

**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**  
**FACULTAD DE POSGRADOS**  
**MAESTRÍA EN GESTIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS**



**TEMA**

---

“ANÁLISIS DE LAS NORMAS ISO DEL SECTOR TURÍSTICO CON EL FIN DE  
MEJORAR LA CALIDAD EN EL SERVICIO EN LA CIUDAD DE QUITO”

---

Trabajo de Investigación previo a la obtención del título de Magíster en Gestión de  
Empresas Turísticas.

**AUTORA:**

Adriana Lucía Ocaña López

**DIRECTOR:**

Msc. Álvaro René Pérez González

Ibarra - Ecuador,  
2023



# UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

## BIBLIOTECA UNIVERSITARIA

### AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

#### 1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

En cumplimiento del Art. 144 de la Ley de Educación Superior, hago la entrega del presente trabajo a la Universidad Técnica del Norte para que sea publicado en el Repositorio Digital Institucional, para lo cual pongo a disposición la siguiente información:

| DATOS DE CONTACTO    |                                   |                 |            |
|----------------------|-----------------------------------|-----------------|------------|
| CÉDULA DE IDENTIDAD: | 0503350274                        |                 |            |
| APELLIDOS Y NOMBRES: | OCAÑA LÓPEZ ADRIANA LUCÍA         |                 |            |
| DIRECCIÓN:           | 6 DE DICIEMBRE Y RÍO COCA – QUITO |                 |            |
| EMAIL:               | adry11_88@hotmail.es              |                 |            |
| TELÉFONO FIJO:       | 026039776                         | TELÉFONO MÓVIL: | 0984562236 |

| DATOS DE LA OBRA                   |   |
|------------------------------------|---|
| TÍTULO:                            | “ANÁLISIS DE LAS NORMAS ISO DEL SECTOR TURÍSTICO CON EL FIN DE MEJORAR LA CALIDAD EN EL SERVICIO EN LA CIUDAD DE QUITO” |
| AUTOR (ES):                        | ADRIANA LUCÍA OCAÑA LÓPEZ   |
| FECHA DE APROBACIÓN:<br>DD/MM/AAAA | 2023-07-20  |
| PROGRAMA:                          | <input type="checkbox"/> PREGRADO <input checked="" type="checkbox"/> POSGRADO  |
| TITULO POR EL QUE<br>OPTA:         | Magíster en Gestión de Empresas Turísticas  |
| ASESOR /DIRECTOR:                  | Tutor: Mgs. Álvaro Pérez González<br>Asesora: Mgs. Lucía Pinargote Yépez  |

#### 2. CONSTANCIAS

El autor (es) manifiesta (n) que la obra objeto de la presente autorización es original y se la desarrolló, sin violar derechos de autor de terceros, por lo tanto, la obra es original y que es (son) el (los) titular (es) de los derechos patrimoniales, por lo que asume (n) la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrá (n) en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

Ibarra, a los 20 días del mes de julio de 2023

**EL AUTOR:**

Adriana Ocaña López

## CERTIFICACIÓN DEL DIRECTOR

Ibarra, 21 de julio del 2023

Msc. Álvaro René Pérez González

DIRECTOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

### CERTIFICA

Haber revisado el presente informe final del trabajo de titulación: "Análisis de las normas ISO del sector turístico con el fin de mejorar la calidad en el servicio en la ciudad de Quito", elaborado por la Ing. Adriana Lucía Ocaña López con cédula de ciudadanía 050335027-4. Cabe agregar que este producto ha sido desarrollado bajo mi tutoría y se sujeta a las normas y metodología dispuestas en el reglamento del título a obtener, por lo tanto, autorizo su presentación a la sustentación para la calificación respectiva y para los fines legales pertinentes.



Msc. Álvaro René Pérez González

C.C. 1103328710

## ÍNDICE DE CONTENIDOS

|  |      |
|--|------|
| AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN                                | iii  |
| RESUMEN .....  | VIII |
| ABSTRACT .....   | IX   |
| CAPÍTULO I. EL PROBLEMA .....                                    | 1    |
| 1.1. Problema de investigación .....                             | 1    |
| 1.2. Antecedentes .....  | 2    |
| 1.3. Objetivos de la investigación .....                         | 2    |
| 1.3.1. Objetivo general .....                                    | 2    |
| 1.3.2. Objetivos específicos.....                                | 3    |
| 1.3. Justificación .....   | 3    |
| CAPÍTULO II: MARCO REFERENCIAL.....                              | 5    |
| 2.1. Marco Teórico.....  | 5    |
| 2.1.1. Estado del arte .....                                     | 5    |
| 2.1.1.1. Internacionales.....                                    | 5    |
| 2.1.1.2. Regionales .....  | 6    |
| 2.1.1.3. Nacionales .....  | 7    |
| 2.2. Marco conceptual.....                                       | 8    |
| 2.2.1. ISO (International Organization for Standardization)..... | 8    |
| 2.2.2. Normas ISO.....   | 9    |
| 2.2.2.1. Finalidades y ventajas de las normas ISO .....          | 10   |
| 2.2.2.2. Tipos de normas ISO .....                               | 11   |
| 2.2.3. Prestadores de servicios turísticos.....                  | 12   |
| 2.2.3.1. Calidad en los servicios turísticos .....               | 13   |
| 2.2.3.2. Indicadores de calidad .....                            | 15   |
| 2.2.3.3. Calidad en servicios turísticos en Ecuador .....        | 17   |
| 2.3. Marco Legal.....  | 18   |

|   |    |
|---|----|
| CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO .....                | 20 |
| 3.1. Enfoque de la investigación .....                | 20 |
| 3.2. Alcance del estudio .....                        | 20 |
| 3.2.1. Diseño de la investigación.....                | 21 |
| 3.3. Población y muestra.....                         | 21 |
| 3.3.1. Muestra.....                                   | 21 |
| 3.4. Plan de recolección de información y datos ..... | 23 |
| 3.4.1. Técnicas.....                                  | 23 |
| 3.4.2. Instrumentos .....                             | 23 |
| 3.4.2.1. Guía de entrevista .....                     | 23 |
| CAPÍTULO IV .....                                     | 25 |
| RESULTADO Y DISCUSIÓN .....                           | 25 |
| 4.1. Análisis de resultados .....                     | 25 |
| 4.2. Análisis de entrevistas a expertos .....         | 50 |
| 4.3. Discusión .....                                  | 57 |
| CAPÍTULO V: PROPUESTA .....                           | 60 |
| CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....                  | 70 |
| Conclusiones .....                                    | 70 |
| Recomendaciones .....                                 | 71 |
| Referencias Bibliográficas.....                       | 72 |
| Anexos .....  | 75 |

## Índice de tablas

|  |    |
|--|----|
| Tabla 1. Normas Técnicas adoptadas en Ecuador para el sector turístico.....                          | 12 |
| Tabla 2. Normas de calidad por sector priorizado.....  | 18 |
| Tabla 3. Desarrollo de instrumentos.....   | 23 |
| Tabla 4. Guía de entrevista.....   | 23 |
| Tabla 5. Información sociodemográfica de la muestra.....   | 25 |
| Tabla 6. Elección de Quito como destino - Tipo de turismo.....                                       | 27 |
| Tabla 7. Duración de su estadía.....   | 28 |
| Tabla 8. Tipo de alojamiento elegido.....  | 29 |
| Tabla 9. Motivo de elección del tipo de alojamiento.....   | 30 |
| Tabla 10. Satisfacción del servicio de alojamiento.....  | 32 |
| Tabla 11. Nivel de calidad del servicio de alojamiento.....  | 33 |
| Tabla 12. Tipo de servicio de alimentación utilizado.....  | 34 |
| Tabla 13. Nivel de satisfacción de alimentación.....   | 35 |
| Tabla 14. Nivel de calidad tiene el servicio de alimentación.....                                    | 36 |
| Tabla 15. Tipo de transporte utilizado.....  | 37 |
| Tabla 16. Nivel de satisfacción del servicio de transporte utilizado.....                            | 38 |
| Tabla 17. Nivel de calidad de vida en la ciudad de Quito.....  | 39 |
| Tabla 18. Nivel de actividades turísticas en la ciudad de Quito.....                                 | 40 |
| Tabla 19. Medios de difusión conoció sobre las actividades y atractivos turísticos de Quito<br>..... | 41 |
| Tabla 20. Nivel de calidad de la promoción del turismo de la ciudad de Quito.....                    | 42 |
| Tabla 21. Limpieza de la ciudad de Quito.....  | 43 |
| Tabla 22. Accesibilidad (servicios para personas con discapacidad) de la ciudad de Quito<br>.....    | 44 |
| Tabla 23. Nivel de cuidado de la naturaleza o área verdes de la ciudad de Quito.....                 | 45 |
| Tabla 24. Nivel de cuidado del patrimonio cultural de la ciudad de Quito.....                        | 46 |
| Tabla 25. Nivel de seguridad en la ciudad de Quito.....  | 47 |
| Tabla 26. Solidaridad, respeto y tolerancia de los habitantes de la ciudad de Quito.....             | 48 |
| Tabla 27. Servicios públicos de la ciudad de Quito.....  | 49 |
| Tabla 28. Análisis de entrevista - 1er experto/profesional.....                                      | 50 |
| Tabla 29. Análisis de entrevista - 2do experto/profesional.....                                      | 51 |
| Tabla 30. Análisis de entrevista – 3er experto/profesional.....                                      | 54 |
| Tabla 31. Cronograma de la propuesta.....  | 65 |

## Índice de figuras

|  |    |
|--|----|
| Figura 1. Elección de Quito como destino - Tipo de turismo .....                                   | 27 |
| Figura 2. Duración de su estadía .....   | 28 |
| Figura 3. Tipo de alojamiento elegido.....   | 29 |
| Figura 4. Tipo de alojamiento elegido.....   | 30 |
| Figura 5. Satisfacción del servicio de alojamiento .....   | 32 |
| Figura 6. Nivel de calidad del servicio de alojamiento .....                                       | 33 |
| Figura 7. Tipo de servicio de alimentación utilizado .....   | 34 |
| Figura 8. Nivel de satisfacción de alimentación.....   | 35 |
| Figura 9. Nivel de calidad tiene el servicio de alimentación.....                                  | 36 |
| Figura 10. Tipo de transporte utilizado .....  | 37 |
| Figura 11. Nivel de satisfacción del servicio de transporte utilizado.....                         | 38 |
| Figura 12. Nivel de calidad de vida en la ciudad de Quito.....                                     | 39 |
| Figura 13. Nivel de actividades turísticas en la ciudad de Quito .....                             | 40 |
| Figura 14. Medios de difusión conoció sobre las actividades y atractivos turísticos de Quito ..... | 41 |
| Figura 15. Nivel de calidad de la promoción del turismo de la ciudad de Quito .....                | 42 |
| Figura 16. Limpieza de la ciudad de Quito .....  | 43 |
| Figura 17. Accesibilidad (servicios para personas con discapacidad) de la ciudad de Quito .....    | 44 |
| Figura 18. Nivel de cuidado de la naturaleza o área verdes de la ciudad de Quito .....             | 45 |
| Figura 19. Nivel de cuidado del patrimonio cultural de la ciudad de Quito.....                     | 46 |
| Figura 20. Nivel de seguridad en la ciudad de Quito .....  | 47 |
| Figura 21. Solidaridad, respeto y tolerancia de los habitantes de la ciudad de Quito ....          | 48 |
| Figura 22. Servicios públicos de la ciudad de Quito .....  | 49 |
| Figura 23. Análisis FODA.....  | 62 |

## **RESUMEN**

En los últimos años, el turismo se ha convertido en un sector clave en la economía de muchos países, y Ecuador no es una excepción. En este contexto, las empresas turísticas de la ciudad de Quito deben estar en constante evolución para garantizar la calidad en el servicio que ofrecen para satisfacer las necesidades de los turistas. Una herramienta que puede ayudar a las empresas a mejorar su calidad en el servicio es la implementación de las normas ISO del sector turístico. Esta investigación tuvo como objetivo analizar dichas normas del sector turístico para mejorar la calidad de servicios y productos. Para cumplir con esto, se aplicó una metodología con enfoque mixto, de carácter documental, de campo y descriptivo, se obtuvo información mediante instrumentos de recolección de datos como la entrevista y la encuesta. En la primera se involucraron gestores turísticos y expertos que conocen sobre las normativas ISO, la segunda herramienta fue la encuesta que se aplicó a una muestra de 320 turistas que visitaron la ciudad de Quito con fines turísticos y dieron su criterio sobre los servicios del sector. Se obtuvo como resultados que el promedio de calidad de los servicios es considerado satisfactorio y bueno, sin embargo, existen criterios negativos que es necesario corregir y mejorar. Con el fin de afianzar la calidad de los servicios y productos se elaboró una propuesta para la implementación de Normas ISO para el sector turístico. Como conclusión, implementar normas ISO genera un impacto positivo y eleva notablemente la satisfacción del cliente o turista.

Palabras clave: NORMAS ISO, SECTOR TURÍSTICO, CALIDAD DE SERVICIO, MEJORA CONTINUA. QUITO

## **ABSTRACT**

In recent years, tourism has become a key sector in the economy of many countries, and Ecuador is no exception. In this context, tourist businesses in the city of Quito must be in constant evolution to ensure the quality of the service they offer and satisfy the needs of tourists. A tool that can help companies improve their service quality is the implementation of ISO standards for the tourism sector. This research aimed to analyze these tourism sector ISO standards to improve the quality of services and products. To achieve this, a mixed-method, documentary, field-based, and descriptive methodology was applied, and information was obtained through data collection instruments such as interviews and surveys. The first involved tourism managers and experts who know about ISO standards, and the second tool was the survey, which was applied to a sample of 320 tourists who visited the city of Quito for tourism purposes and gave their opinions on the services in the sector. The results showed that the average quality of services is considered satisfactory and good, however, there are negative criteria that need to be corrected and improved. To strengthen the quality of services and products, a proposal for the implementation of ISO standards for the tourism sector was developed. In conclusion, implementing ISO standards generates a positive impact and notably increases customer or tourist satisfaction.

