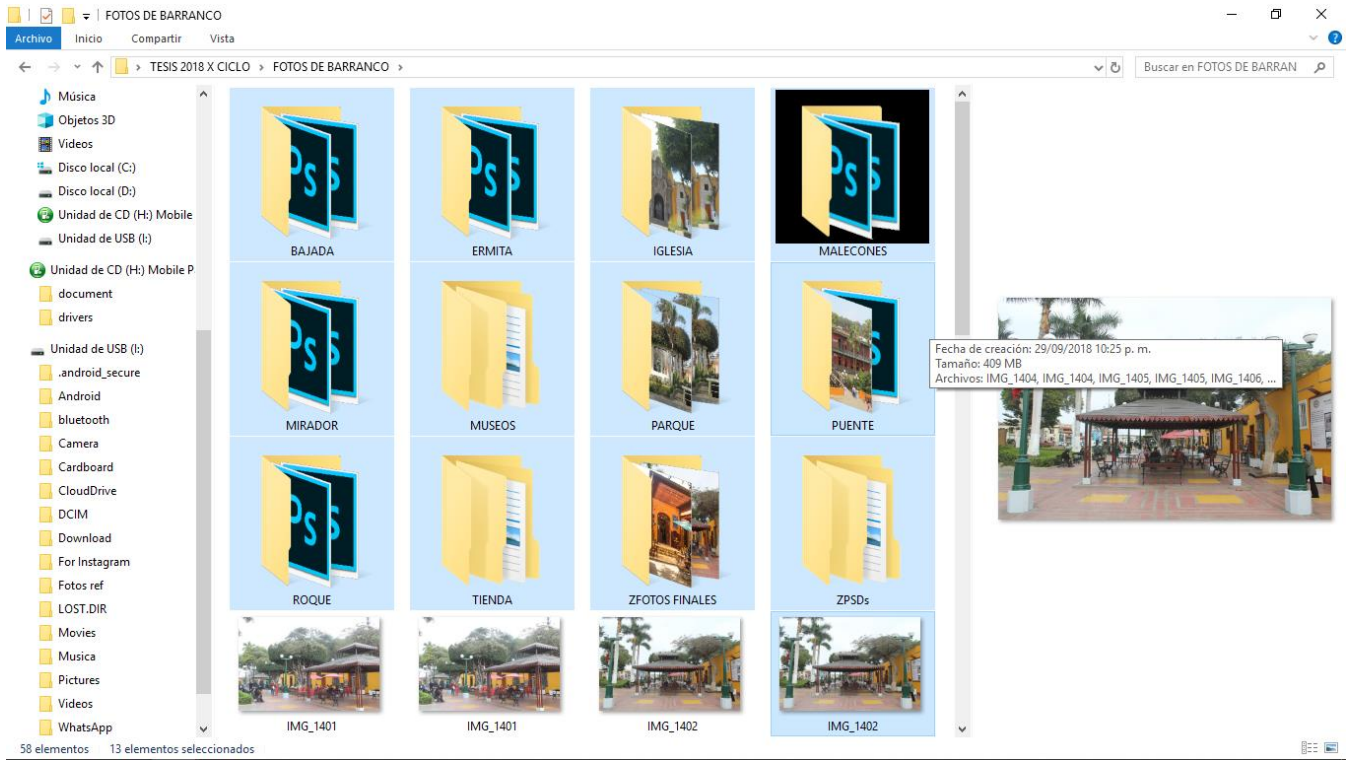
Actualmente es una moderna galería donde se efectúan exhibiciones temporales de arte de todas las épocas y se realizan conferencias, exhibiciones y presentaciones de libros.

1. Pedro de Osma Museum

The museum with the oldest foundation, was created based on a collection of viceregal pieces of the sixteenth, seventeenth, and eighteenth centuries reunited in life by Don Pedro de Osma Gildemeister. Don Pedro liked to receive those who were interested in his collection acting enthusiastically, some frequent visits concluded at his nearby residence, the collection by the Montero Rosas Avenue. Conveniently in the environments of the main building and the pavilion of the central garden, a set of selected pieces of different genres was placed: painting, sculpture, silverware, furniture, vicereinal births and stones of Huamanga, these occupied 11 rooms. Currently it is a modern gallery where artistic exhibitions, conferences and presentations of books of all the times take place.

Atención: Martes a Domingo de 10am a 6pm / **Attention:** Tuesday to Sunday from 10am to 6pm
Dirección: Av. Pedro de Osma 421, Barranco / **Address:** Pedro de Osma Avenue 421, Barranco
Entrada: S/.20 General – S/.10 Estudiante / **Ticket:** S/.20 General – S/.10 Student
Contacto/ numbers: 467-0063 anexo 25 / equipo.edu@fundacionosma.org

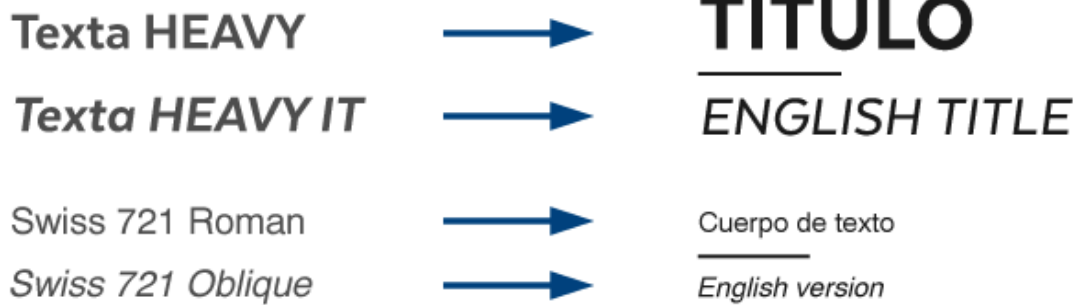
Anexo 14: Toma y selección de fotografías (por carpetas y lugares)



