






## Actividades y productos del turismo social en el Centro Histórico de Lima, 2020

Activities and products of social tourism in the Historic Center of Lima, 2020

Atividades e produtos de turismo social no Centro Histórico de Lima, 2020

-  **Tito Doroteo Acosta Castro**  
Universidad Nacional de Educación Enrique Guzmán y Valle
-  **Katya Nora López Gálvez**  
Universidad Nacional de Educación Enrique Guzmán y Valle
-  **Lorena Amparo Medrano Rivera**  
Universidad Nacional de Educación Enrique Guzmán y Valle
-  **Robert Michell Quispe Guizado**  
Universidad Nacional de Educación Enrique Guzmán y Valle
-  **Gabriela del Carmen Trinidad Huapaya Aldave**  
Universidad Nacional de Educación Enrique Guzmán y Valle

### RESUMEN

La presente investigación se realizó con el propósito de identificar las actividades y productos turísticos desarrollados acorde con el turismo social en el Centro Histórico de Lima entre los años 2018 – 2020. La metodología empleada fue de enfoque cualitativo con diseño fenomenológico y descriptivo. Los sujetos de estudio fueron tres museos de arte religioso y las actividades turísticas desarrolladas por la Oficina de Turismo de la Municipalidad Metropolitana de Lima. Los instrumentos aplicados fueron las fichas de observación y dos guías de entrevista. Los resultados revelan que las instituciones analizadas, no desarrollan actividades y productos turísticos orientados principalmente al turismo social. Las principales actividades son recorridos turísticos internos y peatonales dirigidos al público general. Sin embargo; los museos privados cuentan con tarifas diferenciadas para niños, estudiantes, adultos, adultos mayores; que contrasta con la propuesta pública, en donde se realizan actividades gratuitas, pero con limitado acceso.

### ABSTRACT

The present investigation was carried out with the purpose of identifying the tourist activities and products developed in accordance with social tourism in the Historic Center of Lima between the years 2018 - 2020. The methodology used was a qualitative approach with a phenomenological and descriptive design. The study subjects were three religious art museums and the tourist activities developed by the Tourism Office of the Metropolitan Municipality of Lima. The instruments applied were the observation sheets and two interview guides. The results reveal that the institutions analyzed do not develop tourist activities and products mainly oriented towards social tourism. The main activities are internal and pedestrian tours aimed at the general public. Nevertheless; private museums have differentiated rates for children, students, adults, seniors; which contrasts with the public proposal, where free activities are carried out, but with limited access.

### RESUMO

A presente investigação foi realizada com o objetivo de identificar as atividades e produtos turísticos desenvolvidos de acordo com o turismo social no Centro Histórico de Lima entre os anos de 2018 - 2020. A metodologia utilizada foi uma abordagem qualitativa com um design fenomenológico e descritivo. Os sujeitos do estudo foram três museus de arte sacra e as atividades turísticas desenvolvidas pelo Escritório de Turismo do Município Metropolitano de Lima. Os instrumentos aplicados foram as fichas de observação e dois roteiros de entrevista. Os resultados revelam que as instituições analisadas não desenvolvem atividades e produtos turísticos orientados principalmente para o turismo social. As principais atividades são passeios internos e pedestres voltados ao público em geral. Nenhum; Nenhum os museus privados têm tarifas diferenciadas para crianças, estudantes, adultos, idosos; o que contrasta com a proposta pública, onde são realizadas atividades gratuitas, mas com acesso limitado.

Publicado: 16/09/2022  
Aceptado: 29/08/2022  
Recibido: 28/07/2022

**Palabras clave:** Turismo social, accesibilidad, innovación y discapacidad.  
**Keywords:** Social tourism, accessibility, innovation and disability.  
**Palavras-chave:** Turismo social, acessibilidade, inovação e deficiência.

## INTRODUCCIÓN

El turismo es una actividad social que basa su desarrollo en distintas disciplinas. El ámbito de aplicación de la actividad turística se ha ampliado en los últimos 40 años. El turismo de masa; denominado así, porque se desarrollaba en centros vacacionales de verano localizados principalmente en Europa fue la principal modalidad empleada hasta inicios del siglo XXI. Gracias al aporte de la globalización y el acceso al internet, se promocionaron nuevos destinos turísticos que satisfacen las nuevas demandas y necesidades de los turistas del siglo XXI. Sin embargo, estas actividades se han diseñado para atraer turistas extranjeros debido a su amplia capacidad de gasto. El turismo es visto como una actividad exclusiva y no necesariamente inclusiva. Esto deriva en la necesidad de cambiar el horizonte del turismo sin perder la característica comercial orientándolo a la satisfacción de todas las personas sin discriminar su condición física, cultural o social.