**Keywords: ISO STANDARDS, TOURISM SECTOR, SERVICE QUALITY, CONTINUOUS IMPROVEMENT, QUITO.**

# CAPÍTULO I. EL PROBLEMA

## 1.1. Problema de investigación

En los últimos años, el crecimiento de las empresas turísticas en Ecuador ha sido innegable, abarcando áreas como el alojamiento, la alimentación, la operación turística, el entretenimiento y más. Sin embargo, ha sido evidente la falta de información acerca de cómo garantizar la calidad de estos servicios turísticos para satisfacer las necesidades y expectativas de los clientes.

Una de las maneras de demostrar calidad ante el segmento de mercado turístico es a través de normas internacionales, y estas pueden ser las normas <sup>1</sup>ISO de este mismo sector, las cuales están basadas en un sistema de gestión de calidad con una serie de requisitos mínimos que garantizan eficacia en los procesos de sus servicios y que son posibles de adoptarlas a nuestra realidad como país, al ser estas normas genéricas y globalizadas.

Los esfuerzos por brindar servicios adecuados y óptimos han generado la segmentación de las empresas turísticas, incluso se considera que entre más altos sean los costos que tiene que pagar el visitante, se asume que la calidad será mejor que aquellos servicios más baratos. En ciertas ocasiones este criterio no se cumple y genera malestar en los clientes de las empresas turísticas, creando una mala imagen y reputación en el mercado.

A pesar de la presencia de estas normas no ha existido una cultura de calidad en el sector turístico, es decir una falta de aplicación de estas normas, para lo cual existen varias posibles razones para no haber fomentado e implementado las mismas, estas pueden ser: el desconocimiento de las normas ISO, los costos que implica su aplicación, además el hecho de que las normas son voluntarias y no de cumplimiento obligatorio.

Con referencia a lo anterior se puede enfatizar que la calidad de servicios es un tema que quizá no se lo ha tomado muy en serio ni se lo ha medido como se debería en Ecuador, probablemente porque la cultura de la población está dirigida a priorizar por comprar lo

---

<sup>1</sup> ISO (International Organization for Standardization)

más económico en lugar de preferir ante todo un mejor servicio o producto, y las empresas turísticas no son la excepción, sin generalizar; sin embargo existe un alto índice de compradores que eligen la oferta más barata, tomando en cuenta que no siempre esa opción es equivalente a un servicio eficiente.

Finalmente cabe mencionar que la problemática de las empresas en general y como no las turísticas se enfatiza en la productividad, sin embargo, es de conocimiento público que la rentabilidad de muchas ha decrecido por varios factores como la crisis económica, el desempleo, la inflación y para completar la pandemia del COVID 19, entre otros, que se han convertido en un inconveniente para permitir que las empresas puedan cumplir con sus proyecciones económicas, frente a esto una posible solución para mejorar parte de este panorama sería la implementación de las normas ISO del sector turístico, las mismas que al ser internacionales facilitan el comercio, además del reconocimiento y prestigio de las empresas que las apliquen como un plus de calidad.

## **1.2. Antecedentes**

- La adopción de las normas ISO del sector turístico en el Ecuador se lo ha hecho a partir del año 2014 aproximadamente, por parte del INEN.
- Las normas ISO del sector turístico han sido socializadas a las partes interesadas (academia, empresas públicas y privadas) por medio de los comités técnicos en los cuales se adoptan estos documentos
- Las normas ISO del sector se las prioriza de acuerdo a los requerimientos solicitados por las partes interesadas en el INEN
- Se realiza una revisión sistemática cada 5 años para la actualización de estas normas
- La participación para su estudio es totalmente abierta y además accesible para todos los interesados del sector.

## **1.3. Objetivos de la investigación**

### **1.3.1. Objetivo general**

Analizar las normas ISO del sector turístico para mejorar la calidad del servicio en la ciudad de Quito.

### **1.3.2. Objetivos específicos**

- Identificar la aplicación de normas ISO en las empresas turísticas de la ciudad de Quito
- Evaluar el efecto de las normas ISO en la satisfacción del cliente de las empresas turísticas de la ciudad de Quito
- Proponer estrategias y tácticas en base a la aplicación de las normas ISO en las empresas turísticas de la ciudad de Quito

### **1.3. Justificación**

Durante las últimas décadas, la industria del turismo se ha vuelto extremadamente relevante económicamente, ya que se ha convertido en una de las áreas de más rápido desarrollo en el entorno empresarial contemporáneo. Al hablar de empresa turística, uno de los puntos importantes es identificar cuáles son las razones y preferencias para que el cliente o turista elija un destino, hotel o restaurante, tomando en cuenta la realidad de Ecuador, pero a la vez sería pertinente abordar las estrategias que pueden conducir a mejorar la calidad en los servicios turísticos y a su vez la satisfacción de los clientes.

Una de las tácticas para lograr este objetivo sería la difusión e implementación de adopción de normas internacionales que podrían funcionar en el mercado nacional, cuyo fin sería elevar los estándares de calidad a través de estas normas que están basadas en un sistema de gestión de calidad y que a largo plazo podrían cambiar la perspectiva de la sociedad frente a un servicio de cualquier empresa turística nacional, sin importar el tamaño de la misma o su razón social, es por eso que desde el ámbito académico se puede apoyar a que este proyecto sea viable en conjunto con el sector público y privado, inclusive para la implementación de una política pública que beneficie tanto a la empresa, respecto a su prestigio y confianza que podría brindar por ejemplo, y por supuesto al cliente en cuanto a la satisfacción y bienestar que pueda obtener.

Entre los factores relacionados con el turismo, la calidad del servicio en el turismo ha recibido una creciente atención, los propietarios y administradores de empresas de servicios relacionados al turismo, han buscado incrementar la excelencia en la atención al turista, implementando parámetros, normas o modelos que permitan incrementar el nivel de satisfacción de los turistas. Con este panorama, el estado ecuatoriano a través de

los servicios de normalización INEN, desea establecer la aplicación de dichas normas para mejorar la competitividad a nivel nacional.

Cabe recalcar que la aplicación de estas normas ISO específicamente del sector turístico traería beneficios socioeconómicos como la eliminación de barreras que impiden que las empresas crezcan, el cumplimiento de los requisitos que permite la satisfacción de los clientes o turistas, optimización de recursos, así como la preservación y cuidado de los espacios naturales protegidos, incluidas las manifestaciones culturales y patrimoniales del país.

Por estos motivos, es importante realizar un análisis de las normas ISO en el sector turístico, y determinar porque no se han aplicado adecuadamente en los miles de negocios o empresas turísticas de la ciudad de Quito, con el fin de socializar los beneficios que esta implementación puede generar a los establecimientos y como el flujo de turistas puede incrementarse gracias al mejoramiento de la imagen, servicios y reputación de dichas organizaciones.

## **CAPÍTULO II: MARCO REFERENCIAL**

Esta investigación abarca características descriptivas ya que señala rasgos, cualidades y atributos de la población que es objeto de estudio, en este caso se refiere a la localidad de la ciudad de Quito, cabe mencionar que el objetivo de la tesis es analizar las normas ISO del sector turístico para mejorar la calidad del servicio en la ciudad de Quito, para lo cual se hizo una búsqueda exhaustiva a través de los buscadores Google Académico, Scopus, RefSeek: Academic Search Engine, Revista Información Científica, entre otros que se puedan encontrar en el transcurso de la investigación

### **2.1. Marco Teórico**

En este capítulo se presenta el estado del arte de diferentes estudios y casos relacionados con el problema de la investigación, así también se hace referencia algunas definiciones relevantes para la comprensión del tema central así por ejemplo lo qué es el organismo de ISO (*International Organization for Standardization*), el significado de las normas ISO, su incidencia en el ámbito internacional y nacional, la calidad en los servicios turísticos, los prestadores de servicios turísticos, el comportamiento de las empresas turísticas en la ciudad de Quito respecto a la calidad.

#### **2.1.1. Estado del arte**

A continuación, se presentan investigaciones desde el ámbito internacional, nacional y local directamente con el problema de investigación, las normas ISO, el conocimiento, difusión y aplicación de las mismas en las empresas turísticas de la ciudad de Quito como representantes de la calidad del presente estudio.

##### **2.1.1.1. Internacionales**

Un aporte en cuanto a la aplicación de normas de calidad en el sector turístico es el de Zamora (2019) titulado “Calidad en el sector turístico: marco normativo y planificación”, que analizó la calidad de los servicios turísticos desde el punto de vista del sector público, basándose en experiencias de visitantes que realizaron actividades turísticas en Cataluña y Canarias. Este estudio realizó un análisis jurídico del marco normativo, los instrumentos de planificación y documentación que ampara las normas de calidad de los servicios de

turismo.

La autora Iacobescu (2020) indica la importancia del cumplimiento de los objetivos de desarrollo sostenible en la prestación de servicios relacionados al turismo, con este fin presentó iniciativas que aportan ventajas al turismo sostenible, entre ellas certificaciones de calidad como la norma ISO 14001 para sistemas de gestión ambiental, norma ISO 9004 cuyo objetivo persigue el éxito sostenido de cualquier tipo de organización o empresa, ISO 14785 que establece una serie de requisitos para oficinas de información turística, ISO 18513 para Servicios Turísticos. Hoteles y Otros Tipos de Alojamiento Turístico y la ISO 20611 que proporciona requisitos para Turismo de Aventura y Buenas Prácticas para la Sostenibilidad.

Según indica Blasco (2020) en la investigación sobre gestión medioambiental en alojamientos turísticos, el turismo forma parte de la vida de la sociedad, y no está ajena a las tendencias que reconfiguran el escenario internacional, efectos y consecuencias. La autora menciona que la gestión del medioambiente ayuda a incrementar las ventajas competitivas de una empresa de turismo, así también, mejorará la imagen y reputación del establecimiento.

Otro documento que sustenta la investigación es la Norma ISO 21902 publicada en julio de 2021 por la Organización Internacional de Normalización (2021) donde se señala la importancia de la aplicación de estándares de calidad para mejorar los servicios prestados por una empresa de turismo, la norma ISO en mención, permite encontrar el equilibrio entre las necesidades del turista en materia de accesibilidad, el estado del arte y las soluciones viables para el destino y las empresas turísticas.

#### **2.1.1.2. Regionales**

Sudamérica se caracteriza por ser una región vasta en recursos turísticos, existen miles de destinos en la región, sin embargo, la mayoría de ellos no tienen un manejo adecuado, lo que impide que sean aprovechados en su totalidad. Esto debido al desinterés por sus propietarios o gerentes en mejorar la calidad de servicios y productos.

Otra investigación que menciona la gestión de calidad basada en normas ISO, es la de Salazar & Valencia (2020) titulado “Propuesta de implementación Norma ISO 9001:2015

para la agencia de viajes "Viajeros por el mundo" de Palmira". En este trabajo se indica que para dar un buen servicio y atención a los turistas no es necesario tener instalaciones o infraestructura costosa, sino cumplir con las especificaciones y requisitos que exigen los clientes, siendo necesario que las empresas se adapten a las normas, parámetros y la capacidad de enfrentar las necesidades y solucionar los problemas que tengan los clientes.

Esto se analizó como problemática en el trabajo "Desarrollo de sistema de gestión de calidad para la tour operadora "Altitude Biking" en base a la norma ISO 9001:2015" de Churquina (2021) quien señala que las empresas turísticas en Bolivia no cuentan con un sistema de gestión de calidad certificada, lo que afecta la imagen de las empresas y servicios turísticos, a pesar de que existe un marco legal y normativa que avala la aplicación de las normas ISO, no se han puesto en práctica. Por ende, propone que se examinen conceptos de turismo, servicios y administración turística para que se cumplan con los requerimientos para aplicar la norma ISO 9001:2015.

En el análisis de la calidad de servicios se debe involucrar la medición de la productividad de una empresa, esto se observa en la investigación de Huayta (2021) quien determinó la relación entre calidad total de servicios y la productividad empresarial de las agencias de viajes de turismo receptivo del distrito de Miraflores (Lima, Perú), durante el periodo 2019. Cuyo resultado muestra que elevar la calidad de servicios también incrementa la productividad empresarial, en este contexto si se aplican normas de calidad ISO mejora la competitividad de la empresa de servicios turísticos.

### **2.1.1.3. Nacionales**

A nivel nacional, el estado ecuatoriano ha buscado motivar la aplicación de normas ISO en todos los tipos de empresas, con el fin de mejorar la competitividad y productividad de instituciones públicas y privadas. Las normas ISO son parámetros que se enfocan en varios aspectos de la gestión de una empresa.

Bajo este contexto, se desarrolla el trabajo "Grado de Satisfacción en la calidad al servicio y atención al cliente de Hostería El Chozón" del autor Andrade (2021) que profundiza en el mejoramiento de una empresa de alojamiento mediante la implementación de la norma ISO 10004 que contiene orientación sobre cómo establecer procesos eficaces para el

seguimiento y la medición de la satisfacción del cliente. Esto con el fin de fidelizar a los clientes y que la imagen de la hostería sea siempre positiva.

