

I

PROPUESTA DE UN PAQUETE TURISTICO PARA PERSONAS EN CONDICION DE
DISCAPACIDAD MOTRIZ EN LA CIUDAD DE BOGOTA

DIAZ CAMELO MARIA ALEJANDRA

MARTINEZ MEZA LIZZET DANIELA

PABON TARQUINO LAURA MILENA

UNIVERSITARIA AGUSTINIANA

FACULTAD DE ARTE, COMUNICACIÓN Y CULTURA

HOTELERIA Y TURISMO

BOGOTA D.C

2018

PROPUESTA DE UN PAQUETE TURISTICO PARA PERSONAS EN CONDICION DE
DISCAPACIDAD MOTRIZ EN LA CIUDAD DE BOGOTA

DIAZ CAMELO MARIA ALEJANDRA

MARTINEZ MEZA LIZZET DANIELA

PABON TARQUINO LAURA MILENA

Asesor del Trabajo

CASTRO CHIGUAZUQUE MÓNICA ANDREA

Trabajo de grado para optar al título como

Profesional en Hotelería y Turismo

UNIVERSITARIA AGUSTINIANA

FACULTAD DE ARTE, COMUNICACIÓN Y CULTURA

HOTELERÍA Y TURISMO

BOGOTÁ D.C

2018

Nota de aceptación

Firma del jurado

Firma del jurado

Bogotá, Junio 12 de 2018

Dedicatoria

Finaliza una carrera universitaria y con esto el proyecto final que se ha realizado para demostrar el arduo estudio y esfuerzo que se ha venido desarrollando durante los 5 años de nuestra formación profesional.

Queriendo dedicar este logro primeramente a Dios, nuestros padres y familia que han sido el pilar para estar donde estamos hoy en día, por haber aportado y ser un apoyo durante toda nuestra formación académica.

Agradecimientos

Es un proyecto que se ha dificultado desde el comienzo ya que muchas personas no han creído en este, somos un grupo unido que con esfuerzos y sacrificios se ha logrado avanzar y seguir adelante para el desarrollo y finalización del mismo. Han sido largas las jornadas de trabajo con inconvenientes que siempre se encuentran en el camino, pero todo se ha logrado solucionar como buen equipo de trabajo.

Primero que todo dar las gracias a Dios y nuestras familias por su apoyo y consejos, por habernos permitido cursar una carrera profesional acorde a nuestro gusto. Ser esa guía que siempre acompaña y enseña en todo momento; nos han enseñado a luchar por lo que se quiere, a no darnos por vencidas nunca y ser mejores cada día.

A nuestras profesoras Mónica Castro y Carolina Cárdenas por ser nuestras guías en el transcurso del proyecto, no ha sido nada fácil desarrollarlo, pero con sus enseñanzas y dedicación hemos podido lograrlo y en fin a todos los profesores que hicieron parte de nuestra vida universitaria por sus enseñanzas y el gran aprendizaje que nos deja cada uno de ellos.

Resumen

El siguiente proyecto presenta una propuesta de turismo en las localidades de Santa Fe y la Candelaria para personas en condición de discapacidad motriz, para contribuir con el desarrollo del turismo accesible en la ciudad de Bogotá, tras una ardua investigación y análisis de los recursos turísticos e históricos, deliberando la accesibilidad para esta población por medio de la propuesta de un paquete turístico que permita el acceso a la oferta actual, como actividad de Ocio y Cultura.

Abstract

The following project presents a proposal for tourism in the towns of Santa Fe and La Candelaria for people with motor disabilities, to contribute to the development of accessible tourism in the city of Bogotá, after an arduous investigation and analysis of tourism resources. Historical, deliberating the accessibility for this population through the proposal of a tourist package that allows access to the current offer, as an activity of Leisure and Culture

Tabla de Contenido

Introducción	11
1. Planteamiento del problema	12
1.1. Formulación del problema	12
1.2. Descripción del problema	12
2. Objetivos	14
2.1. Objetivo general	14
2.2. Objetivos específicos	14
3. Justificación	15
4. Marco de referencia	17
4.1. Marco teórico	17
4.2. Marco conceptual	24
4.2.1. Discapacidad.	24
4.2.2. Accesibilidad.	24
4.2.3. Turismo accesible.	24
4.2.4. Paquete Turístico.	25
4.2.5. Atractivo turístico.	26
4.2.6. Discapacidad motriz.	26
4.3. Marco geográfico	26
4.4. Marco legal	27
5. Metodología	32
5.1. Muestreo	33
6. Capítulo 1	35
6.1. Discapacidad	35
6.1.1. Tipos de discapacidad.	38
6.2. Turismo incluyente	40
6.2.1. Destinos que ofrecen turismo accesible.	45
6.3. El Turista	47
6.3.1. Tipos de Turistas.	48
6.4. Perfil del cliente	49
6.4.1. El cliente.	50
6.5. Segmentación del mercado	50

6.5.1. Variables para segmentar.	51
6.5.2. Características de la segmentación.	52
6.5.3. Proceso de segmentación.	52
6.6. Análisis general de los resultados de las encuestas	53
6.7. Perfil del turista en condición de discapacidad	60
6.7.1. Características de los turistas en situación de discapacidad.	60
7. capítulo 2	63
7.1. Generalidades del turismo en Colombia	63
7.1.1. Turismo en Bogotá.	64
7.2. Zonas turísticas	66
7.2.1. La Candelaria.	67
7.2.2. Santa Fe.	68
7.3. Atractivos turísticos	69
7.3.1. Atractivo turístico accesible.	69
7.3.2. Museos.	71
7.3.3. Teatros y centros culturales.	77
7.3.4. Iglesias.	83
7.3.5. Otros atractivos de interés cultural.	84
7.3.6. Galería.	89
7.4. Prestadores de servicios Turísticos	90
7.4.1. Prestadores turísticos accesibles.	90
7.4.2. Hoteles.	91
7.4.3. Restaurantes.	97
7.5. Diagnostico	101
7.5.1. Accesos.	101
7.5.2. Rampas.	102
7.5.3. Áreas sanitarias.	102
7.6. Atractivos y prestadores turísticos seleccionados para la propuesta del paquete turístico	105
8. Capítulo 3	108
8.1. Atractivos seleccionados para la elaboración del paquete turístico	108
8.1.1. Museos.	109
8.2. Equipamiento para la elaboración del paquete	111
8.3. Paquete Turístico	113

8.3.1. Paquete turístico accesible.	114
8.4. Descripción de la propuesta	115
8.4.1. Servicios y actividades.	115
8.4.2. Itinerario.	118
8.4.3. Vías para el desarrollo del paquete.	120
8.5. Mercadeo y publicidad	127
8.5.1. Estrategias promocionales.	128
8.5.2. Plan de medios.	128
8.6. Costos del paquete turístico	129
8.6.1. Materia prima (MP).	130
8.6.2. Mano de obra (MO).	130
8.6.3. Costos indirectos del servicio (CIS).	131
8.6.4. Gastos fijos (GF).	131
8.6.5. Costos variables (CV).	132
8.6.6. Total, costo variable.	132
8.7. Gastos y costos fijos	133
8.7.1. Costo fijo por paquete.	133
8.7.2. Costo total por paquete.	133
8.7.3. Precio de venta sugerido.	133
8.8. Punto de equilibrio	133
8.9. Ganancia por paquete	134
9. Conclusiones	135
10. Recomendaciones	136
11. Referencias	137
12. Índice de Ilustraciones	143
13. Índice de Tablas	144
14. Índice de Gráficos	145
15. Anexos	146

Introducción

Este proyecto desarrolla una propuesta de un paquete turístico que tendrá como público objetivo personas en condición de discapacidad motora, no solo se pretende brindar un espacio de recreación y ocio a nuestro mercado potencial sino dar a conocer la oferta turística que brinda la ciudad de Bogotá, visitando la perseverancia (plaza de mercado), según el Instituto Distrital de Turismo (IDT) las plazas han sido modificadas para ser potencializadas como atractivos turísticos, donde se realizan preparaciones típicas de la cocina Colombiana los cuales se encuentran ubicados en las localidades con relevancia histórica de la capital, teniendo en cuenta que estos son previamente seleccionados tomando como principal fundamento que apliquen las normas de accesibilidad y tengan las adecuaciones necesarias para suprimir las barreras con las que se enfrenta este tipo de población al momento de realizar turismo.

Se realizará la segmentación del mercado para determinar el perfil del cliente, analizando sus preferencias para tener claridad en la acogida de esta propuesta, a través de instrumentos de estudio que se aplicaran como encuestas, se determinará cuanto están dispuestos a pagar por un paquete turístico y el interés por realizarla en la ciudad de Bogotá que es el destino donde se tiene considerado desarrollar el paquete.

Al evaluar las localidades de Santa Fe y la Candelaria de la ciudad de Bogotá podemos ver que tan preparados están en cuanto su oferta para recibir turistas de estas condiciones tomando como referencia los atractivos más comprensibles de la capital.

Finalmente se establece la propuesta del paquete turístico teniendo en cuenta los elementos tangibles e intangibles que lo conforman, se verifican los costos y gastos para la realización del mismo con esto determinar las ganancias que se generaran.

1. Planteamiento del problema

Bogotá no es una ciudad accesible pues las instalaciones tanto públicas como privadas no están adaptadas para personas en condición de discapacidad motora y en general con cualquier tipo de discapacidad. Además, este tema de inclusión se viene trabajando hace pocos años porque culturalmente nunca se le ha dado la importancia que requiere a este tipo de población.

Los primeros avances que se han aplicado son en el sistema de transporte público como Transmilenio que cuenta con rampas de acceso sin embargo estas no tienen los grados de inclinación correctos para que las personas en condición de discapacidad motora puedan usarlas sin mayor esfuerzo. Otros de los escenarios que se están adecuando son los culturales y deportivos como se refleja en algunos museos y centros deportivos.

1.1. Formulación del problema

¿Cómo contribuir al desarrollo del turismo accesible para personas en condición de discapacidad motriz a partir de la propuesta de un paquete turístico en la ciudad de Bogotá?

1.2. Descripción del problema

La oferta turística de Bogotá actualmente para personas en condición de discapacidad motora es muy reducida o nula porque no existe una agencia de viajes que se especialice en paquetes o rutas para este tipo de población, a esto podemos sumar que los hoteles y restaurantes que son accesibles son muy pocos y los que hacen parte de ese pequeño porcentaje que cumplen con las condiciones de accesibilidad para garantizar la comodidad a una persona en condición de discapacidad motora solo tiene de 2 a 6 habitaciones disponibles para esta población.

Por lo anterior las personas que están en condición de discapacidad se sienten segregadas de la sociedad pues no tienen la misma facilidad de adquirir servicios turísticos como lo haría cualquier persona, por ello decidimos proponer el paquete turístico gastronómico para que estas personas comiencen a interactuar, conocer personas que se encuentran en su misma condición y así darles la oportunidad de disfrutar de experiencias nuevas sintiéndose cómodos y en igualdad con los demás.

También se brinda la posibilidad a las personas en condición de discapacidad motora de tener un tiempo de esparcimiento que además de permitir conocer lugares turísticos de la capital brindando información e historia.

2. Objetivos

2.1. Objetivo general

Desarrollar una propuesta turística en la ciudad de Bogotá para personas en condición de discapacidad motora.

2.2. Objetivos específicos

- Definir el perfil del cliente potencial a partir de aspectos geográficos, demográficos y socioculturales.
- . Identificar las potencialidades turísticas de las localidades de Santa Fe y la Candelaria adecuada a las necesidades y expectativas de las personas en condición de discapacidad.
- Diseñar un paquete turístico incluyente y accesible a la oferta actual de la ciudad

3. Justificación

El proyecto está enfocado a desarrollar una propuesta de un paquete turístico para personas en condición de discapacidad motora en la ciudad de Bogotá con el fin de dar a conocer los atractivos tradicionales de la capital ubicados en las localidades de Santa Fe y la Candelaria con trascendencia histórica de la ciudad promoviendo con esto el turismo accesible.

El proyecto tiene gran relevancia porque en la actualidad existen ventajas sociales y económicas a causa del turismo accesible, esto permite actuar junto con el gobierno para lograr el cumplimiento de los derechos de las personas vulnerables de la sociedad. Según Núñez (2012) “la accesibilidad hace mucho que supero el paradigma de la eliminación de barreras, nos encontramos ante un derecho de accesibilidad universal, que representa a todos los ámbitos y para todas las personas”.

España es el primer destino europeo que se adaptó a las necesidades de las personas con discapacidad, tienen la cultura de que el turismo debe estar orientado a la accesibilidad para no perder en términos económicos ni competitivos. El presidente del Comité Español de Representantes de Personas con Discapacidad, Cayo (2012) dice que “el turismo es un bien social de primera magnitud y una necesidad para acceder al ocio que, sin embargo, necesita transformar muchos aspectos que son excluyentes para las personas con discapacidad”.

En la actualidad Colombia ha fomentado inclusión con un turismo para todos, con esto se ha logrado la creación de manuales y diferentes proyectos que contienen parámetros sobre la infraestructura que necesitan las personas en condición de discapacidad además el recurso humano y los diferentes prestadores turísticos deben estar en la capacidad de atender y satisfacer a estos turistas.

Bogotá cuenta con una diversidad de productos turísticos los cuales permiten la realización de actividades turísticas, recreativas y deportivas que están en pro del desarrollo sostenible, la defensa y promoción de la cultura, el patrimonio y la inclusión e integración de la sociedad teniendo en cuenta las debidas normas de seguridad.

El paquete turístico está diseñado para individuos que cumplan con el perfil del cliente que se determinó durante el estudio y en general para las personas en condición de discapacidad que estén dispuestas a pagar y contratar los servicios que se están ofertando.

4. Marco de referencia

4.1. Marco teórico

La población de personas con discapacidad y movilidad reducida cada día es mayor a causa de accidentes, las condiciones ambientales, enfermedades o razones genéticas, las personas con esta condición se han enfrentado a múltiples barreras por ejemplo las de medio físico es decir la infraestructura pública y privada puesto que en su gran mayoría están construidas sin concebir que sus diseños representarían un obstáculo. Por este motivo se llevó a cabo el Congreso Internacional para la Supresión de Barreras Arquitectónicas en el año 1963 en Suiza siendo uno de los pioneros en este tema.

Después de este congreso muchas organizaciones han buscado mejorar las condiciones de vida de este grupo de personas por medio de declaratorias, informes y otras comunicaciones marcando la historia y creando conciencia en todo el mundo. Una de las que más importantes es la Organización de las Naciones Unidas (ONU).

La mejora de la calidad de vida va ligada a la accesibilidad que permite a las personas desenvolverse libremente en el entorno que los rodea. Además, posibilita la participación en actividades sociales y económicas.

El equipo de expertos Helios (1995) dice que “la palabra accesibilidad puede entenderse en relación con tres formas básicas de actividad humana: movilidad, comunicación y comprensión.” Cuando no se cuenta con estas aparece la exclusión social pues no hay igualdad y puede repercutir psicológicamente de forma negativa en las personas.

Las principales barreras para las personas con discapacidad según Smith (1987) se agrupan en tres modalidades: Barreras intrínsecas, ambientales e interactivas.

- Barreras intrínsecas. Se relacionan con la funcionalidad física, psicológica o cognitiva, esta última hace referencia al conocimiento, capacidad para aprender o el acceso a la Información que tiene cada persona. Todas se vinculan directamente con discapacidades particulares como dificultades de salud o dependencia física. Otros elementos que se

pueden agrupar en este tipo son de las de diagnóstico médico, casos como: seguridad excesiva por parte de la familia o desigualdad de oportunidades en la educación.

- Barreras ambientales. Son propias de las condiciones físicas o sociales del ámbito en el que se desenvuelven los individuos. Las barreras arquitectónicas que son las del entorno construido tienen gran influencia en la exclusión de personas con discapacidad pues impiden la participación en actividades de ocio, laborales, entre otras. Los medios de transporte representan un obstáculo en el desplazamiento, los naturales pueden ser minimizados con planificación y apoyos, finalmente la comunicación. Por otra parte, se encuentra la conducta y el rechazo de los demás hacia las personas que no tienen su misma condición.
- Barreras interactivas. Referentes a la capacidad para realizar algunas actividades, por ejemplo, la dificultad para usar nuevas tecnologías. Así mismo las referentes a la comunicación que nacen de las limitaciones cognitivas, de habla, audición o vista. Además, la comunicación es un proceso donde dos partes deben interactuar, pero en ocasiones el emisor envía de un mensaje y no existe quien tenga la capacidad de recibirlo para así entablar una conversación.

Las barreras producen en las personas inseguridad, sensación de restricción de libertad o inferioridad y conlleva a un aislamiento parcial.

Según Amengual (1996) las barreras se pueden definir en:

- Barreras arquitectónicas. Son los obstáculos que se encuentran dentro de los edificios para las diferentes personas.
- Barreras urbanísticas. Son las limitaciones presentes en las calles o en los diferentes ambientes fuera de las edificaciones, bien sean espacios públicos o privados.
- Barreras en el transporte. Son los impedimentos que se encuentran en los diferentes medios de transporte terrestre, marítimo, fluvial o aéreo.
- Barreras en las telecomunicaciones. Restricción a la que se enfrentan algunas personas para comprender y captar de los mensajes o usar de forma correcta los sistemas que se han dispuesto.

Cuando se eliminan estas barreras se logra una accesibilidad integral donde cualquier persona puede desplazarse de forma independiente, sin importar la carencia de habilidades de tipo físico, psíquico o sensorial.

La integralidad se alcanza con la implementación de tecnologías de apoyo que mengüen la discapacidad y mejoren la autonomía, se puede ver representada en la unión del turismo accesible y el turismo social que tienen el propósito de suprimir las desigualdades en cualquier ámbito. El fundamento principal es que todas las personas tienen derecho a un espacio de ocio donde puedan realizar actividades turísticas, disfrutando de las infraestructuras y servicios que se ofrecen.

La Organización Mundial de la Salud (1980) indica que “una discapacidad es toda restricción o ausencia (debida a una deficiencia) de la capacidad de realizar una actividad en la forma o dentro del margen que se considera normal para un ser humano.” Se deben tener en cuenta los cuatro tipos principales de discapacidad para abolir las barreras mencionadas anteriormente, estas se clasifican según los ámbitos del ser humano al que afectan:

- **Discapacidad Intelectual:** El intelecto de los individuos es inferior en comparación a una persona media. Directamente relacionado con el desarrollo motor, perceptivo, cognoscitivo, lingüístico, afectivo y social.
- **Discapacidad Física o Motora:** Se presentan inconvenientes para realizar actividades comunes. La limitación puede ser congénita o adquirida.
- **Discapacidad Auditiva:** Insuficiencia del oído y las funciones del mismo. Dependiendo del grado de dificultad se le puede denominar sordera o hipoacusia.
- **Discapacidad Visual:** Deficiencias en el ojo que incluyen su estructura y las funciones de éste como la visión. Es posible reducirla con el uso de gafas o lentes de contacto que por lo general no considera discapacidad como la invidencia.

Según (Jurado Almonte & Fernandez Tristancho, 2013) comentan al respecto sobre el turismo accesible y dicen que “el concepto de turismo accesible tiende a generalizarse y a confundirse con el de accesibilidad turística, para definir aquella tipología turística que persigue la supresión de barreras a las personas con discapacidad” por esto los atractivos turísticos que cuentan con equipamientos y destinos turísticos cada vez más tienen accesibilidad integral la cual es una

ventaja que puede hacer decantar sus reservas a una potencial clientela desde sus lugares de residencia porque cuenta con el aprovechamiento de las nuevas tecnologías de información y comunicación.

Se habla de que el turismo accesible no debería existir como tal ya que en todos los sitios tanto públicos como privados deben tener una plena accesibilidad para las personas con limitaciones, si hablamos de las tipologías de turismo como la de (sol y playa, turismo rural, turismo cultural y de naturaleza etc.) todos estos deberían llevar consigo la palabra “accesible”, si esto se cumpliera se hablaría entonces de turismo de sol y playa accesible, turismo rural accesible etc. Debido a esto el turismo accesible, con sus imprecisiones conceptuales si lo entendemos de forma general o concreta, se convierta por ahora en un nuevo modelo, tipología o producto especialmente volcado a personas con discapacidad, lo que no quita que también atiendan a otras personas y clientes (p.26).

Según Jurado & Fernández (2013) hablan sobre el turismo accesible que ofrece una serie de ventajas respecto al convencional. No obstante, son las empresas y servicios turísticos, libremente, quienes tienen la potestad de apostar por cumplir solo con las exigencias que obliga la legislación en materia de accesibilidad o por volcarse en la potencial clientela de personas con discapacidades y sus familiares (p.27).

Consejería de turismo, Comercio y Deportes (2006 citado en Jurado & Fernández, 2013, p.27) hacen énfasis en que el turismo accesible tiene una serie de ventajas generales a tener en cuenta, las cuales son:

- El ocio y el turismo es un derecho para todos. El turismo es un factor de integración social y el turismo accesible lo es aún más.
- La accesibilidad y la igualdad de oportunidades y no discriminación son derechos para las personas con discapacidad.
- Los colectivos sociales con discapacidad no eligen un tipo tanto de alojamiento y destino turístico específico en función de sus costes y diversos atractivos, sino en función del nivel de accesibilidad y servicios que ofrezcan.

Por otra parte, se destaca el turismo accesible como una consecuencia de una demanda social que cada vez es mayor. La Consejería destaca (p.36 del documento):

- La información sobre la accesibilidad es escasa, poco fiable y no se transmite en formatos adecuados para las personas interesadas.
- Escasa promoción de los productos accesibles existentes.
- Los productos ofrecidos no suelen ser incluyentes, sino que se limitan en su mayoría a la creación de paquetes a medida para las personas que demanden servicios especiales.
- Falta de formación en materia de accesibilidad de los profesionales del sector turístico, lo que repercute en la imposibilidad de satisfacer la demanda existente.
- Ayuda a la creación de una oferta turística sostenible.
- Genera un valor añadido para el resto de turistas, mejorando la imagen de calidad de los establecimientos.

Hablamos que existen diferentes discapacidades entre ellas tenemos la discapacidad física, discapacidad sensorial y discapacidad intelectual, pero pormenorizándose se tienen los siguientes grupos:

Discapacidad en general.

- Personas con discapacidad mental.
- Personas con discapacidad psíquica.
- Personas de baja talla.
- Personas que utilizan sillas de ruedas y personas que caminan despacio y/o que utilizan bastones.
- Personas con discapacidad para ver.
- Personas con limitaciones de comprensión.
- Personas con discapacidad para oír.
- Personas sordo-ciegas.

Personas con otras discapacidades

- Personas con debilidad en el discurso (tartamudez).
- Personas con autismo.
- Personas con asma.
- Personas con alergias.

- Personas con diabetes.

De acuerdo con Jurado & Fernández (2013) no se trata de que se diseñen espacios exclusivamente para personas con alguna discapacidad, o de hacer un entorno en paralelo, sino de introducir sus necesidades en los procesos de diseño y urbanización, con el objetivo de conseguir un entorno arquitectónico y urbanístico utilizable para todos. Este concepto se llama diseño universal. Es decir, diseñar los espacios interiores pensando en todas las personas y no en un usuario medio sin ninguna discapacidad (p.35).

De hecho, se deben garantizar todas las condiciones de accesibilidad global tanto de las infraestructuras, entornos y productos turísticos. La eliminación de barreras en el ocio como en el turismo, debe ser un objetivo específico de una oferta turística que apueste por la calidad.

Este segmento del mercado tiene potencial dentro de la industria turística pues según la OMT (Organización Mundial del Turismo) más de 60 millones de personas en condición de discapacidad viajan por ocio, son personas que por lo general viajan al menos con un acompañante, gastan casi el doble de una persona común en los servicios que contratan y además prefieren alojarse en hoteles de 4 y 5 estrellas que son los que más tienen facilidades de acceso. Taleb Rifai, secretario General de la organización indica que además de que la accesibilidad es un derecho también es una gran oportunidad de negocio.

La OMT informa que un destino turístico accesible básicamente está compuesto por atractivos turísticos, alojamientos y transporte accesible. Recomienda además realizar publicidad especificando sobre los servicios e instalaciones accesibles que se proporcionan y los servicios de apoyo dentro del destino como centros de reposición de prótesis, también se deben implementar sistemas de reservas con los que este tipo de turistas puedan interactuar de forma independiente.

PROCOLOMBIA recomienda a las empresas y entidades turísticas prepararse para recibir a personas con discapacidad porque la demanda crece continuamente debido a que aproximadamente el 15% de la población mundial tienen alguna dificultad o disminución en su capacidad física, mental o sensorial. Esta entidad orienta sobre el perfil turístico de las personas en condición de discapacidad con el fin de atraer más viajeros al país y abarcar nuevos mercados.

También aconseja a los destinos turísticos hacer adecuaciones para ser accesibles como incluir zonas de parqueaderos para personas en condición de discapacidad, señalización grande y sonora en edificios y lugares turísticos, emplear la lengua de signos y braille, alarmas de incendio que alerten de forma visual y acústica, garantizar el desplazamiento de manera independiente dentro de las edificaciones y las tarifas para personas en condición de discapacidad deben ser iguales que para las personas del común.

Se debe ofrecer transporte adecuado, seguro y cómodo para las personas con movilidad reducida, las habitaciones accesibles en lo posible ubicarlas cerca de las salidas de emergencia, el mobiliario tanto del alojamiento como de los restaurantes, cafeterías y bares deben estar diseñados para personas en sillas de ruedas y también debe existir sistemas de comunicación alternativos en formato braille o por medios visuales y sonoros.

PROCOLOMBIA indica que es fundamental preparar al personal de los establecimientos turísticos para entender las necesidades de los clientes que posean alguna discapacidad y deben conocer los sistemas para poderse comunicar con las personas con discapacidad sensorial.

En España que es uno de los países más avanzados en materia de accesibilidad hay agencias como Accesitravel que realiza las excursiones dentro del territorio y Travel experience que está más enfocada en viajes internacionales se dedican a vender paquetes turísticos a personas en condición de discapacidad.

Uno de los paquetes de Accesitravel es: Visita al Museo Nacional de Arte de Cataluña para Todos, es por 1 día - 0 noches, en cuanto a las especificaciones de accesibilidad dicen que se admite perro lazarillo, ascensor accesible, WC accesible, aparcamiento accesible, sistema de comunicación para sordos. Los servicios dentro del museo son audio guías, cafetería, facilidades bebés, consigna y guardarropa, tienda y la visita es guiada. Su precio es de 15.00 €. (Accesitravel, 2017)

Y uno de los paquetes de Travel xperiencie es: ¡Acompáñanos en nuestra aventura por “La Gran Manzana” !, duración 8 días, dentro del resumen se encuentra “Hemos contemplado todos los aspectos de la accesibilidad de la ciudad para que podamos movernos con seguridad y realizar las visitas que cada uno quiera, de forma individual haciendo uso de toda la información que os aportaremos o en pequeños grupos y utilizando vehículos adaptados o el transporte

público adaptado de la ciudad.” (travel-xperience, 2018) Y el precio del viaje por persona compartiendo habitación desde €1.660,00 y suplemento habitación individual €950,00.

Se referencian estos dos ejemplos de agencias de viajes pues la OMT (Organización Mundial del Turismo) en el 2012 informo que el turismo accesible en Europa o viejo continente genera aproximadamente 800 millones de euros porque este continente lo visitan alrededor de 35 millones de turistas en condición de discapacidad cada año.

4.2. Marco conceptual

4.2.1. Discapacidad.

La OMS en el 2017 la define como limitaciones para realizar actividades y participar en circunstancias vitales, está determinada por particularidades corporales, mentales, etc. del ser humano y de la sociedad en la que se desenvuelve. Para (Samaniego de García, 2006) es una dificultad permanente para desarrollar actividades en el rango de la normalidad como consecuencia de efectos irreversibles de una enfermedad incurable, congénita o adquirida.

En la convención de la ONU que se llevó a cabo en el 2006 se concluyó que la discapacidad es un concepto que resulta de la interacción entre las personas con deficiencias y las barreras debidas a la actitud y al entorno que evitan su participación plena y efectiva en la sociedad, en igualdad de condiciones con las demás.

4.2.2. Accesibilidad.

Se define por la (RAE, 2017) como algo que tiene acceso, es de fácil uso, de fácil comprensión y puede ser entendido sin dificultad. Según (Julián Pérez Porto, 2012) es el nivel en que cualquier ser humano sin tener en cuenta su condición física o cognitiva puede usar un objeto, un servicio o acceder a una infraestructura. No debe existir complicación alguna para que una persona pueda entrar, desplazarse y permanecer en algún lugar de manera autónoma y sintiéndose seguro.

4.2.3. Turismo accesible.

Para la fundación (Predif, 2014) que el turismo accesible no se limita solo a la eliminación de barreras físicas, sino que tiene por finalidad lograr que los entornos, productos y servicios

turísticos puedan ser disfrutados con igualdad de condiciones por cualquier persona con o sin discapacidad.

Este segmento de población con capacidad de movimiento o sensorial reducido según (Jurado Almonte & Fernandez Trisancho, 2013) es un demandante potencial turístico que ha exigido formar profesionales que puedan atenderlos y los prestadores de servicios turísticos se han venido adaptando para ofrecer accesibilidad e integrar plenamente esta demanda en la industria turística. Permitiendo así suprimir barreras de accesibilidad y transformando poco a poco el turismo para que esté a disposición de todas las personas y extenderse sin importar la edad o condición física y mental.

Según (Jurado Almonte & Fernandez Trisancho, 2013) Tienen en cuenta aspectos primordiales como el transporte, espacios públicos, residenciales, edificaciones públicas y privadas para que el ocio y el turismo puedan ser disfrutados por los diferentes grupos de la sociedad. Para concluir son aquellos destinos, establecimientos y empresas de turismo que ofertan y promocionan servicios integrales para personas con discapacidades.

4.2.4. Paquete Turístico.

Es un conjunto de servicios como alojamiento, transporte, alimentación, etc. según (Martinez Espin, 2009) la oferta por lo general en una agencia de viajes a un precio establecido y la aceptación por parte de un cliente se lleva a cabo a través de unas condiciones generales que son establecidas por la agencia de viajes. Está pudo haber realizado por iniciativa propia el conjunto de prestaciones o haberlos contratado con una agencia mayorista a la que le compra los paquetes y los ofrece al detal a un número indeterminado de personas para obtener una ganancia.

También para Pascual Martínez es notoria la ausencia de autonomía del cliente pues no se pueden negociar los aspectos contractuales estipulados en el contrato debido a que la oferta es cerrada y completa, el cliente la única opción que tiene es aceptar y realizar el pago o negarse y no contratar los servicios. No existe una normativa que estipule que debe contener un paquete turístico al respecto de cantidad de servicios que debe incluir o tiempo de duración, pero si tiene algunas características esenciales como el viaje es ofertado a un mercado potencial, combina varios servicios contratados con anticipación por la agencia de viajes, esta combinación produce

un producto o paquete, el itinerario o programa del viaje debe ser publicado y la motivación del viajero debe ser ocio.

4.2.5. Atractivo turístico.

“Es todo lugar, objeto o acontecimiento capaz de generar un desplazamiento turístico. Es el componente fundamental del producto turístico.” (FONTUR, 2018). Alma Suarez Espinel dice en su libro Productos, servicios y destinos turísticos que es un conjunto de elementos bien sean materiales o inmateriales que influyen en la decisión de un turista para elegir un destino y pueden ser transformados en un producto turístico.

4.2.6. Discapacidad motriz.

Según la Dirección General de Educación de México es una condición que altera el control o movimiento del cuerpo y genera dificultades para el desplazamiento, las personas que la padecen se ven limitadas en su desarrollo personal o social. Se presenta cuando existen alteraciones en los músculos, huesos, articulaciones, medula espinal o afectaciones en el cerebro que pueden impactar el área motriz.

También se define como la dificultad para realizar actividades de la vida cotidiana por lo tanto se presentan problemas para acceder espacios o lugares por las barreras en el medio en el que se desenvuelve la persona. Estas limitaciones son las que hacen que las personas en esta condición tengan una percepción limitada de la realidad y causa dependencia a otras personas, es decir que no son solo las condiciones físicas o biológicas las que afectan, también las dificultades de un ambiente desfavorable. (MIN. DE EDUCACION DE CHILE, 2007)

4.3. Marco geográfico

Las localidades de santa fe y la candelaria son las escogidas para la elaboración del paquete turístico, son zonas que tienen una trascendencia histórica en Bogotá y tienen atractivos turísticos interesantes que son visitados por miles de turistas al año.

La candelaria, surgió en el siglo XVI alrededor de la plaza mayor actualmente conocida como plaza de Bolívar donde estaban las principales edificaciones de los poderes civiles, políticos y eclesiásticos de la época como la Catedral Primada, El capitolio nacional y la Alcaldía.

En esta zona se puede apreciar una gran parte de la oferta turística de Bogotá todos con un gran interés histórico y cultural, dentro de los lugares a visitar en el centro histórico se encuentra: la casa de la Moneda, el Teatro Colon, el Observatorio Astronómico, la Quinta de Bolívar, el Camarín del Carmen, el Eje Ambiental, el Chorro de Quevedo entre otros. Además se puede apreciar sus casas con diversidad de arquitectura colonial que conllevan a viajar a través del tiempo. Es un lugar emblemático donde se puede apreciar la ciudad vieja y la moderna (Colombia.com, 2018).

Santa Fe, reconocida como una de las localidades más antiguas de Bogotá cuenta con 39 barrios habitado por 116.651 personas, esta debe su nombre a Gonzalo Jiménez de Quesada fundador de la capital de la Nueva Granada. Está situada en el corazón de la capital donde las calles tumultuosas y los viajeros de paso la recorren día a día para realizar diferentes actividades como compras, ir a trabajar o tomar una taza de café.

En materia de turismo esta localidad es recomendada por su arquitectura, pero también por sus sitios emblemáticos e históricos que han hecho parte de la evolución de la ciudad. Como atractivos turísticos esta localidad cuenta con los siguientes: Museo Nacional, Parque de la Independencia, La Torre Colpatria, El Planetario Distrital, Plaza de Toros, Museo del Oro.

4.4. Marco legal

Colombia al ser miembro de la OMT (Organización mundial del Turismo) debe considerar la aplicación y cumplimiento de todas las publicaciones y declaratorias de este organismo. Es por esto que se debe tener en cuenta en nuestro proyecto el Código Ético Mundial para el Turismo, (OMT) donde se habla sobre el Derecho al turismo que es la posibilidad de acceso directo y personal al descubrimiento de las riquezas de nuestro mundo que se constituirá un derecho abierto por igual a todos los habitantes de nuestro planeta.

La participación cada vez más difundida en el turismo nacional e internacional debe entenderse como una de las mejores expresiones posibles del continuo crecimiento del tiempo libre, y no se le opondrá obstáculo ninguno. Se fomentará y se facilitará el turismo de las

familias, de los jóvenes y de los estudiantes, de las personas mayores y de las que padecen discapacidades.

Por otra parte, la Declaración Universal de Derechos Humanos de las Naciones Unidas expresa que toda persona tiene derecho al descanso, al disfrute del tiempo libre, a una limitación razonable de la duración del trabajo y a vacaciones periódicas pagadas. Lo que significa que las personas en condición de discapacidad no están exentas de desarrollar este tipo de actividad, además en Colombia muchas empresas tienen personal en condición de discapacidad un ejemplo en Bogotá el centro comercial Gran Estación donde algunas de las personas de seguridad se encuentran en sillas de ruedas y por ley tienen derecho a 15 días de vacaciones cada año.

Además, el Gobierno Nacional Colombiano buscará los mecanismos necesarios para garantizar el goce de los derechos en igualdad de oportunidades para las personas con discapacidad de acuerdo con la Ley 1145 de 2007 (julio 10) para garantizar en el nivel nacional y territorial la articulación de las políticas, los recursos y la atención a la población con y en situación de discapacidad conforme los principios enumerados en el artículo 3° de esta ley.

Donde dice que el Sistema Nacional de Discapacidad, SND, como el mecanismo de coordinación de los diferentes actores que intervienen en la integración social de esta población, en el marco de los Derechos Humanos, con el fin de racionalizar los esfuerzos, aumentar la cobertura y organizar la oferta de programas y servicios, promover la participación de la población fortaleciendo su organización, así como la de las organizaciones públicas y de la sociedad civil que actúan mediante diversas estrategias de planeación, administración, normalización, promoción/prevenición, habilitación/rehabilitación, investigación, y equiparación de oportunidades.