Anexo 15: Selección de colores



Anexo 16: Selección de familia tipográfica

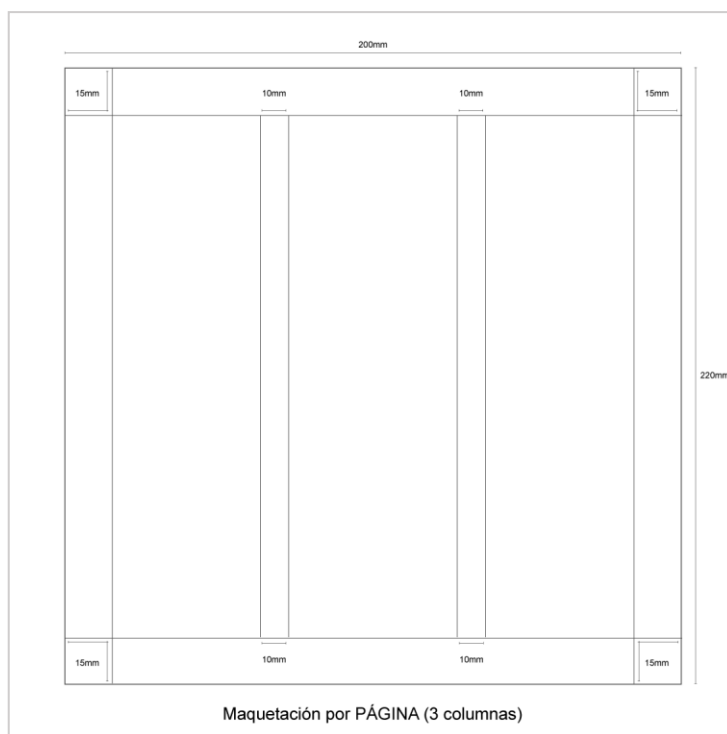


Anexo 17: Elección de iconografía

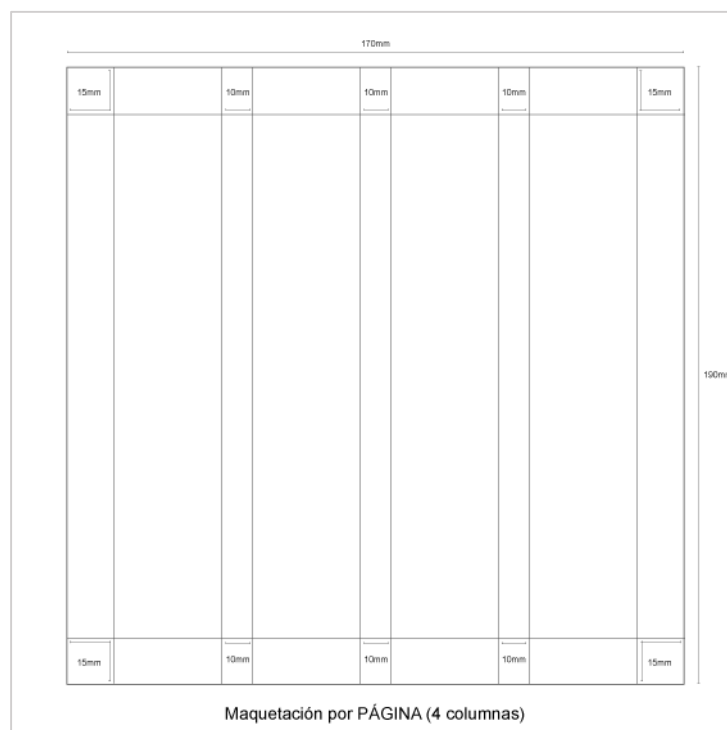


Anexo 18: Maquetación

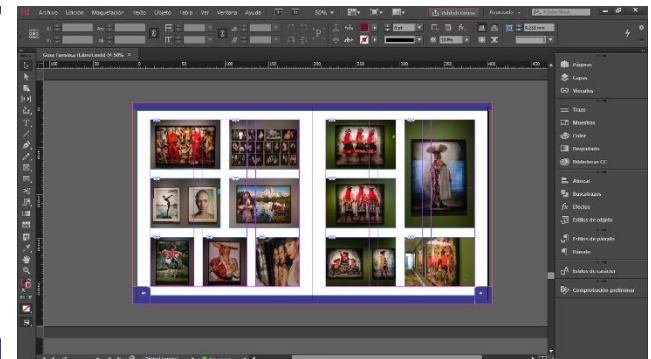
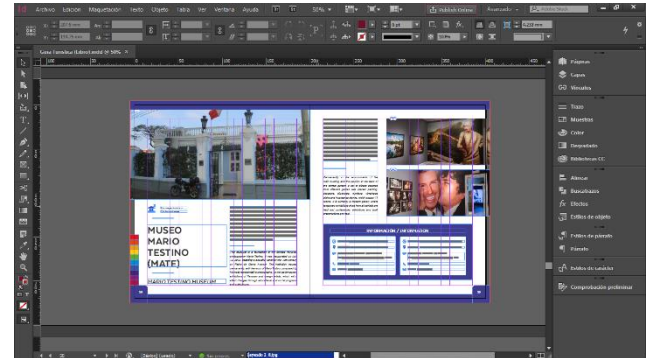