Otro documento que trata sobre las normas de calidad ISO aplicadas en turismo, es el titulado “La responsabilidad social empresarial medida por la norma ISO 26000. Caso de estudio” de Navas, Casa, & Chisag (2023) donde indica la importancia de mejorar los aspectos éticos, laborales y sociales de empresas de alojamiento del cantón Latacunga, y destacando que estos aspectos pueden cumplirse con la aplicación de la norma ISO 26000 que no solo contiene parámetros de calidad sino también de responsabilidad social empresarial, lo que permite contribuir al proceso de mejora de los aspectos laborales, tanto para los empleados como para los dueños de las empresas, así también, el compromiso con el medioambiente y el respeto a la sociedad que rodea a la empresa turística.

Con los antecedentes presentados, se pudo observar que la variable principal fueron el cumplimiento de las normas ISO referentes a la calidad de servicios turísticos, la satisfacción del cliente e indicadores que permiten mejorar las condiciones de cada empresa turística para cumplir con las exigencias y necesidades de los clientes. Además, es necesario mencionar que también existen normas ISO que aportan al turismo sostenible, la calidad y excelencia.

## **2.2. Marco conceptual**

En este capítulo se definen los principales conceptos respecto a este tema: ISO, normas ISO, prestadores de servicios turísticos para una buena comprensión de la investigación y su marco referencial.

### **2.2.1. ISO (International Organization for Standardization)**

La “Organización Internacional de Normalización”, ISO, es el organismo encargado de promover el desarrollo de normas internacionales, tanto de productos como de servicios, a través de la estandarización de normas voluntarias que se usan en las empresas para su mayor eficiencia y rentabilidad económica (Gorotiza & Romero, 2021). Los miembros de ISO son organizaciones de estándares nacionales que colaboran en el desarrollo y la

promoción de estándares internacionales para tecnología, procesos de pruebas científicas, condiciones de trabajo, problemas sociales y más. ISO y sus miembros luego venden documentos que detallan estos estándares.

Las normas ISO se publican por primera vez como estándar de gestión de calidad en el año 1987, estos estándares se conocieron como ISO serie 9000, según Gorotiza & Romero (2021) estas normas fueron evolucionando de acuerdo a la modernización de las empresas, tecnificación de los recursos y creación de herramientas e instrumentos que permiten mejorar los parámetros de calidad de los servicios empresariales.

Cabe recalcar que cualquier país que esté afiliado a ISO tiene la potestad de adoptar y hacer la traducción de sus normas en cualquier tipo de sector sea de productos o servicios con los mismos beneficios con el fin de cumplir requisitos mínimos de calidad para satisfacer a los consumidores de una manera genérica en cualquier parte del mundo.

### **2.2.2. Normas ISO**

Las normas ISO son un conjunto de estándares con reconocimiento internacional que fueron creados con el objetivo de ayudar a las empresas a establecer unos niveles de homogeneidad en relación con la gestión, prestación de servicios y desarrollo de productos en la industria. Según la plataforma digital de herramientas administrativas GlobalSuite (2022) las normas ISO son:

Un conjunto de normas orientadas a ordenar la gestión de una empresa en sus distintos ámbitos. La alta competencia internacional acentuada por los procesos globalizadores de la economía y el mercado y el poder e importancia que ha ido tomando la figura y la opinión de los consumidores, ha propiciado que dichas normas, pese a su carácter voluntario, hayan ido ganando un gran reconocimiento y aceptación internacional. (2022)

En lo que respecta a las normas ISO, la certificación es la garantía de un organismo certificador de que un servicio, producto o sistema cumple con los requisitos de la norma. Mientras ISO desarrolla los estándares, los organismos de certificación de terceros certifican la conformidad con esos estándares (Gorotiza & Romero, 2021). De acuerdo

con la ISO, la frase "certificación ISO" nunca debe usarse para indicar que un producto o sistema ha sido certificado por un organismo de certificación como conforme a una norma ISO. En su lugar, ISO sugiere referirse a productos o sistemas certificados utilizando la identificación completa de la norma ISO.

Gorotiza cita el ejemplo, en lugar de "certificado ISO", ISO recomienda usar la frase "certificado ISO 9001:2015". Esto identifica completamente el estándar que se está certificando, incluida la versión, en este caso, la versión de ISO 9001 lanzada en 2015. Si bien ISO no realiza certificaciones, su Comité de Evaluación de la Conformidad trabaja en estándares relacionados con el proceso de certificación.

#### **2.2.2.1. Finalidades y ventajas de las normas ISO**

La normalización dentro de una empresa es una práctica común. Las normas son una mejor práctica altamente destilada, establecida por expertos que conocen las necesidades del campo que representan. Los estándares en sí pueden tratar sobre la creación de un producto, la gestión de un proceso o la prestación de un servicio.

El desarrollo de estándares de la industria ha sido durante mucho tiempo, bueno, una práctica estándar; para que las organizaciones individuales puedan alinearse con las normas externas, mientras que los clientes y proveedores también pueden comprender los procesos de la organización.

Si bien varios organismos externos reconocidos crean sistemas estandarizados, los estándares adoptados con mayor frecuencia provienen de la ISO. Las normas ISO se crearon con la finalidad de ofrecer orientación, coordinación, simplificación y unificación de criterios a las empresas y organizaciones con el objeto de reducir costes y aumentar la efectividad, así como estandarizar las normas de productos y servicios para las organizaciones internacionales.

Las normas ISO se han desarrollado y adoptado por multitud de empresas de muchos países por una necesidad y voluntad de homogeneizar las características y los parámetros de calidad y seguridad de los productos y servicios (GlobalSuite, 2022). Las normas ISO son una colección de mejores prácticas que promueven la compatibilidad de productos,

el intercambio de soluciones y conocimientos, y la identificación de problemas de seguridad. Las normas presentan un enfoque que ha sido acordado por expertos internacionales.

Las empresas utilizan la certificación ISO para proporcionar a los clientes potenciales una prueba de cumplimiento y ganar su confianza. Sin embargo, antes de eso, deberá comprar y obtener la certificación. Los costos de la certificación ISO difieren en función de muchos factores, como el tamaño de su organización, el sector industrial, los ingresos anuales, la cantidad de empleados, entre otros aspectos.

#### **2.2.2.2. Tipos de normas ISO**

Actualmente, existen 22000 normas ISO, sin embargo, las que se apegan a las empresas turísticas son:

- ISO 9001. Este es uno de los estándares ISO más populares para crear, implementar y mantener un Sistema de gestión de calidad (QMS) para cualquier empresa, independientemente de su industria, capital o tamaño.
- ISO 14001. Esta norma ISO proporciona pautas sobre lo que se debe hacer para implementar un sistema de gestión ambiental (SGA). Incluye políticas, procesos, planes, registros y mejores prácticas que definen reglas sobre cómo su empresa interactúa con el medio ambiente. Los requisitos de ISO 14001 le brindan un marco, junto con pautas, para crear EMS para cualquier organización.
- ISO 22000. Esta norma detalla los requisitos para un sistema de gestión de seguridad alimentaria (FSMS). Seguir este estándar le permite a una organización que está involucrada (directa o indirectamente) en la industria de servicios de alimentos estar segura de que está siguiendo las mejores prácticas de seguridad e higiene (Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca, 2021).
- ISO 21902. Turismo accesible para todos. Una norma que establece directrices para generar igualdad y accesibilidad para las personas con discapacidad.

Mientras que, en Ecuador, se han adoptado las siguientes normas, las cuales han sido adoptadas en el país por el Servicio Ecuatoriano de Normalización, INEN (2023), las cuales se detallan a continuación:

**Tabla 1. Normas Técnicas adoptadas en Ecuador para el sector turístico**

| TIPO DE DOCUMENTO | N° DE DOCUMENTO | TÍTULO   |
|-------------------|-----------------|--|
| NTE INEN-ISO      | 15037-1         | Vehículos de carretera. Procedimientos de ensayo para la dinámica de los vehículos. Parte 1: condiciones generales para vehículos turismos (ISO 15037-1:2006, IDT)               |
| NTE INEN-ISO      | 21101           | Turismo de aventura - Sistemas de gestión de la seguridad - Requisitos (ISO 21101:2014, IDT)   |
| NTE INEN-ISO      | 21103           | Turismo de Aventura – Información para los participantes (ISO 21103:2014, IDT)   |
| ETE INEN-ISO/TS   | 13811           | Turismo y servicios relacionados - Directrices sobre el desarrollo de especificaciones medioambientales para los establecimientos de alojamiento (ISO/TS 13811:2015, IDT)        |
| NTE INEN-ISO      | 13009           | Turismo y servicios relacionados - Requisitos y recomendaciones para la operación de playas (ISO 13009:2015, IDT)  |
| NTE INEN-ISO      | 17680           | Turismo y servicios relacionados – talasoterapia - Requisitos del servicio (ISO 17680:2015, IDT)   |
| NTE INEN-ISO      | 13810           | Servicios turísticos - Turismo industrial - prestación del servicio (ISO 13810:2015, IDT)  |
| NTE INEN-ISO      | 17679           | Turismo y servicios relacionados - Spa de bienestar - Requisitos del servicio (ISO 17679:2016, IDT)  |
| NTE INEN-ISO      | 18065           | Turismo y servicios relacionados - Servicios turísticos para uso público proporcionados por las autoridades de las áreas naturales protegidas - Requisitos (ISO 18065:2015, IDT) |
| NTE INEN-ISO      | 20611           | Turismo de aventura - Buenas prácticas de sostenibilidad - Requisitos y recomendaciones (ISO 20611:2018, IDT)  |
| NTE INEN-ISO      | 22483           | Turismo y servicios relacionados - Hoteles - Requisitos del servicio (ISO 22483:2020, IDT)   |
| NTE INEN-ISO      | 21102           | Turismo de aventura - Líderes - Competencia del personal (ISO 21102:2020, IDT)   |

Nota. Elaborado por A. Ocaña (2023)

Fuente. (INEN, 2023)

Como se puede observar todas estas normas permiten una mejora en la calidad de servicios y productos turísticos, de esta manera se puede fomentar la competitividad en el país basado en el Plan Nacional de Calidad para fortalecer las Buenas Prácticas Regulatorias.

### 2.2.3. Prestadores de servicios turísticos

Los prestadores de servicios turísticos son aquellas personas físicas o jurídicas que suministran, proporcionan o negocian la prestación de un servicio calificado de turístico

y que tanto va referida al turista como actor principal de la actividad. Otra definición de proveedor de servicios turísticos es cualquier persona física o jurídica (independientemente de si es de propiedad pública o privada) que vende, ofrece vender, proporciona o se compromete a proporcionar un servicio turístico, solo o combinado en un viaje combinado, al turista.

En lo que se refiere al ámbito empresarial, según Llugsha (2021), son empresas que ofrecen servicios y experiencias turísticas a los consumidores cuando éstos se encuentran viajando y realizando actividades turísticas. Estas empresas incluyen servicios de transporte, de alojamiento, agencias de viajes, operadores turísticos y otros negocios relacionados con el turismo que participan directamente en la atención de las necesidades de los turistas.

De acuerdo a la Ley de Turismo (2020) se considera actividad turística y prestador de servicios a aquellas personas naturales o jurídicas que se dediquen a la prestación remunerada de modo habitual a una o más de las siguientes actividades:

- a. Alojamiento;
- b. Servicio de alimentos y bebidas;
- c. Transportación, cuando se dedica principalmente al turismo; inclusive el transporte aéreo, marítimo, fluvial, terrestre y el alquiler de vehículos para este propósito;
- d. Operación, cuando las agencias de viajes provean su propio transporte, esa actividad se considerará parte del agenciamiento;
- e. La de intermediación, agencia de servicios turísticos y organizadoras de eventos congresos y convenciones; y,
- f. Casinos, salas de juego (bingo-mecánicos) hipódromos y parques de atracciones estables (p. 2).

Cada una de estas actividades debe cumplir con parámetros y directrices para tener un servicio de alta calidad y que satisfaga las necesidades de los turistas.

### **2.2.3.1. Calidad en los servicios turísticos**

La calidad de los servicios de atracción turística, la singularidad y el alto valor son la base para que los turistas vuelvan a visitar un destino. Las instalaciones de los visitantes, en

términos de acceso a los sitios turísticos, y el atractivo afectan directamente su índice de satisfacción (Vergara & Cortéz, 2019). Por lo tanto, un servicio de calidad se puede realizar brindando un servicio excelente por parte de recursos humanos competentes, que estén respaldados por una infraestructura o instalaciones adecuadas capaces de brindar valores positivos.

Los turistas que han visitado un destino más de una vez están satisfechos porque, según su experiencia con los productos turísticos, como las opciones de dichos productos turísticos y la información disponible tanto en línea como fuera de línea, han cumplido las expectativas de estos turistas y pueden causar una impresión en ellos, de modo que los turistas vuelvan a visitar un destino sería lo ideal.

La calidad del servicio turístico incluye los servicios de guía turístico, la infraestructura o accesibilidad del transporte y los atractivos turísticos como productos y alojamiento. La disponibilidad de guías turísticos es necesaria para mejorar la calidad de los servicios mediante la transmisión de información sobre los productos. En el turismo, la calidad se crea mediante la entrega de servicios sobresalientes en términos de hospitalidad, cortesía, alojamiento eficiente, comida e instalaciones recreativas.

Según Herrera & Sampedro (2022) esta puede ser evaluada por indicadores de calidad que se relacionan con el servicio que brinda el personal de un determinado servicio turístico, los turistas miden esto mediante los siguientes factores: accesible, amable, respetuoso, competente, información detallada de transporte, hoteles, restaurantes, actividades turísticas y que la empresa cuente con movilización que sea eficiente y accesible.