Es decir que se tiene la intención de integrar en todas las áreas de la sociedad a las personas en condición de discapacidad, a través una adecuación total a nivel nacional para que estas personas puedan participar, involucrarse y tener autonomía dentro del territorio. Eliminando las barreras de acceso a oportunidades de orden físico, ambiental, social, económico y cultural que permitirán a la persona en condición de discapacidad disfrutar de sus derechos igual que cualquier otra persona.

Dentro de la Constitución política de Colombia 1991, el ejercicio del deporte, sus manifestaciones recreativas, competitivas y autóctonas tienen como función la formación integral de las personas, preservar y desarrollar una mejor salud en el ser humano. El deporte y la recreación, forman parte de la educación y constituyen gasto público social.

Se reconoce el derecho de todas las personas a la recreación, a la práctica del deporte y al aprovechamiento del tiempo libre. El Estado fomentará estas actividades e inspeccionará, vigilará y controlará las organizaciones deportivas y recreativas cuya estructura y propiedad deberán ser democráticas.

Estas dos últimas leyes mencionadas respaldan derechos fundamentales de los colombianos incluyendo las personas en condición de discapacidad, todos por naturaleza deben tener tiempo de esparcimiento, ocio y recreación bien sea por medio del deporte, turismo, etc. y estas actividades se ven respaldadas dentro de un marco legal que es obligatorio.

En la Ley 762 de 2002 (julio 31) se encuentran las medidas para que los edificios, vehículos e instalaciones que se construyan o fabriquen en sus territorios respectivos faciliten el transporte, la comunicación y el acceso para las personas con discapacidad.

Medidas para eliminar, en la medida de lo posible, los obstáculos arquitectónicos, de transporte y comunicaciones que existan, con la finalidad de facilitar el acceso y uso para las personas con discapacidad.

Desde el 1997 por medio de la Ley 361 (febrero 11) en Colombia se dio una normativa para la integración de personas en situación de discapacidad y sus disposiciones más relevantes están en: Artículo 47 donde dice, la construcción, ampliación y reforma de los edificios abiertos al público y especialmente de las instalaciones de carácter sanitario, se efectuarán de manera tal que ellos sean accesibles a todos los destinatarios de la presente ley. Las instalaciones y edificios ya existentes se adaptarán de manera progresiva, de acuerdo con las disposiciones previstas en el inciso anterior, de tal manera que deberá además contar con pasamanos al menos en uno de sus dos laterales.

Y el Artículo 50. Los asuntos relativos a la elaboración, proyección y diseño de proyectos básicos de construcción, el Gobierno Nacional expedirá las disposiciones que establezcan las

condiciones mínimas que deberán tenerse en cuenta en los edificios de cualquier clase, con el fin de permitir la accesibilidad de las personas con cualquier tipo de limitación.

Estas dos últimas leyes las tenemos en cuenta pues son los requisitos mínimos de accesibilidad con los que deben cumplir las edificaciones e infraestructuras públicas y privadas para las personas en condición de discapacidad, es decir que las construcciones turísticas también deben cumplir con estas.

La ley 1346 del 2009 (Julio 31) tiene como fin asegurar condiciones de igualdad en cuanto a derechos y libertades fundamentales para las personas con discapacidad y también promueve el respeto de su dignidad. En el Artículo 9 se encuentran las disposiciones de accesibilidad para que las personas puedan ser independientes y vivir en igualdad de condiciones con los demás, teniendo en cuenta aspectos del entorno físico, el transporte, la información y las comunicaciones, nuevas tecnologías como el internet, e instalaciones públicas, tanto en zonas urbanas como rurales.

Las mismas disposiciones mencionadas anteriormente están incluidas en la Ley 1618 de 2013 (febrero 27) aplicadas principalmente a las entidades de orden nacional, departamental, distrital y local con el fin de dar independencia a las personas en condición de discapacidad cuando deban realizar trámites en las diferentes entidades gubernamentales de forma presencial o cibernética.

Estas leyes garantizan que cualquier persona en condición de discapacidad se pueda desplazar o buscar información de forma autónoma pues los servicios básicos mencionados en ellas están adaptados a sus capacidades y esto es de vital importancia para un turista que viaja con esta condición.

El decreto 1538 de 2005 (mayo 17) indica que los espacios y edificios públicos donde se cumplan con las condiciones de accesibilidad deben tener el símbolo gráfico de accesibilidad en lugares visibles, además se debe permitir el ingreso de perros guía, sillas de ruedas, bastones y cualquier elemento de ayuda que requiera una persona con dificultad o limitación para su movilidad, deben tener baños públicos accesibles, estipula un diseño de puertas, ascensores, entre otros.

La ley 1287 de 2009 (marzo 3) sanciona a quienes no cumplan con lo estipulado con lo referente a la accesibilidad del medio físico en el decreto reglamentario anteriormente descrito.

Existen también normas técnicas sectoriales que no son de carácter obligatorio si no voluntario, los prestadores de servicios turísticos cumplen con las disposiciones de estas obtienen las respectivas certificaciones. En el caso de los establecimientos de alojamiento y hospedaje son las NTSH en la 006 Clasificación de establecimientos de alojamiento y hospedaje.

Categorización por estrellas de hoteles, 007 de Posadas turísticas, requisitos de planta y servicios y 008 para Alojamientos rurales, requisitos de planta y servicios, todas tienen incluidos ítems de requisitos de accesibilidad tanto en los espacios públicos como las habitaciones. NTC 4140 es la primera actualización de accesibilidad para las personas al medio físico. Edificios, pasillos, corredores. Características Generales NTC 4143: accesibilidad de las personas al medio físico. Edificios. Rampas fijas.

Estas normas son relevantes debido a la necesidad de acceso para los diferentes establecimientos, estipulan parámetros mínimos con los que debe contar la infraestructura para personas en condición de discapacidad motora.

5. Metodología

Para el proyecto se utilizó como metodología el estudio de caso, se entiende que este es un método el cual consiste en un análisis descriptivo detallado de unidades sociales, el cual depende de la particularidad y complejidad de un caso singular. La particularidad más característica de este método es el estudio intensivo y profundo de un caso o una situación, entendiendo este como un “sistema acotado” por los límites que precisa el objeto de estudio enmarcado en el contexto global donde se produce. (Universidad Autónoma de Madrid, 2018)

Todo esto implica un proceso de descripción extensiva y un análisis de la situación. Un estudio de caso busca comprender como funcionan todas las partes que lo componen y las relaciones que se puede tener entre ellas para formar un todo. Permite explorar de una manera profunda y obtener un amplio conocimiento de este.

Con esta propuesta lo que se busca fomentar el turismo en la ciudad de Bogotá con la visita de personas en condición de discapacidad motora, la finalidad es incluir este tipo de población en la industria turística, generar espacios de ocio y recreación por medio de un paquete turístico en las localidades de Santa Fe y la candelaria de la capital.

La población que se estudia son las personas en condición de discapacidad motora que hacen parte de la asociación avanzaremos que se fundó hace 26 años con el objetivo de hacer una inclusión para a las personas en condición de discapacidad motora, junto con la alcaldía de la ciudad de Guadalajara de Buga ayudan a que estas personas tengan trabajo y una vida digna. También se realizó una entrevista a un deportista en condición de discapacidad motora que tiene una gran influencia sobre esta población y hace parte de la corporación ser inspiración que tiene por objeto principal el promover los talentos de las personas con discapacidad en el Valle del Cauca. (Ser Inspiracion Corporacion, 2018).

Se ha observado que la gran mayoría de agencias de viajes no cuentan con paquetes turísticos en Bogotá para este tipo de clientes, se definen como instrumentos de estudio las encuestas y dos entrevistas a expertos en el tema de discapacidad con el fin de conocer sus intereses, motivaciones del paquete turístico con enfoque gastronómico en la ciudad de Bogotá, entre otros. El último instrumento de estudio es un check list aplicado a los restaurantes y alojamientos que

estarán incluidos dentro del paquete para determinar que cumplan con las condiciones mínimas de accesibilidad.

5.1. Muestreo

El muestro es un proceso en el cual se selecciona un conjunto de individuos de una población con el fin de estudiarlos y poder caracterizar el total de la población (Ochoa, 2015). La selección de la muestra se realiza por un procedimiento que asegure el alto grado representativo de la población.

Existen diferentes maneras de seleccionar las muestras, la cantidad de elementos que integran la muestra depende de múltiples factores, como el dinero y el tiempo disponibles para el estudio, la importancia del tema analizado, la confiabilidad que se espera de los resultados y las características propias del fenómeno analizado (Castillo, 2011).

Para este proyecto, el método de muestreo a utilizar es el no probabilístico por conveniencia. Este tipo de muestreo consiste en que el investigador puede seleccionar los elementos a estudiar según su juicio personal, puede seleccionar las unidades y dimensiones que garanticen la cantidad y calidad de la información, por lo anterior las personas que se encontraron en las fundaciones fueron 32 en condición de discapacidad motora y por la cual accedieron de manera autónoma para contribuir con el trabajo de campo.

El investigador puede excluir a una gran proporción de la población, una muestra de conveniencia es una selección de sujetos que son accesibles para el investigador o una selección de personas que deseen participar como voluntarios.

Es una técnica comúnmente usada, pues se puede seleccionar una muestra de la población por el hecho de que sea accesible. Es decir, los individuos de la investigación se seleccionan porque están fácilmente disponibles, no porque hayan sido seleccionados mediante un criterio estadístico. Nos puede dar información valiosa en muchas circunstancias, especialmente cuando no existen razones fundamentales que diferencien a los individuos a los que se tienen acceso de los que forman el total de la población. (Explorable, 2009)

Se escoge este tipo de muestreo ya que en las encuestas realizadas abarcaron las personas en condición de discapacidad motora de la asociación avanzaremos, esta se enfoca en las preferencias, gustos de las personas frente a la realización de actividades turísticas, ciudad en la

que les gustaría realizar estas actividades, qué tipo de turismo prefieren, etc. Por otra parte, se realizaron dos entrevistas que complementan los resultados de las encuestas y ayudan a profundizar.

6. Capítulo 1

En este capítulo se abordan los temas relacionados con discapacidad, el turismo accesible y estudios realizados en España y Latinoamérica para personas en condición de discapacidad. También sobre el cliente que es una persona que compra un bien o un servicio para uso propio o el de un tercero, además se tienen en cuenta las características del turista y se define la segmentación del mercado como una agrupación de diferentes consumidores con base en diferentes factores específicos, se establecen las características del proceso y las variables para segmentar.

Finalmente se realiza el análisis de las 32 encuestas las cuales se realizaron de manera presencial, se tomaron diferentes datos de los encuestados como correo electrónico, la edad, ocupación y estrato socioeconómico de los encuestados para contextualizarnos sobre la situación actual de las personas en condición de discapacidad motora.

Los consumidores, son el punto vital para cualquier empresa porque sin ellos no habría razón de ser para cualquier negocio. Por lo tanto, es importante conocer a fondo las necesidades o deseos del consumidor, así como encontrar la mejor manera de satisfacerlos con estrategias adecuadas. El conocimiento del cliente se obtiene cuando se tiene una visión y conocimiento de la mercadotecnia, que al principio es catalogada como promoción orientada a la satisfacción de las necesidades del consumidor y a tener una comunicación efectiva con el mismo cliente.

Hoy por hoy, es importante conocer las necesidades de los consumidores para la empresa, a partir de esto se debe aplicar una estrategia dinámica que ayuda a estas a elevar el nivel de competitividad en el ámbito local, nacional e internacional. Todas las empresas e instituciones se deben a sus clientes, pero estas en su mayoría carecen en su dirección de una estrategia orientada a los mismos clientes, esto se vislumbra en la falta de información acerca de ellos y de las ventajas sobre los servicios ofrecidos (Morales, 2016).

6.1. Discapacidad

Es un término general que según la OMT abarca las deficiencias, las limitaciones de la actividad y las restricciones de la participación. Las deficiencias son problemas que afectan a una estructura o función corporal; las limitaciones de la actividad son dificultades para ejecutar

acciones o tareas, y las restricciones de la participación son problemas para participar en situaciones vitales.

Por consiguiente, la discapacidad es un fenómeno complejo que refleja una interacción entre las características del organismo humano y las características de la sociedad en la que vive (Organización Mundial de la Salud, 2018).

En la convención sobre los derechos de las personas con discapacidad se habla de un mundo perfecto donde los derechos enumerados en la declaración universal de los derechos humanos serían suficientes. Tienen por objeto proteger y promover los derechos humanos de grupos, como las mujeres, los niños y los refugiados. Del mismo modo, los 650 millones de personas con discapacidad, por lo menos el 10% de la población mundial carecen de oportunidades con las que cuenta la población en general, estas se enfrentan a obstáculos físicos y sociales que:

- Les impiden recibir educación.
- Les impiden conseguir empleo, incluso cuando están bien cualificados.
- Les impiden tener acceso a la información.
- Les impiden obtener el adecuado cuidado médico y sanitario.
- Les impiden desplazarse.
- Les impiden integrarse en la sociedad y ser aceptados.

Según la convención anteriormente mencionada reconoce a la discapacidad como un concepto que evoluciona, es resultado de la interacción entre la deficiencia de una persona y los obstáculos tales como barreras físicas que impiden su participación en la sociedad. Se ha comprobado que entre más obstáculos existan más discapacitada se vuelve una persona (Organización de las Naciones Unidas, 2006).

Ilustración 1 Discapacidad



Fuente: (Noticias Unsam, 2018)

La discapacidad se toma como el punto de vista relacional ya que es el resultado de interacciones complejas entre las limitaciones funcionales como lo son: físicas, intelectuales de la persona y del ambiente social en la que representan las circunstancias en las que estas viven. Además de esto se incluye las limitaciones, deficiencias en la actividad y cualquier restricción en la participación.

En materia de discapacidad existen muchas normas que acobijan a estas personas, en cuanto a Colombia han sido muchas las normas internacionales que se han ratificado por parte del gobierno, entre las cuales se encuentra:

- La convención Interamericana para la eliminación de todas las formas de discriminación contra las personas con discapacidad.
- Organización de Estados Americanos OEA, la cual fue aprobada mediante la ley 762 del 31 de julio de 2002. Declarada exequible por la corte constitucional en la sentencia C-401 de 2003.
- La convención sobre los derechos de las personas con discapacidad, de la Organización de las Naciones Unidas ONU (Ministerio de Salud, 2018).

CONPES política pública nacional de discapacidad consiste en los compromisos del gobierno nacional para su implementación, formula estrategias para el buen desarrollo que cuenta con la

participación de diferentes entidades territoriales, sociedad civil y la ciudadanía, como parte nacional de desarrollo “Hacia un Estado Comunitario”.

En este documento se resalta el marco de la cooperación internacional y el gobierno nacional cuyo objetivo es el de fortalecer la integración de los países en torno al desarrollo de la política social, liderada junto con el ministerio de salud y protección social, el proceso de formulación de la política andina de prevención de la discapacidad, atención y rehabilitación integral de las PCD. Se dio inicio a esta política en el marco de la cumbre de vicepresidentes por la democracia y la solidaridad “América sin Barreras”, realizada en Quito, Ecuador en diciembre de 2010.

Dentro de este mismo proceso, se han realizado dos Encuentros Binacionales de Discapacidad, con participación de las Vicepresidencias de la República de Ecuador y de la República de Colombia, con el fin de realizar intercambio de experiencias y conocimientos respecto a los desarrollos nacionales de Política Pública de Discapacidad (CONPES , 2013).

6.1.1. Tipos de discapacidad.

La discapacidad es un tabú para muchas personas, pero una realidad para otras puesto que estas no solo se someten a las barreras de accesibilidad sino al prejuicio de la sociedad, estas discapacidades se pueden presentar de diferentes formas ya sea por una deficiencia funcional en cualquier órgano del cuerpo. Independientemente de cómo ocurran estas discapacidades hay que tener en cuenta que las personas con estas dificultades tienen el derecho al ocio y al disfrute del tiempo libre.

Según la (Cruz Roja, 2018) clasifica la discapacidad en grandes grupos y las define como: física, mental y sensorial; teniendo en cuenta la heterogeneidad que se presenta en cada una de estas.

6.1.1.1. Discapacidad física.

Para este proyecto se quiere trabajar con las personas en condición de discapacidad ya que son poco o casi nulos los proveedores que brindan a estas personas un producto o servicio que se ajuste a sus necesidades, partiendo de esto y de la poca accesibilidad que actualmente existe en Colombia y el mundo se trabajara con personas con discapacidad física ya que estas son las más idóneas para la realización de este proyecto.

En la antigüedad se veía que las personas con discapacidad permanecían en sus casas sin ninguna motivación para salir de ellas ya que no tenían espacios dedicados para estas. En la actualidad los gobiernos están tomando mayor conciencia, implementando políticas de accesibilidad para que todos los destinos se conviertan en lugares amables hacia las personas con discapacidad. Por otra parte, se ha encontrado que estas personas han sido involucradas en trabajos importantes ayudándoles a desarrollar sus habilidades.

Este tipo de discapacidad puede ser generada por diferentes causas, factores como accidentes, enfermedades degenerativas, infecciosas o metabólicas que la pueden generar. Según el (Observatorio Discapacidad Física, 2016) clasifica las discapacidades física en orgánicas que son las que afectan la cabeza, la columna vertebral y las extremidades inferiores y superiores; afectación de órganos y vísceras son las que afectan a los aparatos respiratorio, cardiovascular, digestivo y urinario y a los sistemas metabólico e inmunológico; y déficits de las estructuras musculares que están relacionadas con el movimiento de las extremidades que estas se clasifican según su gravedad, su naturaleza y su localización.

Todas estas discapacidades se denominan según el número de extremidades y partes del cuerpo; la parálisis de una única extremidad es denominada monoplejía, la parálisis en la mitad inferior del cuerpo es conocida como paraplejía; cuando se pierde la movilidad en todas las extremidades se llama tetraplejía y por último la hemiplejía que es la parálisis de un lado del cuerpo.

Ilustración 2 Discapacidad Física



Fuente: (Mindomo, 2018)

6.2. Turismo incluyente

En el mundo existen millones de turistas los cuales lo componen familias con niños, adultos mayores y personas con discapacidad u otras necesidades especiales, para que estas personas puedan realizar turismo en igual de condiciones es de vital importancia que los destinos desarrollen medidas de accesibilidad universal.

Gracias a la accesibilidad, la sostenibilidad y la participación equitativa se llega a lo que hoy se conoce como un “turismo para todos”. El turismo accesible hace referencia a la adecuación de los entornos, productos y servicios turísticos los cuales permitan el acceso, uso y disfrute de todos los usuarios.

La accesibilidad en toda cadena de valor del turismo evita la creación de las llamadas “islas accesibles” las cuales puedan comprometer la seguridad e integridad en la experiencia turística. Estas personas necesitan realizar su viaje con independencia y satisfacción desde la planificación hasta la vuelta a casa (Organización Mundial del Turismo UNWTO, 2016).

Las personas con discapacidad participan con mayor frecuencia en actividades turísticas gracias al creciente grado de integración económica y social, aun así, sigue existiendo barreras que dificultan el acceso a los servicios turísticos. Estas personas no son las únicas beneficiarias de la misma, también están los destinos turísticos ya que si estos cumplen con todos los requisitos de accesibilidad tendrán una mejora en la oferta de sus productos y servicios así facilitaran la experiencia turística y mejoran la calidad de vida tanto de ciudadanos como de visitantes (Organización Mundial del Turismo UNWTO, 2014).

Según la declaración de San Marino sobre turismo accesible incita a todas las personas a:

- **Emprender:** Conciencia para eliminar las barreras debido a la actitud de todos los profesionales de turismo ya que para persuadir al sector privado le da grandes ventajas competitivas de intervenir en el “Turismo para todos”.
- **Garantizar:** Que todas las economías mundiales no omitan el derecho a todas las experiencias turísticas y que se pueda impulsar en una gran medida el espíritu de solidaridad y cooperación internacional para la mejora de la accesibilidad.
- **Observar:** Todos los principios de diseño universal para crear infraestructuras, productos y servicios turísticos y poder mejorar los existentes.

- Agilizar: La aplicación de todas las tecnologías existentes para poder brindar una información objetiva sobre todos los servicios con el fin de permitir que los viajeros puedan evaluar todas las experiencias personales en materia de accesibilidad ya que con esto se pueden proponer soluciones para la mejora de la accesibilidad y la calidad de los servicios turísticos.
- Incorporar de manera sistemática la accesibilidad universal en todos los componentes de la cadena de valor del turismo, incluyendo el entorno físico, el transporte, los canales de información y comunicación y todo lo debido a las instalaciones y servicios públicos.
- Promover y difundir: Las buenas prácticas y estudios de casos reales de la accesibilidad universal en los viajes y el turismo.
- Fortalecer: Todas las entidades competentes que trabajan en el ámbito de la accesibilidad universal tanto internacional como regional, se hace referencia a la Unión Europea, las entidades no gubernamentales y las organizaciones de personas con discapacidad para la formulación de nuevas políticas mundiales en el ámbito de la accesibilidad universal (San Marino, 2014).

Turismo accesible un mundo para todos, puesto que las personas dependientes necesitan disponer de servicios y recursos que les permitan disfrutar como las demás personas. Las ofertas que se encuentran disponibles en el mercado deben aplicar los principios de diseño universal y pautas de accesibilidad desde el diseño de la información turística hasta los medios de transporte, instalaciones y servicios ofrecidos.

La cumbre mundial de destinos para todos, celebrada en la ciudad de Montreal (Canadá) en octubre del 2014 reunió todos los profesionales, representantes de organizaciones no gubernamentales y diversos sectores de la sociedad civil entre otros con el objetivo de realizar una declaración en favor de la participación de todas las personas en un mundo para todos.

En esta declaración se llegó al reconocimiento de importantes contribuciones al desarrollo y promoción turística en donde se tiene en cuenta a las personas con discapacidad, personas mayores, familiar y otros visitantes. Los ciudadanos locales son los primeros beneficiados en este tipo de esfuerzos, llegaron a las siguientes iniciativas:

- La declaración sobre los derechos de las personas con discapacidad (ONU 1975).
- Los principios del diseño universal (el centro de diseño universal, 1997).
- Código ético mundial para el turismo (UNWTO, 1999).
- 2010: Una Europa accesible para todos (comisión europea, 2003).
- La carta de Rio sobre el diseño universal para el desarrollo sostenible e inclusivo (2004).
- La convención sobre los derechos de las personas con discapacidad (ONU, 2006).
- La declaración de Takayama sobre el desarrollo de la comunidad para todos (ONU la comisión económica y social para Asia y el pacifico – CESPAP- 2009).´
- La norma ISO 21542: 2011, construcción de edificios – accesibilidad y usabilidad del entrono construido que ofrece una referencia mundial para el diseño de edificios, incluyendo la infraestructura turística (2011).
- El manifiesto de Italia para la promoción de turismo accesible (2011).
- El informe mundial sobre la discapacidad que concluye que más de 1000 millones de personas en el mundo viven con una discapacidad (Organización Mundial de la Salud 2011).
- La 5º conferencia internacional sobre turismo responsable en destino respecto al acceso para todos (ICRT, Canadá, 2011).
- Las normas y métodos recomendados del anexo 9 – facilitación de la convención internacional sobre aviación civil (convenio de Chicago de 1944) y el manual sobre el acceso al transporte aéreo de las personas con discapacidad (Organización internacional de aviación civil, 2013).
- Las recomendaciones de la OMT sobre turismo accesible, desarrolladas con el apoyo de la fundación ONCE y la Red Europea de Turismo Accesible (ENAT) (OMT, 2013).
- La serie de congresos internacionales sobre turismo para todos en España, organizados y patrocinados por la fundación ONCE en 2004, 2007, 2010 y 2013.
- La visión 2020 para e turismo responsable de Cataluña: La declaración de Barcelona (2013).
- La serie de congresos internacionales de turismo accesible que tuvieron lugar en el sureste de Asia en 2005, 2007, 2009, 2011 y diciembre 201416.
- El informe y la convocatoria para la acción en el acceso a la cultura 2012, por la Unión Europea de Cecs.

- El plan para la visión y acción 2011-2015, “camino a seguir” de la federación mundial de sordos.
- La propuesta de reglamentación modelo por taxis accesibles y vehículos de alquiler (asociación internacional de reguladores del transporte 2014).
- La propuesta del grupo de trabajo abierto sobre objetivos de desarrollo sostenible producidos en la 13 sesión de la asamblea general de la ONU, que contiene el objetivo de convertir las ciudades y asentamientos humanos en inclusivos, seguros, resistentes y sostenibles (OWG, agosto de 2014).
- El esfuerzo de la cooperación internacional prestada por la OMT, ENAT, ISTO, la fundación ONCE, el centro mundial de excelencia de destinos, Keroul y los numerosos participantes de la cumbre mundial destinos para todos, que se han comprometido a poner en común sus conocimientos para el beneficio de la comunidad internacional (Olayo, 2015).

Todos los participantes de la cumbre de Montreal declararon que las regiones y países deben apoyar y velar por la aplicación de las recomendaciones dadas por la OMT y se tomaron las siguientes medidas:

Para los operadores de turismo, viajes y transportes y los intermediarios:

- Aprovechar la oportunidad de negocio para ampliar la base de mercado mediante el desarrollo de productos y servicios que proporcionan experiencias inclusivas para todos los clientes. En este contexto, “todos” incluye a las personas con discapacidad y las personas con requisitos de acceso específicos, así como, las personas mayores con problemas relacionados con la edad y las familias con niños pequeños.
- Aplicar los principios de diseño universal y seguir las pautas de accesibilidad en el diseño de información turística y del marketing, medios de transporte, instalaciones y servicios.
- Reforzar la capacidad de los gerentes y del personal, proporcionando oportunidades de formación en accesibilidad y concienciación sobre la discapacidad.
- Observar el código voluntario de buena conducta de ENAT, así como el desarrollo de negocios y de gestión de relaciones con los visitantes para asegurar unos servicios de turismo accesible de alta calidad y una atención apropiada y responsable para todos los clientes.

- Colaborar con las organizaciones de consumidores, incluidas las organizaciones de personas con discapacidad, las personas mayores, los jóvenes y las familias con niños pequeños, para identificar las lagunas en la prestación de servicios de turismo y mejorar la calidad de los productos y servicios turísticos.
- Participar en las redes de empresas y multisectoriales interesadas tanto a nivel local como nacional para compartir conocimientos y mejorar las prestaciones en accesibilidad y turismo inclusivo, haciendo una contribución positiva a la sostenibilidad de la comunidad de acogida.

Para las administraciones locales:

- Asegurar que cualquier nueva construcción o renovación de un edificio o espacio público, así como el desarrollo de los servicios públicos, están diseñados de acuerdo con los principios de diseño universal y del desarrollo sostenible.
- Proporcionar itinerarios peatonales sin obstáculos para facilitar los cruces de calles, así como en todos los espacios públicos, áreas comerciales y parques.
- Asegurar la provisión de transporte público adecuado para los ciudadanos y visitantes con discapacidad.
- Exigir que las compañías de taxis y coches de alquiler proporcionen servicios de transporte para personas con discapacidad equivalentes a las de la población en general.
- Desarrollar una política que incluya las disposiciones de aplicación con respecto a las plazas de aparcamiento para personas con movilidad reducida.
- Adoptar una política de apoyo para las personas que acompañan a las personas con discapacidad en sus actividades recreativas y culturales, y en los servicios de transporte.
- Crear “destinos para todos” que permitan a todos los clientes disfrutar de los viajes, ya sea por negocios, educación, tratamiento médico, con fines de voluntariado o de ocio, sin tropiezos.

Para los gobiernos y las autoridades nacionales:

- Hacer de la accesibilidad y el turismo inclusivo una prioridad política de las oficinas de turismo nacionales.
- Promover la capacitación del personal de atención al público en los sectores de viajes, de recepción de turismo y prestación de servicios para todos los clientes.

- Adoptar los requisitos mínimos establecidos por la comunidad internacional para la certificación de la accesibilidad del turismo, instituciones culturales y edificios.
- Promover pautas de diseño universal para la información sobre los servicios turísticos.
Para las entidades internacionales:
- Adoptar un mecanismo de certificación internacional supervisado por un organismo internacional competente, con un mandato claro de certificación, en consulta con la industria del turismo, las organizaciones de personas con discapacidad y otros organismos relacionados, para certificar la accesibilidad de las instalaciones turísticas.
- Acreditar las organizaciones nacionales o locales para evaluar y certificar la accesibilidad de los establecimientos relacionados con el turismo en base a los criterios del mecanismo de certificación internacional.
- Hacer que la información sobre buenas prácticas y documentos relacionados con el turismo accesible esté disponible en la web. (Olayo, 2015)

6.2.1. Destinos que ofrecen turismo accesible.

Las personas en condición de discapacidad son las que tienden a viajar un poco más ya que por su circunstancia se les facilita viajar por lo menos dos veces al año, pero para que esto sea una realidad los destinos que estos visiten deben de contar con una amplia oferta turística impulsando la inclusión social de estas personas. Se puede entender que todos los destinos que cumplan con los requisitos y políticas sobre un turismo inclusivo evolucionaran en la oferta de sus productos y servicios.

Para la realización de actividades como el turismo hay que tener en cuenta que los destinos deben de contener características peculiares ya que lo primero es pensar en el bienestar de estas personas. Al pensar en turismo incluyente debemos pensar en países como España, Francia, Argentina, Chile entre otros los cuales están trabajando por un “Turismo accesible para todos”.

6.2.1.1 Oferta de turismo en España.

Cataluña, comunidad autónoma española ha realizado grandes esfuerzos para transformar la oferta turística en un destino accesible para todos. Teniendo en cuenta que España es un país pionero en políticas y turismo accesible, esta comunidad no lo ha implementado del todo puesto

que su oferta de inclusión es prácticamente insignificante en relación al conjunto de la oferta en general. Hay que destacarle que existen iniciativas locales principalmente dedicadas a personas con discapacidad física concretamente a los usuarios en silla de ruedas.

Según (Hoyo & Valiente, 2010) se presentó un estudio sobre turismo accesible en esta comunidad ya que es una obligación social necesaria y ofrece una oportunidad de negocio. Con este estudio se identifican productos turísticos más que los destinos los cuales pueden reunir las condiciones necesarias para ser considerados accesibles a personas con movilidad reducida. Este estudio fue denominado Turisme per a tothom (turismo para todos), en conjunto con la oferta turística catalana se tiene en cuenta el alojamiento, los recursos y servicios turísticos los cuales permitan generar un diagnóstico de la situación.

En el estudio anteriormente mencionado se llega a un resultado en donde se desarrolló un portal web interactivo en el cual se puede acceder a nuevos productos accesibles con el objetivo de conformar verdaderos destinos accesibles.

Para este proyecto en desarrollo se quiere generar la propuesta para una ruta turística que está dirigido a personas con discapacidad, teniendo en cuenta el caso de la comunidad de Cataluña se quiere hacer énfasis en esto ya que allí se realizó una ruta turística en el Centro Histórico de Vic aquí se explica los diferentes materiales y recursos para la divulgación de esta historia adicionalmente los guías de turismo se encuentran totalmente preparados para atender a personas con movilidad reducida.

Por otro lado, se realiza un estudio y se genera una guía en el cual se incluyen destinos turísticos tres municipios y 17 recursos turísticos, en la guía se pretende que las personas con discapacidad puedan acceder a ella para encontrar información sobre los destinos o productos que son accesibles también se puede evaluar el grado de inclusión de sus recursos para así saber cómo mejorarla.

“La delegada territorial de Cultura, Turismo y Deporte de la Junta de Andalucía de Huelva, Carmen Solana, ha presentado el 'Estudio y Guía de Destinos Turísticos Accesibles' de Andalucía elaborado por la Consejería de Turismo y Deporte en colaboración con la Fundación ONCE, en el que se han evaluado 144 recursos turísticos o empresas de 24 destinos de Andalucía como punto de partida” (20 Minutos Editora, S.L., 2017).

6.2.1.2. Oferta de turismo accesible en Latinoamérica.

Según (Holguin, 2014) el turismo accesible no es moneda corriente como debería serlo, incluye actividades turísticas y recreativas orientadas a personas con discapacidad permanente o temporal. El objetivo es integrar e incluir, espacios y servicios para mejorar la calidad de vida de los viajeros sin importar su condición física o mental.

Se realizaron estudios para determinar en donde se encuentra la oferta de turismo accesible en Latinoamérica, uno de estos estudios indica que Argentina es incluido como un destino accesible según el fundador y director de la red de turismo accesible de este país indica que ciudades como Mar de Plata y Villa Gesell cuentan con sillas anfibia para que personas con movilidad reducida puedan disfrutar del mar y de la playa.

San Martín de los Andes y el Parque Nacional Lanín muchas de sus cabinas telefónicas son accesibles con silla estos se encuentran instalados a baja altura, tienen una marca en el teclado lo cual permite identificar el centro del mismo y aumentar el volumen del auricular.

Brasil, uno de los países donde sus aeropuertos cuentan con la infraestructura adecuada para recibir turistas y visitantes con discapacidad. Ciudades como Curitiba, Río de Janeiro y Salvador de Bahía tienen servicios de transporte, alojamiento, rutas de excursiones que cuentan con las suficientes comodidades para recibir a todas estas personas sin importar cuál sea su discapacidad.

Finalmente, Uruguay presentó sus planes en la feria internacional de turismo FITUR donde estos también se encuentran comprometidos por un turismo accesible igualmente Chile en el año 2014 el gobierno lanzó una guía de 115 alojamientos accesibles, con el lema de un turismo accesible para todos. Todos cuentan con accesibilidad en las habitaciones, baños y otros espacios de interés, brindando seguridad y confort a sus turistas.

6.3. El Turista

Es toda persona sin distinción alguna de raza, sexo, lengua y religión que se dirija a un lugar distinto de aquel donde tiene su residencia habitual y que permanezca en el más de 24 horas y no más de un año: los motivos del viaje pueden ser por recreación, descanso o para conocer mejor el lugar que visita. (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2011).

Ilustración 3 El turista



Fuente: (Carollo, 2018)

6.3.1. Tipos de Turistas.

Los turistas no son todos iguales, por eso podemos hablar de diferentes clases de turistas, cada clase tiene sus propias particularidades que vamos a desarrollar brevemente a continuación.

- **Turistas aventureros:** Dentro de este grupo encontramos a aquellos turistas que aman la adrenalina y las emociones extremas. Los turistas aventureros se van de viaje con el objetivo de realizar diferentes actividades que impliquen un contacto directo con la naturaleza, donde puedan explorar y realizar deportes extremos.
- **Turistas culturales:** En este caso los turistas emprenden un viaje para realizar las diferentes actividades culturales que ofrece un determinado lugar. El objetivo del turismo cultural es aprender algo nuevo y empaparse con la cultura del lugar, conociendo su historia y sus principales costumbres.
- **Turistas gastronómicos:** Esta clase de turistas emprende sus viajes con el objetivo de conocer la gastronomía del lugar. Los turistas gastronómicos son apasionados por la comida y la cultura culinaria de un determinado lugar por eso todo su itinerario gira en torno a la gastronomía: visitas a mercados, tiendas y fiestas populares. El turismo gastronómico está dirigido a los amantes del buen comer, a los profesionales de la

gastronomía y a todo aquel que esté dispuesto a vivir una aventura culinaria diferente y a explorar nuevos sabores.

- Turistas de compras: Dentro de esta clase encontramos a aquellos turistas que eligen el destino de sus vacaciones de acuerdo a las experiencias de compra que ofrece el lugar. Las compras constituyen una de las principales motivaciones de este tipo de turistas. Generalmente el turismo de compras está determinado por los buenos precios o la variedad de productos que se ofrecen en el lugar de destino.
- Turistas convencionales: En este grupo encontramos a las personas que organizan un viaje con el objetivo de descansar y realizar actividades recreativas. Generalmente los turistas convencionales eligen las playas como principal opción de destino, y contratan paquetes turísticos que incluyen transporte, hospedaje y ofrecen diferentes medios de entretenimiento y diversión. (Fude, 2018).

6.4. Perfil del cliente

Es importante definir el perfil del cliente según los autores (Eguren, Elvira, & Lagarra, 2009) “para cada uno es diferente e identificar sus objetivos permitirá que exista una relación a largo plazo y provechosa con los mismos. Se deben analizar diferentes aspectos como necesidades, metas, circunstancias, actitudes, entre otras”.

Los diferentes clientes tienen características similares que se pueden agrupar para crear el perfil y que de esta forma los servicios que se ofrecen se adapten a las necesidades o deseos específicos. Esta identificación hace que la oferta sea más acertada, eficiente y eficaz evitando servicios que no son deseados por el comprador, el perfil del cliente (Bacon, 2012) también nos ayuda para saber qué tipo de publicidad se debe realizar, vender más y que el cliente quede satisfecho.