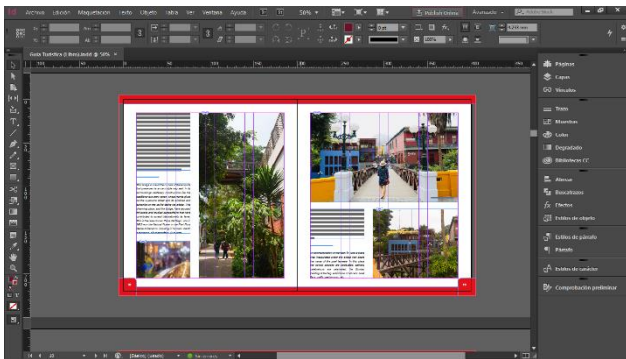
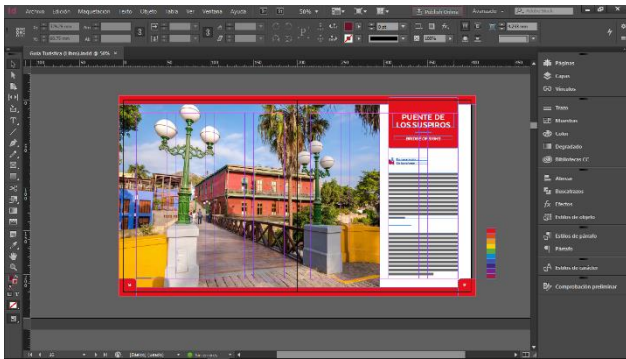
- Columnas: 3
- Medianil: 10mm
- Márgenes: 15mm
- Sangrado: 5mm

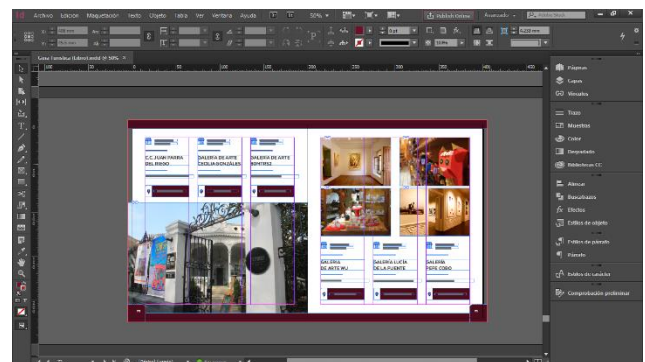
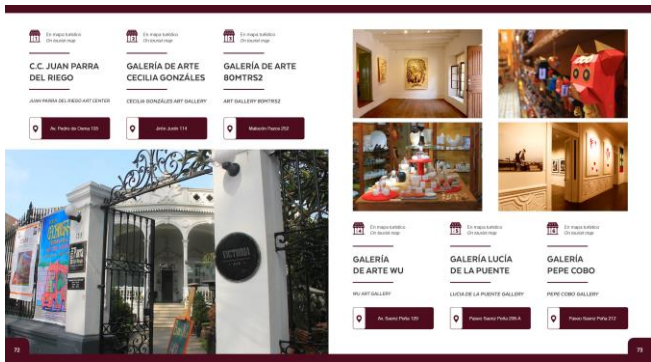
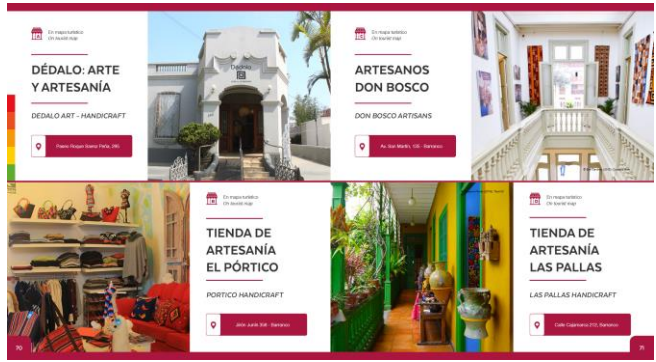
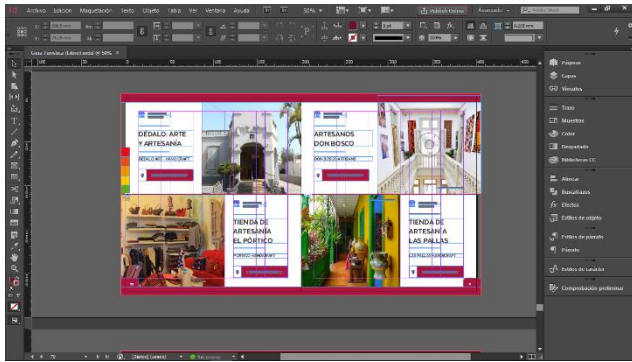