El estándar de los servicios turísticos puede ser realizado por recursos humanos calificados en excelente servicio, competentes y asistidos por infraestructura o instalaciones adecuadas para brindar valores positivos que permiten generar satisfacción en los turistas o clientes e incrementar significativamente la lealtad.

Bajo estos conceptos, la calidad del servicio turístico incluye la ejecución de pedidos, comunicación con el cliente antes, durante y después de la venta, facturación y resolución de incidencias. El cumplimiento de las expectativas del cliente debe ser uno de los

principales objetivos del servicio. Este es un rol muy importante en el logro de los objetivos de calidad de la empresa.

#### **2.2.3.2. Indicadores de calidad**

Los indicadores importantes de la calidad de los servicios turísticos influyen en el servicio que se brinda al turista, de acuerdo a Contreras (2021):

- a) Servicios de infraestructura física (comodidad y estética del entorno)**
  - Equipos informáticos, autocares, etc.
  - Localización
  
- b) Confiabilidad de los servicios**
  - Confiabilidad de la empresa
  - Confiabilidad de la información
  - Precisión de la información
  - Puntualidad de los servicios ofrecidos.
  - Repetibilidad de las características de los servicios
  
- c) Sensibilidad de los proveedores de servicios, voluntad de prestar servicios**
  - Velocidad de servicio
  - Tiempo y respuesta adecuada a las solicitudes de los clientes
  - Rendimiento de cumplir los deseos de los clientes.
  - Discreción y capacidad de confidencialidad por parte del prestador del servicio
  
- d) Confiabilidad del servicio, seguridad**
  - Profesionalidad de los proveedores de servicios.
  - Competencia de los proveedores de servicios
  - Responsabilidad
  - Seguridad del cliente
  - Confiar en el proveedor

e) **Conocimiento de las necesidades del cliente.**

- Habilidad para identificar las necesidades y expectativas de los clientes.
- La capacidad de establecer fácilmente contactos para los proveedores de servicios
- Comprensión de los problemas de los clientes.

Los parámetros destacados describen las características básicas de la calidad de los grupos individuales de servicios turísticos, se debe agregar, el trabajo humano dirigido a la eficiencia para brindar servicios turísticos, si este se apega a las exigencias del turista las medidas de calidad son más altas.

Entre más elementos aplique un servicio turístico, tendrá más ventajas competitivas frente a sus competidores, lo cual mejorará la oferta para los turistas y acrecentará la demanda, creando una cadena comercial y productiva que beneficiará a todos los involucrados. Al mencionar ventajas, se pueden incluir las siguientes:

- **Mayor satisfacción del cliente:** la calidad del servicio garantizará que los clientes estén más satisfechos con los servicios prestados, lo que conducirá a la repetición de negocios y al boca a boca positivo.
- **Mayores ingresos:** los niveles más altos de satisfacción del cliente conducirán a un aumento de los ingresos, ya que es más probable que los clientes compren servicios y productos adicionales.
- **Mejora de la lealtad del cliente:** la calidad del servicio creará una sensación de lealtad entre los clientes, ya que sabrán que pueden confiar en el servicio que reciben.
- **Ahorro de costes:** la calidad del servicio puede reducir el coste total de la prestación de servicios, ya que habrá menos errores y los clientes necesitarán menos ayuda y orientación.
- **Reputación mejorada:** la calidad del servicio creará una reputación positiva para la empresa en la industria, lo que ayudará a atraer a más clientes.

Si bien genera ventajas, también existen limitaciones para la calidad del servicio turístico, estos factores son:

- **Disponibilidad de recursos:** los recursos disponibles para un proveedor de servicios turísticos pueden limitar la calidad del servicio que pueden brindar. Esto incluye la disponibilidad de personal, presupuesto y tecnología para prestar los servicios.
- **Regulaciones y políticas:** las regulaciones y políticas del país o región pueden impedir que el proveedor de servicios turísticos brinde la mejor calidad de servicio.
- **Competencia:** el nivel de competencia en el mercado puede limitar la calidad del servicio prestado, ya que el proveedor de servicios turísticos debe tratar de mantenerse competitivo para atraer clientes.
- **Expectativas de los clientes:** las expectativas de los clientes pueden limitar la calidad del servicio prestado, ya que los clientes pueden tener ciertas expectativas que el proveedor de servicios turísticos no puede cumplir.
- **Tecnología:** la tecnología utilizada por el proveedor de servicios turísticos puede limitar la calidad del servicio que puede brindar, ya que la tecnología puede estar desactualizada o ser inadecuada para las necesidades del cliente.

En resumen, alcanzar los objetivos de calidad en el servicio turístico implica desarrollar una cultura centrada en el cliente, establecer estándares de calidad, capacitar y monitorear a los empleados, invertir en tecnología y crear circuitos de retroalimentación con los clientes.

### 2.2.3.3. Calidad de los servicios turísticos en Ecuador

Cada uno de estos procesos tiene factibilidad para su implementación, en Ecuador, los entes de regularización de servicios establecen políticas y parámetros para que las empresas turísticas puedan incrementar la calidad de los mismos.

Según lo mencionado por Pilco & Lascano (2022) el turismo visto desde la perspectiva de un sistema, integra una serie de elementos, los que deben estar permanentemente relacionados e integrados con el fin de incrementar el turismo el cual se relaciona con la satisfacción plena con calidad (p. 140). Esto puede deducirse en que la calidad se basa en la excelencia y el valor, el grado de conformidad del turista y hasta cierto punto el uso óptimo de los recursos de una empresa turística.

### 2.3. Marco Legal

Para el desarrollo de este capítulo es imprescindible destacar que para la formulación de esta investigación su base legal parte de la Ley del Sistema Ecuatoriano de la Calidad, enfocándose en el Artículo 15 que señala e) *Organizar y dirigir las redes o subsistemas nacionales en materia de normalización (...)*”, así como también el Reglamento a la Ley del Sistema Ecuatoriano de la Calidad en su Artículo 35 que menciona: *Para organizar y dirigir las redes o subsistemas (...), el INEN planificará y coordinará estas actividades en los organismos del sector público y privado (...)*, este marco legal permite tener un soporte de respaldo para el desarrollo del ámbito de aplicación de esta investigación.

### Referencia

Decreto Ejecutivo 338 (09 de junio del 2014) Ley del Sistema Ecuatoriano de la Calidad. Art.15. Ecuador.

De acuerdo al Plan Nacional de la Calidad (2021) el turismo es un sector priorizado del Estado Ecuatoriano, y cumple con una valoración de 3,17 en lo que se refiere a estándares de calidad, esto se observa en la siguiente tabla:

**Tabla 2. Normas de calidad por sector priorizado**

| SECTOR INTERNO | SECTOR O PRODUCTO PRIORIZADO SEGÚN PLANES GUBERNAMENTAL ES E INDUSTRIA  | GRUPO PRODUCTIVO | VALORACIÓN OBTENIDA EN FASE 2 (ORDEN DE SECTOR PRIORIZADO) | PRIORIZACIÓN POR ENTIDAD | SECTOR PRIORIZADO SENPLADES | No. NORMAS RELACIONADAS | TIPO DE DOCUMENTO NORMATIVO |                   |            |              |       |
|----------------|---|------------------|--|--------------------------|-----------------------------|-------------------------|-----------------------------|-------------------|------------|--------------|-------|
|                |   |                  |  |                          |                             |                         | MUESTREO                    | MÉTODOS DE ENSAYO | REQUISITOS | DEFINICIONES | OTROS |
| TURISMO        | Alojamiento, Servicio de alimentación y bebida. Transportación dedicada al turismo. Operación de Agencias de viajes. Agencia de servicios turísticos y organizadoras de eventos. Parques de atracciones estables. |                  | 3,17   | MINTUR                   | 14. TURISMO                 | 4                       | -                           | -                 | 2          | 1            | 1     |

**Nota.** Elaborado por A. Ocaña (2023)

**Fuente:** (Plan Nacional de la Calidad, 2021)

También se puede mencionar la política estatal con relación al turismo, que busca cumplir los siguientes objetivos:

- a) Reconocer que la actividad turística corresponde a la iniciativa privada y comunitaria o de autogestión, y al Estado en cuanto debe potencializar las actividades mediante el fomento y promoción de un producto turístico competitivo;
- b) Garantizar el uso racional de los recursos naturales, históricos, culturales y arqueológicos de la Nación;
- c) Proteger al turista y fomentar la conciencia turística;
- d) Propiciar la coordinación de los diferentes estamentos del Gobierno Nacional, y de los gobiernos locales para la consecución de los objetivos turísticos;
- e) Promover la capacitación técnica y profesional de quienes ejercen legalmente la actividad turística;
- f) Promover internacionalmente al país y sus atractivos en conjunto con otros organismos del sector público y con el sector privado; y,
- g) Fomentar e incentivar el turismo interno (Ministerio de Turismo, 2020).

Cada uno de estos objetivos tiene un fin propio, el que difunda y se cumpla permitirá al Estado Ecuatoriano generar bases para un turismo sostenible, sustentable y que respete el entorno donde se genera la actividad.

### **Referencia**

Registro Oficial 733 – (22 de junio de 2020) - Ley de Turismo, Ministerio de Turismo

## **CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO**

En el presente capítulo se puntualizó el enfoque de la investigación, el alcance de estudio, diseño metodológico, descripción de la población y el contexto de normalización a nivel nacional y local. Así también se describió los instrumentos y recopilación de la información, y a su vez las categorías de análisis definidas y el procedimiento e intervención del estudio.

### **3.1. Enfoque de la investigación**

La presente investigación tuvo un enfoque mixto, cuantitativo y cualitativo, de carácter documental, de campo y descriptivo. Es cuantitativa porque se trabaja sobre la recolección de datos que serán sometidos a un análisis e interpretación que permita relacionar los elementos que se toman en cuenta para el desarrollo y aplicación de instrumentos (Identidad y desarrollo, 2019).

Es cualitativa, porque se realizó una revisión bibliográfica relacionada al tema y se generaron síntesis y conclusiones que permiten tener un marco teórico-conceptual que expliquen los factores implicados en la investigación, en este caso, el análisis de las Normas ISO del sector turístico y la calidad de los servicios.

### **3.2. Alcance del estudio**

La investigación descriptiva se encargó de puntualizar las características de la población que se estudió. Esta metodología se centra más en el “qué”, en lugar del “por qué” del sujeto de investigación. En otras palabras, su objetivo es describir la naturaleza de un segmento demográfico, sin centrarse en las razones por las que se produce un determinado fenómeno. Es decir, “describe” el tema de investigación, sin cubrir “por qué” ocurre.

Por consiguiente, la investigación descriptiva se refiere al diseño de la investigación, creación de preguntas y análisis de datos que se llevarán a cabo sobre el tema. Se conoce como método de investigación observacional porque ninguna de las variables que forman parte del estudio está influenciada.

La fuente de investigación primaria fue el entorno de las empresas turísticas de la ciudad

de Quito, así como sus gremios y clientes a los cuales dirigió las encuestas y entrevistas. Mientras que, la fuente secundaria de investigación fue el INEN (Servicio Ecuatoriano de Normalización), donde se recopiló información relevante como las normas que se han adoptado en el Ecuador, los procesos de aplicación, sus ventajas y desventajas.

### **3.2.1. Diseño de la investigación**

El diseño fue transversal no experimental, debido a que no se manipula ningún elemento de la investigación, el propósito de este tipo de diseño fue observar los fenómenos dentro de un periodo de tiempo determinado.

## **3.3. Población y muestra**

Según datos de Quito Turismo (2023) para enero 2023, visitaron la ciudad 53239 personas que generaron un 47,51% de ocupación hotelera con un promedio de permanencia de 1,5 noches. Esto indica que son visitantes que no se establecen por largos periodos, sino son transitorios. De esta población se estableció la muestra para la obtención de información mediante la encuesta, para esto se aplicará muestreo aleatorio simple para poblaciones finitas.

En lo que se refiere a establecimientos turísticos, para enero de 2023 se registraron 5585 empresas registradas en el catastro turístico (2023), que servirán como referencia respecto a los consumidores-turistas que puedan usar estos servicios. Cabe destacar que, de estos establecimientos, 301 empresas cuentan con el Distintivo Q, que es un reconocimiento para aquellos negocios que cumplen prácticas y actividades que respeten la naturaleza y el ambiente; así como promover y mejorar la calidad, sostenibilidad y operación de estos (Quito Turismo, 2023). De estos establecimientos se obtuvo la muestra para las entrevistas, para lo cual se aplicará un muestreo estratificado que tuvo criterios de inclusión, en los cuales se tomó en cuenta los años de experiencia del entrevistado y sus conocimientos sobre servicios turísticos y normas ISO.

### **3.3.1. Muestra**

Para la aplicación de las encuestas se tomó en cuenta la cantidad de turistas que visitaron la ciudad de Quito en enero de 2023, y se aplicó la siguiente fórmula estadística:

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

donde:

n = tamaño de la muestra.

z = nivel de confianza 95% = 1.96

N = Población = 53239

p = variabilidad negativa = 0,7

q = variabilidad positiva = 0,3

e = error = 0.05

$$n = \frac{1,96^2 * 0,7 * 0,3 * 53239}{0,05^2 (53239 - 1) + 1,96^2 * 0,7 * 0,3}$$

$$n = 320,76$$

Se determina que la muestra para la aplicación de la encuesta, sean 321 turistas que han visitado la ciudad de Quito y han usado algún tipo de servicio turístico.