Un perfil del cliente debe contener de manera específica, las características del cliente que deben estar asociadas al tipo de segmentación con la cual se relacionan, el resultado de cada característica debe de contener por ejemplo Edad: (característica) 25 a 40 años y así sucesivamente se va realizando con todas las características que ayudan a identificar a los posibles clientes de un producto o servicio ofrecido por la empresa (Morales, 2016).

6.4.1. El cliente.

Antes de realizar el perfil se debe tener en cuenta que un cliente es según (Boubeta, 2007) la persona que compra un bien o servicio sea para uso propio o el de un tercero, acepta un precio que es fijado por la empresa que se lo vende. Además, el cliente es la causa principal por el cual se crea el servicio o producto.

El cliente se ve motivado por necesidades o deseos, según el tipo y la intensidad que tenga la persona a estos destinara un momento en el tiempo para realizar la compra. Todos los clientes son distintos por su manera de pensar, sus gustos, la información que tienen y su realidad por ello una empresa debe constantemente innovar y mejorar su oferta para adaptarse a los consumidores.

Cada individuo adquiere los productos o servicios que más se acoplan a su estilo de vida, la compra la realizan con el fin de obtener ventajas, resolver un problema y satisfacer una necesidad a cambio de un sacrificio que es el pago. Una necesidad o deseo genera la motivación o el impulso para hacer compras, estas pueden variar su intensidad. Cuando es alta se hacen prioritarias y ocasionan una compra casi inmediata y cuando es intermedia o baja son secundarias y la persona da espera para comprar.

El estado de carencia de algo provoca tensión y la toma de una decisión donde intervienen otros factores además de la necesidad, impulso o motivación como el componente personal, racional, utilidad, entre otros. Para (Morales, 2016) existen dos tipos de clientes:

Clientes internos: son todos los empleados que trabajan dentro de la organización y que desarrollan actividades dentro de un área o departamento los cuales están relacionados entre sí, ya que reciben o brindan un servicio a otras áreas.

Clientes externos: son todas las personas o empresas que compran un producto o servicio, no pertenecen a la empresa y se constituyen como los consumidores finales del mismo.

6.5. Segmentación del mercado

La segmentación es un proceso que divide el mercado total de un bien o un servicio en diferentes grupos ya sean pequeños e internamente homogéneos. Podría decirse que la segmentación es conocer verdaderamente a los consumidores, tendrá en cuenta los elementos para una exitosa

estrategia de marketing de una empresa, ya que esta también es un esfuerzo por mejorar la precisión de marketing de una empresa (Ale, 2015).

Por otra parte, la segmentación de mercados turísticos es definir las características de un grupo específico de clientes, y así poder desarrollar para crear o modificar productos o servicios, que satisfagan sus necesidades. Hoy en día no solo se orienta al mercado, sino al cliente, se comienza a hablar de micro segmentación e incluso de personalización, es decir de marketing directo.

Segmentar se asemeja a una estrategia de marketing que quiere dirigirse en vez de al público total, a diferentes grupos de forma más especializada. La competencia ha hecho que los productos y servicios están cada vez más adaptadas al consumidor, y en un futuro muchos de estos estarán hechos a la medida (Morales, 2016).

6.5.1. Variables para segmentar.

- Segmentación demográfica: La variable demográfica (Bacon, 2012) hace referencia a características socioeconómicas como sexo, edad, ocupación, estado civil, hijos e ingresos que ayudan a identificar los hábitos de compra. Según (Boubeta, 2007) la edad es un factor permite hacer grupos de clientes como niños, adolescentes, adultos y mayores y cada grupo tienen necesidades o deseos diferentes, el sexo, aunque solo son dos tipos cada uno asume un rol diferente, los ingresos determinan el poder adquisitivo y otro importante es la clase social.
- Segmentación geográfica: Se define como el lugar en el que se ubica el comprador, por lo general esta variable es fácil de medir e identificar y se pueden dividir los clientes en diferentes zonas como norte, sur, etc. (Boubeta, 2007).
- Segmentación socioeconómica: Diferencia a la población de un mercado de acuerdo con los estratos sociales, actividad económica, tamaño o carácter de sus recursos para el caso de empresas.
- Segmentación Psicografica: Incluye variables como personalidad, motivación, estilo de vida que pueden determinar el comportamiento de compra. La personalidad es importante

cuando existe mucha competencia en el mercado y está se puede usar para diferenciarse por ejemplo se ofrece el producto o servicio como algo serio, atrevido o aventurero. El estilo de vida ayuda a comprender como vive la persona, en que ocupa su tiempo, sus convicciones, hobbies y se puede clasificar al cliente por ejemplo como deportista o sedentario. Esto permite presentar las diferentes líneas de productos o servicios y las estrategias publicitarias de los mismos (Boubeta, 2007)

- Segmentación conductual: Con base en el conocimiento de un producto, la actitud que tiene ante el mismo, el uso y valor que le dan o la forma que responden a un precio o promoción. Se destacan: beneficios esperados, ocasión de compra, tasa de uso, grado de lealtad, grado de conocimiento, y actitud ante el producto.

6.5.2. Características de la segmentación.

- Mensurabilidad: es el segmento en cuestión que pueda ser medible o cuantificable.
- Accesibilidad: los segmentos de mercado seleccionados se pueden atender y alcanzar de una manera eficaz.
- Sustanciabilidad: concepto de materialidad, es decir, que tan grande (cantidad) o interesante (rentable) es el segmento a utilizar.
- Heterogeneidad: un segmento debe ser claramente distinto de otro, de tal manera que responda de una forma particular a las diferentes actividades de mercadeo.

6.5.3. Proceso de segmentación.

Estudio: Determina las necesidades específicas satisfechas por las ofertas actuales, las que no lo son y las que podrían ser reconocidas. Aquí se lleva acabo entrevistas de exploración y se organizan sesiones de grupos para entender lo que son las motivaciones, actitudes y conductas de los consumidores (segmentación Psicografica y conductual).

Análisis: Interpreta datos para eliminar las variables no comunes y permite agrupar el segmento con los consumidores que comparten un requerimiento en particular que los distingue de los demás segmentos del mercado con necesidades y aspectos diferentes.

Preparación de perfiles: Cada grupo cuenta con actitudes distintivas, conductas, demografía, geografía etc., se nombra cada segmento con base a su característica más dominante. La segmentación debe de presentarse periódicamente porque los segmentos cambian. Se investiga los atributos de los consumidores considera escoger una marca, a este proceso se le denomina partición de mercados.

En definitiva, la segmentación para (Morales, 2016) es efectiva en cuanto la empresa sea capaz de realizar ofertas diferenciadas para cada segmento. Estas diferencias deben ser percibidas por clientes y consideradas relevantes.

Para definir el perfil del cliente para nuestra propuesta es primordial entrar al tema de las personas en condición de discapacidad ya que este es nuestro mercado objetivo por el cual se realiza. Se escogió esta población debido a las debilidades y necesidades que surgen en la sociedad frente a todas sus limitantes para su modo de vivir de tal modo que también tienen derecho a desarrollarse en ámbitos de ocio y realizar actividades turísticas.

6.6. Análisis general de los resultados de las encuestas

Teniendo presente que para el desarrollo del proyecto se pretende diagnosticar el mercado potencial que se quiere manejar se llevaron a cabo dos entrevistas a profesionales en el tema en cuanto accesibilidad se refiere por otro lado se realizaron 32 encuestas a una asociación llamada avanzaremos las cuales nos permitieron conocer un poco sobre el ámbito de las personas en condición de discapacidad física.

El análisis que se mostrara a continuación pretende resaltar las motivaciones e intereses que llevan a las personas con movilidad reducida a practicar turismo siendo este un factor importante al momento de realizar un viaje.

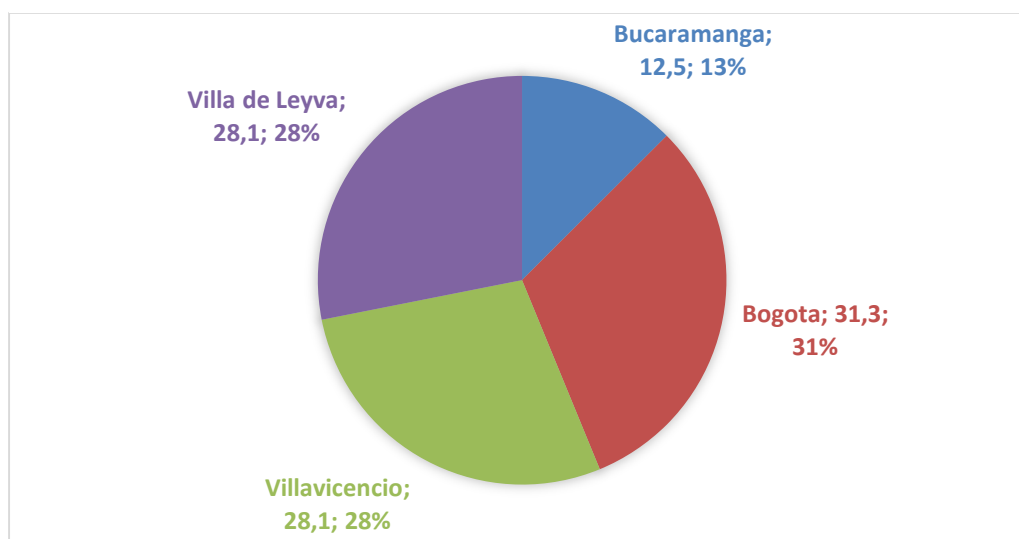
En estas encuestas y para definir el perfil del cliente no solo se tiene en cuenta las profesiones, las edades o el estrato socioeconómico sino también el tipo de turismo que a las personas les gusta practicar, en este caso se dieron 4 opciones a escoger las cuales son: turismo de sol y playa, aventura, religioso y gastronómico. Se encontró que el 44% de las personas encuestadas seleccionaron el turismo religioso como su preferido al momento de hacer turismo.

Existe gran variedad de épocas las cuales permiten que las personas puedan salir a tomar sus vacaciones, en Colombia hay temporadas ya sea baja o alta, pero para el cliente potencial se

observó que el 40,6% prefieren tomar sus vacaciones entre los meses de abril a junio siendo estos meses temporada media donde se recibe un alto número de turistas tanto a nivel nacional como internacional. Además de esto se observó que las personas encuestadas realizan turismo religioso y es en estos meses del año donde las personas aprovechan a viajar ya que son meses donde se realiza la semana santa.

Aunque se tiene este concepto al viajar en estos meses los cuales son preferidos por los turistas encuestados, realizando un plan de marketing promocionando las potencialidades turísticas accesibles de Bogotá se puede lograr que las personas con movilidad reducida puedan disfrutar de esta oferta con la que cuenta la ciudad permitiendo que estas personas quieran viajar el resto del año.

Grafico 1 Destino de Interés



Fuente: (Propia, 2018)

Bogotá, capital multicultural recibe miles de turistas al año no solo por las múltiples personas que llegan por negocios sino por sus atractivos turísticos y lugares de interés no solo social sino cultural el cual no se puede dejar de visitar. Se ha convertido en una ciudad gastronómica donde

se encuentran concentrados todos los platos típicos de nuestro país, restaurantes de alta categoría nos brindan un buen servicio y hacen de esta la mejor experiencia posible.

Por otra parte, además de gozar de espacios verdes al aire libre, los viajeros encuentran un destino ideal para hacer negocios, que además les ofrece historia, diversión, gastronomía, cultura y mucho más. Bogotá también es el punto de encuentro de Colombia, acá todas las culturas de todas las regiones tienen cabida. Desde la gastronomía de la zona cafetera hasta la alegría de la región caribe, pasando por el legado artesanal de Boyacá y la fiesta del Valle del Cauca se encuentran acá. Bogotá es sencillamente la unión de todo lo mejor de Colombia, es un lugar infinito por conocer, por lo anterior lo convierte en el mayor destino de interés seleccionado por parte de los encuestados (Procolombia, 2018).

Al momento de viajar se tiene en cuenta el tiempo de viaje ya que este es un factor fundamental a la hora en que se decide tomar unas vacaciones, estos días son importantes ya que esto también influye en el presupuesto de estas personas. Entre las personas encuestadas se percibió estratos socioeconómicos del 1 al 5 ya que la mayoría de los encuestados pertenecen al estrato dos y por su nivel de ingresos, ellos prefieren tener un viaje que dure entre 4 a 6 días los cuales son suficientes para estos conocer algún sitio de su interés.

Se observó que durante la realización de las encuestas hubo personas de los estratos 4 y 5 los cuales prefieren tener más de 10 días para alcanzar a disfrutar de los diferentes eventos y productos turísticos. Anteriormente se observó que Bogotá es una de las ciudades que prefieren visitar estas personas siendo esta la capital tiene mucho turismo por ofrecer y es por esto que estas personas de estos estratos prefieren más días en sus vacaciones no solo para disfrutar en familia sino para disfrutar de actividades de recreación o turismo.

Muchas personas siempre tienden a tener un factor o motivación importante a la hora de realizar algún viaje, al hacer la valoración se encontró que al viajar el aspecto importante para los turistas es el alojamiento y es que para ellos es importante no solo el reservarlo sino tener claridad a que zona quiere llegar y cuáles son sus alternativas. Esto depende del tipo de viaje que se realice ya sea de negocios, entretenimiento, cultural, ecoturismo, etc. Siempre es mejor tener clara la idea de donde se ubican los lugares que se van a frecuentar y buscar un buen alojamiento que sea seguro y con facilidades de transporte (Viajala Co, 2018).

Seguido del alojamiento se encontró entre las personas encuestadas que su aspecto principal es el conocer los diferentes atractivos turísticos de Bogotá ya que para ellos más que dormir bien es poder disfrutar de estos sitios emblemáticos y con gran trascendencia histórica en la ciudad. Es por esto que al tener este resultado podemos deducir que arroja un buen balance para la implementación del paquete turístico en la ciudad de Bogotá.

Existen diferentes tipos de contratar los servicios turísticos, ya sea un paquete consolidado de una agencia de viajes, un plan personalizado, paquetes armados por cuenta del cliente o llegar al destino para ver que consigue. La mejor opción según los encuestados es escoger un paquete turístico el cual se encuentre consolidado por parte de la agencia de viajes, esto hace del viaje una experiencia más agradable e inolvidable.

Viajar por medio de una agencia de viajes no encarece las vacaciones de los turistas por el contrario, a través de estas se pueden conseguir precios especiales, estas agencias están en la capacidad de asesorarlo y organizar su viaje de acuerdo a sus necesidades, expectativas y presupuesto, tienen descuentos y promociones que le permitirán adquirir paquetes y planes a precios que se encuentran generalmente por debajo de los que podría conseguir el turista por su cuenta (ANATO, 2016).

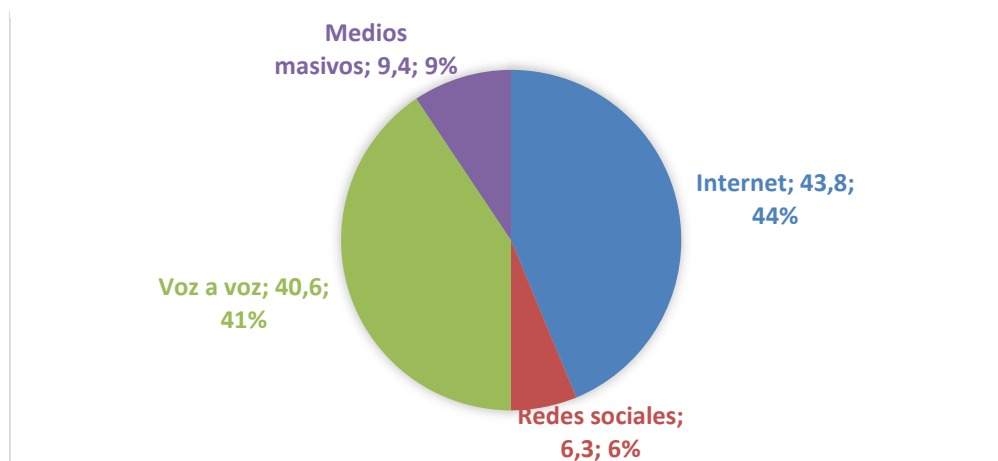
Por último, gracias a esta muestra podemos darnos cuenta que, aunque se cuenta con un bajo porcentaje hay personas que prefieren obtener su viaje o realizar un paquete turístico de cualquier tipo de turismo el cual se realice de una forma personalizada por parte de un profesional en turismo ya que estos transmiten confianza porque conocen y están en la capacidad de guiar a estas personas al momento de realizar un viaje o construir un paquete turístico como es el caso.

Es importante tener información previa al viaje ya que en las diferentes plataformas que existen para contratar servicios ya sea en alojamiento, alimentación o lugares de interés los turistas pueden dejar sus comentarios ya sean positivos o negativos sobre estos servicios las personas que lo vean puedan tener una idea clara de que tan bueno sería optar por estos servicios.

Sabiendo que es importante tener información antes de realizar un viaje hubo personas que dijeron que no es importante tener información alguna ya que ellos no suelen contratar algún

servicio de una agencia de viajes o informarse por algún medio especial, suelen llegar directamente al destino y ver que pueden conseguir por su cuenta.

Grafico 2 Medio del que obtiene Información

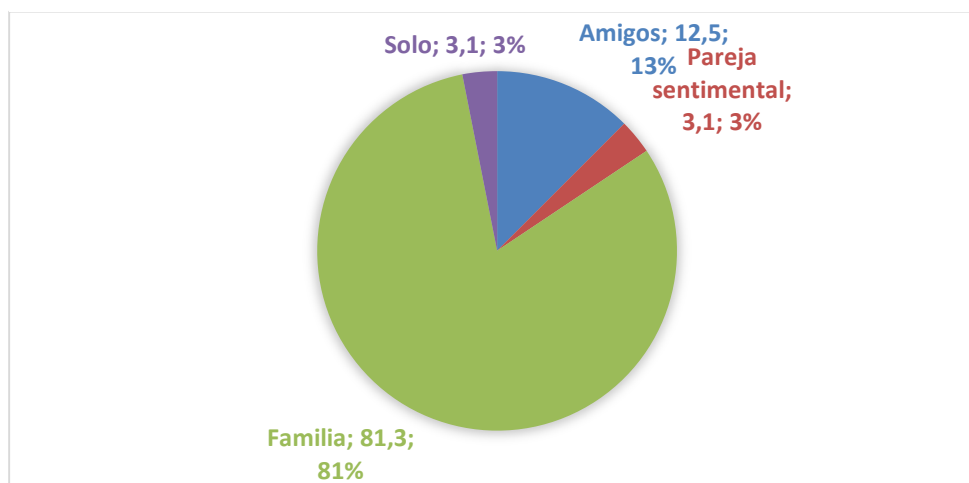


Fuente: (Propia, 2018)

Tener información acerca del viaje como se mencionó anteriormente es importante también el medio por el cual se obtiene, el internet es el medio por el cual la mayoría de las personas utiliza para realizar cualquier operación en este caso buscar ofertas, destinos de interés, entre otros.

El voz a voz es otro elemento importante al momento de saber a qué lugar se quiere ir para tomar vacaciones; las personas que han podido ir al destino disfrutar de su cultura, de la historia, la gastronomía y diferentes atractivos turísticos.

Grafico 3 En compañía de quien viaja



Fuente: (Propia, 2018)

Al momento de realizar un viaje siempre se quiere realizar en compañía de seres queridos. Las personas en condición de discapacidad siempre quieren ir en compañía, las encuestas arrojaron que las personas en esta condición prefieren realizar un viaje en compañía de su familia ya que para ellos es incómodo que al viajar otras personas (desconocidos) sean los que los ayuden al momento de tenerse que trasladar a algún lugar.

Hay que tener en cuenta que para estas personas un aspecto importante a la hora de viajar o en el momento de adquirir un paquete turístico siempre es importante la accesibilidad ya que un impedimento para ellos siempre ha sido su silla de ruedas, el poderse movilizar bien ya sea por las calles, recorriendo algún sitio de su interés. En nuestro caso y para la propuesta del paquete hay que tener en cuenta varios factores de accesibilidad como por ejemplo que las calles sean espaciosas, al entrar al restaurante las mesas queden acorde para que la persona se sienta lo más cómoda posible, al ingresar algún baño tenga las medidas correspondientes para que todo sea lo mejor posible y nuestros clientes se sientan satisfechos al haber tomado este paquete turístico y poderlo recomendar con otras personas.

Finalmente hay que hablar de algo importante al momento de tomar la decisión de viajar. El presupuesto, factor fundamental en todo viaje, ya que muchas veces deseamos ir a algún destino

en particular y no se puede acceder a ello por lo costoso o en definitiva por la falta de este. Establecer el presupuesto parte fundamental de la propuesta ya que esto será accesible para nuestros clientes potenciales.

Es por eso que por medio de estas variables definimos nuestro perfil del cliente pues es el foco principal del proyecto, tomamos dos puntos de vista, la primera entrevista se realizó a una persona que es deportista paraolímpico y conferencista de la Corporación “Ser inspiración” donde él tuvo como propósito la responsabilidad social con las personas en condición de discapacidad descubriendo los talentos en estas personas. Él ha tenido la oportunidad de viajar no solo a nivel nacional sino a nivel internacional y ha manifestado que en los países que ha visitado, Estados Unidos es el más accesible en cuanto a la infraestructura para esta población puesto que es uno de los países pioneros en implementar políticas de accesibilidad y el cumplimiento de las mismas son efectivas.

El modo de viaje es solitario ya que tiene una flexibilidad para hacerlo durante sus viajes pues no necesita de una compañía permanente para realizarlo, por otro lado el punto de vista es de una persona del común es presidente de la asociación de discapacitados "Avanzaremos" que por medio de ella ayuda a las personas en condición de discapacidad a mejorar su estado de vida, es el intermediario con empresas de la ciudad de Buga para que estas personas puedan trabajar, el manifiesta que en lo poco que ha viajado es muy difícil la movilidad para una persona en condición de discapacidad ya que en el país no existen políticas de accesibilidad y ninguna persona se ha preocupado por el bienestar o el modo de vida que lleva una persona en estas condiciones.

Por la experiencia que ha tenido para viajar es unas de las personas que dice que no le gusta realizarlo porque los medios de transporte como buses no son apropiados ni tienen la comodidad para estas personas, el modo de viaje de esta persona siempre es con una compañía ya que se le dificulta movilizarse solo, también expresa que en los destinos que ha visitado la infraestructura es deficiente en los hoteles puesto que el acceso, los baños, y rampas no cuentan con las medidas específicas para una persona en silla de ruedas.

6.7. Perfil del turista en condición de discapacidad

Para hablar de discapacidad se debe tener en cuenta que tan preparado se encuentra para recibir personas con discapacidad en Colombia y a nivel internacional, para esto crear planes que estén a la medida de las necesidades de estas personas que tienen restricciones en su movilidad responden a la demanda creciente por un turismo accesible y da una oportunidad de que los empresarios de la industria turística atraigan más viajeros y lleguen a más mercados.

El turismo accesible ha cogido gran importancia debido a que alrededor de 1.000 millones de personas en todo el mundo tienen alguna discapacidad, además esta población está envejeciendo rápidamente: Naciones Unidas calcula que para el año 2050 los mayores de 60 años serán un 20% de la población mundial y una quinta parte de las personas será mayor de 80 años.

6.7.1. Características de los turistas en situación de discapacidad.

- Son clientes altamente rentables, por lo general estas personas viajan en compañía y contratan paquetes turísticos estos gastan en promedio 82,30 euros al día.
- La mayoría de esta población no trabaja, sino que viven de pensiones de invalidez o jubilación lo cual les permite viajar en cualquier momento del año.
- Este turista busca el hospedaje en función del nivel de accesibilidad que le ofrece teniendo en cuenta también su costo. El alojamiento que más suelen usar son hoteles de 4 y 5 estrellas ya que estos les proporcionan más accesibilidad que cualquier otro establecimiento.
- Ayudan a la mejora de la imagen de un destino ya que una buena experiencia en el viaje contribuye a que más personas en condición de discapacidad puedan llegar al destino por buenas referencias de otros.
- Generan empleo, al diversificar la oferta turística especialmente de esta población, se contratan servicios, se programan actividades especializadas, asistencias personales, acompañamientos, entre otros (ProColombia, 2016)

Este proyecto está enfocado a un mercado de consumo que son compradores y clientes que adquieren el producto para su propio uso o utilización. Se establecen las características correspondientes del cliente potencial a involucrar en la realización del proyecto.

Tabla 1 Perfil del Cliente

Perfil del Cliente	
Características	Resultados
Edad	50 a 60 años
Género	Hombres y mujeres
Clase Social e Ingreso	Medio, estrato 2
Geografía	Buga (Valle del Cauca)
Gustos	Gastronomía, historia y el placer de viajar

Fuente: Elaboración propia

Por lo anterior se define el perfil del cliente para la propuesta de un paquete turístico, personas que opten por el gusto a la gastronomía, que les guste la historia y sean amantes de viajar y conocer cosas nuevas; que sean personas abiertas a realizar turismo en la ciudad de Bogotá según la propuesta y que estén en el rango de 50 a 60 años, ya que son las personas que están dispuestas a realizar esta actividad turística, además son personas por las cuales exigen un buen servicio ante su condición y quedar satisfechos con el servicio solicitado.

En conclusión, este capítulo y como parte del proceso de la propuesta de un paquete turístico se realizaron estas encuestas para generar los pasos a seguir los cuales cubren el requerimiento al construirlo.

Luego de haber realizado el respectivo análisis de encuestas cabe resaltar dos definiciones importantes el mercado real y el mercado potencial. El mercado actual es aquel que está compuesto por un grupo de personas que tiene la necesidad de un producto o servicio, que posee los medios financieros necesarios para cubrirla y que está interesada en adquirirlos. El mercado potencial es el volumen máximo que podría alcanzar un producto o servicio en un horizonte temporal establecido.

En este contexto el paquete turístico para personas en condición de discapacidad motora puede atender dos tipos de mercado: El actual que está relacionado con nuestra población en

estudio perteneciente a las fundaciones de la ciudad de Buga – Valle del Cauca por otro lado el mercado potencial los cuales se encuentran representados por los turistas de otras ciudades o residentes de la ciudad de Bogotá las cuales deseen realizar actividades de recreación o turísticas.

Los resultados de las encuestas se toman como referente para saber cuál es el mercado actual, que en este caso son las personas en condición de discapacidad motora de la ciudad de Buga a quienes está enfocada el diseño del paquete turístico en la ciudad de Bogotá.

7. capítulo 2

Bogotá capital de Colombia, cuenta con innumerables atractivos y lugares turísticos que permiten en esta gran ciudad encontrar diferentes alternativas para hacer turismo, es por esto que en este capítulo se abarcan conceptos correspondientes al turismo accesible que es el eje central del proyecto enfocado en los lugares de la capital donde se puede desarrollar.

Se encuentra información sobre los atractivos turísticos que tienen mayor importancia en cuanto al valor histórico y cultural para los bogotanos y debido a su relevancia son visitados por muchos turistas nacionales e internacionales cada año.

Por lo mencionado anteriormente y teniendo en cuenta el perfil del consumidor para elaborar la propuesta se hizo un inventario turístico de los diferentes atractivos que son accesibles para personas con movilidad reducida y que están dentro de las zonas escogidas para desarrollar el paquete.

7.1. Generalidades del turismo en Colombia

Colombia es el cuarto país más extenso de América del Sur, cuenta con alrededor de 1'139.000 kilómetros cuadrados de territorio. Es la única nación de Sudamérica que limita con dos océanos a la vez, Océano Atlántico y pacifico lo que le ha permitido tener 2.900 kilómetros de costa. Famosa por su excelente café y la pureza de sus esmeraldas, Colombia es también la tierra de la leyenda de El Dorado y el universo mágico de Macondo (colombia.com, 2018).

El turismo en la economía de Colombia es un sector importante, para el año 2017 se convirtió en el segundo generador de divisas del país, superando productos como el café, las flores y el banano. Este mismo año según la revista Dinero se presentó un incremento del 27% respecto al año anterior en la cantidad de turistas y en referencia al promedio de crecimiento turístico anual del mundo Colombia crece tres veces más rápido.

Según la OMT en los años 2005 y 2006 el crecimiento a nivel mundial del turismo fue de 3,9% y en Colombia fue de 12,2%. Este crecimiento para Felipe Jaramillo presidente de ProColombia se debe a que el país tiene una oferta que se adapta a la economía de todo tipo de turista, además grandes medios de comunicación como The New York Times han recomendado

el país como destino turístico y finalmente el proceso de paz con las FARC también ha dado un gran impulso a la industria por la sensación de seguridad que es vital para un turista.

La mayor fuente de turistas que visitan el país provienen de Estados Unidos, seguidos países de Latinoamérica y el mercado que más crece proviene de Asia (Dinero, 2018) que se siente atraídos principalmente por la diversidad cultural, la biodiversidad y los variados climas en las diferentes regiones.

Paula Cortes, presidenta de la Asociación Colombiana de Viajes y Turismo (ANATO), destaca que el gobierno está brindando mayor importancia al turismo a través de campañas de promoción y de apoyo a los empresarios. A esto se añade que el mundo está viendo el país con otros ojos ya que este es catalogado como referente en turismo de eventos y de naturaleza, gracias a su biodiversidad lo que seguirá dinamizando el sector (Dinero, 2018).

La Marca País Colombia es una entidad nacional que proyecta una imagen positiva de Colombia frente al mundo, en el caso del sector turismo resalta que es un destino ideal donde se pueden vivir experiencias únicas y han realizado campañas que han tenido gran acogida en el extranjero como “Colombia, el riesgo es que te quieras quedar” y “Colombia, la tierra de la sabrosura”.

7.1.1. Turismo en Bogotá.

Bogotá, ubicada en el centro del país sobre la cordillera de los andes a 2.600 metros sobre el nivel del mar, donde la mayor parte de su población proviene de todos los rincones del mundo. Es una ciudad muy diversa, es el centro cultural más importante de Colombia y un lugar con innumerables sitios por conocer y actividades por realizar (encolombia.com, 2018).

Viajar a esta ciudad es encontrarse con lo nuevo y lo antiguo, con lo moderno y lo tradicional, los rascacielos de los centros de negocios contrastan con las casonas coloniales. La capital ha sufrido grandes avances en cuanto a la construcción de nuevas edificaciones que traerán con ello más economía para la ciudad sin embargo no ha dejado de lado su pasado indígena y colonial. Son muchas las ofertas para viajar a Bogotá, para conocer la vida agitada de la ciudad, disfrutar de espacios naturales o para hacer negocios (Minube, 2007).

El IDT (Instituto Distrital de Turismo) es una entidad pública de orden distrital que impulsa el desarrollo económico de Bogotá por medio de actividades turísticas y busca que la ciudad sea más competitiva y sostenible a nivel turístico. (Instituto Distrital de Turismo, 2016) Esta entidad promueve principalmente 5 tipos de turismo que son: Cultural, Naturaleza, Negocios, Gastronómico y Urbano. Pero también promueve el turismo accesible, de compras, diversión, nocturno, LGBTI y religioso, pero no tienen mucha información sobre estos.

En cuanto al turismo cultural resaltan la declaratoria de la UNESCO (La Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura) como la ciudad de la música y se promueve las artes escénicas, cine, arquitectura, literatura, festivales, eventos, entre otros. Algunos de los eventos y lugares culturales más importantes son: Festival Iberoamericano de Teatro, Festival Estéreo Picnic, el Festival Rock al Parque, el Santuario del Señor Caído de Monserrate, el Cementerio Central y la Catedral Primada de Colombia.

En el turismo de naturaleza se debe a que el 70% del territorio de la ciudad es rural, cuenta con más de 5.200 parques, sobresalen atractivos como los cerros, las quebradas, el Jardín Botánico José Celestino Mutis y los diferentes humedales donde se puede hacer avistamiento de aves. En la calera se puede realizar actividades para estar en contacto con la naturaleza como cabalgatas y a los alrededores de la ciudad se pueden encontrar diversos embalses y parques naturales.

El turismo de negocios es de gran importancia para la ciudad pues es la sede de un sin número de ferias, exposiciones, convenciones y congresos, además en la capital se ubican la mayor parte de sedes administrativas de las diferentes multinacionales del país. Según la revista América Economía en el 2016 ocupó el 5 lugar entre las mejores ciudades para hacer negocios de América Latina y en el 2012 por la misma revista fue catalogada como uno de los principales centros de negocios. Bogotá atrae el 78% de toda la inversión extranjera directa que llega a Colombia si se excluye el petróleo.

Se destacan 5 zonas para hacer turismo gastronómico por el IDT las cuales son Zona C en el Centro Histórico de la ciudad, la Zona M en la Macarena, la Zona G de la calle 69, la Zona T en la calle 82, el Parque de la 93 y Usaquén donde se puede disfrutar de gastronomía nacional e internacional ofertada a un amplio nivel de precios que se acomoda a todas las personas.

En el turismo urbano se invita a recorrer las calles de la ciudad a través de ciclo ruta y la ciclovía los días domingo y festivos para admirar el arte urbano como los grafitis y los mercados de las pulgas principalmente en el centro de la ciudad y Usaquén. También se puede llegar por medio del transporte público a galerías, museos, restaurantes, parques, etc. que están por toda la ciudad.

Para el año 2017 en la ciudad se presentó un incremento del 18% en llegada de turistas respecto al año anterior. También se incrementó 24% la cantidad de extranjeros que se hospedaron en la ciudad principalmente en el segundo semestre del año respecto al mismo periodo del año anterior. Este mismo año la cantidad de turistas extranjeros que llegaron a la ciudad en diciembre alcanzo los 147 mil visitantes representando un aumento del 30% respecto al mismo mes del 2016. (Conexion Capital, 2018)

En el 2017 Caracol Radio informo que el 59% de los ingresos de Bogotá son por turismo, además este sector forma parte fundamental en cuanto a la generación de empleo en la ciudad. La capital colombiana generó US\$1,8 mil millones en ingresos por turismo en 2016 representando 29,1 % de todo el PIB del sector de Viajes y Turismo de Colombia, este crecimiento fue posible porque se han implementado nuevas rutas áreas.

7.2. Zonas turísticas

Para el desarrollo del paquete turístico se seleccionan dos localidades por su importancia histórica y cultural, también cuentan con muchos atractivos turísticos y lugares de interés. Según la guía atractivos turísticos accesibles de Bogotá se escoge la zona de la Candelaria ya que es considerada como uno de los sectores más fuertes en cuanto atractivos turísticos se refiere porque estos conservan una arquitectura colonial y la mayoría de los lugares tienen una historia que marco el rumbo de la ciudad de Bogotá (Instituto Distrital de Turismo, 2018)

La localidad de Santa Fe se escoge como parte de las zonas turísticas para la propuesta del paquete turístico para personas en condición de discapacidad motora pues cuenta con un lugar fundamental para la elaboración del mismo, se trata de la plaza de mercado la perseverancia que fue modificada para cumplir con condiciones de accesibilidad y salubridad, convertida en atractivo turístico gastronómico para residentes y turistas de la ciudad. Además de ello esta plaza es reconocida por sus festivales gastronómicos donde se conserva las preparaciones tradicionales de la cocina colombiana.

Esta localidad no solo conserva las recetas ancestrales, sino que cuenta con gran cantidad de atractivos turísticos culturales principalmente, a continuación, un poco sobre la historia y turismo de las zonas escogidas para la propuesta.

7.2.1. La Candelaria.

Este barrio surgió en el siglo XVI alrededor de la plaza mayor actualmente conocida como plaza de Bolívar donde estaban las principales edificaciones de los poderes civiles, políticos y eclesiásticos de la época como la Catedral Primada, El capitolio nacional y la Alcaldía.

La localidad se constituye como la más pequeña de Bogotá, con una extensión de 206 hectáreas de superficie netamente urbana, es reconocida por su legado arquitectónico de sus calles y por ser el epicentro de la historia política colombiana (Secretaria de Cultura, Recreación y Deporte, 2018).

En materia de turismo el centro histórico incluye, además de sus monumentos, pasear por sus calles es revivir sus 300 años de historia a través de la arquitectura única que las casonas ofrecen. En su oferta turística se puede apreciar:

- El museo Botero, es uno de los museos más famosos de Bogotá en el cual se destacan obras del artista colombiano Fernando Botero.
- El museo del oro, uno de los más impresionantes de Colombia cuenta con piezas esculpidas en oro las cuales resaltan la historia y representan la cultura de las sociedades prehispánicas.
- La Plaza de Bolívar, se encuentra ubicada en el corazón de la Candelaria y debe su nombre a una de las figuras históricas más importantes de Colombia, Simón Bolívar.
- Museo de la Iglesia de Santa Clara, es una de las más antiguas de Bogotá, actualmente convertida en museo. Fue construida entre 1629 y 1674, su interior está pintado casi en su totalidad en pan de oro.
- Claustro de San Agustín, anteriormente conocido como el Museo de Arte y Tradiciones Populares.