- Columnas: 4
- Medianil: 10mm
- Márgenes: 15mm
- Sangrado: 5mm

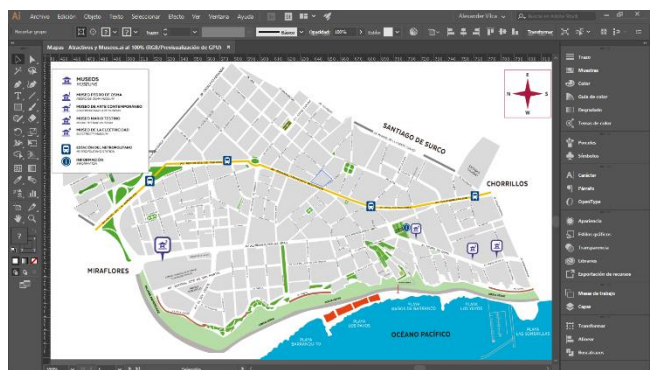
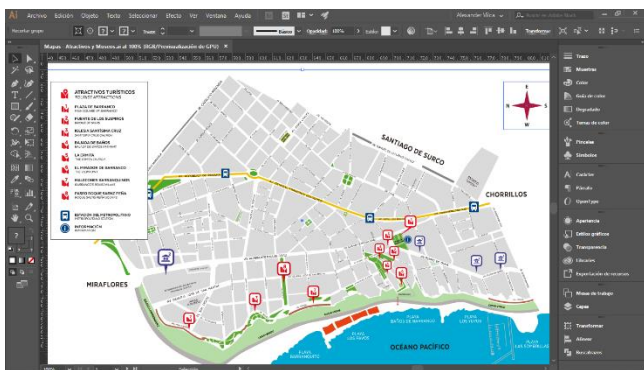
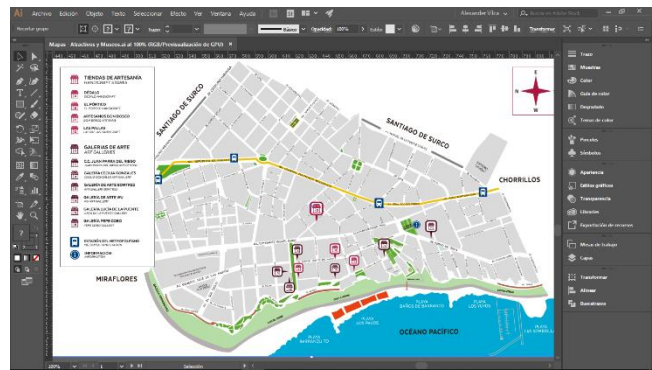
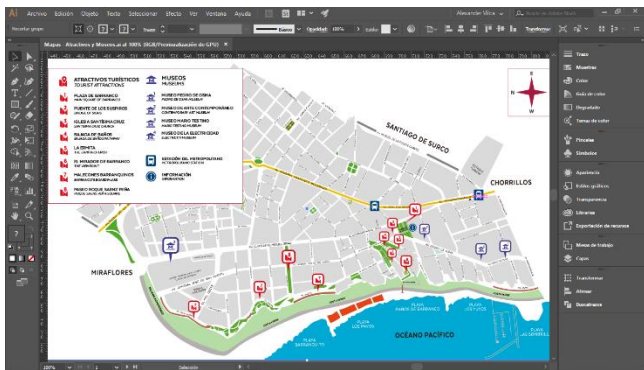