En lo que se refiere al otro instrumento de obtención de datos cualitativos o entrevista, se realizó la selección de expertos y dueños de establecimientos para obtener información sobre normas de calidad ISO y el sector turístico en Quito lo hizo mediante un proceso de muestreo estratificado. Es decir, se seleccionaron aquellas personas que tuvieran un conocimiento y experiencia relevante en el tema de las normas ISO y el sector turístico en Quito, y que estuvieran dispuestas a participar en la investigación.

Para ello, se identificaron y contactaron a través de diversos canales a los expertos y dueños de establecimientos que cumplieran con los criterios de selección establecidos. En algunos casos, se recurrió a la recomendación de otros profesionales del sector turístico para identificar a los entrevistados idóneos.

Una vez que se tuvo un grupo de expertos y dueños de establecimientos dispuestos a participar en la investigación, se les realizó la entrevista en un lugar y momento acordados previamente. Durante la entrevista se les consultó acerca de su conocimiento y experiencia en la implementación de las normas ISO en el sector turístico de la ciudad

Quito, sus opiniones sobre los beneficios y desafíos de la implementación de estas normas, y sus recomendaciones para mejorar la calidad de los servicios turísticos en la ciudad.

### 3.4. Plan de recolección de información y datos

#### 3.4.1. Técnicas

Se aplicaron dos técnicas para la recolección de datos, la primera fue la encuesta, que se relacionó con la calidad de los servicios del sector turístico, por lo tanto, se aplicó a la muestra de turistas quienes dieron su criterio sobre los factores que forman parte del concepto de calidad en los servicios turísticos de la ciudad de Quito.

La segunda técnica, fue la entrevista, que se apegó al análisis de las normas ISO en el sector turístico y se dirigió a gestores, profesionales y expertos turísticos que tienen conocimiento sobre dicha normativa.

#### 3.4.2. Instrumentos

El desarrollo de instrumentos se determina en la siguiente tabla:

**Tabla 3. Desarrollo de instrumentos**

| <b>Técnica</b>    | <b>Instrumentos</b>   |
|-------------------|---|
| <b>Entrevista</b> | Cuestionario estructurado sobre las Normas ISO aplicadas al sector turístico de la ciudad de Quito. (expertos)    |
| <b>Encuesta</b>   | Cuestionario estructurado sobre la calidad de los servicios turísticos de la ciudad de Quito. (turistas/clientes) |

**Nota.** Elaborado por A. Ocaña (2023)

#### 3.4.2.1. Guía de entrevista

**Tabla 4. Guía de entrevista**

| <b>Nº</b> | <b>Pregunta</b>   |
|-----------|---|
| <b>1</b>  | ¿Qué significa para usted y su empresa la calidad?  |
| <b>2</b>  | ¿Conoce la normativa ISO para servicios turísticos, cuál es su criterio sobre la implementación de dichas normas?     |
| <b>3</b>  | ¿De las normas ISO adoptadas en Ecuador, actualmente cuál aplica en su empresa?                                       |
| <b>4</b>  | ¿Qué procesos aplica su empresa para mejorar la calidad de los servicios que brinda?                                  |
| <b>5</b>  | ¿Considera usted que una certificación de calidad genera más oportunidades de crecimiento para una empresa turística? |

- 
- 6** ¿Qué indicadores verifica usted para comprobar el cumplimiento de los estándares de calidad de su empresa?
- 
- 7** ¿Cuál es la metodología de su empresa para cumplir con las exigencias de sus clientes?
- 
- 8** ¿Usted podría asegurar que su empresa asume responsabilidades sociales que mejoran la calidad de los servicios turísticos?
- 
- 9** ¿Cree usted que las normas ISO están bien socializadas por parte de las entidades de control?
- 
- 10** ¿Considera que el estado ha fomentado la implementación de normas de calidad ISO y la obtención de certificados de calidad?
- 
- 11** ¿Cree usted que las normas relacionadas al turismo, están apegadas a las tendencias de turismo?
- 
- 12** ¿Qué aspectos se necesita implementar en los procesos de certificación de calidad para que las empresas accedan a aplicar estas normativas?
- 

**Nota.** Elaborado por A. Ocaña (2023)

## CAPÍTULO IV: RESULTADO Y DISCUSIÓN

### 4.1. Análisis de resultados

Una vez aplicados los instrumentos de recolección de datos, se determinaron los siguientes resultados:

Sobre los datos sociodemográficos se establecieron los siguientes resultados:

**Tabla 5. Información sociodemográfica de la muestra**

| <b>Género</b>             |                   |                          |
|---------------------------|-------------------|--------------------------|
|                           | <b>Frecuencia</b> | <b>Porcentaje válido</b> |
| Masculino                 | 165               | 51,56%                   |
| Femenino                  | 155               | 48,44%                   |
| Total                     | 320               | 100,00%                  |
| <b>Edad</b>               |                   |                          |
| 50 a 64                   | 116               | 36,25%                   |
| 30 a 39                   | 96                | 30,00%                   |
| 40 a 49                   | 67                | 20,94%                   |
| 18 a 29                   | 21                | 6,56%                    |
| + 65                      | 20                | 6,25%                    |
| Total                     | 320               | 100,00%                  |
| <b>Nacionalidad</b>       |                   |                          |
| Ecuatoriano               | 320               | 100,00%                  |
| Total                     | 320               | 100,00%                  |
| <b>Ciudad de origen</b>   |                   |                          |
| Latacunga                 | 145               | 45,31%                   |
| Quito                     | 62                | 19,38%                   |
| Ambato                    | 44                | 13,75%                   |
| Guayaquil                 | 32                | 10,00%                   |
| Ibarra                    | 10                | 3,13%                    |
| Loja                      | 10                | 3,13%                    |
| Machala                   | 5                 | 1,56%                    |
| Manta                     | 5                 | 1,56%                    |
| Guaranda                  | 4                 | 1,25%                    |
| Cevallos                  | 3                 | 0,94%                    |
| Total                     | 320               | 100,00%                  |
| <b>Nivel de educación</b> |                   |                          |
| Superior                  | 279               | 87,19%                   |
| Secundaria                | 41                | 12,81%                   |
| Total                     | 320               | 100,00%                  |
| <b>Nivel de ingresos</b>  |                   |                          |
| + USD 1001                | 159               | 49,69%                   |
| USD 850 a 1000            | 70                | 21,88%                   |
| USD 450 a 649             | 49                | 15,31%                   |
| USD 650 a 849             | 42                | 13,13%                   |
| Total                     | 320               | 100,00%                  |

**Nota.** Elaborado por A. Ocaña (2023)

**Fuente.** Encuesta

### **Análisis e interpretación:**

En los datos sociodemográficos se destacan los siguientes resultados:

- La muestra consta de 320 participantes, de los cuales el 51,56% son hombres y el 48,44% son mujeres.
- En cuanto a la edad, el 36,25% de los participantes tienen entre 50 y 64 años, seguido del 30% que tienen entre 30 y 39 años.
- Todos los participantes son ecuatorianos y provienen de diferentes ciudades, siendo Latacunga la ciudad de origen más común con el 45,31% de los participantes.
- Sobre el nivel educativo, el 87,19% de los participantes tienen educación superior, mientras que el 12,81% tienen educación secundaria.
- En lo que se refiere al nivel de ingresos, el 49,69% de los participantes ganan más de USD 1001 al mes, mientras que el 21,88% ganan entre USD 850 a 1000 al mes, y el 15,31% ganan entre USD 450 a 649 al mes.

Se puede inferir que los turistas que visitan Quito son mayoritariamente ecuatorianos con un nivel educativo superior, con ingresos superiores a USD 1001 al mes y en su mayoría provienen de la ciudad de Latacunga.

Para mejorar los servicios turísticos en Quito, es importante tener en cuenta estas características de los turistas. Por ejemplo, se podría desarrollar ofertas turísticas más exclusivas y personalizadas para aquellos turistas con mayores ingresos y se podría enfocar en promocionar actividades culturales y turísticas que sean de mayor interés para los turistas con educación superior. También es importante tener en cuenta que la mayoría de los turistas en la muestra son ecuatorianos, lo que sugiere que es necesario desarrollar estrategias de promoción turística que atraigan a turistas de otros países.

En resumen, el análisis sociodemográfico de la muestra puede ser útil para identificar las necesidades y preferencias de los turistas que visitan Quito y así, desarrollar estrategias y mejorar los servicios turísticos para satisfacer las necesidades y preferencias de los turistas de manera más efectiva.

## Análisis de la calidad de servicios del sector turístico

### ¿Porque tipo de turismo, usted escogió como destino la ciudad de Quito?

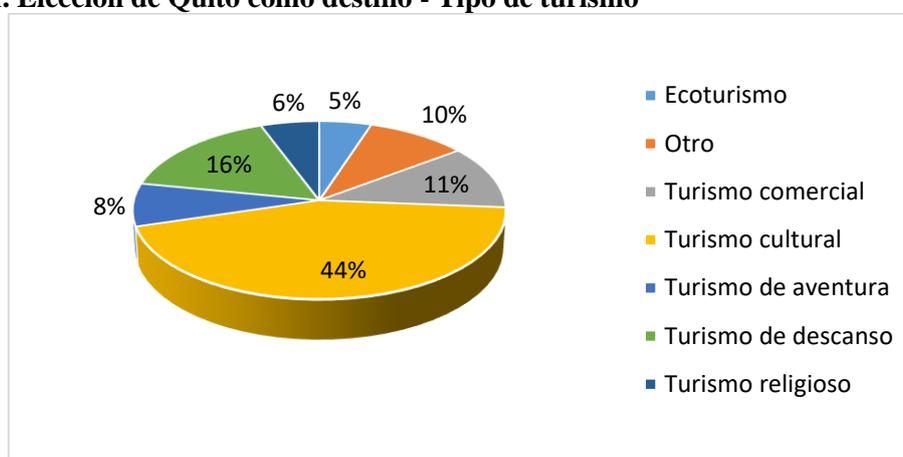
Tabla 6. Elección de Quito como destino - Tipo de turismo

|                     | Frecuencia | Porcentaje válido |
|---------------------|------------|-------------------|
| Ecoturismo          | 16         | 5,00%             |
| Turismo religioso   | 18         | 5,63%             |
| Turismo de aventura | 25         | 7,81%             |
| Otro                | 31         | 9,69%             |
| Turismo comercial   | 37         | 11,56%            |
| Turismo de descanso | 52         | 16,25%            |
| Turismo cultural    | 141        | 44,06%            |
| <b>Total</b>        | <b>320</b> | <b>100,00%</b>    |

Nota. Elaborado por A. Ocaña (2023)

Fuente. Encuesta

Figura 1. Elección de Quito como destino - Tipo de turismo



Nota. Elaborado por A. Ocaña (2023)

Fuente. Encuesta

### Análisis e interpretación

La mayoría de los turistas que eligieron la ciudad de Quito como destino lo hicieron por razones culturales, representando el 44,06% de la muestra. Le sigue el turismo de descanso con un 16,25% de los turistas, el turismo comercial con un 11,56%, y el turismo de aventura con un 7,81%. El ecoturismo y el turismo religioso fueron los menos representados en la muestra, con un 5% y un 5,63% respectivamente.

Estos resultados sugieren que es importante desarrollar y promover actividades culturales y eventos que atraigan a turistas interesados en la historia y la cultura de la ciudad, así como también crear opciones de turismo de descanso y ocio que complementen la oferta cultural. También es importante considerar el turismo comercial y de aventura como oportunidades para atraer a turistas interesados en compras y actividades al aire libre en la ciudad de Quito.

## Duración de su estadía

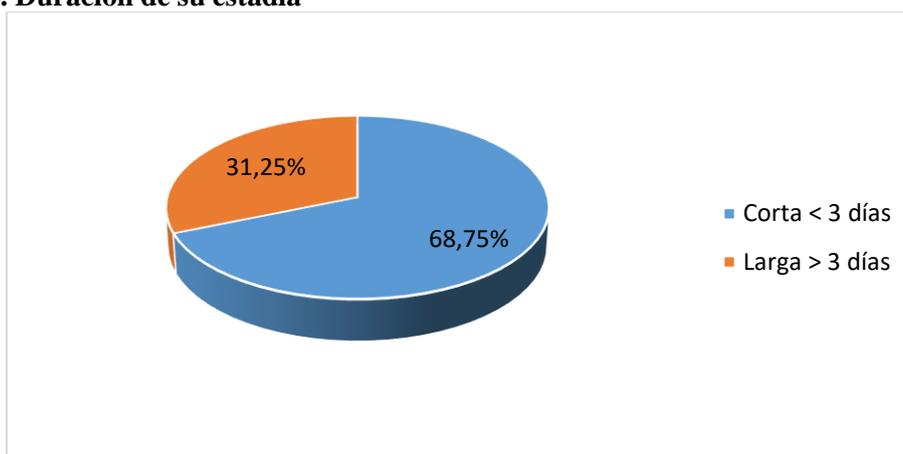
Tabla 7. Duración de su estadía

|                | Frecuencia | Porcentaje válido |
|----------------|------------|-------------------|
| Corta < 3 días | 220        | 68,75%            |
| Larga > 3 días | 100        | 31,25%            |
| <b>Total</b>   | <b>320</b> | <b>100,00%</b>    |

Nota. Elaborado por A. Ocaña (2023)

Fuente. Encuesta

Figura 2. Duración de su estadía



Nota. Elaborado por A. Ocaña (2023)

Fuente. Encuesta

## Análisis e interpretación

Los datos muestran que la gran mayoría de los turistas que visitaron Quito tuvieron una estadía corta de menos de 3 días, con un 68,75% de los turistas en la muestra. Por otro lado, un 31,25% de los turistas tuvieron una estadía larga de más de 3 días en la ciudad.