- Plaza del Chorro de Quevedo, fue donde el conquistador español Jiménez de Quesada tomo posesión del territorio en nombre del Rey Carlos de España para formar el reino de Nueva Granada el 6 de Agosto de 1538.
- Museo de la Casa de la Moneda, en esta se destaca la historia de la moneda desde las primeras operaciones de oro, sal y tumbago hasta nuestros días (Xixerone, 2017).

7.2.2. Santa Fe.

Localidad reconocida como una de las más tradicionales de Bogotá cuenta con 39 barrios y 116.651 habitantes, debe su nombre a Gonzalo Jiménez de Quesada fundador de la capital de la Nueva Granada. Está situada en el corazón de la capital donde las calles tumultuosas y los viajeros de paso la recorren día a día para realizar diferentes actividades como compras, ir a trabajar o tomar una taza de café.

Aquí se puede encontrar diversidad de restaurantes e iglesias, locales comerciales centros de cultura donde se reúnen múltiples personas como poetas, hippies y pintores que inspirados en sus tradiciones elaboran las más finas obras que se encuentran al alcance de todos sus habitantes. Es reconocida por sus antiguas construcciones y también por hechos que marcaron a la ciudad como el Bogotazo y el asesinato del candidato presidencial Jorge Eliecer Gaitán.

Pulmón de la ciudad, así es denominada esta localidad donde se aprecian los dos grandes cerros de Guadalupe y Monserrate que vigilan la ciudad que no solo está rodea por diferentes especies de plantas sino de ríos que bañan la ciudad como son: San Francisco, San Agustín, Arzobispo y San Cristóbal. En el área rural se destacan actividades en el sector agropecuario, tales como la avicultura, la ganadería y la cría de porcinos.

Por esto y mucho más es visitada por diferentes turistas ya sean nacionales o extranjeros que recorren sus calles llenas de historia, se refugian atractivos turísticos como la torre Colpatria, la plaza de toros de Santa María que son lugares emblemáticos de la localidad para que los turistas visiten la Bogotá antigua y contemporánea. Además de esto se disfruta de artesanías, coplas, platos típicos que alegran el alma de los visitantes, también se realizan festivales donde se celebra el día del campesino, festival de la chicha en el barrio la perseverancia donde se hace un homenaje a la bebida autóctona de sus antepasados (Alcaldía Mayor de Bogota, 2012).

7.3. Atractivos turísticos

Según el ministerio de comercio, industria y turismo en su documento metodología para la elaboración del inventario de atractivos turísticos, *“El atractivo turístico es definido como los factores físico y culturales que reúnen las condiciones para ser entregados de inmediato a los productos turísticos”* (Ministerio de Comercio, 2010).

En las zonas turísticas seleccionadas se tomó como base el directorio turístico de Bogotá para seleccionar los atractivos que harían parte del paquete turístico, se determinó realizarlo como patrimonio material – bienes culturales inmuebles. La valoración de los atractivos se hizo teniendo en cuenta dos grandes factores: calidad y significado.

Los criterios de calidad varían de acuerdo con el atractivo que se esté evaluando. Se referencia según el grado de conservación en el que se encuentre el atractivo. La calificación de la calidad representa el 70% del total del puntaje asignable y se deben valorar todos los criterios para cada atractivo. Los puntajes propuestos son tope.

Los criterios de significado hacen referencia al grado de reconocimiento que tiene el atractivo. Representan el 30% de la calificación. Sólo se valora con uno de los criterios (es una calificación excluyente) y se aplica un valor único.

7.3.1. Atractivo turístico accesible.

La propuesta del paquete turístico está dirigida a personas en condición de discapacidad motriz, durante el desarrollo del presente capítulo se tiene en cuenta todos aquellos atractivos que son accesibles para estas personas los cuales les den las oportunidad de ingresar y poder disfrutar de todas estas actividades turísticas con las que cuenta Bogotá en la actualidad.

Estos atractivos turísticos no solo son reconocidos en la capital sino a nivel nacional son bienes de carácter público privado, que tienen las condiciones para la atracción y fomento del turismo. Se tiene en cuenta que estos atractivos son los que predisponen mayoritariamente al turista a la hora de elegir el destino lo que hace que estos sean de gran importancia en el sector turismo y por supuesto preservarlos y protegerlos con el fin de garantizar la sostenibilidad del mismo (Perez & Gonzalez, 2003).

La accesibilidad debe primar ante todo en estos atractivos turísticos ya que permiten su acceso a todos los ciudadanos por igual. Es en este contexto donde las instituciones deben de velar por garantizar la accesibilidad a todas las personas con movilidad reducida. La realidad dista mucho de satisfacer esta necesidad ya que son muchos los atractivos turísticos que no pueden ser disfrutados por este sector de la población.

Cada uno de los atractivos turísticos está tomando múltiples medidas para favorecer la accesibilidad de personas en silla de ruedas, lo que ha resultado satisfactorio para algunos ya que están ayudando a estas personas a integrarse con la sociedad y poder disfrutar del ocio y el tiempo libre con mayor satisfacción.

La infraestructura arquitectónica de las zonas escogidas para esta propuesta se convierte en numerosas ocasiones una barrera insalvable para esta población cuando se disponen a disfrutar de estas actividades. Pero teniendo en cuenta que todos los atractivos que se están manejando han sido modificados para la accesibilidad de las personas con movilidad reducida y estas modificaciones se manejan bajo los principios de preservación y conservación del patrimonio cultural (Perez & Gonzalez, 2003).

Para poder brindar una experiencia memorable a todos los turistas y visitantes se debe tener en cuenta toda la oferta y equipamiento requerido, para esto se debe tener en cuenta lo siguiente:

7.3.2. Museos.

Se caracterizan por ser lugares que adquieren, conservan, investigan, comunican y exhiben para fines de estudio, educación y contemplación conjuntos y colecciones de valor histórico, artístico, científico y técnico o de cualquier otra naturaleza cultural afirma (Adrián Carretón 2015). En las localidades de la Candelaria y Santafé encontramos diferentes museos según su categoría, principalmente se tomó como referencia el directorio turístico del Instituto distrital de Turismo citado por Confecamaras que registra un total de 34 museos entre las dos, se seleccionaron los museos que son de fácil acceso para personas en condición de discapacidad Motriz teniendo en cuenta el check list que determinan los parámetros básicos para una persona en esta condición, estos son:

- Museo Nacional de Colombia
- Museo de Arte Moderno
- Museo del Oro
- Museo Botero

Tabla 2 Museo de arte moderno

FORMATO ÚNICO PARA LA ELABORACIÓN DE INVENTARIOS TURÍSTICOS						
FORMULARIO PATRIMONIO CULTURAL - PATRIMONIO MATERIAL						
Bienes Culturales Inmuebles y Muebles						
1. GENERALIDADES						
1.1. Nombre	Museo de arte moderno					
1.2. Departamento	Cundinamarca	1.3. Municipio	Bogota D.C.			
1.4. Corregimiento, Vereda o Localidad	Localidad - Santa Fe					
1.5. Administrador o Propietario	Ministerio de Cultura					
1.6. Dirección/Ubicación	Calle 24 #6-00					
1.6. Teléfono/Fax	2860466	1.7. Distancia (desde la ciudad capital)				
1.8. Tiempo (desde la ciudad capital)	No aplica			No aplica		
1.9. Tipo de Acceso	Terrestre	<input checked="" type="checkbox"/>	Acuático	<input type="checkbox"/>	Férreo	<input type="checkbox"/>
1.10. Indicaciones para el acceso						
2. CARACTERÍSTICAS						
2.1. Código Asignado	1.1.4.4					
2.2. Bien Cultural Mueble	2.3. Bien Cultural Inmueble					<input checked="" type="checkbox"/>
2.4. Descripción:	Este museo fue construido por el arquitecto Rogelio Salmons, este se encuentra ubicado en el centro cultural e histórico de la ciudad de Bogotá. En este se ofrece un espacio cultural donde se exponen las diversas manifestaciones del arte moderno y contemporáneo.					
3. PUNTAJES DE VALORACIÓN						
CALIDAD			PUNTAJE			
Estado de Conservación (21)			21			
Constitución del Bien (21)			21			
Representatividad General (28)			20			
Subtotal			62			
SIGNIFICADO						
Local (6)	Regional (12)	Nacional (18)	Internacional (3)	12		
TOTAL			74			
Fuente: (Colombia.com, 2013)						
Diligenciado por:	Lizzet Daniela Martínez Meza			Fecha	28/04/2018	

Fuente: (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2018)

Tabla 3 Museo Nacional de Colombia

FORMATO ÚNICO PARA LA ELABORACIÓN DE INVENTARIOS TURÍSTICOS						
FORMULARIO PATRIMONIO CULTURAL - PATRIMONIO MATERIAL						
Bienes Culturales Inmuebles y Muebles						
1. GENERALIDADES						
1.1. Nombre	Museo Nacional de Colombia					
1.2. Departamento	Cundinamarca	1.3. Munic	Bogota D.C.			
1.4. Corregimiento, Vereda o Localidad	Localidad - Santa Fe					
1.5. Administrador o Propietario	Ministerio de Cultura					
1.6. Dirección/Ubicación	Carrera 7a #28-66					
1.6. Teléfono/Fax	3816470			1.7. Distancia (desde la ciudad capital)		
1.8. Tiempo (desde la ciudad capital)	No aplica			No aplica		
1.9. Tipo de Acceso	Terrestre	X	Acuático	Férreo		Aéreo
1.10. Indicaciones para el acceso						
2. CARACTERÍSTICAS						
2.1. Código Asignado	1.1.4.4					
2.2. Bien Cultural Mueble		2.3. Bien Cultural Inmueble	X			
2.4. Descripción:	El Museo Nacional de Colombia, se dio su apertura en 1824 gracias al vicepresidente de la republica el General Francisco de Paula Santander. En cuanto a la restauracion del mismo tuvo una transformacion arquitectonica mediante la construccion de una rampa que facilita el acceso a personas en condicion de discapacidad y un ascensor que les permite el ingreso a las salas ubicadas en el segundo piso y tercer piso					
3. PUNTAJES DE VALORACIÓN						
CALIDAD			PUNTAJE			
Estado de Conservación (21)			21			
Constitución del Bien (21)			21			
Representatividad General (28)			25			
Subtotal			67			
SIGNIFICADO						
Local (6)	Regional (12)	Nacional (18)	Internacional (12)	18		
TOTAL			85			
Fuente: Propia						
Diligenciado por:	Lizzet Daniela Martinez Meza			Fecha	28/04/2018	

Fuente: (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2018)

Tabla 4 Museo del Oro

FORMATO ÚNICO PARA LA ELABORACIÓN DE INVENTARIOS TURÍSTICOS						
FORMULARIO PATRIMONIO CULTURAL - PATRIMONIO MATERIAL						
Bienes Culturales Inmuebles y Muebles						
1. GENERALIDADES						
1.1. Nombre	Museo del Oro					
1.2. Departamento	Cundinamarca	1.3. Municipi	Bogota D.C.			
1.4. Corregimiento, Vereda o Localidad	Localidad - Santa Fe					
1.5. Administrador o Propietari	Banco de la Republica					
1.6. Dirección/Ubicación	Carrera 6 #15-88					
1.6. Teléfono/Fax	3432222	1.7. Distancia (desde la ciudad)	No aplica			
1.8. Tiempo (desde la ciudad)	No aplica					
1.9. Tipo de Acceso	Terrestre	<input checked="" type="checkbox"/>	Acuático	<input type="checkbox"/>	Férreo	<input type="checkbox"/>
1.10. Indicaciones para el acceso						
2. CARACTERÍSTICAS						
2.1. Código Asignado	11.4.4					
2.2. Bien Cultural Mueble	<input type="checkbox"/>	2.3. Bien Cultural Inmueble	<input checked="" type="checkbox"/>			
2.4. Descripción:	En el museo del oro se encuentran colecciones arquitectonicas que son patrimonio de todos los colombianos, en este ofrecen visitas guiadas en español e ingles ademas de esto las exposiciones que ofrecen son de manera permanente o temporal.					
3. PUNTAJES DE VALORACIÓN						
CALIDAD			PUNTAJE			
Estado de Conservación (21)			21			
Constitución del Bien (21)			21			
Representatividad General (28)			28			
Subtotal			70			
SIGNIFICADO						
Local (6)	Regional (12)	Nacional (18)	Internacio	30		
TOTAL			100			
Fuente: Propia						
Diligenciado por:	Lizzet Daniela Martínez Meza			Fecha	28/04/2018	



Fuente: (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2018)

Tabla 5 Museo Botero

FORMATO ÚNICO PARA LA ELABORACIÓN DE INVENTARIOS TURÍSTICOS							
FORMULARIO PATRIMONIO CULTURAL - PATRIMONIO MATERIAL							
Bienes Culturales Inmuebles y Muebles							
1. GENERALIDADES							
1.1. Nombre	Museo Botero						
1.2. Departamento	Cundinamarca	1.3. Munic	Bogota D.C.				
1.4. Corregimiento, Vereda o Localidad	Localidad - Candelaria						
1.5. Administrador o Propietario	Banco de la Republica						
1.6. Dirección/Ubicación	Calle 11 # 4-41						
1.6. Teléfono/Fax	3431111	1.7. Distancia (desde la ciudad)	No aplica				
1.8. Tiempo (desde la ciudad)	No aplica						
1.9. Tipo de Acceso	Terrestre	<input checked="" type="checkbox"/>	Acuático	<input type="checkbox"/>	Férreo	<input type="checkbox"/>	Aéreo
1.10. Indicaciones para el acceso							
2. CARACTERÍSTICAS							
2.1. Código Asignado	1.1.4.4						
2.2. Bien Cultural Mueble	<input type="checkbox"/>	2.3. Bien Cultural Inmueble	<input checked="" type="checkbox"/>				
2.4. Descripción:	Se encuentra ubicado en el centro historico de la ciudad de Bogota, contiene numerosas obras del artista Fernando Botero las cuales no son solo reconocidas en Colombia sino a nivel internacional.						
3. PUNTAJES DE VALORACIÓN							
CALIDAD				PUNTAJE			
Estado de Conservación (21)				21			
Constitución del Bien (21)				21			
Representatividad General (28)				28			
Subtotal				70			
SIGNIFICADO							
Local (6)	Regional (12)	Nacional (18)	Internacio	30			
TOTAL				100			
Fuente: Propia							
Lizzet Daniela Martinez Meza				Fecha	29/04/2018		



Fuente: (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2018)

Tabla 6 Biblioteca Luis Ángel Arango

FORMATO ÚNICO PARA LA ELABORACIÓN DE INVENTARIOS TURÍSTICOS							
FORMULARIO PATRIMONIO CULTURAL - PATRIMONIO MATERIAL							
Bienes Culturales Inmuebles y Muebles							
1. GENERALIDADES							
1.1. Nombre	Biblioteca Luis Angel Arango						
1.2. Departamento	Cundinamarca	1.3. Munic	Bogota D.C.				
1.4. Corregimiento, Vereda o Localidad	Localidad - Candelaria						
1.5. Administrador o Propietario	Banco republica Cultural						
1.6. Dirección/Ubicación	Calle 11 No 4 – 14						
1.6. Teléfono/Fax	343 12 12			1.7. Distancia (desde la ciudad capit			
1.8. Tiempo (desde la ciudad capit	No aplica			No aplica			
1.9. Tipo de Acceso	Terrestre	X	Acuático	Férreo	Aéreo		
1.10. Indicaciones para el acceso:							
2. CARACTERÍSTICAS							
2.1. Código Asignado	1.1.4.4						
2.2. Bien Cultural Mueble		2.3. Bien Cultural Inmueble	X				
2.4. Descripción:	Es la biblioteca pública más importante del país y una de las más visitadas del mundo, con cerca de 5.000 visitantes diarios. Inaugurada el 20 de febrero de 1958, lleva su nombre en homenaje a su promotor Luis Ángel Arango quien fue Gerente General del Banco de la República en el periodo 1947-1957						
CALIDAD				PUNTAJE			
Estado de Conservación (21)				21			
Constitución del Bien (21)				21			
Representatividad General (28)				25			
Subtotal				67			
SIGNIFICADO							
Local (6)		Regional (12)		Nacional (18)		Internacional	
				18			
TOTAL				85			
Fuente: Rcn radio, 2018							
Diligenciado por:	Lizzet Daniela Martinez Meza			Fecha	29/04/2018		

Fuente: (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2018)

7.3.3. Teatros y centros culturales.

Según la página Curiosfera se considera que el teatro como edificio o infraestructura es para realizar presentaciones u obras de teatro, también se incluyen espectáculos como la ópera, monólogos, se caracterizan por ser bienes culturales con trascendencia histórica. Se determina que en las localidades de la candelaria y Santafé cuenta con una gran oferta de estos sitios, en su defecto la mayoría de ellos están ubicados en infraestructuras coloniales, las cuales no se pueden modificar en gran magnitud, debido a esta insolvencia la selección de estos teatros se realizó con llamadas y visitas a estos lugares determinando los espacios mínimos que deben tener para contar con el acceso a estas personas. Estos son:

-Centro Cultural Gabriel García Márquez: Cuenta con una infraestructura Moderna, el acceso a este lugar es práctico, posee diferentes salas de exposición y tiene una Biblioteca cultural.

-Claustro San Agustín

-Teatro Cristóbal Colon

-Auditorio Jorge Enrique Molina

-Teatro Faenza

-Teatro Jorge Eliecer Gaitán

Tabla 7 Centro Cultural Gabriel García Márquez

FORMATO ÚNICO PARA LA ELABORACIÓN DE INVENTARIOS TURÍSTICOS							
FORMULARIO PATRIMONIO CULTURAL - PATRIMONIO MATERIAL							
Bienes Culturales Inmuebles y Muebles							
1. GENERALIDADES							
1.1. Nombre	Centro Cultural Gabriel Garcia Marquez						
1.2. Departamento	Cundinamarca	1.3. Municipio	Bogota D.C.				
1.4. Corregimiento, Vereda o Localidad	Localidad - Candelaria						
1.5. Administrador o Propietario	Fondo de cultura economica						
1.6. Dirección/Ubicación	Calle 11 No. 5 - 60						
1.6. Teléfono/Fax	2832200	1.7. Distancia (desde la ciudad capital)					
1.8. Tiempo (desde la ciudad capital)							
1.9. Tipo de Acceso	Terrestre	<input checked="" type="checkbox"/>	Acuático	<input type="checkbox"/>	Férreo	<input type="checkbox"/>	Aéreo
1.10. Indicaciones para el acceso							
2. CARACTERÍSTICAS							
2.1. Código Asignado	1.1.4.4						
2.2. Bien Cultural Mueble	<input type="checkbox"/>	2.3. Bien Cultural Inmueble	<input checked="" type="checkbox"/>				
2.4. Descripción:	Es uno de los sitios más destacados del Centro Histórico de Bogotá, ya que cuenta con una programación cultural y académica de ingreso gratuito para todo tipo de públicos durante todo el año. Mensualmente se realizan más de 30 eventos entre los que se destacan conciertos, presentaciones de libros y diversas actividades que suman más de 160 mil visitantes anuales						
3. PUNTAJES DE VALORACIÓN							
CALIDAD	PUNTAJE						
Estado de Conservación (21)	21						
Constitución del Bien (21)	21						
Representatividad General (28)	20						
Subtotal	62						
SIGNIFICADO							
Local (6) Regional (12) Nacional (18) Internacional (28)	12						
TOTAL	74						
Fuente: (Fondo de cultura economica, 2018)							
Diligenciado por:	Lizzet Daniela Martinez Meza	Fecha	28/04/2018				



Fuente: (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2018)

Tabla 8 Claustro San Agustín

FORMATO ÚNICO PARA LA ELABORACIÓN DE INVENTARIOS TURÍSTICOS						
FORMULARIO PATRIMONIO CULTURAL - PATRIMONIO MATERIAL						
Bienes Culturales Inmuebles y Muebles						
1. GENERALIDADES						
1.1. Nombre	Claustro de San Agustín					
1.2. Departamento	Cundinamarca	1.3. Muni	Bogota D.C.			
1.4. Corregimiento, Vereda o Localidad	Localidad - Candelaria					
1.5. Administrador o Propietario	Universidad Nacional de Colombia					
1.6. Dirección/Ubicación	Carrera 8 #7-21					
1.6. Teléfono/Fax	3165000	1.7. Distancia (desde la ciudad)			No aplica	
1.8. Tiempo (desde la ciudad)	No aplica			No aplica		
1.9. Tipo de Acceso	Terrestre	X	Acuático	Férreo	Aéreo	
1.10. Indicaciones para el acceso						
2. CARACTERÍSTICAS						
2.1. Código Asignado	1.1.3.1					
2.2. Bien Cultural Mueble				2.3. Bien Cultural Inmueble	X	
2.4. Descripción:	Actualmente pertenece a la Universidad Nacional de Colombia, fue cedido por parte del ministerio de cultura para que estos lo restauraran completamente y así exponer las colecciones museológicas y patrimoniales de la misma.					
3. PUNTAJES DE VALORACIÓN						
CALIDAD			PUNTAJE			
Estado de Conservación (21)			21			
Constitución del Bien (21)			21			
Representatividad General (28)			20			
Subtotal			62			
SIGNIFICADO						
Local (6)	Regional (12)	Nacional (18)	Internacio	6		
TOTAL			68			
Fuente: Propia						
Diligenciado por:	Lizzet Daniela Martínez Meza			Fecha	29/04/2018	



Fuente: (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2018)

Tabla 9 Teatro Cristóbal Colon

FORMATO ÚNICO PARA LA ELABORACIÓN DE INVENTARIOS TURÍSTICOS							
FORMULARIO PATRIMONIO CULTURAL - PATRIMONIO MATERIAL							
Bienes Culturales Inmuebles y Muebles							
1. GENERALIDADES							
1.1. Nombre	Teatro de Cristobal Colon						
1.2. Departamento	Cundinamarca	1.3. Munic	Bogota D.C.				
1.4. Corregimiento, Vereda o L	Localidad - Candelaria						
1.5. Administrador o Propietari	Ministerio de Cultura						
1.6. Dirección/Ubicación	Calle 10 #5-32						
1.6. Teléfono/Fax	3816380	1.7. Distancia (desde la ciudad	No aplica				
1.8. Tiempo (desde la ciudad o	No aplica						
1.9. Tipo de Acceso	Terrestre	<input checked="" type="checkbox"/>	Acuático	<input type="checkbox"/>	Férreo	<input type="checkbox"/>	Aéreo
1.10. Indicaciones para el acce							
2. CARACTERÍSTICAS							
2.1. Código Asignado	1.1.4.4						
2.2. Bien Cultural Mueble	2.3. Bien Cultural Inmueble						<input checked="" type="checkbox"/>
2.4. Descripción:	El teatro Colon paso por diferente etapas para pasar de ser un teatro del siglo XIX al XXI, la recuperacion de este logro una excelente modernizacion en cuanto a su infraestructura y presentacion en escena.						
3. PUNTAJES DE VALORACIÓN							
CALIDAD				PUNTAJE			
Estado de Conservación (21)				21			
Constitución del Bien (21)				21			
Representatividad General (28)				28			
Subtotal				70			
SIGNIFICADO							
Local (6)		Regional (12)		Nacional (18)		Internacio	
						12	
TOTAL				82			
Fuente: (Teatro Cristobal Colon, 2018)							
Diligenciado por:	Lizzet Daniela Martinez Meza				Fecha	29/04/2018	

Fuente: (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2018)

Tabla 10 Auditorio Jorge Enrique Molina

FORMATO ÚNICO PARA LA ELABORACIÓN DE INVENTARIOS TURÍSTICOS							
FORMULARIO PATRIMONIO CULTURAL - PATRIMONIO MATERIAL							
Bienes Culturales Inmuebles y Muebles							
1. GENERALIDADES							
1.1. Nombre	Teatro Faenza						
1.2. Departamento	Cundinamarca	1.3. Munic	Bogota D.C.				
1.4. Corregimiento, Vereda o Localidad	Localidad - Sante Fe						
1.5. Administrador o Propietario	Universidad Central						
1.6. Dirección/Ubicación	Calle 22#5-85						
1.6. Teléfono/Fax	3340293	1.7. Distancia (desde la ciudad)	No aplica				
1.8. Tiempo (desde la ciudad)	No aplica						
1.9. Tipo de Acceso	Terrestre	<input checked="" type="checkbox"/>	Acuático	<input type="checkbox"/>	Férreo	<input type="checkbox"/>	Aéreo
1.10. Indicaciones para el acceso							
2. CARACTERÍSTICAS							
2.1. Código Asignado	1.1.4.4						
2.2. Bien Cultural Mueble	<input type="checkbox"/>	2.3. Bien Cultural Inmueble	<input checked="" type="checkbox"/>				
2.4. Descripción:	Fue inaugurado en 1924 su muestra arquitectonica basada en el art nouveau la cual es unica en su genero en Colombia, fue declarado bien de interes cultural de carácter nacional.						
CALIDAD				PUNTAJE			
Estado de Conservación (21)				21			
Constitución del Bien (21)				21			
Representatividad General (28)				25			
Subtotal				67			
SIGNIFICADO							
Local (6)	Regional (12)	Nacional (18)	Internacio	18			
TOTAL				85			
Fuente: Propia							
Diligenciado por:	Lizzet Daniela Martinez Meza				Fecha	29/04/2018	



Fuente: (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2018)

Tabla 11 Teatro Jorge Eliecer Gaitán

FORMATO ÚNICO PARA LA ELABORACIÓN DE INVENTARIOS TURÍSTICOS						
FORMULARIO PATRIMONIO CULTURAL - PATRIMONIO MATERIAL						
Bienes Culturales Inmuebles y Muebles						
1. GENERALIDADES						
1.1. Nombre	Teatro Jorge Eliecer Gaitán					
1.2. Departamento	Cundinamarca	1.3. Muniid	Bogota D.C.			
1.4. Corregimiento, Vereda o L	Localidad - Sante Fe					
1.5. Administrador o Propietari	Instituto Distrital de las Artes					
1.6. Dirección/Ubicación	Carrera 7 #22-47					
1.6. Teléfono/Fax	3795750	1.7. Distancia (desde la ciudad				
1.8. Tiempo (desde la ciudad d	No aplica			No aplica		
1.9. Tipo de Acceso	Terrestre	X	Acuático	Férreo	Aéreo	
1.10. Indicaciones para el acces						
2. CARACTERÍSTICAS						
2.1. Código Asignado	1.1.4.4					
2.2. Bien Cultural Mueble				2.3. Bien Cultural Inmueble	X	
2.4. Descripción:	Es considerado uno de los centros culturales mas importantes de la capital aquí se realizan diferentes actividades artisticas que tienen lugar en la sala principal de este.					
CALIDAD		PUNTAJE				
Estado de Conservación (21)		21				
Constitución del Bien (21)		21				
Representatividad General (28)		25				
Subtotal		67				
SIGNIFICADO						
Local (6)	Regional (12)	Nacional (18)	Internacio	18		
TOTAL		85				
Fuente: (Tripadvisor, 2018)						
Diligenciado por:	Lizzet Daniela Martinez Meza			Fecha	29/04/2018	



Fuente: (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2018)

7.3.4. Iglesias.

Según ABC un templo o iglesia se considera como una edificación arquitectónica donde se realizan actividades sagradas, rindiendo culto a una divinidad. Como las localidades de la candelaria y Santafé cuentan con gran variedad de iglesias o templos de las cuales muchas vivieron hechos imprescindibles de Bogotá. Se tomó como referencia la iglesia de san Agustín por ser una de las más accesibles en cuanto a su infraestructura y la ubicación de la misma pues está cerca a la casa de Nariño, cuenta con zonas de parqueo y brinda mucha seguridad para los visitantes.

Tabla 12 Iglesia San Agustín


FORMATO ÚNICO PARA LA ELABORACIÓN DE INVENTARIOS TURÍSTICOS						
FORMULARIO PATRIMONIO CULTURAL - PATRIMONIO MATERIAL						
Bienes Culturales Inmuebles y Muebles						
1. GENERALIDADES						
1.1. Nombre	Iglesia de San Agustín					
1.2. Departamento	Cundinamarca	1.3. Muni	Bogotá D.C.			
1.4. Corregimiento, Vereda o L	Localidad Candelaria - Barrio Centro Administrativo					
1.5. Administrador o Propietari	Jurisdicción Eclesiástica de la Arquidiócesis de Bogotá					
1.6. Dirección/Ubicación	Calle 7# 7-13					
1.6. Teléfono/Fax	2096011	1.7. Distancia (desde la ciudad	No aplica			
1.8. Tiempo (desde la ciudad d	No aplica		No aplica			
1.9. Tipo de Acceso	Terrestre	X	Acuático	Férreo	Aéreo	
1.10. Indicaciones para el acce						
2. CARACTERÍSTICAS						
2.1. Código Asignado	1.1.3.1					
2.2. Bien Cultural Mueble			2.3. Bien Cultural Inmueble	X		
2.4. Descripción:	Este templo cuenta con una arquitectura colonial hacia parte del antiguo convento de la Orden de San Agustín. Por su valor histórico, arquitectónico y cultural fue declarado monumento nacional.					
CALIDAD		PUNTAJE				
Estado de Conservación (21)		15				
Constitución del Bien (21)		21				
Representatividad General (28)		25				
Subtotal		61				
SIGNIFICADO						
Local (6)	Regional (12)	Nacional (18)	Internacio	12		
TOTAL		73				
Fuente: Propia						
Diligenciado por:	Lizzet Daniela Martínez Meza			Fecha	29/04/2018	



Fuente: (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2018)

7.3.5. Otros atractivos de interés cultural.

Tabla 13 Mercado de las pulgas

FORMATO UNICO PARA LA ELABORACIÓN DE INVENTARIOS TURISTICOS						
FORMULARIO PATRIMONIO CULTURAL - PATRIMONIO MATERIAL						
Bienes Culturales Inmuebles y Muebles						
1. GENERALIDADES						
1.1. Nombre	Mercado de las pulgas San Alejo					
1.2. Departamento	Cundinamarca	1.3. Munic	Bogota D.C.			
1.4. Corregimiento, Vereda o Localidad	Localidad Candelaria - Barrio Centro Administrativo					
1.5. Administrador o Propietario	Alcaldía Mayor de Bogotá					
1.6. Dirección/Ubicación	Carrera 7 No 24 – 70					
1.6. Teléfono/Fax	281 56 15 - 283 10 73			1.7. Distancia (desde la ciudad capit	No aplica	
1.8. Tiempo (desde la ciudad capit	No aplica			No aplica		
1.9. Tipo de Acceso	Terrestre	X	Acuático	Férreo		Aéreo
1.10. Indicaciones para el acceso:						
2. CARACTERISTICAS						
2.1. Código Asignado	1.1.3.1					
2.2. Bien Cultural Mueble		2.3. Bien Cultural Inmueble	X			
2.4. Descripción:	Nuestra historia está plasmada allí, una cultura con una arquitectura de origen española y árabe con raíces indígenas y con varios acentos de habitantes extranjeros; En una ciudad rodeada de montañas es el epicentro de una meseta cultural única, los mejores restauradores tradicionales, libreros especialistas en la literatura universal, expertos en música, muebles, juguetes coleccionables, comida típica y artesanías lo esperan cada domingo para una experiencia diferente					
CALIDAD		PUNTAJE				
Estado de Conservación (21)		15				
Constitución del Bien (21)		21				
Representatividad General (28)		25				
Subtotal		61				
SIGNIFICADO		PUNTAJE				
Local (6)	Regional (12)	Nacional (18)	Internacional	12		
TOTAL		73				
Fuente: Pulgas san alejo, 2016						

Fuente: (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2018)

Tabla 14 Parque Santander

FORMATO UNICO PARA LA ELABORACIÓN DE INVENTARIOS TURÍSTICOS						
FORMULARIO PATRIMONIO CULTURAL - PATRIMONIO MATERIAL						
Bienes Culturales Inmuebles y Muebles						
1. GENERALIDADES						
1.1. Nombre	Parque Santander					
1.2. Departamento	Cundinamarca	1.3. Munic	Bogota D.C.			
1.4. Corregimiento, Vereda o Localidad	Localidad Candelaria					
1.5. Administrador o Propietario	Instituto distrital de Patrimonio Cultural					
1.6. Dirección/Ubicación	Cra. 7 #15					
1.6. Teléfono/Fax					1.7. Distancia (desde la ciudad capit	No aplica
1.8. Tiempo (desde la ciudad capit	No aplica				No aplica	
1.9. Tipo de Acceso	Terrestre	X	Acuático		Férreo	Aéreo
1.10. Indicaciones para el acceso:						
2. CARACTERÍSTICAS						
2.1. Código Asignado	1.1.3.1					
2.2. Bien Cultural Mueble		2.3. Bien Cultural Inmueble	X			
2.4. Descripción:	Este espacio de origen e historia pública, inicialmente (época Colonial) se conoció como la Plaza de las Yerbas, ubicada al "otro lado del río" (se refería al río Vicachá /San Francisco). Su primer nombre se dio por cuanto en este lugar a diario se vendían y compraban alimentos perecederos entre ellos amasijos carnes, dulces, especias, frutas, hortalizas, legumbres, mantecas, verduras entre otros alimentos					
CALIDAD	PUNTAJE					
Estado de Conservación (21)	15					
Constitución del Bien (21)	21					
Representatividad General (28)	25					
Subtotal	61					
SIGNIFICADO						
Local (6) Regional (12) Nacional (18) Internacional	12					
TOTAL	73					
Fuente: El tiempo, 2015						
Diligenciado por:	Lizzet Daniela Martinez Meza				Fecha	29/04/2018



Fuente: (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2018)

Tabla 15 Parque de la Independencia

FORMULARIO PATRIMONIO CULTURAL - PATRIMONIO MATERIAL						
Bienes Culturales Inmuebles y Muebles						
1. GENERALIDADES						
1.1. Nombre	Parque de la Independencia					
1.2. Departamento	Cundinamarca	1.3. Munic	Bogota D.C.			
1.4. Corregimiento, Vereda o Localidad	Localidad Santafe					
1.5. Administrador o Propietario	Instituto distrital de recreacion y deporte					
1.6. Dirección/Ubicación	26 Carrera 5 hasta – Carrera 7 N° 2					
1.6. Teléfono/Fax					1.7. Distancia (desde la ciudad capit	
1.8. Tiempo (desde la ciudad capit	No aplica			No aplica		
1.9. Tipo de Acceso	Terrestre	X	Acuático	Férreo	Aéreo	
1.10. Indicaciones para el acceso:						
2. CARACTERÍSTICAS						
2.1. Código Asignado	1.1.3.1					
2.2. Bien Cultural Mueble			2.3. Bien Cultural Inmueble	X		
2.4. Descripción:	Ubicado en la localidad de Santa Fé, el parque que colinda con la Plaza de Toros Santamaria cuenta con un importante bagaje histórico en la construcción de los escenarios lúdicos de la ciudad, está ubicado en cercanías al parque de los Caballitos, y rodeado de importantes centros recreativos entre los que se encuentra: El Planetario, Museo de Bogotá, Torre Colpatrial y la Biblioteca Nacional					
CALIDAD	PUNTAJE					
Estado de Conservación (21)	15					
Constitución del Bien (21)	21					
Representatividad General (28)	25					
Subtotal	61					
SIGNIFICADO						
Local (6) Regional (12) Nacional (18) Internacional	12					
TOTAL	73					
Fuente: IDRD, 2016						
Diligenciado por:	Lizzet Daniela Martinez Meza			Fecha	29/04/2018	



Fuente: (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2018)

Tabla 16 Plaza de Bolívar

FORMATO ÚNICO PARA LA ELABORACIÓN DE INVENTARIOS TURÍSTICOS							
FORMULARIO PATRIMONIO CULTURAL - PATRIMONIO MATERIAL							
Bienes Culturales Inmuebles y Muebles							
1. GENERALIDADES							
1.1. Nombre	Plaza de Bolívar						
1.2. Departamento	Cundinamarca	1.3. Municipio	Bogotá D.C.				
1.4. Corregimiento, Vereda o Localidad	Localidad Candelaria						
1.5. Administrador o Propietario	Alcaldía mayor de Bogotá						
1.6. Dirección/Ubicación	Cra. 7 #11-10, Bogotá						
1.6. Teléfono/Fax							1.7. Distancia (desde la ciudad capit...
1.8. Tiempo (desde la ciudad capit...	No aplica			No aplica			
1.9. Tipo de Acceso	Terrestre	X	Acuático		Férreo		Aéreo
1.10. Indicaciones para el acceso:							
2. CARACTERÍSTICAS							
2.1. Código Asignado	1.1.3.1						
2.2. Bien Cultural Mueble		2.3. Bien Cultural Inmueble	X				
2.4. Descripción:	La Plaza Mayor, actualmente conocida como la Plaza de Bolívar en honor a El Libertador, fue fundada casi un año después de la creación de Bogotá, exactamente el 27 de abril de 1539, por Sebastián de Belalcázar, uno de los más reconocidos personajes españoles de la conquista de América.						
CALIDAD				PUNTAJE			
Estado de Conservación (21)				15			
Constitución del Bien (21)				21			
Representatividad General (28)				25			
Subtotal				61			
SIGNIFICADO							
Local (6)		Regional (12)		Nacional (18)		Internacional	
				12			
TOTAL				73			
Fuente: El espectador, 2017							
Diligenciado por:	Lizzet Daniela Martínez Meza				Fecha	29/04/2018	



Fuente: (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2018)

Tabla 17 Planetario de Bogotá

FORMATO ÚNICO PARA LA ELABORACIÓN DE INVENTARIOS TURÍSTICOS						
FORMULARIO PATRIMONIO CULTURAL - PATRIMONIO MATERIAL						
Bienes Culturales Inmuebles y Muebles						
1. GENERALIDADES						
1.1. Nombre	Planetario de Bogota					
1.2. Departamento	Cundinamarca	1.3. Munic	Bogota D.C.			
1.4. Corregimiento, Vereda o Localidad	Localidad Santafe					
1.5. Administrador o Propietario						
1.6. Dirección/Ubicación	Cll 26 B # 5 - 93					
1.6. Teléfono/Fax	2814150	1.7. Distancia (desde la ciudad)		No aplica		
1.8. Tiempo (desde la ciudad ca)	No aplica		No aplica			
1.9. Tipo de Acceso	Terrestre	X	Acuático	Férreo	Aéreo	
1.10. Indicaciones para el acceso						
2. CARACTERÍSTICAS						
2.1. Código Asignado	1.1.3.1					
2.2. Bien Cultural Mueble			2.3. Bien Cultural Inmueble	X		
2.4. Descripción:	<p>El Planetario de Bogotá fue una idea materializada en 1967 por el Alcalde de Bogotá, de ese momento, Virgilio Barco Vargas. La idea original del proyecto era ofrecerle a Bogotá y al país un centro cultural que tuviera como eje las actividades científicas y la astronomía en particular. Todo esto se concertó en el Acuerdo No 74 de 1967 del Concejo de Bogotá, que autorizaba al Alcalde a contratar con la Federación Nacional de Cafeteros, la construcción, montaje y operación de un planetario, con esto se daba vía libre a nuestra propia carrera espacial, la carrera por observar al Universo.</p>					
CALIDAD		PUNTAJE				
Estado de Conservación (21)		15				
Constitución del Bien (21)		21				
Representatividad General (28)		25				
Subtotal		61				
SIGNIFICADO						
Local (6) Regional (12) Nacional (18) Internacional		12				
TOTAL		73				
Fuente: Planetario de Bogota, 2016						
Diligenciado por:	Lizzet Daniela Martinez Meza			Fecha	29/04/2018	




Fuente: (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 2018)

7.3.6. Galería.

Es un lugar que cuenta con gran variedad de artesanías colombianas, lo cual representa la identidad de cada cultura de diferentes ciudades, llevando una muestra de arte e historia en cada una de ellas. Tiene varias sedes en sitios turísticos de la capital como muestra principal para visitantes y turistas, para aquellos que deseen llevar un recuerdo o souvenir de la capital colombiana.