Anexo 19: Diagramación

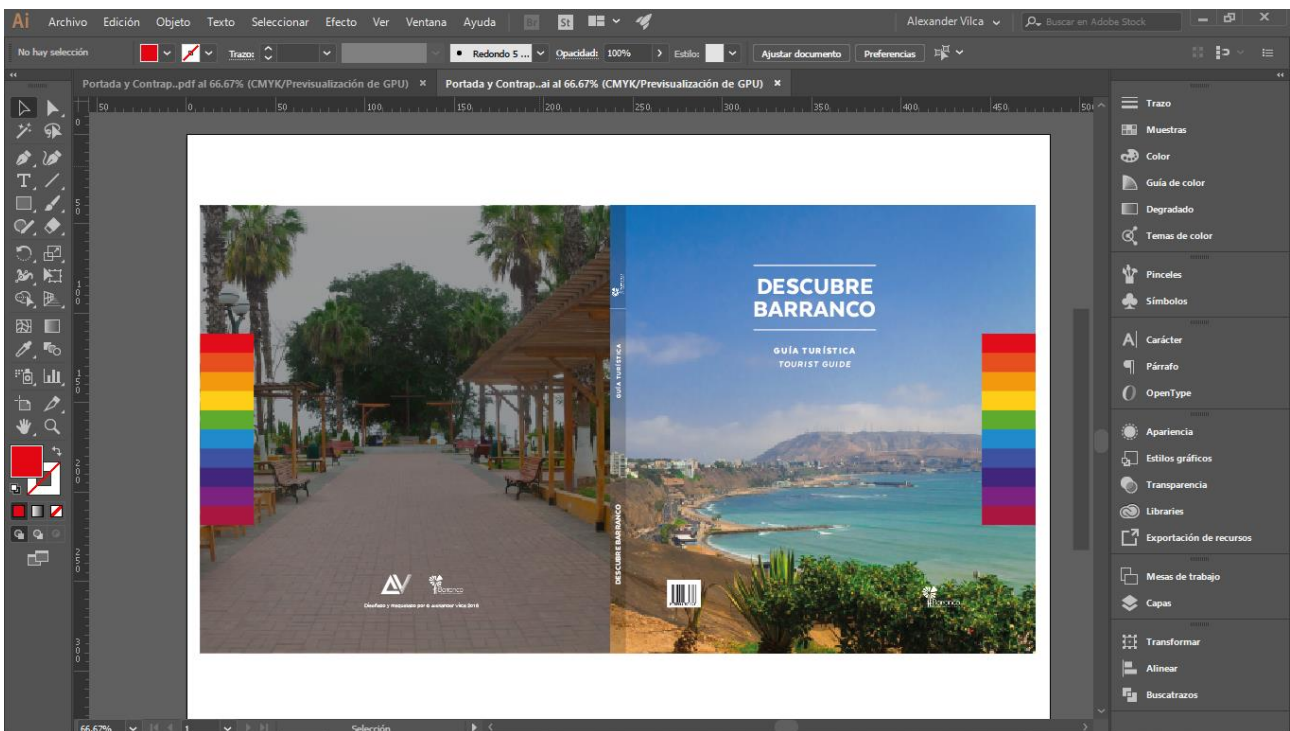
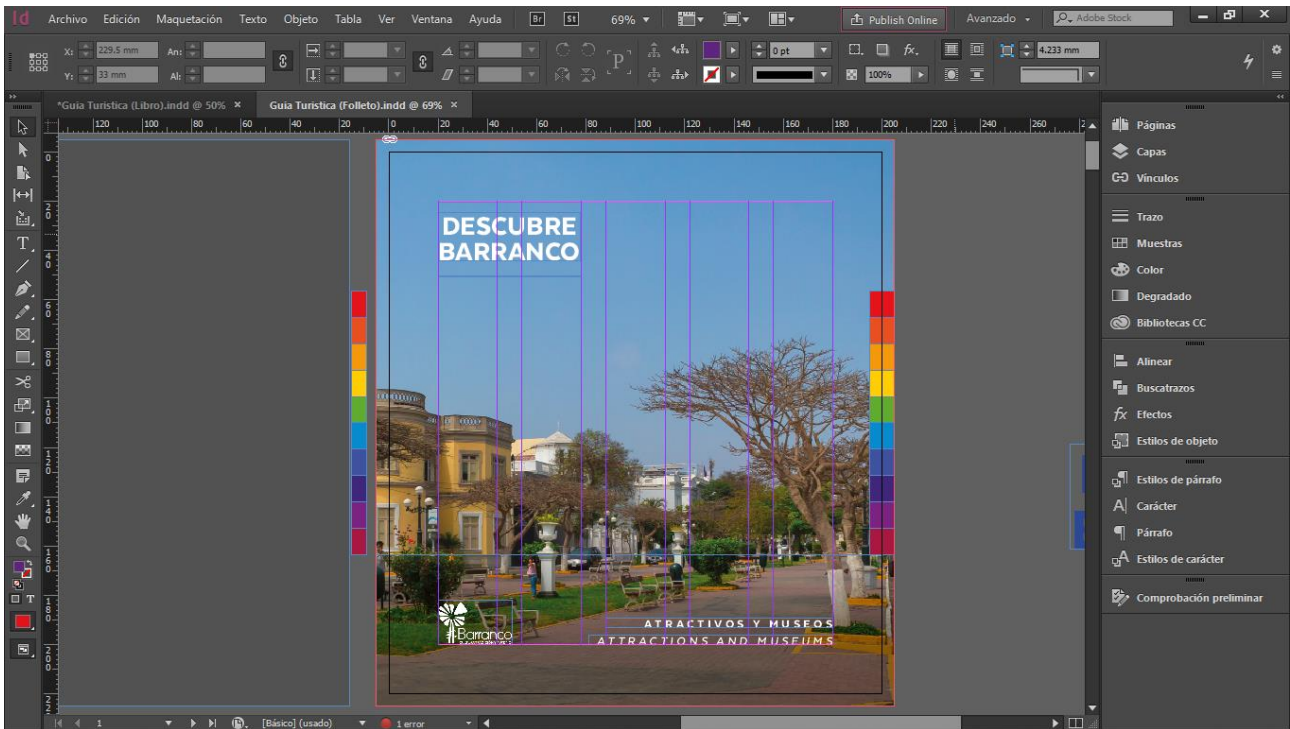