La Organización Mundial del Turismo (OMT) en la Declaración de Manila sobre el Turismo Mundial (1980), coloca las bases para el desarrollo del turismo social, reconociendo al ocio, el tiempo libre, las vacaciones y libertad de viajar como derecho fundamental de las personas como consecuencia del derecho al trabajo. Además, establece que los países deben promover actividades relacionadas al turismo social para los pobladores con menos recursos, puesto que también tienen derecho al descanso. La Organización Mundial del Turismo Social (International Social Tourism Organization, ISTO, 2020), propone cinco ejes para la reactivación del turismo social: favorecer la accesibilidad, demostrar solidaridad, garantizar la calidad de vida, promover el comercio justo y proteger el medio ambiente. En ese sentido, propone que se desarrollen programas de vacaciones accesibles para los sectores menos favorecidos de la sociedad; por lo que recomienda a las instituciones y prestadores de servicios turísticos eliminar las barreras que impidan el desarrollo de estas actividades.

En el Plan Estratégico Nacional de Turismo – PENTUR 2025 (2016), se introduce al turismo social dentro de la política de inclusión. Por ello, el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR) aprobó los “lineamientos para el desarrollo del turismo social en el Perú” en donde se evidencian brechas entre la oferta y demanda turística. Porque no se han desarrollado productos y servicios turísticos dirigidos a la población beneficiaria del turismo social: niños, jóvenes, adultos mayores y

discapacitados. Para lograr los propósitos del turismo social, se determinaron cuatro pilares, estos involucran el desarrollo de actividades y productos turísticos inclusivos, participativos, innovadores y accesibles (Resolución Ministerial 005, 2020).

Al ser el turismo una actividad declarada como derecho social, esta requiere de un criterio amplio y abierto, que garantice la accesibilidad de todas las personas, esta condición aplica para las personas que presentan discapacidad, adultos mayores, familias, jóvenes, niños, entre otros. En ese sentido, las entidades o empresas encargadas de gestionar los recursos y atractivos turísticos deben implementar y mejorar las condiciones de accesibilidad de los espacios turísticos. Para adaptar productos turísticos a las necesidades del público objetivo del turismo social se requiere de coordinación entre los diversos sectores del turismo, lideradas por ente rector, el Mincetur, y las demás instituciones adheridas al mismo. Además, se requiere de la participación de los prestadores de servicios turísticos, quienes son los encargados de la ejecución de los programas. Estos productos deben estar diseñados de acuerdo a las características del público objetivo, lo cual significa que, los servicios deben estar acondicionados a personas con discapacidad por un lado y por el otro, deben ser accesibles a la economía de la población; lo que no significa que sean de baja calidad.

El Centro Histórico de Lima, fue declarado Patrimonio Cultural de la Humanidad por la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura [UNESCO] en el año 1991 (UNESCO, 2019). Por ello, la Municipalidad Metropolitana de Lima es la encargada de velar por el cumplimiento de las normas que rigen la actividad turística en esta área. En ese sentido, la presente investigación identificó como el municipio capitalino viene promoviendo el desarrollo de actividades y productos turísticos acorde con las políticas y pilares del turismo social.

## MATERIALES Y METODOS

El diseño de la investigación presenta un enfoque cualitativo dado el estudio de fenómenos desde lo empírico y holístico, involucrando en el proceso a todos los actores, de tipo aplicada porque se empleó teoría existente para analizar los fenómenos en un determinado contexto, de diseño fenomenológico porque estudia la percepción, interacción, entre otras particularidades que tienen los sujetos de estudio sobre una determinada realidad o fenómeno y se empleó el método analítico-sintético y sistémico. La población de estudio estuvo conformada por 4 representantes de

los principales atractivos turísticos en el Centro Histórico de Lima. La técnica de investigación empleada fue la entrevista y la observación,

empleándose como instrumento la ficha de observación y guía de entrevista semiestructurada.