Tabla 18 Galería Artesanal de Colombia

<p>Galería Artesanal</p>	<p><i>Ilustración 4 Galería Artesanal de Colombia</i></p>  <p>Fuente: Elaboración Propia</p>
<p>Descripción: Ubicación: Localidad Candelaria Dirección: Calle 16 # 5-60/70</p>	<p>Se puede encontrar una amplia muestra de la artesanía de todo el País, desde la artesanía de los Pueblos Wayuu hasta los Sinú, desde los Arahuaca hasta los Kuna. Aquí encontrarás collares, anillos, pulseras y demás bisutería y joyería; bolsos, mochilas, hamacas, sombreros, ruanas, las chivas, artículos de cuero, madera, cerámica, vidrio y precolombinos (colombia, 2016)</p>

7.4. Prestadores de servicios Turísticos

7.4.1. Prestadores turísticos accesibles.

Las personas con movilidad reducida siempre buscan comodidad y sobre todo la accesibilidad es por esto que no solo los atractivos deben contar con esta sino también el alojamiento, los restaurantes que visiten. Tener todo perfectamente estipulado de que les van a dar la debida inclusión y no pasar por momentos desagradables durante su estadía.

Estos componentes que conforman la oferta turística influyen directamente en la experiencia que tenga cualquier persona que la consuma, esto lo que hace es mejorar su percepción, su calidad y volverlos más competitivos para alcanzar la satisfacción deseada por parte del cliente (Perez & Gonzalez, 2003).

En cuanto al alojamiento turístico sus condiciones de accesibilidad debe ser un elemento fundamental si se habla de tener una concepción de turismo accesible. En las localidades de Santa Fe y La Candelaria que son las escogidas para la propuesta se verifico que son escasos los establecimientos que cuentan con una infraestructura adecuada para las personas en silla de ruedas ya que para considerarse un prestador de servicios accesible e incluyente deben contar con puertas, pasillos, habitaciones, baños, entre otros, que cuenten con las medidas establecidas para adaptarlos a estas personas.


A lo anteriormente mencionado también se suma lo que son los establecimientos de restauración y el servicio de transporte ya que todo debe estar pensado para la satisfacción del cliente en silla de ruedas, estas personas son un mercado potencial y es por esto que todo está pensado en ellos, en su comodidad y sobre todo la satisfacción que estos tengan durante la estadía en su destino (Perez & Gonzalez, 2003).

7.4.2. Hoteles.

Aquel establecimiento que presta en forma permanente el servicio de alojamiento en habitaciones con servicio sanitario privado, ofreciendo al huésped servicios básicos y complementarios, según su categoría y modalidad; siendo su tarifa de alojamiento diaria por tipo de habitación y número de ocupante (Clasificación de empresas de alojamiento, pág. 2). Por tal motivo los hoteles accesibles cuentan con una infraestructura específica lo que permite el acceso a las personas en condición de Discapacidad para el aprovechamiento de los recursos y atractivos que hay en sus alrededores, las localidades de Santafé y la candelaria según el directorio del IDT cuenta con 142 hoteles de los cuales 5 cuentan con la infraestructura adecuada para el perfil del cliente que se va a trabajar en el paquete turístico gastronómico, estos son:


- Hotel Inter Bogota
- Hotel Ibis Bogota Museo
- Hotel la Sabana
- Hotel Tequendama
- Hotel Grand Park.

Tabla 19 Hotel Inter - Bogotá

<p>Hotel Inter-Bogotá</p>	<p><i>Ilustración 5 Hotel Inter Bogotá</i></p>  <p>Fuente: (Booking,2018)</p>
<p>Descripción:</p> <p>Ubicación: Localidad Santafé</p> <p>Dirección: Kr 3 # 20-17</p> <p>Teléfono: 2837631</p> <p>Tarifas:</p>	<p>Ofrecer un excelente servicio, acompañado con una linda experiencia de hogar, donde nuestros huéspedes disfruten de Bogotá ya sea para sus viajes de negocios, como de ocio. El Hotel cuenta con 40 habitaciones y 12 Aparta estudios, con capacidad para 150 personas. Todas las habitaciones están dotadas con servicio de internet inalámbrico. (Hotel Inter Bogotá, 2018)</p>

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 20 Hotel Ibis Bogotá Museo

<p>Hotel Ibis Bogotá Museo</p>	<p><i>Ilustración 6 Hotel Ibis Bogotá Museo</i></p>  <p>Fuente: (El espectador, 2015)</p>
<p>Descripción:</p> <p>Ubicación: Localidad Santafé</p> <p>Dirección: Tv 6 # 27-85</p> <p>Teléfono: 3814666</p> <p>Tarifas: \$130.000 Fines de semana</p>	<p>El hotel impresionante Ibis Bogotá Museo ofrece 216 habitaciones modernas, así como aparcamiento y un ascensor. Desde 2010 es un hotel destacado en el centro histórico de Bogotá (Ibis Bogotá Museo, 2018). Cuenta con 4 habitaciones para discapacitados y toda la accesibilidad necesaria para el desplazamiento de la persona.</p>

Fuente: (Propia, 2018)

Tabla 21 Hotel de la Sabana

<p>Hotel de la Sabana</p>	<p style="text-align: center;"><i>Ilustración 7 Hotel de la Sabana</i></p>  <p style="text-align: center;">Fuente: (Hotel de la Sabana,2018)</p>
<p>Descripción:</p> <p>Ubicación: Localidad Santafé</p> <p>Dirección: Kr 5 # 23 - 36</p> <p>Teléfono: 7450789</p>	<p>El Hotel La Sabana está situado en el centro de Bogotá, a 5 minutos a pie del centro histórico, El hotel también cuenta con un servicio de información turística y un restaurante. La Sabana ofrece alojamientos con aire acondicionado, mini bar, nevera, escritorio, armario y radio. Las habitaciones tienen capacidad para un máximo de 4 personas (Hotel de la Sabana,2018).</p>


Fuente: Elaboración Propia

Tabla 22 Hotel Tequendama

<p>Hotel Tequendama</p>	<p><i>Ilustración 8 Hotel Tequendama</i></p>  <p>Fuente: (Tequendama, 2018)</p>
<p>Descripción: Ubicación: Localidad - Santa Fe – Dirección: Kr 10 # 26-21 Teléfono: 3820300</p>	<p>El Hotel Tequendama Bogotá, ubicado en pleno centro de Bogotá y a tan sólo 15 minutos del Aeropuerto Internacional El Dorado, ofrece todos los servicios de un hotel 5 estrellas. (Hotel Tequendama, 2018). Cuenta con habitaciones para discapacitados en cada piso del hotel.</p>

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 23 Hotel Grand Park

<p>Hotel Grand Park</p>	<p><i>Ilustración 9 Hotel Grand Park</i></p>  <p>Fuente: (Hotel Grand Park,2018)</p>
<p>Descripción:</p> <p>Ubicación: Localidad Santafé</p> <p>Dirección: Kr 5 # 23 – 36</p> <p>Teléfono: 7450789</p>	<p>Está ubicado en un punto estratégico, cerca de todos los atractivos turísticos de la localidad, cuenta con una habitación para discapacitados y toda su acomodación, Servicios básicos.</p>


Fuente: Elaboración propia

7.4.3. Restaurantes.

Se caracteriza por ser un establecimiento público donde preparan alimentos y los sirven a la mesa, lo que provee un servicio de carácter económico, hoy en día se describen por el tipo de gastronomía y otros elementos que los diferencian. La localidad de la candelaria se identifica restaurantes típicos de la ciudad y también de cocina internacional, principalmente seleccionamos restaurantes con un valor histórico para la ciudad y los turistas, algunos de estos cuentan con una infraestructura colonial lo que los hace más llamativos. Estos son:


- Restaurante la Florida
- Restaurante La sociedad
- Restaurante La puerta de la Catedral

Tabla 24 Pastelería la Florida

<p>Restaurante y Pastelería La Florida</p>	<p style="text-align: center;"><i>Ilustración 10 La Florida</i></p>  <p style="text-align: center;">Fuente: (Elaboración Propia)</p>
<p>Descripción:</p> <p>Ubicación: Localidad Santafé</p> <p>Dirección: cra 7a con calle 21</p>	<p>Con más de 78 años de experiencia, la pastelería La Florida ubicada, en el centro de Bogotá (cra 7a con calle 21) es un salón de onces típico cachaco. Ofrece panes aliñados, artesanales, pastelería francesa y tradicional, pero también tamal con chocolate santafereño y almojábana. El mejor plato de este sitio es la querida y al mismo tiempo odiada (por los costños) changua que no deben dejar de probar (El tiempo, 2014)</p>


Fuente: Elaboración Propia

Tabla 25 La Puerta de la Catedral

<p>Restaurante La puerta de la Catedral</p>	<p><i>Ilustración 11 La puerta de la catedral</i></p>  <p>Fuente: (Trivadvisor,2017)</p>
<p>Descripción: Ubicación: Localidad Candelaria Dirección: Calle 11 # 6-26</p>	<p>Reconocido en la candelaria por ser uno de los restaurantes típicos, ofreciendo platos emblemáticos de la ciudad y por estar ubicado en una zona visitada por muchos turistas.</p>

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 26 Restaurante La sociedad

<p>Restaurante La Sociedad</p>	<p style="text-align: center;"><i>Ilustración 12 La sociedad</i></p>  <p style="text-align: center;">Fuente: (Trivadvisor,2017)</p>
<p>Descripción:</p> <p>Ubicación: Localidad Candelaria</p> <p>Dirección: Calle 11 6-42</p>	<p>Es un restaurante Típico de varias regiones de Colombia, especialmente de Bogotá con platos como el ajiaco y los postres típicos de la ciudad.</p>

Fuente: Elaboración Propia

7.5. Diagnostico

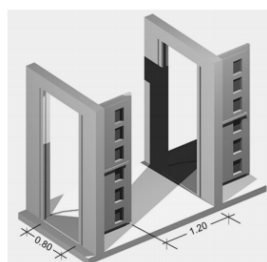
Teniendo en cuenta que el proyecto es una propuesta de un paquete turístico para personas en condición de discapacidad motriz en la ciudad de Bogotá, para satisfacer sus necesidades de recreación y ocio, se realiza un diagnóstico de los lugares o atractivos turísticos de las localidades de la Candelaria y Santafé que se van a incluir en el paquete utilizando un check list. Por lo tanto se evalúa las condiciones físicas de los establecimientos como Hoteles, Museos, Iglesias, Parques, teatros y centros culturales, con el fin de asegurar cuales de estos cumplen con las mínimas especificaciones requeridas para el acceso a personas en condición de discapacidad motriz. Por esto se tomó como referencia ciertas normas técnicas colombianas. NTC 4140 (Accesibilidad de las personas al medio físico, edificios, pasillos, corredores, Características generales), NTC 4143 (Accesibilidad de las personas al medio físico, Edificios y rampas fijas), NTC 5017 (Accesibilidad de las personas al medio físico, edificios, servicios sanitarios), NTC 4960 (accesibilidad a las personas al medio físico, puertas accesibles).

Para la realización de la evaluación de estos establecimientos se seleccionaron criterios basados en el desarrollo de estudios arquitectónicos que tiene la normatividad teniendo en cuenta las personas en condición de discapacidad motriz, estos son:

7.5.1. Accesos.

El ancho mínimo libre del vano de la puerta debe ser de 0,80m. La altura mínima libre de la puerta debe ser 2,05m, Las puertas accesibles de los baños, deben disponer adicionalmente de una barra horizontal del lado interior a una altura entre 0,75m y 1,05m con respecto al nivel del piso (Bogota, 2013)

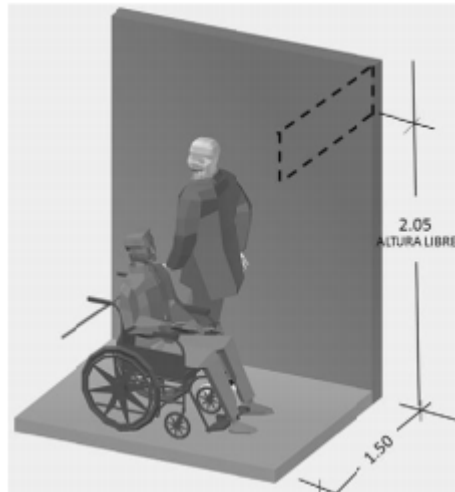
Ilustración 13 Acceso a puertas



Fuente: Bogotá, 2013

Pasillos y corredores: Los pasillos y corredores de uso público, tendrán un ancho mínimo de 1,20m y desde su piso hasta un plano paralelo el ubicado a 2,05m de altura, el piso de los corredores debe ser firme, antideslizante. (Bogota, 2013)

Ilustración 14 Acceso a pasillos y corredores



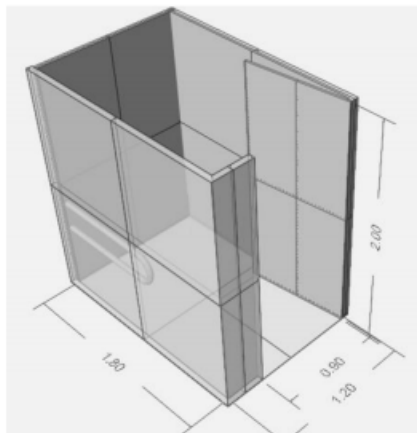
Fuente: Bogotá, 2013

7.5.2. Rampas.

7.5.3. Áreas sanitarias.

El ancho de la puerta de acceso de la batería de baños debe ser mayor o igual a 0.90m; en caso de ser abatible, la apertura debe hacerse preferiblemente hacia afuera; en el caso contrario, debe dejarse en el interior del baño, un espacio de 1.20m por 1.70m, libre de aparatos sanitarios. (Bogota, 2013)

Ilustración 15 Áreas sanitarias



Fuente: Bogotá, 2013

7.5.3.1. Inodoro.

Espacio de transferencia lateral y frontal. Se debe disponer de un espacio lateral frontal al inodoro, de dimensiones mínimas 1,60m x 1,20m, que posibilite la transferencia de la persona al aparato sanitario. (Bogota, 2013)

7.5.3.2. Asiento.

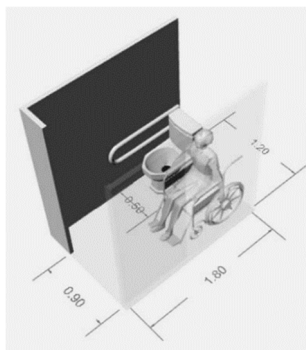
El asiento de los inodoros debe estar colocado a una altura comprendida entre 0,43m y 0,50m, respecto al nivel de piso terminado.

7.5.3.3. Válvula de descarga.

La válvula manual de descarga debe estar colocada a una altura máxima de 1,10m con respecto al nivel de piso terminado. Debe ser accionable por presión, palanca o automática. (Bogota, 2013)

7.5.3.4. Dispensador de papel.

El dispensador de papel debe colocarse a alturas comprendidas entre 0,70m y 0,90m con respecto al nivel de piso terminado, siempre por debajo de las barras de apoyo; adicionalmente el dispensador debe estar en un radio de acción de 0,60m. (Bogota, 2013)

Ilustración 16 Baño

Fuente: Bogotá, 2013

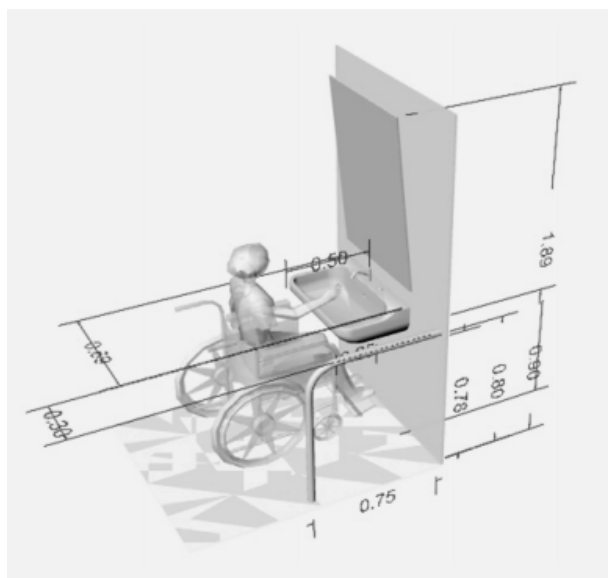
7.5.3.5. Lavamanos.

Área de aproximación. Se debe disponer de un área de aproximación al lavamanos, de 0,85m de ancho y 1,2m de longitud, previéndose un espacio libre por debajo del lavamanos de 0,25m de profundidad medidos desde la parte externa del lavamanos. **Altura.** Los lavamanos deben ser colocados a 0,80m de altura con respecto al nivel de piso terminado, previéndose una altura de 0,75m libres de desagües, medidos desde el piso terminado, hasta el extremo inferior del borde del lavamanos. (Bogota, 2013)

7.5.3.6. Barras de apoyo.

Se debe colocar al menos una barra de apoyo horizontal o vertical de 0,75m de longitud colocada a y desde los 0,80m de altura del piso terminado. La vertical se dispone desde el nivel de piso terminado. La barra debe estar paralela al extremo lateral del lavamanos a una distancia de 0,32m (Bogota, 2013)

Ilustración 17 Barras de apoyo



Fuente: Bogotá, 2013

7.6. Atractivos y prestadores turísticos seleccionados para la propuesta del paquete turístico

Basados en el anterior diagnóstico y en el respectivo check list que se llevó a cabo se procede a seleccionar los atractivos y prestadores turísticos para la propuesta del paquete turístico que está dirigido a personas en condición de discapacidad motriz.

Tabla 27 Selección Atractivos Turísticos

	Museos	Teatros y centros culturales	Iglesias
	Museo Nacional de Colombia. Museo de Arte Moderno.	Centro Cultural Gabriel García Márquez. Claustro San Agustín. Teatro Cristóbal Colon.	Iglesia San Agustín.

	Museo del Oro. Museo Botero.	Auditorio Jorge Enrique Molina. Teatro Faenza. Teatro Jorge Eliecer Gaitán.	
Total de atractivos	4	6	1
Atractivos seleccionados para el paquete			
	Museo Nacional de Colombia Museo del Oro.		

Fuente: Elaboración propia

Tabla 28 Selección Prestadores Turísticos

	Hoteles	Galerías	Restaurantes
	Hotel Inter Bogotá. Hotel Ibis Bogotá Museo. Hotel la Sabana. Hotel Tequendama.	Galería Artesanal de Colombia.	La Florida. La Sociedad. La puerta de la Catedral.

	Hotel Grand Park.		
Total de prestadores turísticos	5	1	4
Prestadores turísticos seleccionados para el paquete			
	Hotel la sabana.	Galería Artesanal de Colombia.	La florida. La Sociedad. La puerta de la catedral.

Fuente: Elaboración propia

La selección de los recursos turísticos se realizó a través de un análisis cualitativo donde se evidencio aspectos en infraestructura y servicios necesarios para una persona en condición de discapacidad para disfrutar del ocio y satisfacer necesidades de recreación y ocio en Bogotá. A través de un análisis se infiere que siendo la capital de la ciudad con más recepción de turistas aún falta por mejorar en la inclusión y la aplicación de políticas de accesibilidad para atractivos turísticos, establecimientos y recursos turísticos.

8. Capítulo 3

Conocer, experimentar y disfrutar son los conceptos claves al realizar turismo, esto es lo que vende una agencia de viajes al promocionar los tradicionales paquetes turísticos que dan la oportunidad de viajar a todas las personas independientemente de su clase social o condición. El paquete turístico está organizado de tal manera que se tengan en cuenta todos los elementos tangibles e intangibles para la satisfacción de los deseos de un turista.

El concepto y características del paquete turístico son la base para elaborar la propuesta turística para personas en condición de discapacidad motora, las zonas elegidas, los proveedores y atractivos turísticos son elementos fundamentales para dicha propuesta pues deben cumplir con las condiciones de accesibilidad.

También se tendrán en cuenta las tarifas para grupos de los hoteles y los precios establecidos por los restaurantes, galerías de arte, etc., que cumplen con las condiciones mínimas de accesibilidad establecidas por ley para determinar los costos, gastos, presupuestos, punto de equilibrio, precio de venta, rentabilidad de la propuesta, entre otros indicadores financieros y finalmente escoger canales por los cuales se va a dar a conocer el paquete turístico.

8.1. Atractivos seleccionados para la elaboración del paquete turístico

Para la elaboración del paquete turístico se escoge las localidades de Santa Fe y la Candelaria siendo estas de gran importancia a nivel histórico y cultural de Bogotá. A través de confecamaras quien es el ente realizador del inventario turístico que se encuentra en el directorio turístico del Instituto Distrital de Turismo (IDT) se procede a verificar los atractivos turísticos con los que cuenta cada localidad.

En este inventario se pueden apreciar museos, iglesias, teatros que son de gran importancia para la elaboración del paquete turístico. Entre las localidades de la Candelaria y Santa Fe se encontraron 32 museos, 35 teatros y salas culturales, 22 iglesias.

8.1.1. Museos.

Es una institución sin fines lucrativos, permanente, al servicio de la sociedad y de su desarrollo, es abierto al público donde se adquiere, conserva, investiga, comunica y se expone el patrimonio material e inmaterial de la humanidad tiene fines educativos, de estudio y recreo (Consejo Internacional de Museos, 2012).

Tras observar a través del IDT que existe 32 museos entre las localidades de la Candelaria y Santa Fe se procede a verificar por medio de llamadas y visitas a los museos si son o no accesibles, entre estos y después de aplicar el check list de infraestructura que debe cumplir estos establecimientos se encontraron 4 museos que cumplen con las normas vigentes de accesibilidad. Estos museos son: Museo Nacional de Colombia, Museo de Arte Moderno, Museo del Oro y Museo Botero.

En el momento de diseñar el paquete turístico se tiene en cuenta los museos que representen mayor trascendencia e historia en la ciudad, también que cumplan a cabalidad con la infraestructura incluyente es por esto que para la construcción del itinerario se selecciona el Museo del Oro y el Museo Nacional de Colombia como parte de los atractivos a visitar por parte de los turistas.

8.1.1.1. Museo del oro.

El museo como bien se sabe hace parte del Banco de la Republica, actualmente estos se adhieren a la política pública nacional que se encuentra orientada a la inclusión social de personas en situación de discapacidad. Como parte del proceso de modificación de la infraestructura apunta a brindar rutas de acceso y el libre desplazamiento de las personas con movilidad reducida.

En este recinto las personas en silla de ruedas pueden ingresar utilizando la rampa que se encuentra ubicada sobre la calle 16. El ascensor se encuentra ubicado junto a esta entrada y la cual permite el acceso a las exposiciones permanentes, el turista también puede encontrar servicios de baño accesible para las personas con discapacidad motora. En el punto de información los visitantes pueden acceder a sillas de ruedas de manera gratuita además de ello los guías del museo realizan un recorrido incluyente para todos (Banrepcultural, 2017).

Ilustración 18 Museo del oro



Fuente: Elaboración propia

8.1.1.2. Museo Nacional de Colombia.

El programa de accesibilidad busca que el museo genere espacios al alcance de todos los públicos, facilitar el acceso de todos los visitantes con distintas necesidades tanto en el edificio como proyectos y servicios. Se quiere facilitar el acceso a la primera infancia, al adulto mayor, población con discapacidad y población vulnerable (Museo Nacional de Colombia, 2017).

Se toman líneas de acción para dar cumplimiento a los derechos de las personas con discapacidad consignadas en la constitución política y las normas Icontec sobre accesibilidad, se aplican los siguientes lineamientos: accesibilidad arquitectónica, museográfica, accesibilidad a servicios de información, a servicios educativos y culturales, accesibilidad virtual.

Por lo anterior se genera modificaciones en la infraestructura del museo, se comienza por el ingreso que cuenta con una entrada accesible desde la carrera séptima, cuenta con silla de ruedas disponibles en la entrada del museo por la carrera séptima. El ascensor ubicado en el primer piso

de las salas permanentes y cuenta con servicio de baño adecuado para las personas que visitan este recinto con movilidad reducida (Museo Nacional de Colombia, 2017).

Ilustración 19 Museo nacional



Fuente: Elaboración propia

8.2. Equipamiento para la elaboración del paquete

Anteriormente se ha mencionado las localidades escogidas para la propuesta, dentro de todos los hoteles visitados se encontró que cumplen con normas de accesibilidad los siguientes: Hotel Inter Bogotá, Hotel Ibis Bogotá, Hotel la Sabana, Hotel Tequendama y el Hotel Grand Park.

Ilustración 20 Hotel Grand Park



Fuente: Elaboración propia

En la propuesta se encuentran restaurantes como la florinda, la sociedad, la puerta de la catedral estos además de contar con una gran trayectoria a través de la historia de la ciudad también se eligen por la accesibilidad con la que cuenta. La plaza de la perseverancia principal lugar a visitar durante la estadía de los turistas en Bogotá, todos estos sitios nombrados tienen un gran auge en cuanto a la gastronomía típica de la capital, allí se puede encontrar desde un buen desayuno (tamal santafereño, chagua, agua panela con queso) hasta un buen almuerzo típico (ajiaco) donde además de degustarlo también se cuenta un historia de cada uno de los platos.

Ilustración 21 Pastelería La Florida



Fuente: Elaboración propia

En la ciudad se encuentran muchos centros comerciales y tiendas típicas donde poder encontrar un souvenir para llevar como recuerdo a casa, pues bien muchas de estas se visitaron para ver el cumplimiento en cuanto a acceso se refiere. Se establece la “galería artesanal de

Colombia” como centro donde los turistas pueden comprar sus recuerdos, se encuentra ubicada diagonal al museo del Oro donde pueden encontrar objetos típicos de la ciudad.

Ilustración 22 Galería artesanal de Colombia



Fuente: Elaboración propia

8.3. Paquete Turístico

Según Mitre Aranda en el 2016, un paquete turístico se caracteriza por integrar al menos dos elementos que constituyen una parte significativa al momento de realizar un viaje, este conjunto debe ofertarse por un precio global, además el servicio debe tener una duración que sobrepase las 24 horas e incluir una noche de alojamiento.

En la mayoría de los casos para Mitre el paquete que se vende está programado por quien lo ofrece en cuanto a itinerario, tiempo de duración, fechas de salida y regreso, servicios incluidos con unas condiciones comerciales y cláusulas en caso de incumplimiento. Sin embargo, puede ser programado por la agencia y esta determina el destino, transporte, alojamiento, actividades a realizar, etc. o programado por el cliente cuando este determina los detalles anteriormente mencionados, pero con la asesoría y apoyo de la agencia de viajes. Dependiendo de quién decida la organización del viaje se pueden clasificar en:

Viajes a la oferta donde se realiza un estudio del mercado para conocer la demanda potencial, así se escoge el destino donde se va a ejecutar el paquete turístico y se determina donde lanzar este nuevo producto y donde se debe realizar la venta del mismo y viajes a la demanda cuando el cliente planea y arma el paquete turístico con ayuda de la agencia de viajes dependiendo de sus preferencias, gustos y necesidades. (Mitre Aranda, 2006)

Por otra parte, (Universal, 2011) público que lo más importante para elaborar de un paquete turístico es el destino pues dependiendo de la cantidad de atractivos que este posea se pueden ofertar distintos paquetes dentro del mismo. Por ejemplo:

Un city tour tiene una duración de 3 o 4 horas y son por lo general visitas locales, el Weekend Package o Tour de Fin de Semana tiene una duración de 3 días y 2 noches, lo conforman visitas locales y alrededor del destino y el Tour de Vacaciones pueden incluir varias ciudades o países y la duración va desde 7 días hasta 30.

La Norma Técnica Sectorial para Agencias de Viajes 04 (NTS AV04) que estructura el diseño de paquetes turísticos en agencias de viajes, dice que para la planificación del paquete turístico se debe determinar: El producto turístico de acuerdo con el mercado objetivo de la empresa, tendencia del turismo a nivel nacional e internacional, necesidades de los clientes actuales y potenciales, presupuestos financieros, políticas de ventas y los índices de rentabilidad y sostenibilidad de la empresa.

En esta misma norma se estipula que para el diseño directamente del paquete turístico se debe determinar: Duración e itinerarios que conforman el paquete, servicios turísticos incluidos y no incluidos, servicios complementarios, proveedores que prestan los servicios y alianzas que se establecen con los mismos, nombre y precio del paquete teniendo en cuenta costos y políticas de la empresa, responsabilidades del cliente, los proveedores y la agencia de viajes, vigencia del paquete, aplicación de normas nacionales e internacionales y que sea asequible al mercado.

8.3.1. Paquete turístico accesible.

A la hora de programar un paquete turístico para personas en condición de discapacidad motora, se debe tener en cuenta que tanto atractivos turísticos como prestadores de servicios turísticos como alojamiento, restaurantes y transporte deben contar con toda la accesibilidad para el desarrollo del mismo (Perez & Gonzalez, 2003).

De los elementos anteriormente mencionados depende la satisfacción del turista con movilidad reducida ya que esto genera un impacto accesible no solo a estas personas sino el destino que está listo para recibir y atender a estos turistas

8.4. Descripción de la propuesta

El desarrollo de la propuesta del paquete turístico gastronómico requiere que todos los espacios incluidos para la realización del mismo sean incluyentes. Tomando en consideración que esta propuesta tiene un enfoque turístico y tiene como público objetivo las personas en condición de discapacidad motora se debe tener en cuenta que no solo los atractivos turísticos o el equipamiento necesario para la conformación del paquete deben de ser accesibles sino el desarrollo de las actividades deben tener una perspectiva incluyente, se propone la realización de talleres y catas de vino que favorecen el libre esparcimiento de las personas con movilidad reducida.

La propuesta está diseñada para 10 personas, las cuales 5 de ellas en condición de discapacidad motora y 5 las cuales serían sus acompañantes con base a la cantidad de personas a las que se ofertara el paquete se realiza el presupuesto teniendo en cuenta que todas las actividades a realizar están adaptadas especialmente para este público.

Siendo la población con discapacidad motora la seleccionada para la realización del paquete se ha considerado ofrecerlo en diferentes entidades del distrito y asociaciones privadas que manejen solo este tipo de discapacidad. Para llevar a cabo la realización del paquete resulta fundamental el financiamiento de este por medio de un banco.

8.4.1. Servicios y actividades.

Se propone la realización de un taller lúdico en el museo arqueológico donde se genera una actividad experiencial donde nuestros clientes pueden generar valores de identidad, pertenencia y patrimonio por el arte ancestral que allí se encuentra. Por otra parte, se plantea realizar una actividad de cata de vino donde un somelier a cargo estará dirigiéndola para generar a estas personas estímulos de los sentidos donde además de la gastronomía disfruten del buen vino y del buen vivir. Por último se propone una actividad donde los turistas pueden interactuar con la comunidad indígena wounaan donde ellos mostraran sus tradiciones ante él.

Tabla 29 Propuesta de Taller Lúdico

Nombre	Valores de identidad ancestral

Servicio / producto	Taller lúdico: Esta actividad se llevara a cabo en el museo arqueológico.
Población	Personas con discapacidad motora
Duración	1:30 (Una hora y media)
Personal para el desarrollo de la actividad	Persona capacitada para atender a las personas con este tipo de discapacidad y sobre todo el manejo de arcilla y cerámica para llevar a cabo la realización del taller.
Elementos físicos requeridos	Arcilla Rodillos Pintura Cerámica

Fuente: Elaboración propia

Ilustración 23 Taller de cerámica



Fuente: (DiarioTag, 2016)

Tabla 30 Propuesta Cata de Vino

Nombre	Estimular los sentidos a través del vino
Servicio / producto	Cata de vino (actividad que se llevara a cabo en la parte del restaurante del hotel)
Población	Personas con discapacidad motora
Duración	1:30 (Una hora y media)
Personal para el desarrollo de la actividad	Somelier: persona con conocimientos en vinos y capacidad para el manejo de grupos
Elementos físicos requeridos	- Vinos

Fuente: Elaboración propia

Ilustración 24 Cata de vino



Fuente: (express, 2018)

Tabla 31 Propuesta de Tradiciones de la Comunidad Wounaan

Nombre	Diversidad con los indígenas Wounaan
--------	--------------------------------------

Servicio / producto	Muestra de las tradiciones de la comunidad wounaan del Choco.
Población	Personas con discapacidad motora
Duración	1:30 (Una hora y media)
Personal para el desarrollo de la actividad	Los encargados de esta actividad es la familia indígena wounaan del Choco

Fuente: Elaboración propia

Ilustración 25 Indígenas wounaan



Fuente: (Banrepcultural, 2017)

8.4.2. Itinerario.

Tabla 32 Itinerario día 1

Día 1	
10:00 am	Recoger en aeropuerto (punto de encuentro)
11:00 am a 1:00 pm	Recorrido museo nacional
1:30 a 2:30 pm	Almuerzo típico (ajiaco o mazamorra chiquita en el restaurante la sociedad)
2:45 a 4:30 pm	Taller (museo arqueológico)
5:00 a 6:30 pm	Descanso (hotel de la sabana)
7:00 a 8:00 pm	Cena (Restaurante la Florida)
8:30 a 10:00 pm	Cata de vino en el hotel (a cargo de Brandon Avella)

Fuente: Elaboración propia

Tabla 33 Itinerario día 2

Día 2	
8:00 am	Desayuno (en el hotel la sabana)
9:00 a 11:00 am	Recorrido y muestra de las tradiciones de la comunidad wounaan del Choco (museo del oro)
11:00 am a 1:00 pm	Tiempo libre para compras (galería artesanal de Colombia)
1:30 a 2:30 pm	Almuerzo (la puerta de la catedral)
2:45 a 3:30 pm	Recorrido por la plaza de Bolívar
4:00 a 4:30 pm	Llegada al aeropuerto

5:30 pm	Finalización con souvenir
---------	---------------------------

Fuente: Elaboración propia

8.4.2.1. Incluye.

- Traslados (internos, aeropuerto – hotel – aeropuerto)
- Alojamiento
- Alimentación
- Souvenir
- Actividades incluidas en el plan.
- Tarjeta de asistencia medica

8.4.2.2. No incluye.

- Llamadas nacionales e internacionales
- Servicios de lavandería
- Entrada a lugares no relacionados.
- Alimentación no especificada en el plan.
- Transportes adicionales.
- Tiquetes aéreos

8.4.3. Vías para el desarrollo del paquete.

8.4.3.1. Día 1.

El paquete turístico accesible se iniciara en el aeropuerto El Dorado de la ciudad de Bogotá, este se encuentra ubicado en la localidad de Fontibón donde se recibirá a los turistas en silla de ruedas provenientes de la ciudad de Buga (Valle del Cauca).