Anexo 20: Ilustración de mapas

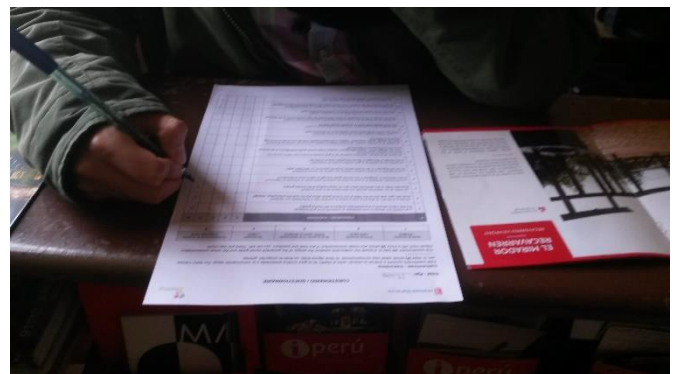
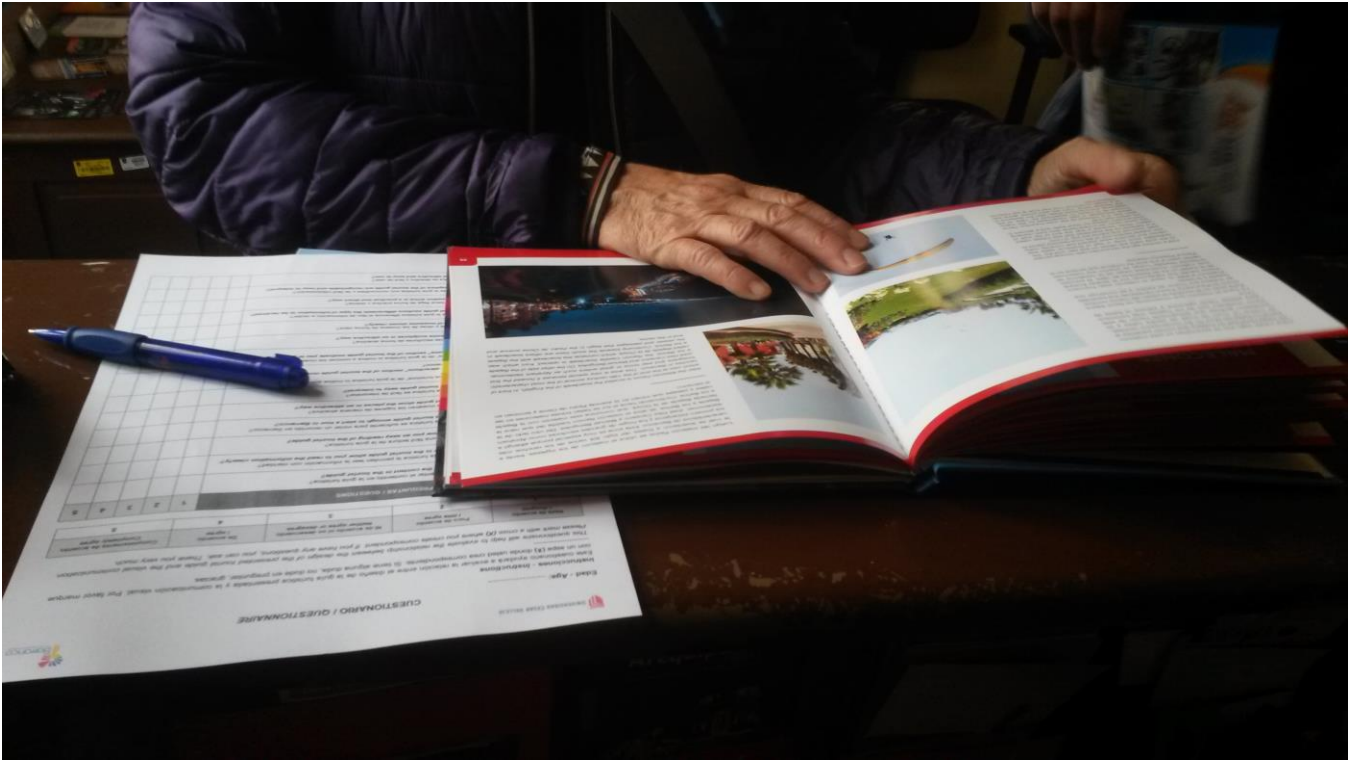