Esto puede tener implicaciones importantes para el sector turístico y las estrategias de promoción turística en Quito. Dado que la mayoría de los turistas tienen una estadía corta, es importante ofrecer opciones de turismo que se puedan disfrutar en un corto período de tiempo, como visitas guiadas y eventos culturales de corta duración. También se podría enfocar en promocionar paquetes turísticos que incluyan opciones de turismo atractivas para una estadía corta, lo que podría atraer a más turistas y mejorar la economía del sector turístico en la ciudad.

Por otro lado, la estadía larga de algunos turistas sugiere que también hay un potencial para atraer a turistas que buscan una experiencia turística más extensa. En este caso, se podrían desarrollar estrategias para promover opciones turísticas que abarquen una estadía más larga, como turismo rural o actividades al aire libre.

**Por favor, indique el tipo de alojamiento que utilizó**

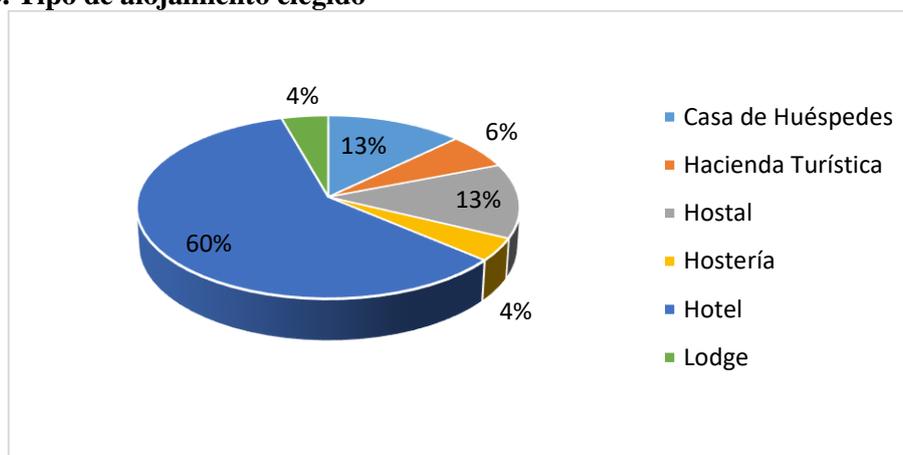
**Tabla 8. Tipo de alojamiento elegido**

|                    | Frecuencia | Porcentaje válido |
|--------------------|------------|-------------------|
| Hostería           | 13         | 4,06%             |
| Lodge              | 14         | 4,38%             |
| Hacienda Turística | 20         | 6,25%             |
| Casa de Huéspedes  | 41         | 12,81%            |
| Hostal             | 42         | 13,13%            |
| Hotel              | 190        | 59,38%            |
| <b>Total</b>       | <b>320</b> | <b>100,00%</b>    |

**Nota.** Elaborado por A. Ocaña (2023)

**Fuente.** Encuesta

**Figura 3. Tipo de alojamiento elegido**



**Nota.** Elaborado por A. Ocaña (2023)

**Fuente.** Encuesta

### **Análisis e interpretación**

Los datos muestran que el tipo de alojamiento más elegido por los turistas que visitaron Quito fue el hotel, representando el 59,38% de la muestra. Le siguen el hostal con un 13,13% y la casa de huéspedes con un 12,81%. El resto de los tipos de alojamiento, como la hacienda turística, el lodge y la hostería, fueron elegidos por un porcentaje menor de turistas.

La mayoría de los turistas que visitaron la ciudad de Quito buscan alojamientos más convencionales y con mayores comodidades, como los hoteles. Sin embargo, también hay un porcentaje importante de turistas que prefieren alojamientos más sencillos y económicos, como hostales y casas de huéspedes. Por lo tanto, es importante que el sector turístico de Quito tenga opciones variadas de alojamiento para satisfacer las necesidades y presupuestos de diferentes tipos de turistas. Además, promover la oferta de alojamiento en la ciudad puede ser una forma de atraer a más turistas y mejorar la economía del sector turístico en la ciudad.

## Por qué escogió este tipo de alojamiento

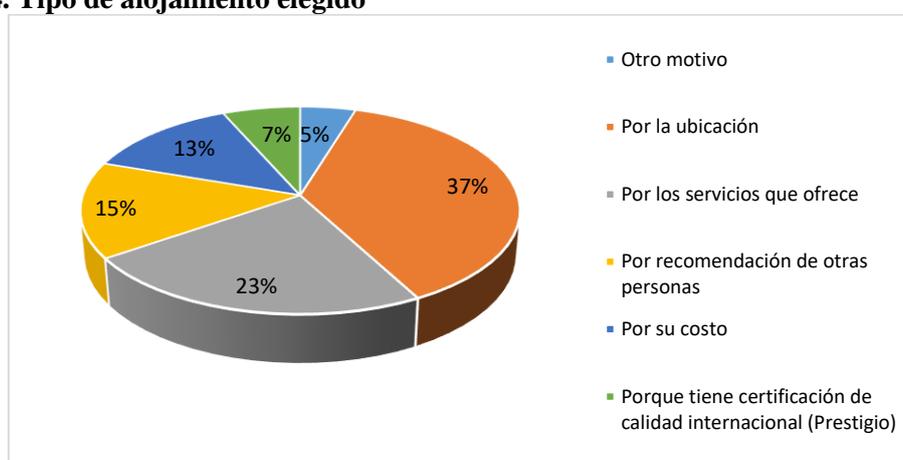
**Tabla 9. Motivo de elección del tipo de alojamiento**

|  | <b>Frecuencia</b> | <b>Porcentaje válido</b> |
|--|-------------------|--------------------------|
| <b>Por la ubicación</b>  | 120               | 37,50%                   |
| <b>Por los servicios que ofrece</b>                                    | 74                | 23,13%                   |
| <b>Por recomendación de otras personas</b>                             | 48                | 15,00%                   |
| <b>Por su costo</b>  | 42                | 13,13%                   |
| <b>Porque tiene certificación de calidad internacional (Prestigio)</b> | 21                | 6,56%                    |
| <b>Otro motivo</b>   | 15                | 4,69%                    |
| <b>Total</b>   | 320               | 100,00%                  |

**Nota.** Elaborado por A. Ocaña (2023)

**Fuente.** Encuesta

**Figura 4. Tipo de alojamiento elegido**



**Nota.** Elaborado por A. Ocaña (2023)

**Fuente.** Encuesta

### **Análisis e interpretación**

Los datos muestran que la mayoría de los turistas eligieron su tipo de alojamiento en la ciudad de Quito principalmente por su ubicación, representando el 37,50% de la muestra. Le siguen los servicios que ofrece con un 23,13%, y las recomendaciones de otras personas con un 15,00%. El costo y la certificación de calidad internacional fueron factores menos influyentes en la elección del tipo de alojamiento, representando el 13,13% y el 6,56%, respectivamente. Solo un 4,69% de los turistas mencionó otro motivo para elegir su alojamiento en la ciudad.

Esto sugiere que la ubicación y los servicios que ofrece son los factores más importantes a considerar para los turistas a la hora de elegir un alojamiento en Quito. Es importante que los alojamientos se encuentren en lugares convenientes y cercanos a los principales atractivos turísticos de la ciudad, así como también ofrezcan servicios que satisfagan las necesidades de los turistas, como conexión a internet, transporte, restaurantes, entre otros.

Además, la recomendación de otras personas es un factor importante en la decisión de los turistas, lo que sugiere la importancia de la retroalimentación y la promoción positiva por parte de los clientes satisfechos. También es necesario tener en cuenta que el costo sigue siendo un factor relevante para algunos turistas, lo que sugiere la importancia de ofrecer opciones de alojamiento con precios accesibles para atraer a diferentes tipos de turistas.

Algunos posibles motivos adicionales para elegir un tipo de alojamiento podrían incluir aspectos como la comodidad, la limpieza, la seguridad, la atención al cliente, la disponibilidad de actividades y entretenimiento, la cercanía a la naturaleza o la oferta de experiencias únicas y auténticas, entre otros.

Cada turista puede tener diferentes criterios y preferencias al momento de seleccionar un alojamiento, y puede haber factores que influyan en su elección y que no se mencionen en la lista proporcionada. Por lo tanto, es importante para los proveedores de alojamiento considerar diferentes opciones y mejorar su oferta en función de las necesidades y expectativas de sus clientes potenciales.

## Que tan satisfecho quedó con el servicio de alojamiento

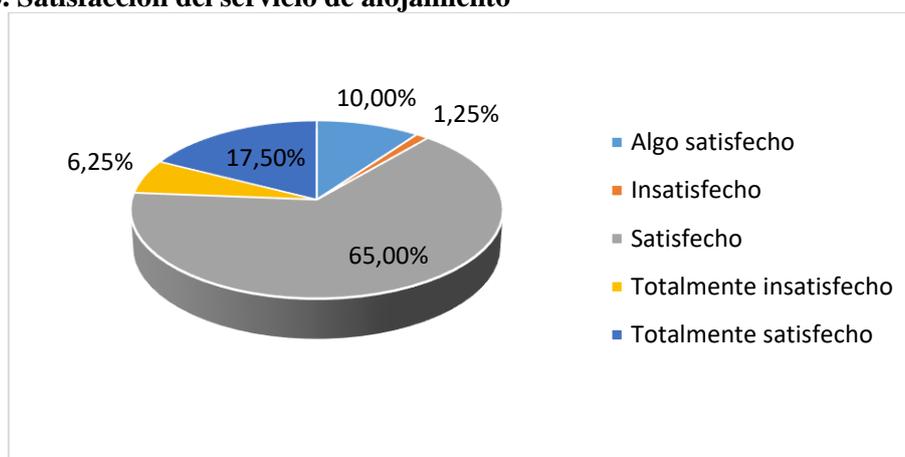
Tabla 10. Satisfacción del servicio de alojamiento

|                         | Frecuencia | Porcentaje válido |
|-------------------------|------------|-------------------|
| Algo satisfecho         | 32         | 10,00%            |
| Insatisfecho            | 4          | 1,25%             |
| Satisfecho              | 208        | 65,00%            |
| Totalmente insatisfecho | 20         | 6,25%             |
| Totalmente satisfecho   | 56         | 17,50%            |
| Total                   | 320        | 100,00%           |

Nota. Elaborado por A. Ocaña (2023)

Fuente. Encuesta

Figura 5. Satisfacción del servicio de alojamiento



Nota. Elaborado por A. Ocaña (2023)

Fuente. Encuesta

### Análisis e interpretación

Los datos indican que la mayoría de los turistas que se alojaron en Quito estuvieron satisfechos con el servicio proporcionado por su alojamiento. El 65% de los encuestados respondió que estuvieron satisfechos con su alojamiento, mientras que el 17.5% respondió que estuvieron totalmente satisfechos. En total, el 82.5% de los encuestados expresaron algún nivel de satisfacción con su alojamiento.

Sin embargo, también es importante destacar que el 6.25% de los encuestados respondió que estuvieron totalmente insatisfechos con el servicio de su alojamiento, y otro 1.25% indicó que estuvieron insatisfechos. Si bien estas cifras representan una minoría, no se pueden ignorar, ya que estos clientes podrían compartir sus malas experiencias con otros potenciales turistas, lo que podría afectar negativamente la reputación del alojamiento.

En general, estos resultados destacan la importancia de ofrecer un servicio de calidad y mantener altos estándares de satisfacción del cliente para retener y atraer turistas a la

ciudad de Quito. Es recomendable que los proveedores de alojamiento revisen y mejoren constantemente sus servicios en función de las opiniones y sugerencias de sus clientes para garantizar una experiencia positiva en su alojamiento.

### Qué nivel de calidad tiene el servicio de alojamiento que usted utilizó

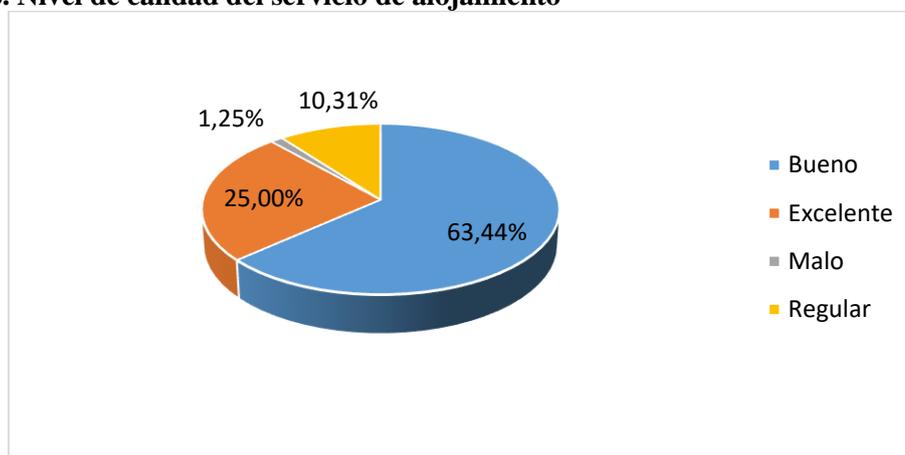
**Tabla 11. Nivel de calidad del servicio de alojamiento**

|                  | Frecuencia | Porcentaje válido |
|------------------|------------|-------------------|
| <b>Bueno</b>     | 203        | 63,44%            |
| <b>Excelente</b> | 80         | 25,00%            |
| <b>Malo</b>      | 4          | 1,25%             |
| <b>Regular</b>   | 33         | 10,31%            |
| <b>Total</b>     | 320        | 100,00%           |

**Nota.** Elaborado por A. Ocaña (2023)

**Fuente.** Encuesta

**Figura 6. Nivel de calidad del servicio de alojamiento**



**Nota.** Elaborado por A. Ocaña (2023)

**Fuente.** Encuesta

### Análisis e interpretación

Según los datos, la mayoría de los encuestados (63.44%) considera que el nivel de calidad del servicio de alojamiento en la ciudad de Quito es "bueno", seguido por el 25% que lo considera "excelente". Solo el 1.25% lo califica como "malo", lo cual indica que la mayoría de los alojamientos tienen un nivel aceptable de calidad en el servicio que ofrecen.