Ilustración 26 El Dorado



Fuente: (El Sonajero, 2017)

Luego de recibir a los turistas, los estará esperando una van totalmente adaptada a sus necesidades donde podrán descansar un poco y disfrutar de la vista mientras se dirigen al Museo Nacional, para llegar a este deberán salir del aeropuerto y seguir por Av. El Dorado hacia Cra 7. Toma la salida Carrera 7 de Av. El Dorado. Donde observaran la majestuosa arquitectura del museo.

El ingreso de los turistas con movilidad reducida se realiza por medio de la entrada que se encuentra ubicada en la carrera séptima, esto se hace realidad gracias a que el Museo Nacional hizo una restauración a su infraestructura y permite que se pueda ingresar y disfrutar del mismo en igualdad de condiciones (Museo Nacional de Colombia, 2017).

Ilustración 27 Av. El Dorado



Fuente: (OIKOS Constructora, 2015)

Ilustración 28 Av. El Dorado con Carrera 7

Fuente: (Wikiwand, 2018)

*Ilustración 29 Ingreso
Carrera 7*



al Museo Nacional

Fuente: (Pinzon, 2009)

Los turistas llegan al museo y pueden disfrutar de la historia y toda las exposiciones que este ofrece, el recorrido dura aproximadamente dos horas las cuales son dirigidas por parte de un guía de turismo, habiendo culminado con la visita al museo las personas con movilidad reducida se dirigen al restaurante la sociedad donde podrán disfrutar de un almuerzo típico de la ciudad.

Para llegar al restaurante se deben tomar las calles donde no se genere mucha congestión para evitar que los turistas tengan algún inconveniente o se sientan fatigados con el tráfico de la ciudad, para esto la van tomara la Cra 1/Av. El Dorado desde la Cra 5. Continuar por la Cra 1 hacia la Cra 3 Este por ultimo conduce hacia la calle 11 donde llegaran en un promedio de 15 minutos al restaurante.

Ilustración 30 Ingreso por la Calle 11



Fuente: (Google maps, 2017)

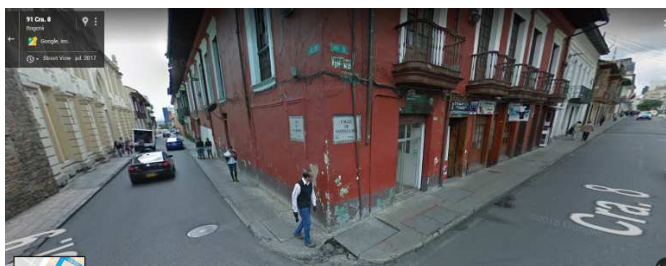
Ilustración 31 Entrada al Restaurante La Sociedad



Fuente: (Google maps, 2017)

Continuando con el recorrido los turistas se dirigen al Museo Arqueológico donde podrán desarrollar sus habilidades con la cerámica y la arcilla, para llegar a este deberán tomar la Cra 8 hacia la calle 10. Se encontrara la calle 9 donde tomara la Cra 9 luego la Cra 12 con dirección a Cra 6 allí encontraran la casa del Marques de San Jorge donde realizaran el respectivo taller.

Ilustración 32 Carrera 8 con Calle 9



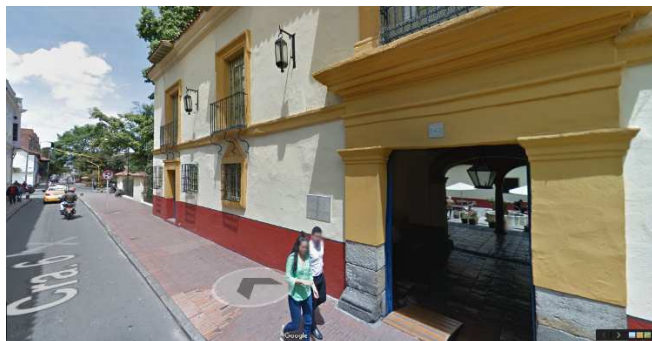
Fuente: (Google maps, 2017)

Ilustración 33 Calle 12 con Carrera 6



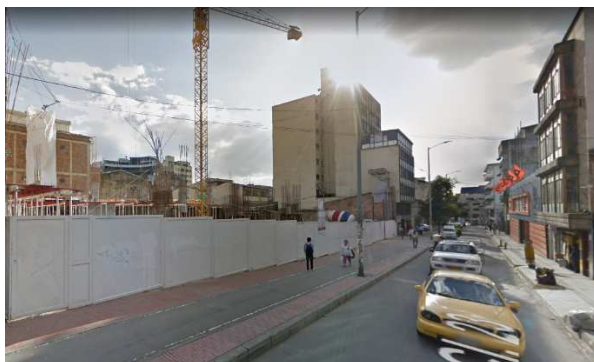
Fuente: (Google maps, 2017)

Ilustración 34 Entrada Museo Arqueológico



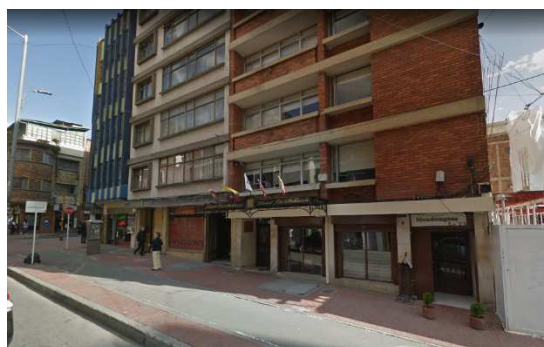
Para finalizar el día, se toma hacia el norte por la Cra 7 hacia la calle 22, en la intersección de la calle 22 se dirige hacia la Cra 9 llegando así a la calle 23 donde se encuentra el Hotel la Sabana donde se hospedarán los turistas.

Ilustración 35 Calle 23



Fuente: (Google maps, 2015)

Ilustración 36 Ingreso Hotel la Sabana



Fuente: (Google maps, 2015)

8.4.3.2. Día 2.

En el presente paquete se tiene en cuenta que los turistas que se encuentran visitando la ciudad están en silla de ruedas por lo que es de vital importancia evitar cualquier desgaste físico o de cualquier tipo que los pueda afectar en el transcurso del viaje.

En el segundo día las personas con movilidad reducida harán traslados los cuales evitara cualquier tipo de dificultad que los pueda afectar. Se da inicio al recorrido trasladándose del Hotel la Sabana hacia el Museo del Oro donde podrán compartir con los Indígenas Wounaan, para llegar al museo la van tomara la calle 23 hacia Cra 5 siguiendo derecho con dirección a la calle 16.

Ilustración 37 Carrera 5 con Calle 16



Fuente: (Google maps, 2017)

Para continuar con el recorrido la mejor opción es seguir por la Cra 5 con dirección hacia la calle 12c conectándose con esta se convierte en Cra 6, luego podrá dirigirse con dirección a la calle 11 donde encontrara el restaurante La Puerta de la Catedral.

Ilustración 38 Calle 11 con Carrera 6



Fuente: (Google maps, 2017)

Ilustración 39 Ingreso Restaurante Puerta de la Catedral



Fuente: (Google maps, 2017)

Para conocer un poco de la historia los turistas se dirigen a la Plaza de Bolívar donde se encontraran rodeados de los atractivos turísticos emblemáticos de la ciudad como lo son: La Catedral Primada de Colombia, La Casa de Nariño, La Alcaldía Mayor de Bogotá entre otros.

Al dirigirse hacia la Plaza solo deben salir del restaurante e irse por toda la calle 11 hasta llegar a la Cra 7 donde se encontraran con esta majestuosa plaza que une a los altos mandos que dirigen el país.

Por último y para finalizar como tal el paquete se dirigen desde la plaza hacia el Aeropuerto El Dorado tomando la Av. El Dorado con Cra10. Seguir por toda la avenida para tomar la salida en dirección a Puente Aéreo de Av. El Dorado donde continuara su recorrido hasta llegar a la terminal 1 donde se dará el cierre con un souvenir al paquete turístico accesible que se ofrece a personas en sillas de ruedas.

8.5. Mercadeo y publicidad

Toda compañía que provea productos o servicios debe hacer uso de las herramientas del mercadeo para dar a conocer, posicionar y comercializar dichos elementos, para este caso en

particular se plantea estrategias de mercadeo para poner en el mercado un paquete turístico gastronómico para personas en condición de discapacidad motriz.

Como se ha mencionado anteriormente las personas con discapacidad tienen derecho al disfrute de ocio y al tiempo libre, en la actualidad existen muy pocos proveedores que puedan brindar un verdadero producto o servicio que satisfaga las necesidades de estas personas, por esto es necesario dar a conocer este paquete turístico ya que este consta de servicios que ayudan a satisfacer los deseos de viajar y tener experiencias diferentes para las personas con movilidad reducida.

En el marketing existen diferentes estrategias de promoción las cuales son utilizadas por las empresas con el fin de alcanzar sus objetivos de dar a conocer al público su producto. Entre las estrategias del marketing se encuentra: la publicidad.

8.5.1. Estrategias promocionales.

- Estrategia de publicidad: se escoge esta estrategia ya que se desea difundir una información. Esta la podemos apreciar en varios aspectos como medios de comunicación masivos y de apoyo, ya que con ellos se puede dar a conocer el producto turístico seleccionado.

8.5.2. Plan de medios.

Tabla 34 Publicidad

Publicidad

Objetivo	<p>Buscar un adecuado posicionamiento en las mentes de cada uno de los clientes, buscamos ser los primeros para que de esta manera, cuando ellos piensen en planear su viaje con amigos o familiares, en lo primero que piensen es en tomar el paquete turístico, por la calidad de nuestros servicios y aún por nuestra facilidad de pago.</p>
Herramientas a utilizar	<ul style="list-style-type: none"> • Medios masivos <ul style="list-style-type: none"> - Radio: cuñas radiales • Medios de apoyo <ul style="list-style-type: none"> - Revistas: como medio de apoyo se utilizarán las revistas como la Forbes.
Intensidad	<p>Los clientes que podrán adquirir esta revista según su necesidad, o dependiendo del tipo de información que estén buscando en el momento.</p>
Fechas o tiempos	<p>Proponemos que la revista sea publicada bimestralmente para que exista una mayor publicidad y veracidad en la información que se quiere dar sobre el paquete turístico.</p>

Fuente: Elaboración propia

8.6. Costos del paquete turístico

8.6.1. Materia prima (MP).

En este ítem incluimos todos los elementos que son indispensables y esenciales para poder ofrecer al público objetivo el paquete turístico que sería nuestro producto final, con el costo unitario y total.

Tabla 35 Materia prima

MATERIA PRIMA	Cantidad	Valor unid	Valor total
Transporte terrestre	10	\$ 90.000	\$ 900.000
Almuerzos	20	\$ 10.000	\$ 200.000
Cenas	10	\$ 10.000	\$ 100.000
Alojamiento	10	\$ 130.000	\$ 1.300.000
Seguro de asistencia medica	10	\$ 9.000	\$ 90.000
Entradas al museo Nacional	5	\$ 4.000	\$ 20.000
Entradas al museo ORO	5	\$ 5.000	\$ 25.000
Taller en Museo Arqueológico	10	\$ 20.000	\$ 200.000
Vinos	2	\$ 16.500	\$ 33.000
TOTAL		\$ 294.500	\$ 2.868.000

Fuente: (Propia, 2018)

8.6.2. Mano de obra (MO).

En la MO se encuentra el personal que se contrata para que preste sus servicios los días que el paquete turístico está en funcionamiento, por lo tanto, no devengan un salario fijo. Los valores aquí expuestos son el cobro que realizan estos profesionales por un turno de trabajo.

Tabla 36 Mano de Obra

MANO DE OBRA	Cantidad	Valor unid	Valor Total
---------------------	-----------------	-------------------	--------------------

Guía Turístico	1	\$ 120.000,00	\$ 120.000
Sommelier	1	\$ 122.000,00	\$ 122.000
Enfermero(a)	1	\$ 60.000,00	\$ 60.000
TOTAL			\$ 302.000

Fuente: (Propia, 2018)

8.6.3. Costos indirectos del servicio (CIS).

Son aquellos elementos o productos que no tienen relación directa con la prestación del servicio. En este caso un obsequio o recordatorio no afecta el desarrollo exitoso de un paquete turístico pero como lo ofrecemos se debe tener en cuenta para determinar el precio de venta.

Tabla 37 Costo Indirecto del Servicio

CIS	Cantidad	Valor und	Valor Total
Souvenir	10	\$ 7.000,00	\$ 70.000
TOTAL			\$ 70.000

Fuente: (Propia, 2018)

8.6.4. Gastos fijos (GF).

Está contemplado el único empleado fijo que sería el encargado de contactar proveedores para diseñar el itinerario, realizar las respectivas negociaciones y ventas del paquete, en general todos los asuntos relacionados con la planeación y ejecución del mismo.

Tabla 38 Gastos Fijos

GASTOS FIJOS	Cantidad	Valor und	Valor Total
Administrador de paquetes	1	\$ 799.897,00	\$ 799.897
TOTAL			\$ 799.897

Fuente: (Propia, 2018)

8.6.5. Costos variables (CV).

Son los costos que pueden fluctuar o cambiar dependiendo de la gestión que se realice para la venta del producto final que es el paquete turístico, por ejemplo, si se tiene un plan de internet por 1GB pero un mes se recibieron muchos mensajes a través de redes sociales, correo electrónico, etc. y se consume dicha navegación se deben comprar paquetes de datos adicionales o navegar por demanda con cobro adicional a la factura.

Tabla 39 Costos Variables

COSTOS VARIABLES	Cantidad	Valor unid	Valor Total
Servicios públicos (internet y telefonía)	1	\$ 100.000,00	\$ 100.000
Papelería	1	\$ 40.000,00	\$ 40.000
TOTAL			\$ 140.000

Fuente: (Propia, 2018)

8.6.6. Total, costo variable.

Es un costo calculado por persona (consumidor) que se obtiene de la sumatoria de MP, MO y CIS, para la mano de obra el valor es el resultado de la suma del valor unitario de cada elemento y en el caso del almuerzo debe ser multiplicado este valor unitario por 2 porque se requiere de este servicio durante los dos días que tiene de duración el paquete turístico.

Tabla 40 Total Costo Variable

MP	\$ 304.500
MO	\$ 30.200
CIS	\$ 7.000
TOTAL COSTO VARIABLE	\$ 341.700

Fuente: (Propia, 2018)

8.7. Gastos y costos fijos

En la nómina se tiene en cuenta el salario del trabajador que es fijo más las prestaciones sociales sumadas con los costos variables para obtener el valor total.

Tabla 41 Gastos y Costos Fijos

NOMINA	\$ 1.218.835
SERVICIOS PUBLICOS- PAPELERIA	\$ 140.000
TOTAL COSTOS Y GASTOS FIJOS	\$ 1.358.835

Fuente: (Propia, 2018)

8.7.1. Costo fijo por paquete.

Como la encuesta fue aplicada en Buga, Valle del Cauca, se proyecta vender el paquete turístico a 20 personas en el mes. El costo fijo por paquete se obtiene de dividir el total de costos y gastos fijos entre la cantidad de compradores.

Tabla 42 Costo Fijo por Paquete

Cantidad de paquetes a vender	20
COSTO FIJO POR PAQUETE	\$ 67.942

Fuente: (Propia, 2018)

8.7.2. Costo total por paquete.

Es la sumatoria de total costo variable y costo fijo por paquete para un total de \$409.642.

8.7.3. Precio de venta sugerido.

La utilidad esperada es del 15%, la fórmula que se debe aplicar es $PV = \text{Costo total por paquete} / (100\% - 15\%)$ y el resultado fue \$ 481.931.

8.8. Punto de equilibrio

Se obtiene aplicando la siguiente formula $PE = \text{Total costos y gastos fijos} / (\text{Precio de venta} - \text{Costo total variable})$ en este caso quedaría así:

$$PE = \$1.358.835 / (\$481.931 - \$341.700)$$

8.9. Ganancia por paquete

Se obtiene restando el precio de venta es decir \$481.931 con el costo total por paquete que es \$409.642 y el resultado fue \$72. 290. Por lo tanto la ganancia en el mes sería de \$1.445.794 pues esta ganancia se multiplica con los 20 paquetes que se esperan vender al mes.

Teniendo en cuenta que el precio del paquete es elevado ya que el segmento que se está estudiando para esta propuesta son personas en condición de discapacidad motriz de un estrato socioeconómico 2, se busca hacer alianzas estratégicas con fundaciones dedicadas a personas en estas condiciones.

Fundaciones como Campeones de la vida tienen por objetivo gestionar las donaciones en efectivo para las necesidades de la población vulnerable especialmente las personas con cualquier tipo de discapacidad. Teniendo en cuenta la colaboración de esta fundación hacia las personas con movilidad reducida se busca que esta realice la donación pertinente para que estas personas puedan realizar turismo (Campeones de la vida, 2018).

9. Conclusiones

En el proceso de investigación para este trabajo de grado se pudo constatar que actualmente Bogotá no es una ciudad accesible en ningún aspecto, las personas que se encuentran en condición de discapacidad motora no se pueden desplazar en la mayoría de espacios públicos o privados de forma autónoma pues estos no fueron diseñados de manera accesible y tienen un sin número de barreras arquitectónicas que impiden el tránsito e ingreso de estas personas.

Esta problemática se expande por todo el territorio pues las personas encuestadas en Buga manifestaron que tienen estas mismas barreras en su municipio. Francisco San Clemente que fue uno de los entrevistados y por ser deportista olímpico viaja constantemente nos informó que de las ciudades, municipios y pueblos que conoce del país no considera que sean accesibles, ni siquiera las capitales aunque conoce la gran mayoría porque según él les falta mucho en cuanto a inclusión, sin embargo rescata a Bogotá y a Medellín pues dice que son las ciudades que más han intentado implementar la accesibilidad y por el momento son las más avanzadas en esta materia.

A pesar de estas declaraciones de uno de los expertos de los 142 hoteles encontrados en las localidades de la candelaria y santa fe solo 7 tienen habitaciones adecuadas para atender personas en condición de discapacidad, esto permite tener una visión de lo atrasada que está la ciudad en la implementación de accesibilidad y la desventaja tenemos frente a otros países como España para atender este tipo de turistas.

Con la propuesta del paquete turístico accesible, se fomenta que un nuevo tipo de mercado como lo son las personas en condición de discapacidad motora practiquen actividades turísticas. De manera inmensa por medio de este paquete se ofrece al cliente la posibilidad de adquirir conocimientos de unas de las zonas con mayor importancia histórica la ciudad de Bogotá por su antigüedad como lo son la candelaria que tiene diversidad de atractivos y por ello se pueden desarrollar diferentes tipos de turismo y santa fe con la plaza de la perseverancia que fue modernizada porque es un potencial atractivo turístico gastronómico, de esta manera se va generar la inclusión de estas personas.

10. Recomendaciones

En cuanto al proyecto teniendo en cuenta que el precio de venta del paquete turístico gastronómico en la ciudad de Bogotá es de \$481.931 y el perfil del cliente potencial es estrato 2 es un valor muy elevado, por esto se debe evaluar la posibilidad de ofrecer facilidades de pago, por ejemplo, créditos o ahorro programado. Otra opción es buscar ayuda de fundaciones u otros organismos de carácter gubernamental como FONTUR para que financiaran una parte del paquete y lo demás serían pagados por los consumidores del mismo.

También sería ideal que los prestadores de servicios turísticos como hoteles, restaurantes y servicio de transporte que fueron los analizados principalmente durante la ejecución de este trabajo de grado se comprometieran a implementar las normas de accesibilidad pues es un mercado grande, con mucho potencial y que está dispuesto a pagar lo que sea necesario para garantizar su comodidad y seguridad durante los viajes.

Se recomienda a las entidades como el Ministerio de Comercio Industria y Turismo, el Instituto Distrital de Turismo apropiarse del tema de la accesibilidad en el país, por medio de la implementación de leyes que exijan a estos prestadores de servicios turísticos cumplir con estas ya que en la actualidad existen solo las normas técnicas sectoriales para accesibilidad pero estas no son de obligatorio cumplimiento.

11. Referencias

- 20 Minutos Editora, S.L. (04 de Abril de 2017). *Turismo*. Obtenido de El estudio y guía de destinos turísticos accesibles incluyendo tres municipios y 17 recursos turísticos:
<https://www.20minutos.es/noticia/3017924/0/turismo-estudio-guia-destinos-turisticos-accesibles-incluye-tres-municipios-17-recursos-turisticos/>
- Accesitravel. (18 de Noviembre de 2017). <http://www.accesitravel.com>. Obtenido de <http://www.accesitravel.com>:
http://www.accesitravel.com/oferta/viaje/espana/19395/visita_al_museo_nacional_de_arte_de_cataluna_para_todos
- Alcaldía Mayor de Bogotá. (26 de Noviembre de 2012). *Secretaría general*. Obtenido de Santa Fe: Lugar de historia y tradición ciudadina: <http://www.bogota.gov.co/localidades/santafe/historia-y-tradicion>
- Ale, F. L. (09 de Septiembre de 2015). *Merca 2.0*. Obtenido de ¿Que es la segmentacion de mercado?:
<https://www.merca20.com/que-es-la-segmentacion-de-mercados/>
- ANATO. (23 de Junio de 2016). *Viajar a traves de Agencias de Viajes NO es mas caro*. Obtenido de <https://www.anato.org/es/viajar-trav%C3%A9s-de-agencias-de-viajes-no-es-m%C3%A1s-caro-anato/viajar-trav%C3%A9s-de-agencias-de-viajes-no-es>
- Bacon, M. S. (2012). *Cómo hacer marketing directo:secretos para la pequeña empresa*. España: Garnica S,A.
- Banrepcultural. (2017). *Actividad*. Obtenido de Domingo de diversidad con los indigenas wounaan:
<http://www.banrepcultural.org/bogota/actividad/domingo-de-diversidad-con-los-indigenas-wounaan-0>
- Banrepcultural. (2017). *Programe su visita al museo del oro*. Obtenido de El museo del oro del Banco de la Republica: <http://www.banrepcultural.org/bogota/museo-del-oro/programe-su-visita>
- Bogota Travel Guide.com. (2008). *Guía de Bogotá - Localidades de Bogotá: Santa Fe*. Obtenido de Santa Fe - Localidad numero tres de Bogotá: <http://www.bogotatravelguide.com/Santa-fe-localidades-bogota.php>
- Bogota, A. M. (12 de 11 de 2013). *Estandares Arquitectonicos y equipamientos culturales*. Bogotá.
- Boubeta, A. I. (2007). Fidelizacion del cliente. En A. I. Boubeta, *Fidelizacion del cliente*. España: Ideas propias editorial S,L.
- Campeones de la vida. (2018). *Objetivo social*. Obtenido de <http://www.fundacioncampeonesdelavida.org/que-hacemos/>

- Carollo. (2018). *Press Abroad*. Obtenido de Cinco diferencias basicas entre mochileros y turistas:
<http://www.pressabroad.com/es/espanol-cinco-diferencias-basicas-entre-mochileros-y-turistas/>
- Castillo, G. C. (2011). *Ministerios de Educacion, Cultura y Deporte*. Obtenido de Ministerios de Educacion, Cultura y Deporte:
http://recursostic.educacion.es/descartes/web/materiales_didacticos/muestreo_poblaciones_cg/tipos_muestreo.htm
- Clasificacion de empresas de alojamiento. (s.f.). En Mintur, *Clasificacion de empresas de alojamiento* (pág. 2). Venezuela.
- colombia, G. a. (2016). *Galeria artesanal de colombia*.
- Colombia.com. (2015 de Diciembre de 2015). Obtenido de Colombia.com:
<https://www.colombia.com/gastronomia/noticias/sdi/128837/la-fritanga-es-nombrada-patrimonio-de-la-humanidad>
- Colombia.com. (2018). *Centro Historico de Bogota*. Obtenido de
<https://www.colombia.com/turismo/sitios-turisticos/bogota/atractivos-turisticos/sdi461/75859/centro-historico-de-bogota>
- Conexion Capital. (30 de Enero de 2018). Obtenido de Conexion Capital:
<https://conexioncapital.co/bogota-presento-mayor-crecimiento-turistas-2017/>
- CONPES . (09 de Diciembre de 2013). *Consejo Nacional de Politica Economica y Social* . Obtenido de POLITICA PUBLICA NACIONAL DE DISCAPACIDAD E INCLUSION SOCIAL:
<file:///C:/Users/Usuario/Downloads/CONPES%20No.%20166%20de%202013%20DISCAPACIDAD%20E%20INCLUSION%20SOCIAL.pdf>
- Consejo Internacional de Museos. (2012). *La comunidad de los museos del mundo*. Obtenido de Definicion del museo: <http://icom.museum/la-vision/definicion-del-museo/L/1/>
- Cruz Roja. (2018). *Tipos y grados de discapacidad*. Obtenido de Tipos de discapacidad:
http://www.cruzroja.es/porta/page?_pageid=418,12398047&_dad=portal30&_schema=PORTAL30
- CurioSfera. (2018). *Que es el teatro, su historia y origen*. Obtenido de Que es el teatro:
<http://www.curiosfera.com/teatro/>
- Dinero. (2 de Febrero de 2018). Obtenido de Dinero: <https://www.dinero.com/pais/articulo/el-auge-turistico-que-atravesia-colombia/255157>
- Eguren, T., Elvira, O., & Lagarra, P. (2009). *Asesoramiento financiero en la practica*. España: Profit.
- El Sonajero. (21 de Noviembre de 2017). *El Dorado*. Obtenido de <http://www.elsonajero.com/noticia/se-retrasan-varios-vuelos-en-el-aeropuerto-el-dorado/>

- Explorable. (17 de Mayo de 2009). *Muestreo no probabilístico*. Obtenido de Muestreo no probabilístico: <https://explorable.com/es/muestreo-no-probabilistico>
- Fitzgerald, J. (10 de Octubre de 2017). *Bluradio.com*. Obtenido de Bluradio.com: <https://www.bluradio.com/podcast/sociedad/sabores-de-colombia/la-historia-que-se-esconde-en-la-tradicional-fritanga-t1-e6-119379>
- FONTUR. (2018). Obtenido de FONTUR: <http://fontur.com.co/interactue/glosario/63>
- Fude. (2018). *¿Que clases de turistas existen?* Obtenido de ¿Que clases de turistas existen?: <http://www.educativo.net/articulos/que-clases-de-turistas-existen-500.html>
- Holguin, E. B. (02 de Mayo de 2014). *Articulos y noticias de tecnologia para la industria de turismo*. Obtenido de ¿Donde esta la oferta de turismo accesible en Latinoamerica?: <http://www.turismoytecnologia.com/editoriales/item/3677-donde-esta-la-oferta-de-turismo-accesible-en-latinoamerica>
- Hoyo, M. M., & Valiente, G. C. (2010). *Turismo accesible, turismo para todos: La situacion en Cataluña y España*. Obtenido de El turismo accesible en Cataluña: Algunos ejemplos de destinos y servicios: <http://www.redalyc.org/html/398/39813352002/>
- Instituto Distrital de Turismo. (2016). Obtenido de Instituto Distrital de Turismo: <http://www.bogotaturismo.gov.co/Productos%20tur%C3%ADsticos%20de%20Bogot%C3%A1>
- Julián Pérez Porto, A. G. (2012). *definicion.de*. Obtenido de definicion.de: <https://definicion.de/accesibilidad/>
- Jurado Almonte, J. M., & Fernandez Trisancho, A. (2013). *Experiencias en Turismo Accesible*. Andalucía y Portugal: Universidad de Huelva.
- Jurado Almonte, J. M., & Fernandez Trisancho, A. (2013). *Experiencias en turismo accesible en Andalucía y Portugal*. España: Universidad de Huelva.
- Lopez, A. S. (2018). *Recursos turisticos: Inventario, clasificacion, jerarquizacion, evaluacion*. Obtenido de Recursos Turisticos: <https://es.scribd.com/doc/46927500/Recursos-Turisticos-inventario-clasificacion-jerarquizacion-evaluacion>
- Martinez Espin, P. (2009). *El contrato de viaje combinado*. España: Ediciones la Universidad de Castilla.
- MIN. DE EDUCACION DE CHILE. (2007). *Necesidades educativas especiales*. Chile.
- Mindomo. (2018). *Tipologia y características de las personas usuarias en teleasistencia*. Obtenido de Discapacidad fisica: <https://www.mindomo.com/es/mindmap/tipologia-y-caracteristicas-de-las-personas-usuarias-en-teleasistencia-54056fb6dd8447728db05c1a34da3388>
- Ministerio de Comercio, I. y. (enero de 2010). *Metodología para la elaboracion del inventario de atractivos turisticos*. Bogota, Colombia.

- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (2011). *Vuce para niños*. Obtenido de Vuce para niños:
http://www.mincit.gov.co/kids/publicaciones/29842/el_turista
- Ministerio de Salud. (2018). *ABECE DE LA DISCAPACIDAD*. Obtenido de ¿Que es discapacidad?:
<https://www.minsalud.gov.co/sites/rid/Lists/BibliotecaDigital/RIDE/DE/PS/abece-de-la-discapacidad.pdf>
- Mitre Aranda, M. (2006). *La producción e intermediación turística en el sector de las agencias de viajes*. España: Ediciones de la Universidad de Oviedo.
- Morales, E. (2016). *El cliente y la segmentacion de mercados*. Obtenido de El cliente y sus características.
- Museo Nacional de Colombia. (2017). *Accesibilidad*. Obtenido de
<http://www.museonacional.gov.co/servicios-educativos/Paginas/Accesibilidad.aspx>
- Navas, D. G. (26 de Enero de 2015). *Las 2 orillas*. Obtenido de Las 2 orillas:
<https://www.las2orillas.co/apologia-de-la-changua/>
- Noticias Unsam. (2018). *Comision de discapacidad y derechos humanos*. Obtenido de Reunion de Junio de la comision de discapacidad y derechos humanos de la unsam:
<http://noticias.unsam.edu.ar/2017/06/06/reunion-de-junio-de-la-comision-de-discapacidad-y-derechos-humanos-de-la-unsam/>
- Observatorio Discapacidad Fisica. (2016). *La discapacidad fisica: ¿que es y que tipos hay?* Obtenido de Tipos de discapacidad fisica: <http://www.observatoridiscapacitat.org/es/la-discapacidad-fisica-que-es-y-que-tipos-hay>
- Ochoa, C. (19 de Febrero de 2015). *Carlos Ochoa*. Obtenido de Carlos Ochoa:
<https://www.netquest.com/blog/es/blog/es/muestreo-que-es-porque-funciona>
- OIKOS Constructora. (27 de Mayo de 2015). *Una Avenida que trae solo ventajas para usted*. Obtenido de Construcciones empresariales en la calle 26:
<https://www.oikos.com.co/constructora/construcciones-sobre-la-calle-26>
- Olayo, J. M. (08 de Marzo de 2015). *SlideShare*. Obtenido de Un mundo para todos, declaracion de la cumbre mundial destinos para todos: <https://es.slideshare.net/jmolayo/un-mundo-para-todos-declaracin-de-la-cumbre-mundial-destinos-para-todos>
- OMT, O. M. (17 de Mayo de 2017). *unwto.org*. Obtenido de unwto.org:
<http://media.unwto.org/es/press-release/2017-05-25/segundo-informe-de-la-omt-sobre-turismo-gastronomico-sostenibilidad-y-gastr>
- Organizacion de las Naciones Unidas. (2006). *Convencion de los derechos de las personas con discapacidad*. Obtenido de ¿Por que una convencion?:
<http://www.un.org/spanish/disabilities/convention/qanda.html>

- Organizacion Mundial de la Salud. (2018). *Temas de salud*. Obtenido de Discapacidad:
<http://www.who.int/topics/disabilities/es/>
- Organizacion Mundial del Turismo UNWTO. (2014). *Manual sobre turismo accesible para todos: Principios, herramientas y buenas practicas*. Obtenido de Modulo I: Turismo accesible - Definicion y contexto: <https://www.tur4all.com/documents/2.pdf>
- Organizacion Mundial del Turismo UNWTO. (2016). *Turismo accesible para todos: Una oportunidad a nuestro alcance*. Obtenido de Turismo accesible para todos: Una oportunidad a nuestro alcance: <http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/docpdf/turismoaccesiblewebaccesible.pdf>
- Perez, D. M., & Gonzalez, D. J. (2003). *Turismo accesible*. Obtenido de http://www.keroul.qc.ca/DATA/PRATIQUEDOCUMENT/52_fr.pdf
- Pinzon, A. M. (24 de Julio de 2009). *Arquitectura en Colombia*. Obtenido de Ganadores del concurso para el mejoramiento de la accesibilidad y paisajismo del Museo Nacional de Colombia: <http://a57arquitecturaencolombia.blogspot.com/2009/07/ganador-concurso-para-la-el-diseno-de.html>
- Predif. (29 de Mayo de 2014). *¿Que es el turismo accesible?* Obtenido de Turismo accesible: <http://www.predif.org/index.php?q=%C2%BFqu%C3%A9-es-el-turismo-accesible>
- PROCOLOMBIA. (Septiembre de 2016). <http://www.procolombia.co>. Obtenido de <http://www.procolombia.co>: <http://www.procolombia.co/actualidad-internacional/vacacional/preparese-para-recibir-personas-con-discapacidad>
- ProColombia. (Septiembre de 2016). *PROCOLOMBIA*. Obtenido de Preparese para recibir a personas con discapacidad: <http://www.procolombia.co/actualidad-internacional/vacacional/preparese-para-recibir-personas-con-discapacidad>
- Procolombia. (2018). *COLOMBIA TIERRA DE LA SABROSURA*. Obtenido de COLOMBIA TIERRA DE LA SABROSURA: <http://www.colombia.travel/es/a-donde-ir/andina/bogota>
- RAE, R. A. (2017). <http://dle.rae.es>. Obtenido de <http://dle.rae.es>: <http://dle.rae.es/?id=0K2DI9N>
- Samaniego de García, P. (2006). *Aproximacion a la realidad de las personas con discapacidad en Latinoamerica*. España: CERMI.
- San Marino. (19 de Noviembre de 2014). *Turismo Accesible*. Obtenido de Turismo Accesible: <http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/docpdf/10824sanmarinodeclarationonaccessibletourism.p.pdf>
- Secretaria de Cultura, Recreacion y Deporte. (2018). *Localidad La Candelaria*. Obtenido de La Candelaria: <https://www.culturarecreacionydeporte.gov.co/localidades/la-candelaria>
- Semana. (2017). Bogota sigue siendo . *Publicaciones Semana S.A.*

Ser Inspiracion Corporacion. (17 de Marzo de 2018). Obtenido de Ser Inspiracion Corporacion:
<https://www.serinspiracion.org/>

travel-xperience. (2018). <https://www.travel-xperience.com>. Obtenido de <https://www.travel-xperience.com>: <https://www.travel-xperience.com/turismo-accesible/vacaciones-viajes/viaje-grupal-nueva-york-2018>