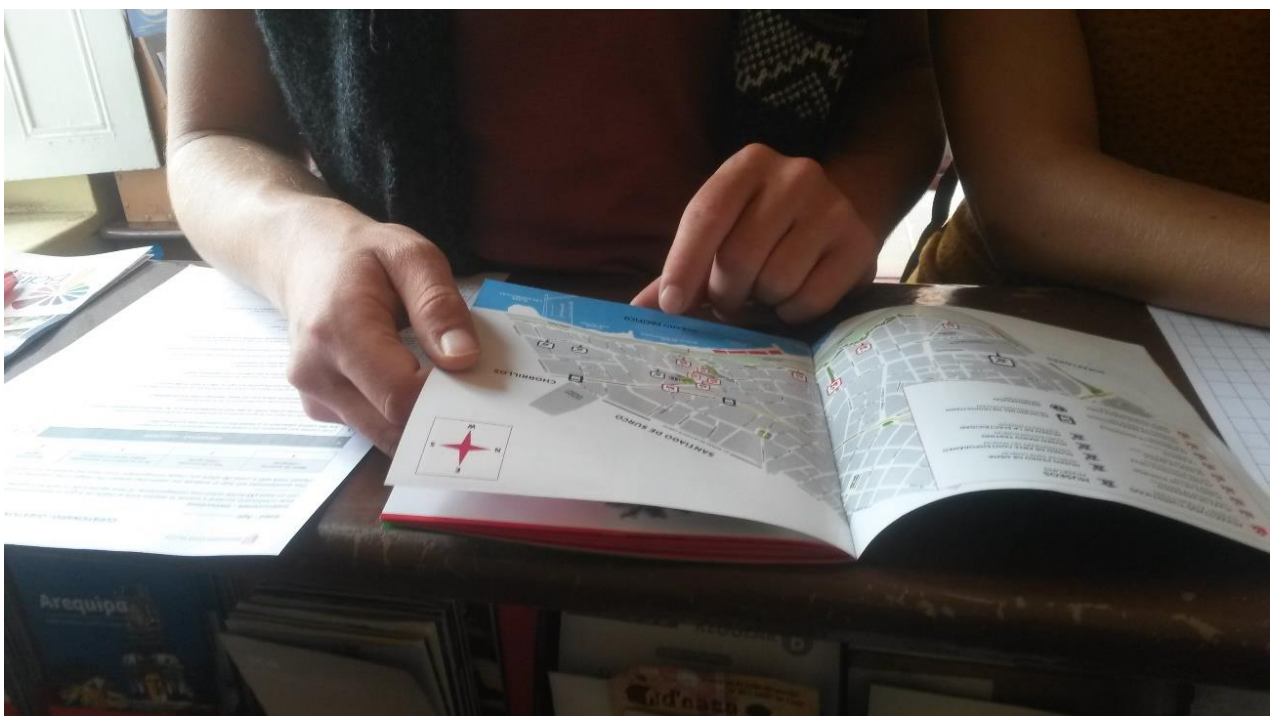
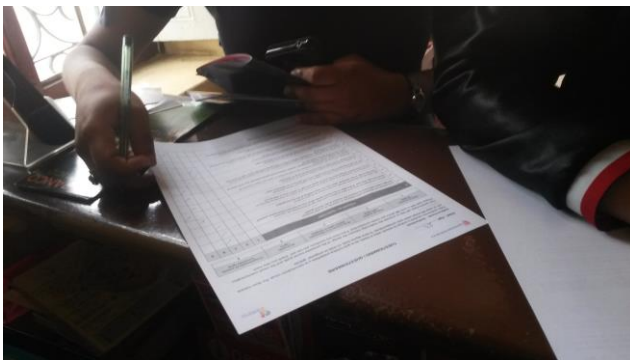
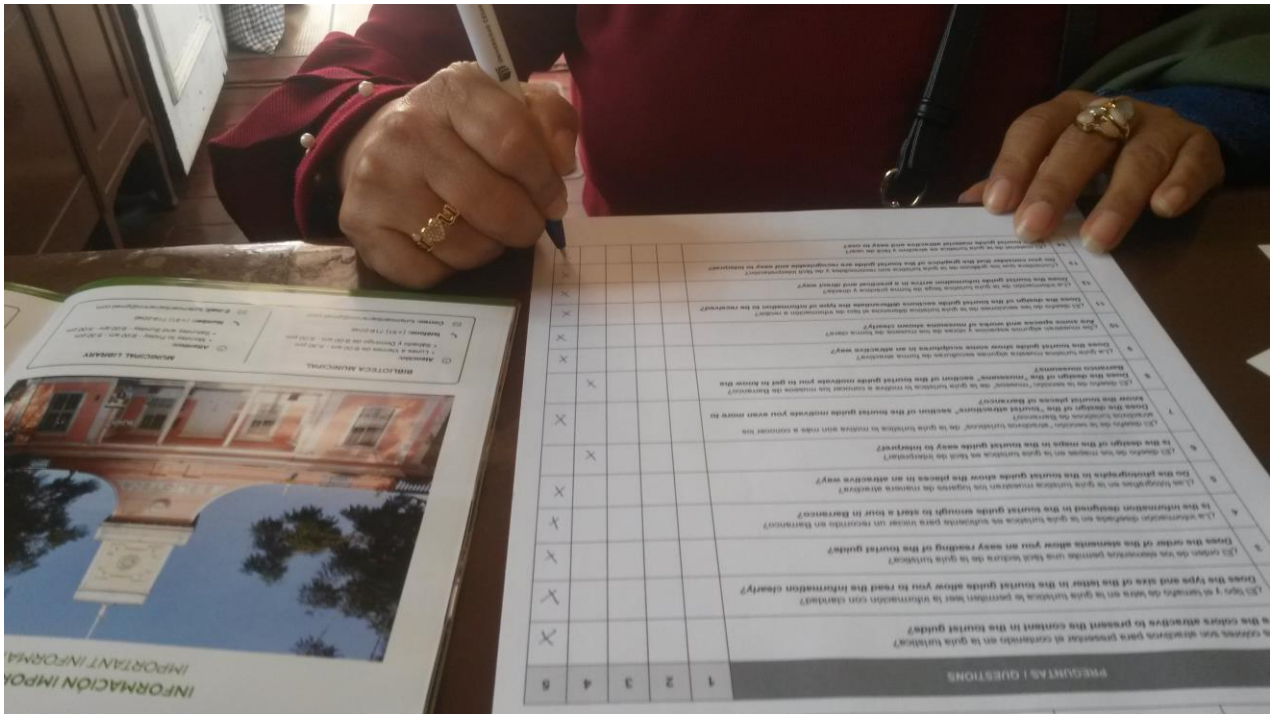
Anexo 21: Diseño de portadas (Folleto y Libro)



Anexo 22: Registro de campo

A continuación se presentan registros fotográficos de la recolección de datos / aplicación del instrumento en la oficina de turismo de Barranco con los turistas que formaron parte de la investigación.





Anexo 23: Recursos y presupuesto

A continuación se presenta un cuadro con los costos para la elaboración e impresiones de las piezas gráficas que formaron parte del trabajo de campo de la investigación.