Un 10.31% de los encuestados lo califica como "regular", lo que puede ser un indicio de que hay oportunidades de mejora en algunos aspectos de los servicios de alojamiento en la ciudad. Es importante que los proveedores de alojamiento presten atención a los comentarios y sugerencias de los clientes para poder identificar las áreas de mejora y trabajar en ellas.

**Por favor, indique el tipo de servicio de alimentación que utilizó**

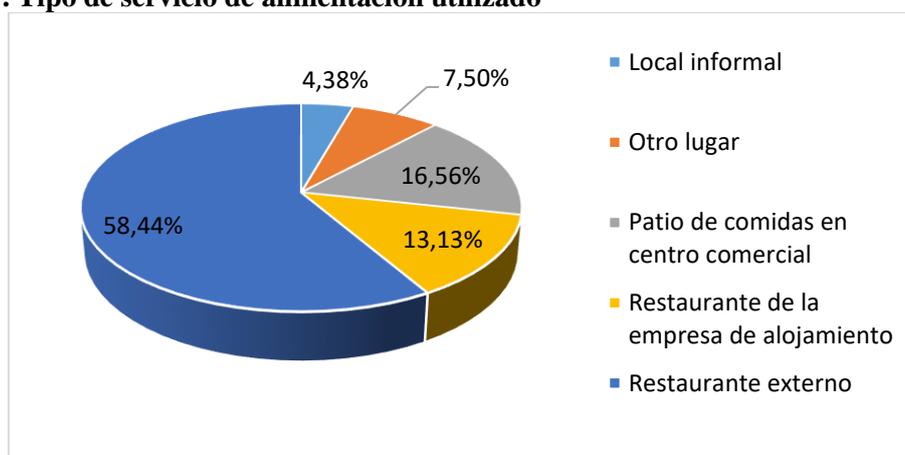
**Tabla 12. Tipo de servicio de alimentación utilizado**

|  | Frecuencia | Porcentaje válido |
|--|------------|-------------------|
| Restaurante externo                      | 187        | 58,44%            |
| Patio de comidas en centro comercial     | 53         | 16,56%            |
| Restaurante de la empresa de alojamiento | 42         | 13,13%            |
| Otro lugar                               | 24         | 7,50%             |
| Local informal                           | 14         | 4,38%             |
| <b>Total</b>                             | <b>320</b> | <b>100,00%</b>    |

Nota. Elaborado por A. Ocaña (2023)

Fuente. Encuesta

**Figura 7. Tipo de servicio de alimentación utilizado**



Nota. Elaborado por A. Ocaña (2023)

Fuente. Encuesta

### **Análisis e interpretación**

El tipo de servicio de alimentación utilizado por los turistas en la ciudad de Quito es mayoritariamente en restaurantes externos, representando el 58,44% de la muestra. Un 16,56% utiliza patios de comidas en centros comerciales, mientras que un 13,13% usa restaurantes de la empresa de alojamiento. El 7,5% de los turistas usan otros lugares para su alimentación, mientras que solo un 4,38% prefieren locales informales.

Esto indica que los turistas que visitan Quito tienen una preferencia por restaurantes externos, lo que puede deberse a la variedad de opciones de alimentos y la oportunidad de experimentar la cultura gastronómica local. Sin embargo, una proporción significativa de turistas también prefieren los restaurantes de la empresa de alojamiento, lo que sugiere que las opciones de alimentos dentro de los hoteles y alojamientos también son importantes para los turistas.

## Que tan satisfecho quedó con el servicio de alimentación

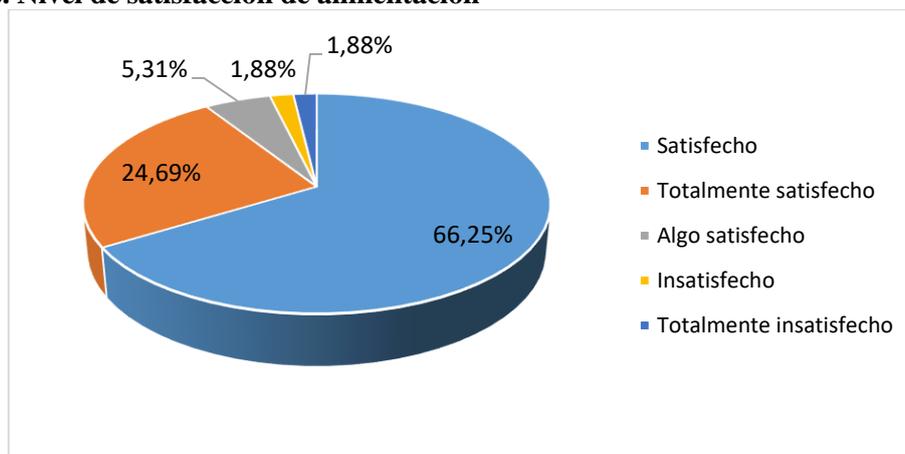
Tabla 13. Nivel de satisfacción de alimentación

|                         | Frecuencia | Porcentaje válido |
|-------------------------|------------|-------------------|
| Satisfecho              | 212        | 66,25%            |
| Totalmente satisfecho   | 79         | 24,69%            |
| Algo satisfecho         | 17         | 5,31%             |
| Insatisfecho            | 6          | 1,88%             |
| Totalmente insatisfecho | 6          | 1,88%             |
| Total                   | 320        | 100,00%           |

Nota. Elaborado por A. Ocaña (2023)

Fuente. Encuesta

Figura 8. Nivel de satisfacción de alimentación



Nota. Elaborado por A. Ocaña (2023)

Fuente. Encuesta

### Análisis e interpretación

De los turistas que utilizaron servicios de alimentación en la ciudad de Quito, el 90,94% se siente satisfecho o totalmente satisfecho con el servicio recibido, mientras que el 3,75% se siente insatisfecho o totalmente insatisfecho. Es importante destacar que la mayoría de los turistas se siente muy satisfecho con los servicios de alimentación, ya que el 24,69% respondió que está totalmente satisfecho.

Estos datos sugieren que, en general, la ciudad de Quito ofrece servicios de alimentación satisfactorios para los turistas, lo que puede contribuir positivamente a su experiencia en la ciudad y promover su regreso en el futuro. Sin embargo, aún hay un pequeño porcentaje de turistas que no están satisfechos con los servicios de alimentación, por lo que es importante para las empresas de alimentación de la ciudad evaluar sus prácticas y mejorar en áreas que puedan estar contribuyendo a la insatisfacción de los clientes.

## Qué nivel de calidad tiene el servicio de alimentación que usted utilizó

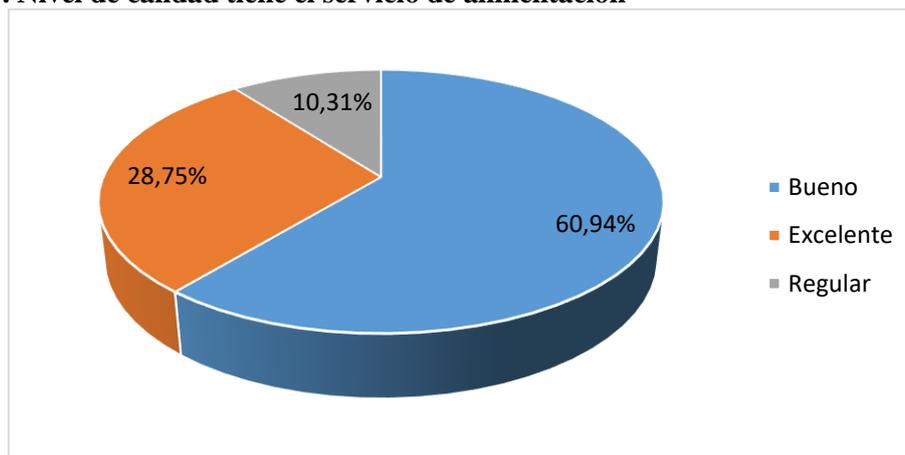
**Tabla 14. Nivel de calidad tiene el servicio de alimentación**

|           | Frecuencia | Porcentaje válido |
|-----------|------------|-------------------|
| Bueno     | 195        | 60,94%            |
| Excelente | 92         | 28,75%            |
| Regular   | 33         | 10,31%            |
| Total     | 320        | 100,00%           |

Nota. Elaborado por A. Ocaña (2023)

Fuente. Encuesta

**Figura 9. Nivel de calidad tiene el servicio de alimentación**



Nota. Elaborado por A. Ocaña (2023)

Fuente. Encuesta

### Análisis e interpretación

Según los datos, el nivel de calidad del servicio de alimentación en la ciudad de Quito es percibido mayoritariamente como "bueno" por el 60,94% de los encuestados. Un 28,75% lo califica como "excelente", lo que sugiere que hay una proporción significativa de turistas que están muy satisfechos con la calidad de la comida y el servicio en los lugares de alimentación en la ciudad. Sin embargo, también hay un 10,31% de encuestados que lo califican como "regular", lo que podría indicar que hay áreas en las que se necesita mejorar la calidad del servicio.

En general, la mayoría de los turistas parecen estar satisfechos con el nivel de calidad del servicio de alimentación en la ciudad de Quito. Sin embargo, es importante tener en cuenta que la calidad del servicio de alimentación puede variar según la ubicación y el tipo de restaurante, lo que sugiere que los proveedores de servicios de alimentación deben continuar trabajando para mejorar la calidad del servicio y garantizar que los turistas tengan una experiencia satisfactoria mientras visitan la ciudad.

## Qué tipo de transporte utilizó en sus recorridos en la ciudad

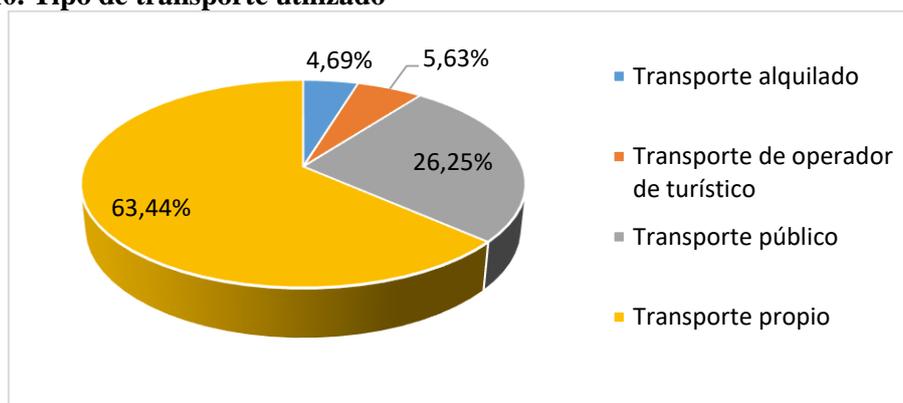
Tabla 15. Tipo de transporte utilizado

|                                     | Frecuencia | Porcentaje válido |
|-------------------------------------|------------|-------------------|
| Transporte alquilado                | 15         | 4,69%             |
| Transporte de operador de turístico | 18         | 5,63%             |
| Transporte público                  | 84         | 26,25%            |
| Transporte propio                   | 203        | 63,44%            |
| Total                               | 320        | 100,00%           |

Nota. Elaborado por A. Ocaña (2023)

Fuente. Encuesta

Figura 10. Tipo de transporte utilizado



Nota. Elaborado por A. Ocaña (2023)

Fuente. Encuesta

### Análisis e interpretación

El tipo de transporte utilizado por los turistas en la ciudad de Quito se divide principalmente en transporte propio (63,44%) y transporte público (26,25%). Esto indica que la mayoría de los turistas prefiere utilizar su propio medio de transporte o utilizar el transporte público local para desplazarse por la ciudad. Un pequeño porcentaje de turistas (4,69%) optó por alquilar transporte y un 5,63% utilizó el transporte de un operador turístico.

Esto puede indicar que los turistas prefieren la flexibilidad y la independencia que les brinda el uso de su propio medio de transporte o el transporte público, en lugar de depender de un horario establecido por una empresa de transporte turístico.

Es importante que los servicios turísticos de la ciudad de Quito estén bien conectados con las rutas de transporte público para garantizar una movilidad efectiva y satisfactoria para los turistas. También es importante ofrecer opciones de alquiler de transporte para aquellos turistas que no tengan su propio medio de transporte o que prefieran la comodidad que ofrece un servicio de transporte turístico.