Universal, T. (23 de 06 de 2011). *turismouniversal.com*. Obtenido de turismouniversal.com:
<http://turismouniversal.com/tag/teoria-del-turismo-2/page/6>

Universidad Autonoma de Madrid. (17 de 03 de 2018). Obtenido de Universidad Autonoma de Madrid:
https://www.uam.es/personal_pdi/stmaria/jmurillo/InvestigacionEE/Presentaciones/Est_Casos_doc.pdf

Viajala Co. (17 de Enero de 2018). *5 Consejos para viajar*. Obtenido de 5 Consejos para viajar:
<https://viajala.com.co/blog/5-consejos-para-viajar>

Wikiwand. (2018). *Avenida El Dorado*. Obtenido de
[http://www.wikiwand.com/es/Avenida_Eldorado_\(Bogot%C3%A1\)](http://www.wikiwand.com/es/Avenida_Eldorado_(Bogot%C3%A1))

Xixerone, L. (15 de Noviembre de 2017). *Que ver y que hacer en el barrio de La Candelaria de Bogota*. Obtenido de La Candelaria: <https://xixerone.com/2017/11/que-ver-y-que-hacer-en-la-candelaria-bogota.html>

12. Índice de Ilustraciones

Ilustración 1 Discapacidad.....	37
Ilustración 2 Discapacidad Física	39
Ilustración 3 El turista.....	48
Ilustración 4 Galería Artesanal de Colombia.....	89
Ilustración 5 Hotel Inter Bogotá	92
Ilustración 6 Hotel Ibis Bogotá Museo	93
Ilustración 7 Hotel de la Sabana	94
Ilustración 8 Hotel Tequendama.....	95
Ilustración 9 Hotel Grand Park	96
Ilustración 10 La Florida.....	98
Ilustración 11 La puerta de la catedral.....	99
Ilustración 12 La sociedad	100
Ilustración 13 Acceso a puertas	101
Ilustración 14 Acceso a pasillos y corredores.....	102
Ilustración 15 Rampas.....	¡Error! Marcador no definido.
Ilustración 16 Áreas sanitarias.....	102
Ilustración 17 Baño.....	104
Ilustración 18 Barras de apoyo	104
Ilustración 19 Museo del oro	110
Ilustración 20 Museo nacional.....	111
Ilustración 21 Hotel Grand Park	111
Ilustración 22 Pastelería La Florida	112
Ilustración 23 Galería artesanal de Colombia.....	113
Ilustración 24 Taller de cerámica.....	116
Ilustración 25 Cata de vino	117
Ilustración 26 Indígenas wounaan	118
Ilustración 27 El Dorado.....	120
Ilustración 28 Av. El Dorado.....	121
Ilustración 29 Av. El Dorado con Carrera 7	122
Ilustración 30 Ingreso al Museo Nacional Carrera 7	122
Ilustración 31 Ingreso por la Calle 11.....	123
Ilustración 32 Entrada al Restaurante La Sociedad	123
Ilustración 33 Carrera 8 con Calle 9	124
Ilustración 34 Calle 12 con Carrera 6	124
Ilustración 35 Entrada Museo Arqueológico	124
Ilustración 36 Calle 23	125
Ilustración 37 Ingreso Hotel la Sabana.....	125

Ilustración 38 Carrera 5 con Calle 16	126
Ilustración 39 Calle 11 con Carrera 6	126
Ilustración 40 Ingreso Restaurante Puerta de la Catedral	126

13. Índice de Tablas

Tabla 1 Perfil del Cliente	61
Tabla 2 Museo de arte moderno.....	72
Tabla 3 Museo Nacional de Colombia.....	73
Tabla 4 Museo del Oro	74
Tabla 5 Museo Botero.....	75
Tabla 6 Biblioteca Luis Ángel Arango	76
Tabla 7 Centro Cultural Gabriel García Márquez.....	78
Tabla 8 Claustro San Agustín	79
Tabla 9 Teatro Cristóbal Colon.....	80
Tabla 10 Auditorio Jorge Enrique Molina	81
Tabla 11 Teatro Jorge Eliecer Gaitán	82
Tabla 12 Iglesia San Agustín	83
Tabla 13 Mercado de las pulgas.....	84
Tabla 14 Parque Santander	85
Tabla 15 Parque de la Independencia	86
Tabla 16 Plaza de Bolívar	87
Tabla 17 Planetario de Bogotá.....	88
Tabla 18 Galería Artesanal de Colombia.....	89
Tabla 19 Hotel Inter - Bogotá.....	92
Tabla 20 Hotel Ibis Bogotá Museo	93
Tabla 21 Hotel de la Sabana	94
Tabla 22 Hotel Tequendama.....	95
Tabla 23 Hotel Grand Park	96
Tabla 24 Pastelería la Florida	98
Tabla 25 La Puerta de la Catedral.....	99
Tabla 26 Restaurante La sociedad	100
Tabla 27 Selección Atractivos Turísticos	105

Tabla 28 Selección Prestadores Turísticos	106
Tabla 29 Propuesta de Taller Lúdico	115
Tabla 30 Propuesta Cata de Vino.....	116
Tabla 31 Propuesta de Tradiciones de la Comunidad Wounaan	117
Tabla 32 Itinerario día 1.....	118
Tabla 33 Itinerario día 2.....	119
Tabla 34 Publicidad	128
Tabla 35 Materia prima.....	130
Tabla 36 Mano de Obra	130
Tabla 37 Costo Indirecto del Servicio	131
Tabla 38 Gastos Fijos.....	131
Tabla 39 Costos Variables	132
Tabla 40 Total Costo Variable.....	132
Tabla 41 Gastos y Costos Fijos.....	133
Tabla 42 Costo Fijo por Paquete.....	133

14. Índice de Gráficos

Grafico 1 Destino de Interés	54
Grafico 2 Medio del que obtiene Información.....	57
Grafico 3 En compañía de quien viaja.....	58

15. Anexos

15.1. Formato de encuestas



ENCUESTA SOBRE RUTA TURISTICA GASTRONOMICA PARA PERSONAS EN CONDICION DISCAPACIDAD MOTORA

Esta encuesta es realizada por estudiantes del programa de Hotelería y turismo, la finalidad es analizar la aceptación de la ruta turística gastronómica por parte del cliente potencial y la información será utilizada para fines académicos.

Nombre: _____ Genero: _____ Edad: _____

Estrato: ____ Profesión: _____ Ocupación: _____ Correo: _____

-
1. ¿Qué tipo turismo le gusta practicar?
 - A. Sol y playa
 - B. Aventura
 - C. Religioso
 - D. Gastronómico
 2. ¿En qué periodo del año prefiere viajar?
 - A. Enero a marzo
 - B. Abril a junio
 - C. Julio a septiembre
 - D. Octubre a diciembre
 3. De los siguientes destinos cual llama más su atención
 - A. Bucaramanga
 - B. Bogotá
 - C. Villavicencio
 - D. Villa de Leyva
 4. ¿De cuánto tiempo dispone para un viaje?

- A. 1 a 3 días
 - B. 4 a 6 días
 - C. 7 a 9 días
 - D. Más de 10 días
5. Cuando va a realizar un viaje ¿Qué aspecto es más importante para usted?
- A. Alimentación
 - B. Alojamiento
 - C. Transporte
 - D. Atractivos turísticos y lugares de interés
6. Cuando va a realizar una ruta turística usted prefiere.
- A. Una ruta turística consolidada de una agencia de viajes.
 - B. Una ruta turística personalizada con ayuda de profesionales en turismo.
 - C. Contratar los servicios por su cuenta con anticipación.
 - D. Llegar al destino y ver que puede conseguir.
7. Adquiere previa información del servicio turístico antes de comprarlo
- A. Si
 - B. No
8. La información de una ruta turística, usted la obtiene de:
- A. Internet
 - B. Redes sociales
 - C. Voz a voz
 - D. Medios masivos (Radio, tv, otros)
9. Cuando va a hacer un viaje, usted lo realiza en compañía de:
- A. Amigos
 - B. Pareja sentimental
 - C. Familia
 - D. Solo
10. ¿Qué es lo más importante para usted tome la decisión de participar en una ruta turística?
- A. Accesibilidad
 - B. Precio
 - C. Temática

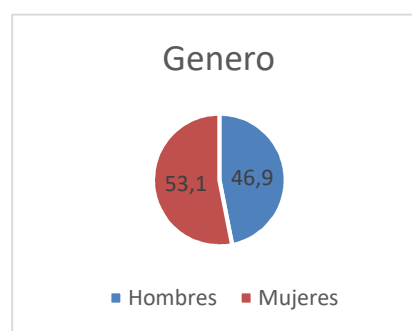
D. Servicio

11. ¿Cuál es su presupuesto para realizar una ruta turística?

- A. De 55.000 a 100.000 pesos
- B. De 101.000 a 115.000 pesos
- C. De 116.000 a 130.000 pesos
- D. De 131.000 a 150.000 pesos

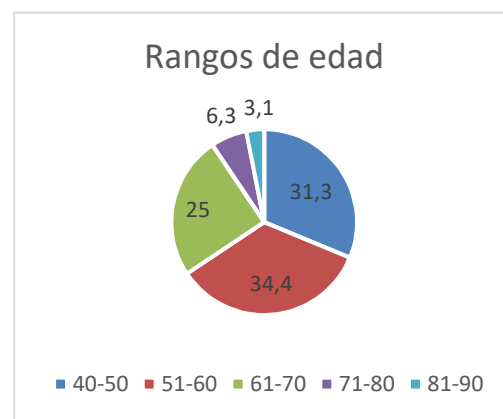
15.1.1 Análisis de encuestas.

TABLA NO. 1		
Género		
Detalle	No.	%
Hombres	15	46,9
Mujeres	17	53,1
Total	32	100



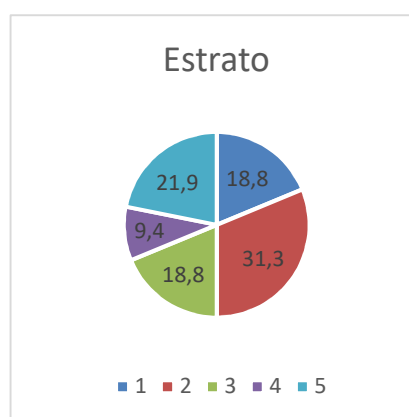
Teniendo en cuenta las 32 encuestas que fueron realizadas para estudiar el perfil de nuestro cliente potencial, se encontró que 17 mujeres fueron las que obtuvieron un 53,1% de participación a la hora de contestarla.

TABLA NO. 2		
Rangos de Edad		
Detalle	No.	%
40-50	10	31,3
51-60	11	34,4
61-70	8	25,0
71-80	2	6,3
81-90	1	3,1
Total	32	100



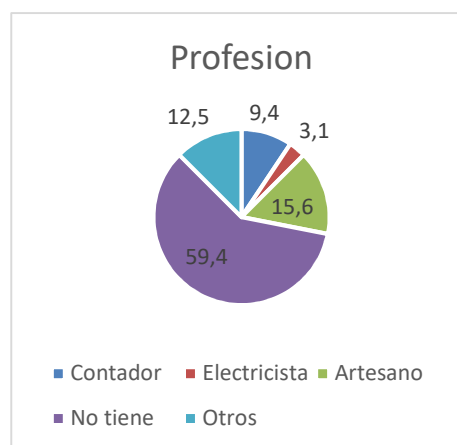
Entre las encuestas que se realizaron se tienen diferentes rangos de edad para poder obtener un mejor resultado a la hora de definir que edades se manejarán o se tendrán en cuenta para la propuesta de la ruta gastronómica, por eso se tuvo en cuenta los rangos de edad para aplicar a la encuesta. Entre el análisis final se comprobó que las personas entre las edades de 51 a 60 años tuvieron la mayor participación con un 34,4% los cuales nos lleva a concluir que son las personas de estas edades las cuales son las más propicias a viajar.

TABLA NO. 3		
Estrato		
Detalle	No.	%
1	6	18,8
2	10	31,3
3	6	18,8
4	3	9,4
5	7	21,9
Total	32	100



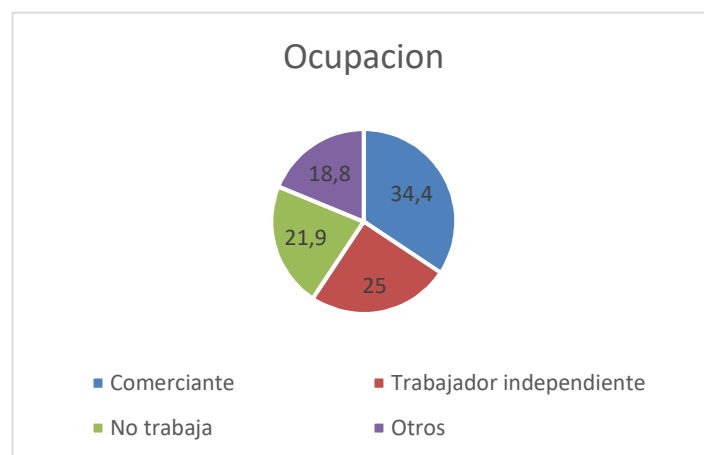
La aplicación de las encuestas se hizo entre personas pertenecientes a la fundación avanzaremos las cuales se encuentran entre los estratos 1,2,3,4 y 5, se observa que estas personas cuentan con poder adquisitivo y esto les permite tener acceso a tomar unas vacaciones o realizar rutas turísticas ya sea bimestral, semestral u anualmente. Como un resultado final se obtuvo que 10 personas de estrato 2 fueron las que más participación tuvieron y aunque se consideran que tienen pocos recursos económicos por su estrato se observa que son las personas con más tendencia a salir de vacaciones o a realizar alguna actividad turística.

TABLA NO. 4		
Profesión		
Detalle	No.	%
Contador	3	9,4
Electricista	1	3,1
Artesano	5	15,6
No tiene	19	59,4
Otros	4	12,5
Total	32	100



Las personas en condición de discapacidad motora no cuentan con muchas oportunidades a la hora de tener alguna profesión por esto encontramos profesiones muy variadas desde un contador hasta entender que algunos de ellos no tenían una. Se encuentra que la mayor participación en esta encuesta es de personas que no tienen una profesión con un 59,4%.

TABLA NO. 5		
Ocupación		
Detalle	No.	%
Comerciante	11	34,4
Trabajador independiente	8	25,0
No trabaja	7	21,9
Otros	6	18,8
Total	32	100



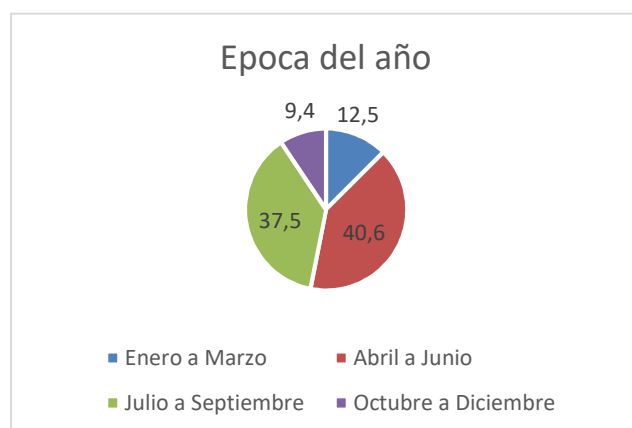
En la realización de las encuestas y a la hora de obtener los resultados se percibió que nuestros clientes potenciales son personas que realizan actividades como el ser comerciantes y ser trabajadores independientes ya que en la asociación donde fueron realizadas promueve el derecho por el trabajo y lucha codo a codo con la alcaldía municipal de Guadalajara de Buga porque estas personas cuenten con una inclusión en cuanto a trabajo se refiere.

TABLA NO. 6		
Turismo que practica		
Detalle	No.	%
sol y playa	7	21,9
Aventura	2	6,3
Religioso	14	43,8
Gastronómico	9	28,1
Total	32	100



Para estas encuestas y para definir el perfil de nuestros clientes no solo tenemos que tener en cuenta las profesiones, las edades o el estrato socioeconómico sino también el tipo de turismo que a las personas les gusta practicar siendo así se encontró que el 28,1% seleccionaron el turismo gastronómico como su temática preferida para ir de vacaciones o para realizar alguna ruta turística, poder disfrutar de los diferentes platos típicos que nos ofrece todas las regiones de nuestro país. Esto nos lleva a tener una alta posibilidad de que la propuesta de una ruta turística gastronómica sea acogida por los turistas en condición de discapacidad motora en la ciudad de Bogotá.

TABLA NO. 7		
Época del año		
Detalle	No.	%
Enero a Marzo	4	12,5
Abril a Junio	13	40,6
Julio a Septiembre	12	37,5
Octubre a Diciembre	3	9,4
Total	32	100



Hay una gran variedad de épocas las cuales permiten que las personas puedan salir a tomar sus vacaciones, en Colombia hay temporadas ya sea baja o alta pero para nuestros clientes potenciales se observó que el 40,6% prefieren tomar sus vacaciones entre los meses de Abril a Junio siendo estos meses temporada media donde se recibe un alto número de turistas tanto nivel nacional como internacional.

TABLA NO. 8		
Destinos de interés		
Detalle	No.	%
Bucaramanga	4	12,5
Bogotá	10	31,3
Villavicencio	9	28,1
Villa de Leyva	9	28,1
		0,0
Total	32	100



Bogotá, capital multicultural recibe miles de turistas al año no solo por las múltiples personas que llegan por negocios sino por sus atractivos turísticos y lugares de interés no solo social sino cultural el cual no se puede dejar de visitar. Se ha convertido en una ciudad gastronómica donde se encuentran concentrados todos los platos típicos de nuestro país, restaurantes de alta categoría nos brindan un buen servicio y hacen de esta la mejor experiencia posible por lo anterior lo convierte en el mayor destino de interés seleccionado por parte de los encuestados.

TABLA NO. 9		
Tiempo de viaje		
Detalle	No.	%
Entre 1 a 3 días	5	15,6
Entre 4 a 6 días	16	50,0
Entre 7 a 9 días	4	12,5
Más de 10 días	7	21,9
Total	32	100



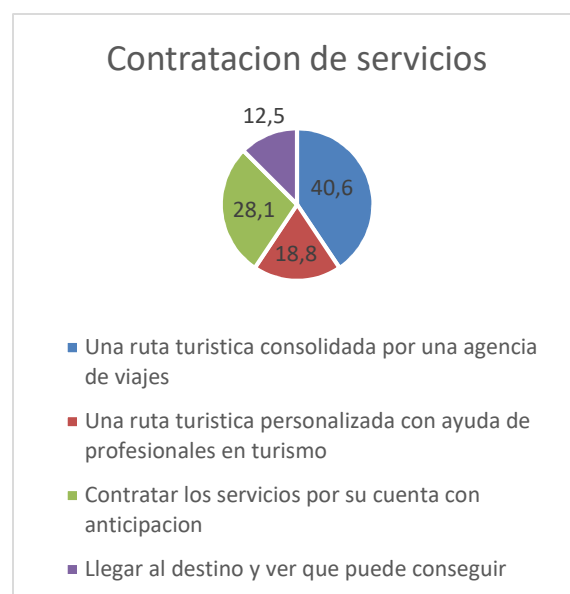
Al momento de viajar se tiene en cuenta el tiempo de viaje ya que este es un factor fundamental a la hora en que se decide tomar unas vacaciones, anteriormente se observó que la ciudad de Bogotá es el destino con mayor interés para nuestros encuestados, por eso para ellos y con un porcentaje de participación del 50,0% es importante tener entre 4 a 6 días para realizar cualquier actividad ya sea de recreación o turismo.

TABLA NO. 10		
Aspecto importante en la oferta turística		
Detalle	No.	%
Alimentación	9	28,1
Alojamiento	12	37,5
Transporte	5	15,6
Atractivos turísticos y lugares de interés	6	18,8
Total	32	100



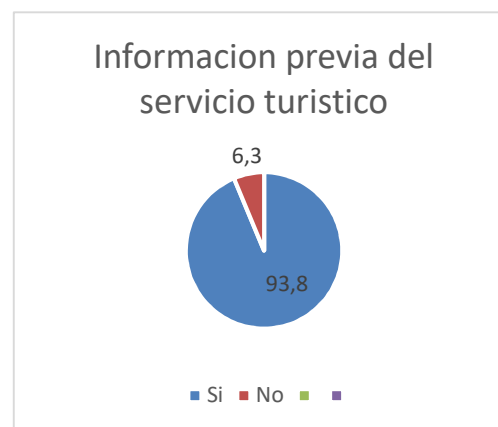
Muchas personas siempre tienden a tener un factor o motivación importante a la hora de realizar algún viaje, para las personas en condición de discapacidad motora respondieron que un aspecto importante a la hora de viajar es el alojamiento seguido de la alimentación lo cual es de importancia ya que este resultado nos da un buen balance para la implementación de la ruta turística gastronómica en la ciudad de Bogotá.

TABLA NO. 11		
Contratación de servicios		
Detalle	No.	%
Una ruta turística consolidada por una agencia de viajes	13	40,6
Una ruta turística personalizada con ayuda de profesionales en turismo	6	18,8
Contratar los servicios por su cuenta con anticipación	9	28,1
Llegar al destino y ver que puede conseguir	4	12,5
Total	32	100



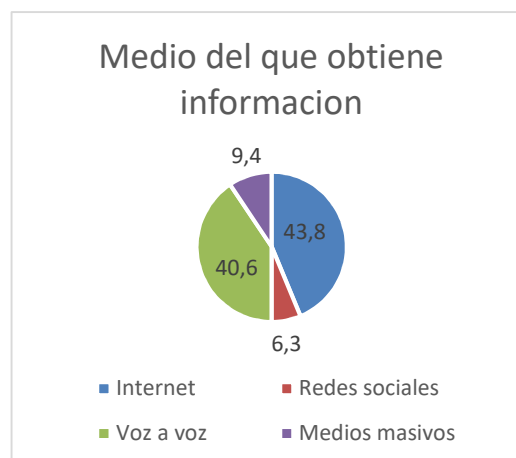
Existen diferentes tipos de contratar los servicios turísticos, ya sea un paquete consolidado de una agencia de viajes, un plan personalizado, paquetes armados por cuenta del cliente o llegar al destino para ver que consigue. La mejor opción según nuestros encuestados es escoger un paquete turístico el cual se encuentre consolidado por parte de la agencia de viajes, esto hace del viaje una experiencia más agradable e inolvidable. Gracias a esta muestra podemos darnos cuenta que aunque se cuenta con un bajo porcentaje hay personas que prefieren obtener su viaje o realizar una ruta turística de cualquier tipo de turismo el cual se realice de una forma personalizada por parte de un profesional en turismo.

TABLA NO. 12		
Información previa del servicio turístico		
Detalle	No.	%
Si	30	93,8
No	2	6,3
Total	32	100



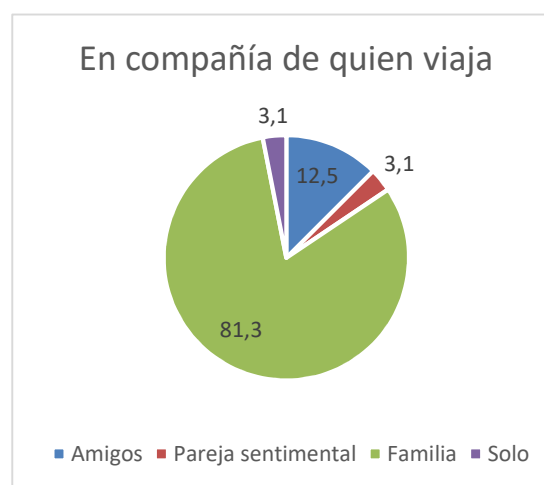
Para el 93,8% de las personas que fueron encuestadas es necesario obtener información previa del servicio turístico al cual se va tener acceso, ya que esto ayuda a saber que tan buen servicio presta ya sea la agencia de viajes o el destino que se va a visitar.

TABLA NO. 13		
Medio del que obtiene información		
Detalle	No.	%
Internet	14	43,8
Redes sociales	2	6,3
Voz a voz	13	40,6
Medios masivos	3	9,4
Total	32	100



Existen diferentes medios por el que cualquier turista tiene información acerca de su viaje, del lugar al que va a ir o simplemente para ver alguna información sobre algún sitio de su interés. En nuestro caso nuestro cliente potencial obtiene información por medio de internet seguido de la voz a voz ya que para ellos es importante que otras personas ya hayan tenido la experiencia en el lugar de su interés y puedan recomendarlo con total confianza.

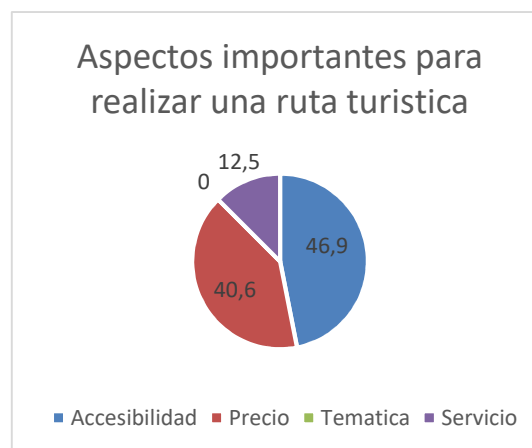
TABLA NO. 14		
En compañía de quien viaja		
Detalle	No.	%
Amigos	4	12,5
Pareja sentimental	1	3,1
Familia	26	81,3
Solo	1	3,1
Total	32	100



Al momento de realizar un viaje siempre se quiere realizar en compañía de seres queridos. Para las personas en condición de discapacidad motora es importante ir con alguna persona que

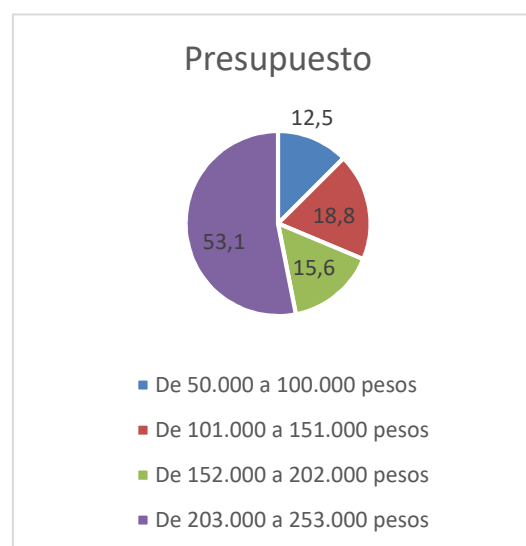
los acompañe en estos viajes, nos dimos cuenta que para ellos es importante realizarlos junto a su familia ya que estos son el motivo de ellos seguir adelante después de su discapacidad.

TABLA NO. 15		
Aspecto importante de una ruta turística		
Detalle	No.	%
Accesibilidad	15	46,9
Precio	13	40,6
Temática	0	0,0
Servicio	4	12,5
Total	32	100



Para toda persona siempre abran aspectos importantes por los cuales escoger o participar de alguna actividad turística, se obtuvo que nuestros clientes potenciales prefieren una ruta turística en la cual cuenten con accesibilidad ya que por su condición esto es indispensable en todo momento para ellos.

TABLA NO. 16		
Presupuesto		
Detalle	No.	%
De 50.000 a 100.000 pesos	4	12,5
De 101.000 a 151.000 pesos	6	18,8
De 152.000 a 202.000 pesos	5	15,6
De 203.000 a 253.000 pesos	17	53,1
Total	32	100



El presupuesto, factor fundamental a la hora de viajar ya que muchas veces deseamos ir a algún destino en particular y no se puede acceder a ello por lo costoso o en definitiva por falta de dinero. Como encuestadores se quiso conocer el monto por el cual estaría dispuesto a pagar un consumidor el cual puede acceder fácilmente a un destino turístico, al observar los resultados se obtuvo un alto poder participativo por parte de los encuestados ya que el 53,1% responden a que cuentan con un presupuesto entre 203.000 a 253.000 pesos para realizar una ruta turística.

15.2. Entrevista

15.2.1. Entrevista a Luis Francisco San clemente.

Buenas tardes Francisco esta entrevista es con Ánimo solamente de estudio es para una propuesta de una ruta turística gastronómica

1. ¿Cuéntanos un poco quien es Francisco San Clemente?

Francisco San clemente es una persona con discapacidad física, una lesión medular a la Altura de T9 a T11 que es una paraplejia en las piernas, Francisco es deportista Francisco es conferencista Francisco pues dirige una corporación que se llama ser inspiración y digamos que esas son los que haces que rodean la vida de Francisco pues que más te digo Quién es Francisco San Clemente eso es lo que hago normalmente soy deportista paralímpico dictó charlas de motivación personal dirijo la corporación y bueno viajo por todo el mundo corriendo maratones y hablando de mi vida .

2. Con la corporación ser inspiración ¿porque crear esta corporación? Y ¿con cuántas personas cuenta actualmente?

La corporación ser inspiración se crea porque resulta que cuando empecé a tener logros deportivos y de ganar carreras a nivel a nivel internacional llegaba al hotel o acá a la casa y me encontraba con 10 mensajes en el fan page de Facebook diciéndome, pues digamos personas contándome su historia y diciéndome que hacen para salir de su casa que hacen para seguir adelante con su vida que que hacen para aceptar su discapacidad que hacen para continuar con su vida prácticamente entonces me empiezo a dar cuenta que la medalla o el trofeo el Campeonato que yo gano no le alegra o no digamos no alumbró la vida de alguien más por sí solo qué esa

medalla ya no cambia la vida de nadie por sí solo Entonces me di cuenta que tengo que ser algo más que tengo que estar algo más y tengo que ser inspiración pero no solamente inspirar de motivar o hacer llorar emocionar o alentar sino también crear todo un producto todo un programa todo un proyecto que no solamente ayuda a la persona motivada sino que la acompañe durante ese viaje y así que nació la corporación ser inspiración la compartí con varios emprendedores sociales de aquí de la ciudad y sacamos adelante ese bonito proyecto que es la corporación ser inspiración donde dedicamos a formar a promover y a visibilizar el talento de personas con discapacidad aquí en un principio aquí en Buga y más adelante va a ser en el valle del cauca.

Y la corporación en este momento tiene 20 personas digamos que somos los que somos directamente vinculados con la corporación 13 de esas personas hacen parte pues digamos de todos los que haces del día a día de proyecto de dinamizar de los eventos de digamos todas esas cosas que van resultando en la cotidianidad, pero en realidad somos 20 personas de las cuales 5 Ellos tienen discapacidad física.

3. Sabemos que la corporación está inclinada al deporte que le parecería una iniciativa turística para su corporación

Bueno digamos mi percepción de la corporación no es que estemos inclinados al deporte ella digamos está como como en el centro de todos esos talentos de todos esos que haces que pueden desarrollar las personas con discapacidad porque no solamente es el talento deportivo. A quién no le gusta correr maratón sino que le gusta cantar o le gusta trabajar o le gusta estudiar o le gusta pintar o le gusta sólo tocar un instrumento musical, entonces nosotros estamos alrededor de todos esos talentos porque en la corporación no solamente hay deportistas hay personas que cantan que pintan, qué les gusta trabajar que están estudiando.

Entonces digamos que es uno de esos talentos a nivel general porque pues el deporte yo creo que muy bueno y es muy bonito y soy deportista pero el deporte paralímpico ha idealizado la superación personal entonces creemos que los héroes con discapacidad son los que hacen deporte paralímpico deporte adaptado pero hay otros héroes que hacen otras cosas que también son maravillosas y también seguirán adelante con su vida y también agregan valor y también superaron a través de la pintura de la escritura de su trabajo del emprendimiento de su conocimiento, entonces estamos alrededor de todos esos esos talentos.

En cuanto al paquete turístico para para las personas de la corporación pues digamos que no tengo mucho mucho conocimiento de cómo se podría hacer pero claro que nos interesa algo porque es bueno no solamente ir a comer a los restaurantes comida sino también reflexionar sobre de qué manera estamos yendo, de qué manera vamos y estamos encontrando las herramientas adecuadas para acceder, para ubicarnos bien en la silla de ruedas digamos de qué manera están preparadas las personas que atienden en esos en esos lugares para recibir una persona con discapacidad sí saben que es discapacidad física, si saben que es cuadripléjica, paraplejia entonces si saben cómo son todas esas discapacidades y saben de qué manera pueden distribuir su locación para que para que esto funcione de la mejor manera entonces claro que nos interesaría mirar y mirar de qué manera pues podría funcionar .

4. Cuando usted realiza viajes fuera del país ¿Cómo ha sido su experiencia con el transporte aéreo?

Bueno mis experiencias han sido muy variables no pero no por la discapacidad no entorno a la discapacidad sino más entorno a esta dinámica de las aerolíneas está dinámica del transporte de lo que depende de muchos factores externos como el clima como digamos el tema del mantenimiento de los aviones, el tema de que si se llenó el avión o de que no pero digamos el tema en términos generales y me ha ido bien me ha ido bien porque pues las aerolíneas tienen contemplado que personas con discapacidad se van a subir a sus aviones tienen contemplado que digamos debe haber un servicio entre comillas prioritario así en ocasiones no se cumplan pero es más por razones del colaborador que está a cargo de esa misión que por las políticas de las aerolíneas entonces yo creo que si hay algo por mejorar y es en el tema de la disposición de quienes ejecutan la labor no de quiénes la diseñan o la planean entonces pero en términos generales me ha ido bien.

Todas las aerolíneas todas tienen contemplado que las personas con discapacidad viajan y que hay que tener una silla pasillo y que esa silla de pasillo debe llegar al asiento y que esa persona debe tener una persona que lo asista en ese momento, al subir al avión o antes de subir al avión o cuando llegué al aeropuerto entonces todas esas cosas las contemplan y yo pienso que en un 70% se ejecutan bien.

5. ¿Cuándo viaja lo hace en compañía de algún Familiar o viajar solo?

La mayoría de mis viajes son solos, pero si viajo muchas veces en compañía de mi esposa o de mi hija o viajó con algún acompañante, pero la mayoría de mis viajes son solos, pero puedo viajar de las de las dos maneras.

6. A los Países a los que ha podido viajar ¿Qué tan accesible le parecen los hoteles y restaurantes en cuanto a su infraestructura?

Bueno esta respuesta es muy subjetiva también ósea porque normalmente yo voy patrocinado y los patrocinadores pues me ubican en hoteles buenos entonces esos hoteles buenos tienen todo el tema de accesibilidad en cuanto al ingreso al hotel como tal como los ascensores como los baños como el tema de la habitación que debe tener digamos una buena distribución de espacios, en cuanto a los restaurantes pues también pues digamos voy a buenos restaurantes entre comillas y tienen contemplado esta situación con qué más encontrado más que todo cuando de pronto salgo del plan me salgo del libreto y quiero ir a otra parte quiero ir a un lugar típico que ir por ejemplo ir en Argentina quiero ir a comer un asado a la zona de la boca que es donde está digamos el Caminito y todo eso los adoquines.

El andén ósea allá me encuentro con todo Digamos como lo es en toda Latinoamérica con esos lugares donde no hay acceso donde la Silla no entra donde hay que pasar miles de trabajos para poder moverse pero pues digamos esto no es solo en Colombia ni en Argentina sino en toda Latinoamérica lo hay en México lo hay en Chile lo hay en Panamá en todas las partes de pronto Estados Unidos si se diferencia un poquito más pero si hace parte de lo mismo que somos todos acá en Suramérica como tal Y no me encuentro con muchas diferencias con respecto a Colombia normalmente yo voy es a las capitales Entonces como de comparar Buga con Bogotá yo sé que las capitales tienen un poquito más de accesibilidad que la ciudad intermedia Pero si yo me voy por ejemplo para Quilmes que queda una hora o media hora de Buenos Aires ya me encuentro con una ciudad como Buga llena de huecos llena de andenes y llena de Barreras arquitectónicas y pues digamos que no hay mucha diferencia en cuanto a eso.

7. En sus viajes ¿Ha tenido la oportunidad de realizar actividades turísticas?

Si en algunos por ejemplo pues en España, cuando estuve en España fui a conocer un poquito y estuve en Alcalá henares conociendo allá donde estuve ciudad Quijote estuve en Plaza Cibeles en la puerta Alcalá estuve en varios lugares, cuando visitó normalmente sus lugares turísticos los restaurantes son adaptados tienen digamos todo ese tema de la inclusión porque lo de ellos es política y lo deben de cumplir. Y es que yo pienso que dónde está el Nicho el turismo no hay tanto problema a excepción de Colombia, en esos países donde está el nicho del turismo no hay tanto inconveniente sino que el inconveniente aparece cuando usted se va otros lugares ósea cuando usted no quiere por ejemplo ir a un restaurante la zona de la Basílica aquí en Buga sino que quiere irse a comer algo en la 21 si me hago entender.