## RESULTADOS

**Tabla 1**

*Resultados del análisis sobre las fichas de observación*

Entidad	Cuenta con rampas de acceso	Cuenta sistema con escritura de Braille	Contenidos visuales con lenguaje de señas	Tarifas diferenciadas
Museo de San Francisco y Catacumbas	Si	No	No	No cuenta con tarifa publicada para personas con discapacidad
Museo del Convento de Santo Domingo de Lima	Si	No	No	No cuenta con tarifa publicada para personas con discapacidad
Palacio Arzobispal de Lima	Si	No	No	No cuenta con tarifa publicada para personas con discapacidad
Palacio Municipal de Lima Metropolitana	Si	No	No	Acceso libre; pero, sujeto a reserva y con capacidad limitada

**Nota:** La información presentada es el resultado de las visitas de campo que fueron registradas en las fichas de observación.

Fuente: Autoría propia.

La tabla 1 muestra los principales atractivos turísticos del Centro Histórico de Lima que cuentan con rampas de acceso, pero no con un sistema de escritura Braille ni contenido visuales con lenguaje de señas.

Análisis de la entrevista realizada a los representantes de las entidades seleccionadas como sujetos de estudio

### **Pregunta 1: ¿La institución cuenta con servicios o productos turísticos (Visitas especiales, talleres educativos, etc.) para atender las necesidades de los visitantes que forman parte del turismo social?**

Las instituciones cuentan con áreas especializadas para la elaboración de experiencias; es decir, actividades como recorridos, talleres, etc., que están diseñadas para atender al público en general, especialmente visitantes nacionales, pero son pocas las actividades dirigidas a personas con discapacidad motora, visual y discapacidad auditiva. Además, los museos de carácter privado y de tipo religiosos no cuentan con programas y actividades definidas para la demanda del turismo social, pero, cuando se presentan casos de visitantes con algún tipo de discapacidad, se realizan los recorridos por las instalaciones que facilitan el acceso. En el caso de las personas con discapacidad motora, las instalaciones de todos los museos en cuestión cuentan con rampas de acceso que permiten el desplazamiento por la mayoría de espacios abiertos al público. No obstante, se debe recalcar que estas instituciones facilitan el acceso a personas procedentes de grupos vulnerables: albergues, comedores populares, defensoría del pueblo, municipalidades, entre otros. A quienes se les puede

exonerar del pago por derecho de ingreso o la reducción al 50% de la entrada general.

### **Pregunta 2. ¿Durante los recorridos que realiza, que herramientas especializadas emplea para facilitar el acceso a la información turística de personas con algún tipo de discapacidad?**

Se realizan recorridos especializados dirigidos a personas con discapacidad y/o pertenecientes a sectores vulnerables, previa reserva a fin de diseñar una propuesta adecuada para atender sus necesidades, se cuenta con el apoyo de instituciones aliadas que cuenten con programas, actividades e instalaciones adecuadas para personas con discapacidad que permitan el desarrollo de los recorridos u actividades programadas. En ocasiones han participado personas con sillas de ruedas en los recorridos peatonales, quienes no han tenido problemas en seguir el ritmo, porque se emplean rutas planas y de fácil acceso. Si bien es cierto, algunas instituciones cuentan con herramientas especializadas como lectura en sistema braille, audio guías o recorridos con guías especializados en lenguaje de señas, pero no se adecuan a las necesidades de las personas con discapacidad.

### **Pregunta 3 ¿Cuáles son los problemas que se presentan cuando dentro de un grupo de visitantes, se encuentran con personas que padecen de alguna discapacidad y cómo los resuelve?**

Los entrevistados coincidieron en la respuesta. La presencia de personas con discapacidad en las diferentes actividades, programas y productos

turísticos es reducida. Lo que más se observa son personas con discapacidad motora, quienes en su mayoría no tienen problemas de desplazamiento por las instalaciones o lugares debido a que se cuenta con rampas de acceso, prestación de sillas de ruedas o ascensores. Sin embargo, no es común encontrar personas con discapacidad visual y auditiva durante las actividades prestadas.

## DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

La investigación se desarrolló con la finalidad de identificar las actividades y productos turísticos orientados al público que conforma el turismo social. Para este fin se analizaron tres museos de arte religioso, considerados los más visitados por turistas nacionales e internacionales; y las actividades desarrolladas por la oficina de turismo de la Municipalidad Metropolitana de Lima.