CANTIDAD	MATERIALES	PRESUPUESTO
3	Juego de folleto – impresión láser A3 (tira y retira)	S/84.00
3	Engrampado de folletos	S/3.00
6	Refilado de impresiones (folleto)	S/6.00
1	Juego de libro – impresión láser A3 (tira y retira)	S/76.00
2	Refilado de impresiones (libro)	S/8.00
1	Portada plastificada – impresión láser súper A3	S/4.00
1	Empastado tapa dura de libro	S/15.00
-	Pasajes	S/20.00
TOTAL		S/216.00

Anexo 24: Cronograma de ejecución

Actividades	S1	S2	S3	S4	S5	S6	S7	S8	S9	S10	S11	S12	S13	S14
1. Reunión de coordinación	■													
2. Corrección de matrices		■	■											
3. Validación de instrumentos			■	■										
4. Trabajo de campo					■	■								
5. Análisis de datos estadísticos						■	■							
6. 1era jornada de Investigación Sustentación de avance								■						
7. Levantamiento de observaciones									■					
8. Discusión y redacción de tesis									■	■				
9. Conclusiones y recomendaciones										■				
10. Presentación del 1er informe de tesis											■			
11. Levantamiento de observaciones												■	■	
12. Presentación final de anillado de tesis													■	
13. Observaciones finales del jurado y prueba de turnitin													■	
14. 2da jornada de Investigación Sustentación de tesis														■

Yo, *Juan Apaza Quispe*, docente de la Facultad Ciencias de la Comunicación y Escuela Profesional de Arte & Diseño Gráfico Empresarial de la Universidad César Vallejo Campus Los Olivos, revisor de la tesis titulada


“DISEÑO DE GUÍA TURÍSTICA DEL PATRIMONIO DE BARRANCO Y LA COMUNICACIÓN VISUAL EN TURISTAS MAYORES DE 18 AÑOS EN BARRANCO, LIMA -2018”

Del estudiante VILCA VASQUEZ, JUNIOR ALEXANDER constato que la investigación tiene un índice de similitud de 19 % verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin.

El/la suscrito (a) analizó dicho reporte y concluyó que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender la tesis cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad César Vallejo.

Los Olivos, 24 de Julio de 2019




Dr. Juan Apaza Quispe
Coordinador de Investigación
Arte & Diseño Gráfico Empresarial
DNI: 10453803

Elaboró	Dirección de Investigación	Revisó	Responsable de SGC	Aprobó	Vicerrectorado de Investigación
---------	----------------------------	--------	--------------------	--------	---------------------------------

Resumen de coincidencias

19 %

Se están viendo fuentes estándar

Ver fuentes en inglés (Beta)

Coincidencias	
1	Entregado a Universidad... Trabajo del estudiante 10 %
2	repositorio.ucv.edu.pe Fuente de Internet 3 %
3	Entregado a EP NBS S... Trabajo del estudiante 1 %
4	es.scribd.com Fuente de Internet 1 %
5	repositorio.uandina.ed... Fuente de Internet 1 %

Diseño de guía turística del patrimonio de Barranco y la comunicación visual en turistas mayores de 18 años en Barranco, Lima - 2018.

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE Licenciado en Arte y Diseño Gráfico Empresarial

AUTOR
Junior Alexander Vilca Vásquez

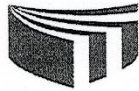
ASESOR
Dr. Juan Apaza Quispe

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

Arte visual y sociedad: Investigación de mercados en el ámbito de la comunicación gráfica, imagen corporativa y diseño del producto

LIMA - PERÚ





UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

Centro de Recursos para el Aprendizaje y la Investigación (CRAI)
"César Acuña Peralta"

FORMULARIO DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN ELECTRÓNICA DE LAS TESIS

1. DATOS PERSONALES

Apellidos y Nombres: Vilca Vásquez Junior Alexander
D.N.I. : 73676889
Domicilio : Av. Camino Real 733 - Surco
Teléfono : Fijo: - Móvil: 999084437
E-mail : alexandervilca.ph@gmail.com

2. IDENTIFICACIÓN DE LA TESIS

Modalidad:

Tesis de Pregrado

Facultad : Ciencias de la Comunicación
Escuela : Arte y Diseño Gráfico Empresarial
Carrera : Arte y Diseño Gráfico Empresarial
Título : Licenciado en Arte y Diseño Gráfico Empresarial

Tesis de Post Grado

Maestría

Doctorado

Grado :

Mención :

3. DATOS DE LA TESIS

Autor (es) Apellidos y Nombres: Vilca Vásquez Junior Alexander

Título de la tesis: Diseño de guía turística del patrimonio de Barranco y la comunicación visual en turistas mayores de 18 años en Barranco, Lima – 2018.

Año de publicación: 2018

4. AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN DE LA TESIS EN VERSIÓN ELECTRÓNICA

A través del presente documento

Si autorizo a publicar en texto completo mi tesis.

No autorizo a publicar en texto completo mi tesis.



Firma : 

Fecha: 27/11/2018



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

AUTORIZACIÓN DE LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

CONSTE POR EL PRESENTE EL VISTO BUENO QUE OTORGA EL ENCARGADO DE INVESTIGACIÓN DE

La Escuela Académico Profesional de Arte y Diseño Gráfico
Empresarial

A LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN QUE PRESENTA:

Junior Alexander Vilca Vásquez

INFORME TÍTULADO:

Diseño de guía turística del patrimonio de Barranco y la
comunicación visual en turistas mayores de 18 años en Barranco,
Lima – 2018.

PARA OBTENER EL TÍTULO O GRADO DE:

Licenciado en Arte y Diseño Gráfico Empresarial

SUSTENTADO EN FECHA: 06-12-2018

NOTA O MENCIÓN: 19




FIRMA DEL ENCARGADO DE INVESTIGACIÓN