Entonces ahí es donde aparece la barrera arquitectónica y donde aparece el tema de la falta de inclusión o donde no está la rampa dónde no está el espacio donde no está el andén donde no está la persona preparada para recibir entonces, pero si tú vas por ejemplo a la basílica están todos están todos hipotéticamente hablando y preparados lo mismo pasa en estos países económicamente más grandes que dónde está el Nicho el turismo, si tú te vas para Plaza Cibeles por ahí alrededor hay una zona lo mas de bonitas con restaurantes 100% adaptados con baño adaptado con todo adaptado pero si tú te vas para Alcalá de henares y visitas un barrio Alcalá de henares te das cuenta de que ya no está tan adaptado como están estos lugares entonces hay una diferencia muy grande.

8. ¿Qué destino que usted ha visitado considera que es accesible para personas en condición de discapacidad motora?

Bueno Estados Unidos ósea Estados Unidos pues así no guste pues es el país más importante del mundo y ya uno compara a Europa con todo su desarrollo en Estados Unidos está en otro nivel en cuanto el tema digamos de la inclusión de Barreras arquitectónicas de todos estos temas porque es que Estados Unidos lo contempla todo es un país espacioso es un país que tiene todo completamente hay transporte público o especializado y no solamente una empresa que no llama y la contrata sino que están todo el tiempo disponibles para en el momento que se presente el transporte una persona con discapacidad, los restaurantes y muchos de los hoteles económicos y de precios medios bajos también ya están adaptados ósea no diría yo que 100% sino que podría

decir 80% está listo y preparado para personas con discapacidad aparte pues de las políticas allá si son muy exigentes muy digamos muy cumplibles digamos que como para mí es el país que está más preparado para las personas con discapacidad sin visitar países que también son líderes en el tema como Australia como Alemania cómo Noruega como Canadá y pues los que he visitado Estados Unidos es diferente.

9. En el contexto nacional ¿Qué ciudades ha visitado?

No, pues muchas las capitales la mayoría Medellín, Bogotá, Manizales, Pereira, Armenia, obviamente Cali, Barranquilla, Cartagena y Santa Marta pasto uy he estado casi en todos, a me falta conocer Leticia y otra capital, pero casi todas las capitales.

10. ¿Cree usted que Bogotá cuenta con infraestructura accesible?

Parcialmente yo diría que parcialmente tiene algunos sectores muy accesibles ósea vamos hablar de una manera muy parcial pero a Bogotá le falta demasiado a Bogotá le falta demasiada y si a Bogotá le falta demasiado imagínate lo que le falta el resto del país, Medellín ahí más o menos va como como por la misma línea pero pues Medellín en muchos sectores todavía sigue siendo también una ciudad intermedia así pues digamos con todo lo bonito que es Medellín y todo eso y digamos que Bogotá está un poquito más adelante en cuanto a accesibilidad pero también falta mucho, falta mucho porque como te digo una cosa es estar en la 26 estar por allí por dónde esta gran estación y otra cosa es bueno yo estar en la séptima o estar en esos lugares.

Otra cosa es irte para Soacha o saliendo de Bogotá o irte para Teusaquillo que uno encuentra ese tipo de cosas y qué uno dice bueno es una ciudad es ésta y otras es está otra entonces si le falta mucho a Bogotá pero lo intenta pero pues falta mucho falta mucho es la ciudad que debería ser líder y está para ser líder y está para hacer vanguardista en todos esos aspectos pero pues no lo es.

11 En su opinión ¿Qué le falta a Bogotá para ser una ciudad turísticamente accesible?

Yo pienso que son barreras como te digo las políticas son muy bonitas y una teoría Colombia tiene unas políticas públicas en cuanto a políticas públicas en el papel son muy buenas falta es ejecución, falta de disposición de quienes administran esos recursos administran en esos que haceres ósea digamos a esas personas para sacar adelante esos ítem que allí se plasman Colombia

potencialmente debe ser líder en cuanto inclusión y yo creo que en algunos aspectos yo terminé haciéndolo pero no terminé haciéndolo por su gran capacidad sino terminé haciéndolo por la poca capacidad de los otros países entonces Colombia terminar siendo por ejemplo cómo te dijera yo aquí en inclusión del 30% y es el líder porque en Chile Argentina en Perú en Ecuador es del 15 a 20 30 o menos del 30% no es líder por la capacidad sino por la poca capacidad de los otros.

Colombia debe ser la doliente principal de todo eso porque Colombia tiene un historial digamos bélico que hace que haya gran cantidad personas con discapacidad y muchas físicas cómo son las víctimas de mina las víctimas de impactos de armas de fuego Colombia tiene un gran cantidad de personas con discapacidad Entonces debería ser líder y digamos prestarle mucha atención a todos estos aspectos Y no y no ser accesible por sectores están elitista sino que ser accesibles para todas las personas con discapacidad.

12 ¿Usted ha participado en rutas turísticas en los últimos 3 años?

Yo hago mi ruta turística ósea yo la diseño no sé bajo qué parámetros se rige una ruta turística tú dices así que son más de 24 horas de estar Pues sí viajado mucho lugares más de 24 horas incluso muchos días y he visitado lugares turísticos he conocido pues hace dos años estuve en Aguascalientes en México y eso fueron 9 días donde conocí casi todo sus fiestas su cultura su gastronomía sus calles conocí muchas cosas de esta ciudad y yo creo que es una ruta turística es una ruta turística pero no digamos no entra en el contexto como tú me lo planteas que no se hace con esa misión no es que yo voy a turistar no fui a competir y en medio de ese competir hay todo un componente turístico que uno hace desde comprar el boleto para viajar ir llegar hospedarme y conocer visitar todo ese tema de estadía y volver.

Si en el mismo día estuvimos ahí en el cementerio y estuvimos en caminito estuvimos en una cosa que le llaman ellos el Planetario estuve en el Museo de Boca Junior ese mismo día estuve en casa rosada ese mismo día estuve pues digamos en calle Florida entonces conociendo los teatros que quedan en la calle corrientes y eso fue en el mismo día saliendo a las 8 de la mañana y llegamos casi a las 7 de la noche.

13 ¿Qué opinión tiene acerca de la propuesta de realizar una ruta turística gastronómica para personas en condición de discapacidad motriz en la ciudad de Bogotá?

Qué opinión tengo, la opinión pesimista o la opinión optimista es que a ver Bogotá me genera varias sensaciones te la voy a responder de una manera muy subjetiva, Bogotá me genera muchas sensaciones en cuanto al tema de movilidad como la accesibilidad que está muy conectada a las 2 no pero son dos luchas fuertísimas y casi que en un mismo. Dios hace todo lo que usted no solamente tiene que luchar contra la movilidad sino que tiene que luchar contra la accesibilidad un dilema moverse o sea lo que usted se demore por ejemplo yo voy a hacer un día una visita, yo sé que solamente voy a visitar de lugar porque de aquí a que salga el otro de que me mueva en Bogotá las 2 horas que le voy a llegar al otro ya va a ser una cosa tenaz entonces no es que me grabé mucho a nivel personal hacer una ruta turística.

En Bogotá la haría y no sé hay un varios factores allí y hay momentos y momentos muy específicos del año enero cuando todo mundo se quiere ir de Bogotá cuando todos se van a viajar me gusta ir a Bogotá pero entonces de los que me gusta en los primeros días del año porque sé que está vacío, porque sé que se puede uno mover porque creo que no puede visitar sé que no saben contar con todo este ajeteo del día de allí entonces en ese orden de ideas me parecería interesante porque Bogotá tiene mucho para conocer, Bogotá tiene toda el historia de color de latín esta ciudad o sea el tema de lo que hay allí por la séptima eso está la historia de la patria está allí metida y todo el tema del Museo del oro, el tema de Monserrate, el tema de esta mina de Zipaquirá el tema de bueno todo el tema la casa de Nariño, El Capitolio todas esas cosas digamos que son que son bien interesantes aparte de que Bogotá pues es una metrópolis.

Hay muchos lugares como centros comerciales para visitar se encuentra de todo entonces sería algo bien interesante aparte de que como es un poquito de todo y todo el tema gastronómico digamos que tiene un lugar en Bogotá en Bogotá hay lugares donde se consigue chuleta valluna están lugares donde se consigue el tamal tolimense donde consigue el sancocho también donde consigue el ajiaco donde consigue la lo que hacen estos de Los Costeños entonces Bogotá tiene todos esos lugares y que lo hacen interesante que es lo que lo limita el tema de movilidad y la accesibilidad también en algunos lugares. Puede ser cualquiera se puede hacer en unos momentos muy específicos, pero por ejemplo ahorita se puede hacer, pero si yo me voy a ir por allá en mayo junio en realidad como es en Bogotá es un dilema moverse en Bogotá es un dilema

en julio no tanto porque las universidades ya han salido un poco a receso, pero moverse en Bogotá es terrible.

14 ¿Además de la accesibilidad te gustaría esta propuesta para estas personas en condición de discapacidad?

Sí sería interesante porque sería algo más personalizada como adaptada a la persona ósea Digamos como que a la orden de quién de quién la solicita como tú dices de un transporte especializado y uno lugares digamos específicos y vamos donde contemplen todo esto sería interesante Claro que sí claro que sí porque para mí como usuario silla de ruedas ya sería interesante ir a turistar a Bogotá hace que yo quiera ir agarrar un taxi encontrar un lugar y comer No pues no pero sí ya está todo digamos todo esto contemplado ser interesante conocer no Claro que sí.

He ido a papá Johns ¿conoces papa johns? ¿Es un lugar por la esperanza tienes que ir Bueno he ido a Andrés carne de res que también tienen un restaurante por ahí por la esperanza Lo mas de chévere qué restaurante he visitado? ¿He visitado unos restaurantes en la séptima que no recuerdo el nombre pero que son muy ricos y los que hay en los centros comerciales Pues he visitado muchos en los centros en los centros comerciales he ido pues a varios McDonald's al Corral en varias partes también he visitado En la zona G Usaqué zona T en la 85? No he visitado por allá restaurantes casi todos son la esperanza la 26 y lo que está en el centro que está allí por la séptima porque por ahí es por dónde por ahí me quedo entonces no me voy a ir a gastarme dos horas estresarme dos horas y a gastar gasolina sabiendo que hay cerca acá muy fácil muy accesibles hay uno que llama Pepe que venden unos pollos Deliciosos y por ahí por Corferias también hay varios restaurantes y no que yo no recuerdo ni nombre sé que por ahí está Andrés carne de res y que por ahí está papá Yo sé que por ahí hay un Corral bien que por la embajada Hay varios restaurantes mexicanos no es como yo no caí de atrás de la embajada de la embajada creo que es mexicano lo más delicioso y pero siempre son por ahí son accesibles por ahí porque hay zona hotelera y contemplan eso temas.

- Francisco Muchísimas gracias por tu tiempo y por concedernos esta entrevista para nuestro proyecto
- Con todo gusto, bueno que le vaya bien.

15.2.2. Entrevista a Iván Antonio Vásquez.

Buenos días señor Iván esta entrevista es solamente con ánimo de estudio para la tesis de grado que es la propuesta de una ruta turística gastronómica.

1 ¿Yo quisiera saber un poquito quien es el señor Iván Vásquez?

Yo soy Iván Antonio Vásquez Buenos días soy el presidente de la asociación de discapacitados avanzaremos de Buga llevo 8 meses en el cargo estamos luchando por las personas en condición de discapacidad de esta ciudad y del valle del cauca.

2 La asociación avanzaremos ¿Por qué crear esta corporación y con cuantas personas cuenta actualmente?

La creamos para brindar a las personas en condición de discapacidad del municipio de Guadalajara de Buga un mejor nivel de vida tanto en lo cultural, económico y en cuanto a lo laboral ya que a las personas en condición de discapacidad no se les brinda accesibilidad a muchas partes tampoco tienen un trabajo digno casi todas las personas en condición de discapacidad trabajan de rebusque entonces hemos hecho alianzas con varias empresas de la ciudad de Buga pero para brindarles a estas personas un mejor nivel de vida estas empresas como es cañaveral, alcaldía municipal y el terminal de transportes de Buga nos colaboran dándoles empleo a estas personas en condición de discapacidad.

3 ¿Qué le parecería una iniciativa turística para su asociación?

De hecho, ya contamos con una unidad productiva que se llama restaurante Mana la cual es dirigida por personas en condición de discapacidad, es un restaurante típico que está ubicado en la calle 5 # 11-25 en una casa colonial, en una casa antigua colonial muy hermosa y estamos brindando el servicio de restaurante hace 5 años durante 5 años iniciamos este proyecto y hasta ahora lo hemos mantenido, yo soy el encargado del restaurante de la parte administrativa de este restaurante aquí las personas en condición de discapacidad han venido colaborando con esto y nos hemos sostenido durante estos 5 años.

4 ¿Cuándo usted realiza viajes como ha sido su experiencia con el transporte?

El transporte es muy difícil porque inclusive yo soy uno de los discapacitados que no me gusta viajar por la incomodidad del transporte porque igual lo tienen que subir a uno cargado porque la gente lo está mirando porque se ensucian la ropa cuando lo cargan entonces la verdad, el transporte de Colombia para estas personas en condición de discapacidad no es bien no hay una comodidad para un discapacitado viajar de una ciudad a otra porque no hay buses adaptados para esto

5 ¿Cuándo viaja lo hace en compañía de algún familiar o viaja solo?

Siempre que me toca viajar con algún amigo o con algún familiar

6 En las ciudades que ha podido viajar ¿qué tan accesibles le parecen los restaurantes o los hoteles en cuanto a su infraestructura?

Muy mala la infraestructura de los hoteles y de los restaurantes inclusive que de entrada no tiene la rampa de acceso y si uno va a quedarse una noche en un hotel los baños son súper estrechos las puertas de los baños y no hay forma de una persona en condición de discapacidad bañarse en estos baños

7 ¿En sus viajes ha tenido la oportunidad de realizar actividades turísticas?

Si hemos conocido diferentes partes bonitas de Colombia

8 ¿Qué destino que ha visitado considera que es accesible para personas en condición de discapacidad motora?

No muy pocos cuando fui a Medellín estaban iniciando lo del metro y pues no sé qué accesibilidad dejaron en el metro, pero realmente me parece que falta mucho sobre esta materia

9 ¿Usted ha participado en rutas turísticas en los últimos 3 años?


No

10 ¿Qué opinión tiene acerca de la propuesta de realizar una ruta turística gastronómica para personas en condición de discapacidad motriz en la ciudad de Bogotá?

Sería maravilloso que esta idea se llevara a cabo puesto que sería una plataforma para que estas personas en condición de discapacidad vayan y conozcan esta ciudad pero que cuenten con la accesibilidad necesaria para que se sientan cómodas

- Muchas gracias señor Iván por su tiempo y por brindarnos esta entrevista
- Con mucho gusto gracias a ustedes por preocuparse por esta problemática de las personas en condición de discapacidad de Colombia digo porque pues no solo es de acá de Buga, sino que veo que usted pertenece a Bogotá y es interesante

15.3. Check List

	FORMATO			CODIGO: GDS-P40-F3	
	LISTA DE CHEQUEO			VERSIÓN: 01	
				FECHA: 03-05-14	
			PÁGINA 1 de 1		
FECHA DE VISITA:		BOGOTÁ			
INFRAESTRUCTURA					
LOCALIDAD					
Nota: Esta lista de chequeo esta basada en los requisitos minimos exigidos, Estudios arquitectonicos y urbanisticos para la consolidacion del plan maestro de equipamientos culturales					
ASPECTO EVALUADO	DESCRIPCION	CUMPLE	SI	NO	OBSERVACIONES
INFRAESTRUCTURA					
ACCESOS	El ancho mínimo libre del vano de la puerta debe ser de 0,80m.				
	La altura mínima libre de la puerta debe ser 2,05m				
PASILLOS Y CORREDORES	Los pasillos tendrán un ancho mínimo de 1,20m				
	el piso de los corredores debe ser firme, antideslizante				
RAMPAS	10m entre 15m la pendiente máxima será del 6 %, 3 m entre 10 m la pendiente máxima será del 8 %, 1,5 m entre 3 m la pendiente máxima será del 10 %, -1 entre 1,5 m la pendiente máxima será del 12 %.				
	El ancho mínimo libre de las rampas ser a de 0,90m.				
BAÑO	La puerta de la cabina del inodoro debe ser mayor o igual a 0,90m de ancho				
	inodoro/orinal 0,45 a 0,50 mt del piso				
	En el interior debe disponer de un área de 1.20m de ancho por 1				
	Barra horizontal pared mas cercana 0,70 cm del piso				
	Distancia de la pared a la barra 0,03 a 0,04 mt				
	Lavamanos 0,70 mt del piso				
	Lavamanos ancho 0,80 mt				
	Lavamanos profundidad 0,70 mt para que entren las rodillas y se puedan acercar a lavamanos				
	Control de luz / accesorios 1,20 mt del piso				
	Espejo parte baja a 0,80 mt del piso				

15.4. Cotizaciones para paquete turístico

15.4.1. Transporte.

Señor (a) lizzet daniela martinez meza,

Señor (a)
lizzet daniela martinez meza
lis_02_94@hotmail.com
bogota

Asunto: Cotización Servicio de Transporte

Es muy grato para nosotros presentar la siguiente oferta a continuación indicamos las características principales del servicio.

ORIGEN - DESTINO SERVICIO	TIPO VEHÍCULO	No PASAJEROS	FECHA DEL SERVICIO	FECHA DE REGRESO	VALOR
Servicio de Transporte Especial aeropuerto de bogota, visitar diferentes atractivos turísticos de la ciudad, los horarios el primer día sería desde las 8 am hasta las 10 pm y para el segundo día sería desde las 8:30 am hasta las 6:30 pm. Van 10Pax	Van	10Pax	07/07/2018	08/07/2018	\$900000

Condiciones Comerciales:

Se confirma el servicio con el pago del 50% del valor (según fechas de operación). El 50% del pago restante, debe estar cancelado en su totalidad mínimo 24 Horas hábiles antes de la fecha de la prestación del servicio, enviar al correo comercial@turismomultimodal.com soporte de pago, si se debe de facturar a nombre de empresa Adjuntar Rut, para factura a persona natural enviar copia de la cédula, dirección y teléfono. Una vez confirmado el pago, se procede a la asignación de vehículo y elaboración de factura, la cual será adjuntada por correo electrónico o envié en física. Transportes Multimodal notificara la ficha técnica del servicio, donde se indica nombre del logístico asignado, número de contacto, e información del vehículo.

Formas de Pago: Depósito en cuenta de Corriente Bancolombia # 436 436 81 501

Validez oferta: 2 días hábiles (consultar disponibilidad de vehículo, antes de efectuar pago)



15.4.2. Asistencia médica.



TRM del día	2865.79
PERSONAS 10	1
PLAN 2 DIAS	AC SMART 60
TOTAL USD	31.40
TOTAL PESOS	\$ 90.000

Buenos días

Adjunto encontrará la ficha de beneficios de nuestro productos AC Smart; Para realizar la solicitud de este producto es necesario contar con los siguientes datos:

Datos para Emisión:

Nombres completos:
Fecha de viaje (partida) (regreso):
Destino de viaje:
Fecha de nacimiento:
Cedula:
Correo electrónico:
Teléfono:
Dirección de residencia (ciudad):
Contacto de emergencia (nombre) y teléfono en Colombia
Nombre y cedula de la persona a la cual facturar, si es una empresa adjuntar el RUT.

FORMAS DE PAGO:

*Tarjeta de crédito-Debito
Consignación o transferencia bancaria a las siguientes cuentas:
*Davivienda:
Cuenta corriente 004369999237 ASSIST-CARD DE COLOMBIA LIMITADA
*Bancolombia:
Cuenta corriente 03923945406 ASSIST CARD DE COLOMBIA LIMITADA

"Los precios incluidos en esta cotización están sujetos a modificaciones sin previo aviso".

Cordialmente:

Oscar Guarín
Coordinador Comercial
Cr. 11 # 82 01 Piso 8
Bogotá - Colombia
Teléfono: (571) 6382120 Ext. 73702
Celi: 3186943310



15.4.3. Enfermera.

COTIZACIÓN

Buen Día Daniela Messa, atendiendo a tu solicitud hago envío de la cotización para el cuidado de 10 personas adultos mayores, el turno se cobraría a 60.000 pesos por 12 horas de 7:00pm a 7:00am, teniendo en cuenta que 5 de estas personas están con discapacidad necesitan cuidados más especiales y ayudarlos a movilizarse, en el precio va incluido la atención a todos los pacientes durante todo el turno, toma de signos vitales, ayudarlos a ingerir las medicación ordenada y por último el baño en la mañana antes de entregar el turno, quedo atenta a tu respuesta, Gracias

Daniela Vasquez, Auxiliar de enfermería

15.4.4. Hotel.

15.4.4.1. Grand park.



15.4.4.2. La Sabana.



Hotel La Sabana
CANTO INTERNACIONAL

ACOMODACIÓN	TARIFA ANTES DE IVA	TARIFA TOTAL
HAB SENCILLA	\$ 84.034	\$ 100.000
HAB DOBLE	\$ 109.244	\$ 130.000
HAB TWIN	\$ 130.252	\$ 155.000
HAB TRIPLE	\$ 179.832	\$ 214.000
HAB CUADRUPLE	\$ 233.613	\$ 278.000
HAB SUITE	\$ 176.471	\$ 210.000
PAX ADICIONAL	\$ 60.000	\$ 60.000

15.4.5. Restaurante.

15.4.5.1. La olla de toty.

No.		DÍA	MES	AÑO
Restaurante La Olla				
Totón 9 mayo				
CANT.	DESCRIPCIÓN DEL ARTÍCULO	U	P	V TOTAL
10	de Yuico	10.000		
	1 Unidad			
	10 Unidades			
	\$ 100.000			
FIRMA				TOTAL \$ 100.000.

15.4.5.2. Florida.

Arroces		Ternera con Verduras.....\$26.000 Lomo de ternera y verduras crujientes pasadas por wok.	
Arroz Frito.....	\$22.000	Pollo	
Combinación de verduras, pollo y arroz aromatizado con albahaca, acompañado de papa a la francesa.		Pollo Maryland.....	\$26.000
Arroz Pollo y Camarón.....	\$42.000	Pechuga a la plancha acompañada de durazno, ciruela pasa y bananitos apenados.	
Camarones, pollo y coco con arroz parborizado acompañado de papa a la francesa.		Pechuga de Pollo con Champiñón.....	\$27.000
Carnes Rojas		Pechuga a la plancha en una cremosa salsa de champiñón.	
Churrasco Argentino.....	\$43.000	Pechuga de Pollo Rellena.....	\$25.000
Tradicional corte de chatas a la plancha con salsa de chimichurri.		Exquisita pechuga rellena de jamón y queso o de frutos secos, bañada en salsa de vino.	
Filet Mignon.....	\$44.000	Tepanyaquí de Pollo y Verduras.....	\$25.000
Deliciosa porción de lomo envuelta en tocineta y bañada en salsa de vino y champiñones.		Pechuga de pollo troceada con champiñones y verduras.	
Medallones de Lomo a las Tres Pimientas.....	\$40.000	Escabados	
Corazón del lomo bañado en salsa de pimienta rosada, verde y negra.		Filete de Róbalo al Ajillo.....	\$35.000
Lomo de Res al Dijon.....	\$45.000	Exquisito róbalo a la plancha en salsa de ajillo.	
Lomo de res sellado y terminado al vino y con mostaza Dijon servido sobre cama de pasta corta.		Filete de Róbalo al Gratin.....	\$34.000
Lomo Peruano.....	\$33.000	Róbalo grillado en salsa de camarones y gratinado con queso parmesano.	
Plato de tradición peruana servido sobre papa a la francesa.		Salmón al Thermidor.....	\$45.000
Carnes Blancas		Salmón cubierto con una salsa de champiñones, mostaza y queso.	
Lomo de Cerdo.....	\$33.000	Salmón Almendrado.....	\$45.000
Lomo de cerdo a la plancha bañado en salsa de piña, maracuyá, uchuvas, champiñón, o BBQ.		Filete de salmón sobre una exquisita salsa de almendras.	
Lomo de Ternera al Vino.....	\$33.000	Salmón en Salsa de Mandarina.....	\$45.000
Delicioso lomo de ternera bañado en salsa de vino.		Filete de salmón bañado en salsa de mandarina aromatizada con tomillo.	

15.5. Contrato

Datos de reserva:

Es responsabilidad de la Agencia o Cliente verificar que la información relacionada en esta confirmación es correcta y por ende autoriza al OPERADOR TURISTICO a realizar las respectivas emisiones y reconfirmaciones con estos datos. (Nombres, Documentos de identidad, servicios confirmados etc.)

Cualquier diferencia o error en la información suministrada previamente, y que causare cobro por modificaciones o cambios será asumido en su totalidad por el operador o cliente.

Es obligación Del operador o Cliente verificar la documentación requerida y la vigencia de los mismos para su viaje Como: visas, permisos, pasaportes, documentos de identificación, vacunas exigidas, etc.

Depósitos:

Para garantizar cualquiera de los servicios confirmados por parte Del OPERADOR TURISTICO, será indispensable Como mínimo un porcentaje % del valor total del plan. Al realizar el deposito o pago para garantizar cualquier reserva, el cliente o el operador declara que conoce las condiciones de los servicios contratados y acepto los Hoteles, Transporte, Receptivos, etc. registrados en esta confirmación y que nada debe ser entendido como incluido si no esta descrito claramente en esta CONFIRMACIÓN DE SERVICIOS CONTRATADOS.

Pago Total: Todos los planes deben estar cancelados como mínimo 20 días antes del inicio del viaje.

Los Impuestos son calculados mes a mes, por ende solo se garantizan con el 100% del valor de la reserva

Generalidades para Transferencia Bancaria BANCOLOMBIA

Las Consignaciones recibidas deben estar elaboradas en el formato Recaudos Bancolombia Por favor solicite la siguiente información:

Convenio N° 42568

N° Cuenta:

Titular: operador turistico

Nombre del Pagador (Cliente)

Referencia: Nit o Cedula del cliente

Documentos de Viaje: OPERADOR TURISTICO enviara los documentos de Viaje una vez reciba el pago total (100%) del valor de los servicios contratados (Tiquetes, Hotel, Receptivos etc.)

La compra de cualquier producto sólo será efectiva en el momento en que el OPERADOR TURISTICO, valide el pago realizado con la tarjeta de crédito, débito o la forma de pago acordada, y esta haya sido verificada por el departamento contable.

El OPERADOR TURISTICO podrá solicitar información adicional al cliente con el fin de verificar cualquier pago.

**POLÍTICAS POR CAMBIO O CANCELACIONES DE LOS SERVICIOS
EN CONCORDANCIA CON EL NUEVO ESTATUTO DEL CONSUMIDOR**

CANCELACIÓN O CAMBIO DE RESERVA SIN JUSTIFICACIÓN

Cuando la reserva no se vaya a utilizar, el pasajero deberá cancelar la con antelación no inferior a quince (15) días. Cualquier cambio pretendido en su reserva, deberá solicitarlo de manera escrita con la misma antelación, siempre que no se trate de tarifas que tengan restricciones y deberes especiales de confirmación, asumiendo eventuales sobre costos según las condiciones de la tarifa y las disponibilidades del cupo.

PENALIDADES

A.Cancelaciones recibidas entre 20 y 15 días antes del inicio del viaje tendrán un cargo del 20% sobre el valor total del programa por gastos administrativos.

B.Cancelaciones recibidas entre 14 y 11 días antes del inicio del viaje tendrán un cargo del 50% sobre el valor total del programa no se retendrá el depósito o anticipo que previamente hubiere recibido de la agencia o cliente.

C.Cancelaciones recibidas 10 días antes del viaje y la no presentación de los pasajeros (NO SHOW) al inicio de los servicios, tendrá un cargo del 100% sobre el valor total del programa.

NO PRESENTACIÓN (NO SHOW). Cuando el usuario de los servicios turísticos incumpla por no presentarse o no utilizar los servicios pactados, el OPERADOR TURISTICO cobrará los siguientes valores:

A. Tiquetes aéreos: NO SON REEMBOLSABLES NI ENDOSABLE se cobrará el 100% del valor correspondiente al valor comercial de acuerdo a la ruta y fechas de viaje.

B. Hoteles: Se Cobrará 100% del valor total de las noches no usadas

C. Servicios adicionales Receptivos Se cobrará el 100% del valor correspondiente al valor comercial de acuerdo fechas de viaje.

Estas penalidades aplican incluso si la reserva se efectúa entre los rangos de fechas establecidas y podrán variar de acuerdo a la Temporada o eventos especiales como ferias y fiestas etc.

CANCELACIÓN O CAMBIO DE RESERVA POR FUERZA MAYOR JUSTIFICADA

Cuando el cliente o usuarios cancelen su viaje por razón justificada enfermedad o muerte de alguno de los viajero, deberá ser con antelación no inferior a veinticuatro (24) horas al vuelo, la solicitud sólo se tendrá en cuenta si se reciben los soportes que justifiquen la cancelación: (a) Incapacidad médica de la EPS, (b) certificado de defunción etc. Una vez recibidos los soportes se procede a tramitar ante los prestadores de servicio (Aerolíneas, Hoteles, operadores etc.) la exoneración o liquidación de penalidad o diferencias ocasionadas por cambios de fechas, dicho trámite no exime al o a los viajeros del pago de la penalidad, la cual sólo será devuelta en el evento en que los proveedores resuelvan exonerar del cargo por cancelación, el OPERADOR TURISTICO tendrá un plazo no mayor a treinta (30) días calendario siguientes a la fecha en que se radicó la solicitud ante los proveedores.

Los soportes válidos son los siguientes:

1. En caso de enfermedad:

- a) Incapacidad médica expedida por la EPS.
- b) Copia del carnet de la EPS.
- c) Copia de los documentos de identidad de las personas que no viajan.
- d) Carta firmada de los pasajeros informando el motivo por el cual no viaja.

2. En caso de fallecimiento:

- a) Certificado de defunción.
- b) Copia de los documentos de identidad de las personas que no viajan.
- c) Carta firmada de los pasajeros informando el motivo por el cual no viajan indicando el grado de consanguinidad de la persona fallecida

PENALIDADES

A. Tiquetes aéreos

De acuerdo a lo establecido por Aeronáutica Civil se incorporó el derecho de retracto para los tiquetes aéreos y realizó algunas precisiones sobre la figura de desistimiento en la última reforma realizada a la parte tercera del Reglamento Aeronáutico Colombiano (RAC).

En lo referente al derecho de retracto este aplicará solamente a las compras hechas a través de canales no tradicionales o a distancia. (Decreto 1499-2014) **Por lo tanto, las compras de tiquetes realizadas a través de las agencias de viajes no están cobijadas bajo esta figura.**

En cuanto a los tiquetes comprados a través de una agencia de viajes y ligados a una porción terrestre (paquete turístico) estos tiquetes aplican condiciones especiales por su carácter de tarifa promocional

ARTÍCULO SEGUNDO_ Se Modifica el numeral 3.10.1.8. del RAC 3 (Reglamentos Aeronáuticos de Colombia), el cual quedará como sigue:

3.10.1.8.1. Desistimiento.

Lo dispuesto en el presente numeral no aplicará cuando se trate de tarifas promocionales, salvo que sea ofrecido por el transportador, en cuyo evento se aplicará de conformidad con las condiciones ofrecidas.

Por tanto estos **Tiquetes NO SON REEMBOLSABLES NI ENDOSABLE** Se, puede cambiar de vuelo aplicando diferencia de clase si la hubiere, sino fuera posible el cambio de fecha este tiquete tendrá una vigencia máxima de un (1) año o la vigencia especial de la tarifa en que se adquirió. En caso de requerir prórroga se hará el trámite correspondiente ante el

transportador el cual podrá autorizar o no la nueva vigencia. Esta solicitud deberá ser realizada por escrito por el titular del tiquete.

Una vez el pasajero decide viajar, se expedirá un nuevo tiquete, asumiendo el pasajero los costos adicionales por diferencia de tarifa o cargos de acuerdo a la tarifa vigente al momento de expedir el nuevo tiquete (penalizaciones y diferencia de tarifa).

B. Hoteles: Se Cobrará el valor correspondiente a la primera noche, sin embargo se procede a solicitar por parte del Hotel la exoneración de la penalidad, dependerá de la anticipación con la que se realice la cancelación y estará sujeta a la aprobación por parte del Hotel

C. Servicios adicionales Receptivos: los servicios que se hayan pagado como valor adicional serán reembolsados al 100%. Los servicios que estén incluido en el plan serán reembolsados a la tarifa neta que CAMINANTES VIAJES Y TURISMO tenga negociada con el Proveedor. Los receptivos que sean manejados como cortesías no serán reembolsados.

Si la cancelación se hiciera con una anticipación inferior a las 24 horas aplicará las condiciones de NO SHOW.

EXTENSIÓN Y PRÓRROGA DE LOS SERVICIOS TURÍSTICOS. Cuando el usuario desee extender o prorrogar los servicios pactados deberá comunicarlo al prestador con anticipación razonable, sujeta a la disponibilidad y cupo. Los costos causados por las modificaciones y cambios serán asumidos en su totalidad por el cliente o usuario sin responsabilidad por parte del OPERADOR TURISTICO.

REEMBOLSOS: Verifique las condiciones de Reserva y pago

Este procedimiento tiene un costo de \$50.000 + Iva por concepto gastos administrativos

Tiquetes: En caso que aplique reembolso por cancelaciones dentro de los tiempos establecidos en las políticas de reserva y pago.

Si su tickete no es reembolsable, pero permite cambios de fecha, puede reprogramar su viaje sin perder el valor total del boleto. Se realizarán los cobros de los cargos por cambios aplicables.

La tarifa Administrativa no es reembolsable y en caso de cambios o modificaciones que exijan cambiar el tickete se procederá nuevamente a cobrar dicho cargo.

RECLAMACIONES: Deberán ser hechas por escrito o, vía e-mail. Al correo

PQR: Sigla de abreviación de las Peticiones, Quejas y Reclamos.

- **PETICIÓN:** es una solicitud verbal o escrita con el propósito de requerir su intervención en un asunto puntual y concreto. La petición puede ser una solicitud, una información o una sugerencia.

- **QUEJA:** Manifestación de insatisfacción de una Agencia con relación a la atención recibida por parte de Caminantes Viajes y Turismo

- **RECLAMO:** Manifestación de insatisfacción de un cliente, con relación a la no-conformidad en la prestación de un servicio operados o prestados por un tercero (Proveedor)

Las presentes "Condiciones Generales" son regidas por las normas del ordenamiento civil mercantil y demás leyes aplicables. OPERADOR TURISTICO con registro Nacional de Turismo Número 67543 expedido por el Ministerio de Comercio Industria y Turismo, está sujeta al régimen de responsabilidad que establece la Ley 300 de 1996 y D.R. 1075/97, Decreto 2438 de 2010 y demás decretos reglamentarios.

Contra la pornografía infantil

Actuamos de conformidad con lo establecido en la Ley 679 del 3 de agosto de 2001 expedida por el congreso de la República con la cual se dictan disposiciones para prevenir y contrarrestar la explotación, la pornografía y el turismo sexual con menores de edad Igualmente está en contra de la explotación laboral infantil. En este sentido Acatamos las consideraciones de la Ley1336/09, Ley 1329/09 y la Resolución 3840/09 y sus posteriores reformas

Nos oponemos a todo tipo de discriminación por género, credo, raza, inclinación sexual, ideología, edad, procedencia, discapacidad, etc, y condenamos todas sus manifestaciones. Trabajamos bajo criterios incluyentes de igualdad y respeto.

De acuerdo con lo establecido en dicha Ley, todas las personas deben prevenir, bloquear, combatir y denunciar la explotación, alojamiento, uso, publicación, difusión de imágenes, textos, documentos, archivos audiovisuales, uso indebido de redes globales de información, o el establecimiento de vínculos telemáticos de cualquier clase relacionados con material pornográfico o alusivo a actividades sexuales de menores de edad.

En desarrollo de lo dispuesto en el artículo 17 de la Ley 679 de 2001, el operador advierte al turista que la explotación y el abuso sexual de menores de edad en el país son sancionados penal y administrativamente, conforme a las leyes vigentes. Así mismo y con el fin de dar cumplimiento a la Resolución 3840 del 24 de diciembre de 2009 y según el Artículo 1 de la Ley 1336 del 21 de julio de 2009, el OPERADOR TURISTICO. Adoptó un modelo de Código de Conducta, por prevención.