Los resultados en relación a las actividades y productos turísticos inclusivos, denotan características similares en todos los casos analizados. Ninguna institución cuenta con actividades turísticas como recorridos especializados para niños, adolescentes, adultos mayores o personas con discapacidad que se oferten de forma continua y a costos accesibles; solo una institución desarrollaba hasta el inicio de la pandemia por la Covid 19, actividades orientadas a distintos públicos como niños, jóvenes, y parejas de enamorados; sin embargo, estas actividades no ejecutaban de forma continua, sino en fechas conmemorativas y tenían un costo adicional. No obstante, es menester señalar, que los tres museos cuentan con tarifas diferenciadas para niños, estudiantes universitarios y adultos; solo la oficina de turismo de la Municipalidad Metropolitana de Lima, desarrolla actividades sin costo alguno cuando se hacen recorridos peatonales, talleres o conferencias; sin embargo, el acceso a estos servicios es limitado y requiere de una previa inscripción por vía digital, telefónica o a través de una solicitud. En ese sentido, todas las instituciones analizadas han manifestado prestar servicios gratuitos o reducir las tarifas de ingreso hasta el 50% para las instituciones públicas o privadas, organizaciones vecinales o sin fines de lucro que a través de una solicitud manifiesten el deseo de recorrer las instalaciones con poblaciones vulnerables, como: niños en estado de abandono, madres de familia pertenecientes a comedores populares, organizaciones vecinales de base, entre otros. Los resultados guardan relación con lo señalado por Schenkel (2018), quien sostiene que el turismo social no forma parte indispensable en el sector turístico, debido a que se prioriza al turismo receptivo. Este resultado se refleja

en el poco interés por atender las necesidades del público que conforma el turismo social; esto se evidencia claramente en los museos religiosos analizados; quienes, han desarrollado actividades turísticas enfocadas mayormente en atender las necesidades de turistas extranjeros. Esta forma de proceder suena obvia, estas instituciones son de naturaleza privada y requieren de la generación de ingresos; por lo que el turismo social, no representa una fuente de ingresos constante. Sin embargo, la mayoría de ellas, ha configurado tarifarios bastante accesibles y oferta la posibilidad de reducir los costos de ingreso al 50% o hasta gratuitos para poblaciones vulnerables que sean representadas por instituciones u organizaciones sin fines de lucro.

Por otro lado, se observó que las instituciones analizadas no desarrollan productos turísticos orientados al turismo social. Sin embargo, han formado parte de otras iniciativas desarrolladas por otras instituciones, cumpliendo el rol de socios estratégicos. Estos resultados se contraponen a los hallados por Minchón (2016), quien sostiene que una institución ligada a la salud, organiza y financia viajes a nivel local, regional y nacional para adultos mayores. Probablemente, las instituciones analizadas han sido parte de estos productos turísticos en alguna oportunidad, no como organizadores, sino, como aliados estratégicos.

Por otro lado, vale la pena considerar que, entre las actividades identificadas como recorridos peatonales, talleres, cursos, ferias y conversatorios, son abiertos para todo tipo de público, en muchos casos se considera la participación de artistas, artesanos, cocineros y expositores que tienen alguna vinculación directa o indirecta con el sector del turismo social.

Son las ferias y la visita a emprendimientos de venta de comida o artesanía, las que fomentan la participación de personas que conforman el turismo social. Muchas de ellas, dan trabajo directo e indirecto a familiares, vecinos o personas de bajos recursos económicos y de sectores vulnerables. En ese sentido, influyen en la participación indirecta de estas personas en la actividad turística. Sin embargo, lo ideal es mejorar este contexto y propiciar la participación directa.

La innovación de actividades y productos turísticos radica en el diseño y desarrollo de propuestas creativas y accesibles, empleando estrategias y nuevas tecnologías orientadas a mejorar las experiencias de los visitantes. Lamentablemente no se pudo identificar alguna actividad o producto turístico innovador

orientado al sector del turismo social. No obstante, todas las instituciones emplean las redes sociales como canal de promoción turística.

En relación a los criterios de accesibilidad, todas las instituciones analizadas respetan e incluyen dentro de sus instalaciones, servicios, actividades y recorridos algunas medidas que facilitan la accesibilidad para personas con discapacidad motora, empleando espacios llanos para transitar o el uso de rampas; además, en todas las instituciones analizadas es posible acceder al préstamo de una silla de ruedas o en el mejor de los casos, como el Palacio Municipal de Lima y el Museo del Palacio Arzobispal es posible emplear un ascensor.

El concepto de accesibilidad no se restringe solo a la movilidad; sino, a la posibilidad de acceder a cada uno de los servicios que ofertan las instituciones analizadas. En ese sentido, la investigación revela que lamentablemente, ninguna de ellas ha implementado medios para facilitar la accesibilidad al servicio de información turística, pieza neural en la visita a las instalaciones. No se evidencian sistemas de escritura en Braille, audioguías, contenidos digitales con lenguaje de señas o guías de turismo capacitados para atender a personas con alguna discapacidad; el hallazgo tiene relación con lo descrito por Moya y Ura (2019), quienes afirman que, en la Maravilla del Mundo, Machu Picchu, llegando este a ser un atractivo mundial aún persisten problemas de accesibilidad para personas con discapacidad física.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- [1] La Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura. (2019). La visión de UNESCO para el Centro Histórico de Lima. Recuperado de <https://es.unesco.org/news/vision-unesco-centro-historico-lima>.
- [2] Minchón, K. (2016). Principales factores que permiten la práctica del turismo social de los adultos mayores del Centro del Adulto Mayor (CAM) de Essalud – Trujillo. (Tesis de pregrado). Universidad Nacional de Trujillo. Recuperado de <http://dspace.unitru.edu.pe/bitstream/handle/UNITRU/5689/MINCH%20c3%93N%20BENITES%20KAROLL%20ELIZABETH%28FILEminimizer%29.pdf?sequence=1&isAllowed=y> Recuperado de <https://puntosdis.com/wpcontent/uploads/2015/12/TurismoSocial.pdf>.
- [3] Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (2015). El Turismo en Cifras: Millennials del Perú y del mundo marcan tendencia en el sector turístico. Recuperado de <https://www.mincetur.gob.pe/millennials-del-peru-y-del-mundo-marcantendencia-en-el-sector-turistico/>.
- [4] Moya, W; & Ura, E. (2019). Análisis del turismo accesible para personas con discapacidad física en Machu Picchu – Cusco. (Tesis de pregrado). Universidad
- [5] César Vallejo. Recuperado de
- [6] [https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/47041/Ura\\_FEP-Moya\\_GWE-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/47041/Ura_FEP-Moya_GWE-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y).
- [7] Museo del Convento de Santo Domingo. (2018). Visita nocturna. Recuperado de <https://www.facebook.com/museo.santodomingo/photos/a.4444816392255477/2151329521604147/>
- [8] Museo del Convento de Santo Domingo. (2019). Visita nocturna. Recuperado de <https://www.facebook.com/museo.santodomingo/photos/a.448853951851721/2413562192047544>
- [9] Museo de San Francisco. (2020). Programa de formación 2020. Recuperado de <http://museocatacumbas.com/cursos-de-extension/>
- [11] Museo San Francisco. (20 de setiembre de 2021a). Historia. Recuperado de <http://museocatacumbas.com/shortcodes/>
- [12] Museo San Francisco. (29 de setiembre de 2021b). Amigos del museo. Recuperado de <http://museocatacumbas.com/san-valentin-para-todos/>
- [13] Organización Internacional de Turismo Social, ISTO. (2020). Comisión de políticas sociales de turismo. Boletín 2. Recuperado de <https://isto.international/>.
- [14] Organización Mundial del Turismo. (1980). Declaración de Manila sobre el turismo mundial. Recuperado de <http://catalogo.econo.unlp.edu.ar/meran/getDocument.pl?id=749>.
- [15] Pentur (2016). Plan Estratégico Nacional 2025. Recuperado de [https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/turismo/documentos/PENTUR/PENTUR\\_Final\\_JULIO2016.pdf](https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/turismo/documentos/PENTUR/PENTUR_Final_JULIO2016.pdf).
- [16] Robles, P; Maldonado, L; y Lora, N. (2019). Turismo inclusivo. Kikime el que viaja 8(8). Recuperado de <https://core.ac.uk/download/pdf/287324389.pdf>.
- [17] Rodríguez, A; & Pérez, A. (2017). Métodos científicos de indagación y de construcción del conocimiento. Rev.esc.adm.neg, 82, pp. 179-200. Recuperado de <http://www.scielo.org.co/pdf/ean/n82/0120-8160-ean-82-00179.pdf>
- [18] Schenkel, E. (2018). Turismo social y turismo receptivo. Dinámicas competitivas y cooperativas a partir de la Nueva Ley de Turismo en Argentina. Civilizar