## Que tan satisfecho quedó con el servicio de transporte

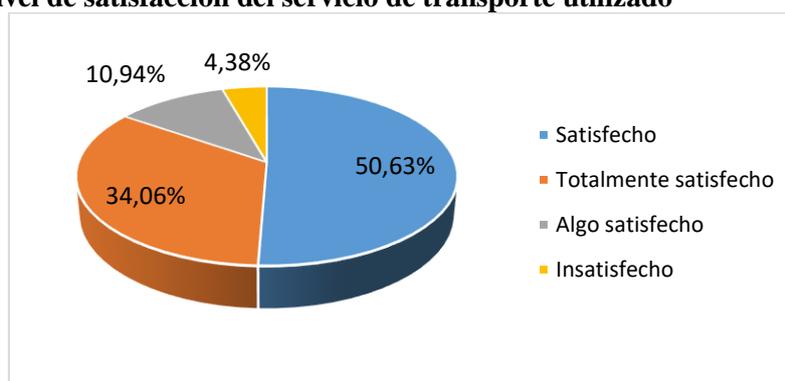
**Tabla 16. Nivel de satisfacción del servicio de transporte utilizado**

|                       | Frecuencia | Porcentaje válido |
|-----------------------|------------|-------------------|
| Satisfecho            | 162        | 50,63%            |
| Totalmente satisfecho | 109        | 34,06%            |
| Algo satisfecho       | 35         | 10,94%            |
| Insatisfecho          | 14         | 4,38%             |
| <b>Total</b>          | <b>320</b> | <b>100,00%</b>    |

Nota. Elaborado por A. Ocaña (2023)

Fuente. Encuesta

**Figura 11. Nivel de satisfacción del servicio de transporte utilizado**



Nota. Elaborado por A. Ocaña (2023)

Fuente. Encuesta

### Análisis e interpretación

El nivel de satisfacción del servicio de transporte utilizado por los turistas en la ciudad de Quito es en general positivo, ya que el 84.69% de los encuestados se mostraron satisfechos o totalmente satisfechos con el servicio. Solo el 4.38% de los encuestados se mostraron insatisfechos con el servicio de transporte utilizado. Es importante tener en cuenta que la mayoría de los turistas (63.44%) utilizaron su propio transporte, lo que puede significar que se sintieron más cómodos y satisfechos con el servicio en general.

Sin embargo, también es interesante notar que un porcentaje significativo de turistas (26.25%) utilizó transporte público. Aunque no se dispone de datos específicos, esto podría indicar que el servicio de transporte público en la ciudad de Quito es considerado aceptable por algunos turistas.

En general, estos datos sugieren que el servicio de transporte en la ciudad de Quito es percibido como satisfactorio por la mayoría de los turistas, pero podría haber oportunidades para mejorar el servicio de transporte público y fomentar el uso de opciones de transporte más sostenibles.

## Bajo su criterio, cuál es el nivel de calidad de vida en la ciudad de Quito

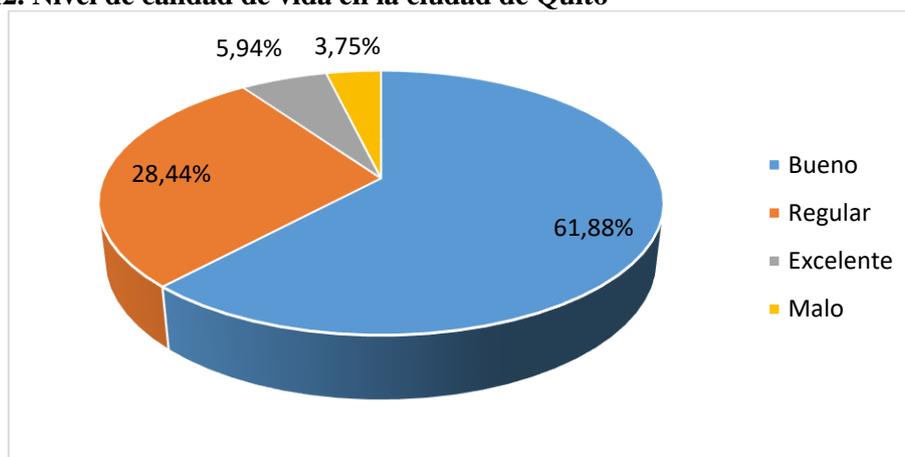
Tabla 17. Nivel de calidad de vida en la ciudad de Quito

|           | Frecuencia | Porcentaje válido |
|-----------|------------|-------------------|
| Bueno     | 198        | 61,88%            |
| Regular   | 91         | 28,44%            |
| Excelente | 19         | 5,94%             |
| Malo      | 12         | 3,75%             |
| Total     | 320        | 100,00%           |

Nota. Elaborado por A. Ocaña (2023)

Fuente. Encuesta

Figura 12. Nivel de calidad de vida en la ciudad de Quito



Nota. Elaborado por A. Ocaña (2023)

Fuente. Encuesta

### Análisis e interpretación

De acuerdo a los datos, la mayoría de los turistas (61,88%) consideran que el nivel de calidad de vida en la ciudad de Quito es "bueno". Un 28,44% opina que es "regular", mientras que solo un 5,94% lo considera "excelente". Por otro lado, un 3,75% de los turistas lo califica como "malo".

Estos resultados sugieren que, en general, la ciudad de Quito es vista por los turistas como un lugar con una calidad de vida aceptable. Sin embargo, también se puede ver que hay una proporción considerable de turistas que consideran que la calidad de vida es solo "regular", lo que puede indicar que hay áreas en las que la ciudad puede mejorar para satisfacer mejor las necesidades y expectativas de los turistas.

## Bajo su criterio, cuál es el nivel de calidad en las actividades turísticas que se dan en la ciudad

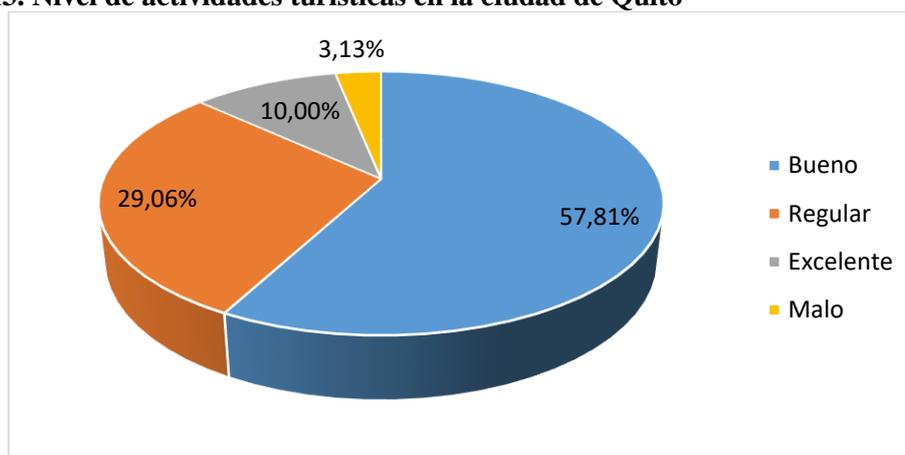
**Tabla 18. Nivel de actividades turísticas en la ciudad de Quito**

|           | Frecuencia | Porcentaje válido |
|-----------|------------|-------------------|
| Bueno     | 185        | 57,81%            |
| Regular   | 93         | 29,06%            |
| Excelente | 32         | 10,00%            |
| Malo      | 10         | 3,13%             |
| Total     | 320        | 100,00%           |

Nota. Elaborado por A. Ocaña (2023)

Fuente. Encuesta

**Figura 13. Nivel de actividades turísticas en la ciudad de Quito**



Nota. Elaborado por A. Ocaña (2023)

Fuente. Encuesta

### Análisis e interpretación

De los turistas encuestados, el 57,81% considera que el nivel de actividades turísticas en la ciudad de Quito es "Bueno", lo que sugiere que existe una variedad satisfactoria de actividades turísticas para realizar en la ciudad. El 29,06% de los turistas encuestados considera que el nivel de actividades turísticas es "Regular", lo que indica que aún hay margen de mejora en la oferta turística de la ciudad. El 10% de los turistas encuestados considera que el nivel de actividades turísticas es "Excelente", lo que indica que algunos turistas tienen una experiencia muy positiva en términos de la oferta turística. Por otro lado, el 3,13% de los turistas encuestados considera que el nivel de actividades turísticas es "Malo", lo que indica que aún hay aspectos a mejorar en la oferta turística de la ciudad para satisfacer las expectativas de todos los turistas.

En resumen, aunque la mayoría de los turistas considera que el nivel de actividades turísticas en la ciudad de Quito es "Bueno", aún hay espacio para mejorar la oferta y satisfacer a un número mayor de visitantes.

## ¿En qué medios de difusión conoció sobre las actividades y atractivos turísticos de Quito?

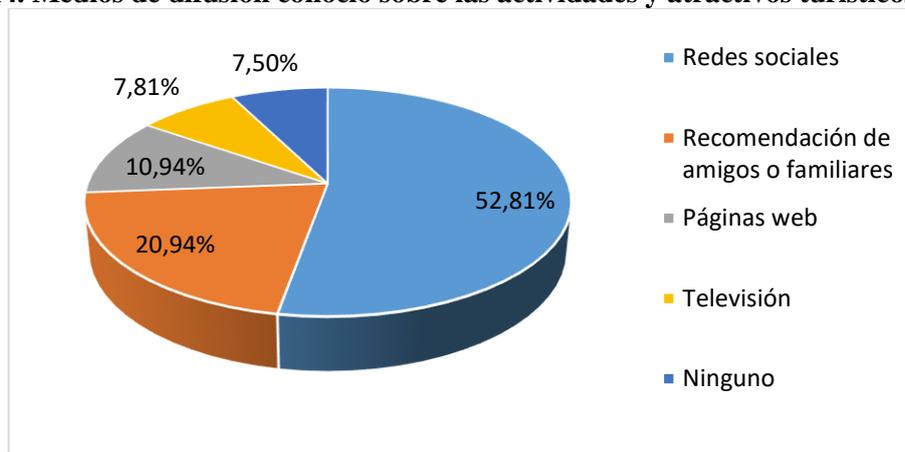
**Tabla 19. Medios de difusión conoció sobre las actividades y atractivos turísticos de Quito**

|                                      | Frecuencia | Porcentaje válido |
|--------------------------------------|------------|-------------------|
| Redes sociales                       | 169        | 52,81%            |
| Recomendación de amigos o familiares | 67         | 20,94%            |
| Páginas web                          | 35         | 10,94%            |
| Televisión                           | 25         | 7,81%             |
| Ninguno                              | 24         | 7,50%             |
| <b>Total</b>                         | <b>320</b> | <b>100,00%</b>    |

Nota. Elaborado por A. Ocaña (2023)

Fuente. Encuesta

**Figura 14. Medios de difusión conoció sobre las actividades y atractivos turísticos de Quito**



Nota. Elaborado por A. Ocaña (2023)

Fuente. Encuesta

### Análisis e interpretación

En base a los datos proporcionados, se puede observar que la mayoría de los turistas encuestados (52,81%) conocieron sobre las actividades y atractivos turísticos de Quito a través de las redes sociales, lo cual indica la importancia de tener una presencia activa y atractiva en este tipo de plataformas.

La segunda fuente de información más mencionada es la recomendación de amigos o familiares, con un 20,94% de los encuestados, lo cual sugiere la importancia del boca a boca y la satisfacción de los visitantes previos en la promoción del turismo en la ciudad.

Las páginas web también son una fuente importante de información, con un 10,94% de los encuestados, seguido de la televisión con un 7,81%. Es importante destacar que un 7,50% de los encuestados indicaron que no conocieron sobre las actividades y atractivos turísticos de Quito a través de ningún medio en particular, lo cual puede ser una oportunidad para mejorar la promoción y difusión de la oferta turística de la ciudad.

## Bajo su criterio, cuál es el nivel de calidad en la promoción del turismo de la ciudad

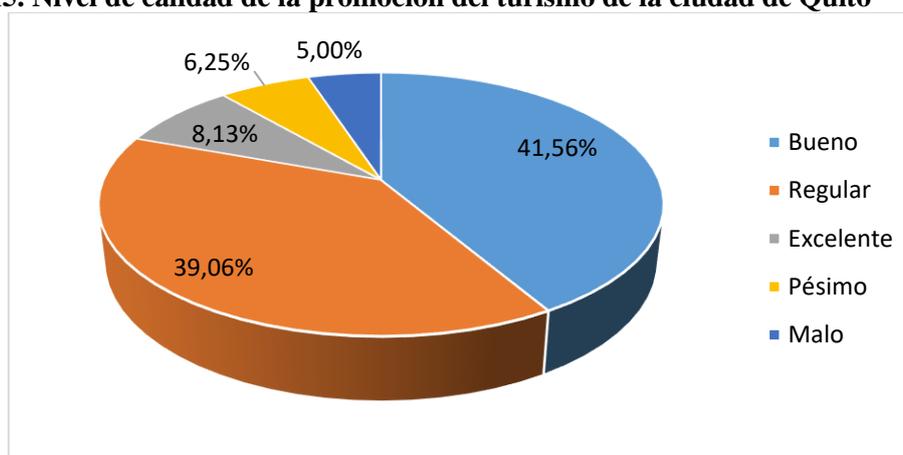
**Tabla 20. Nivel de calidad de la promoción del turismo de la ciudad de Quito**

|                  | Frecuencia | Porcentaje válido |
|------------------|------------|-------------------|
| <b>Bueno</b>     | 133        | 41,56%            |
| <b>Regular</b>   | 125        | 39,06%            |
| <b>Excelente</b> | 26         | 8,13%             |
| <b>Pésimo</b>    | 20         | 6,25%             |
| <b>Malo</b>      | 16         | 5,00%             |
| <b>Total</b>     | 320        | 100,00%           |

Nota. Elaborado por A. Ocaña (2023)

Fuente. Encuesta

**Figura 15. Nivel de calidad de la promoción del turismo de la ciudad de Quito**



Nota. Elaborado por A. Ocaña (2023)

Fuente. Encuesta

### Análisis e interpretación

De acuerdo con los datos, el nivel de calidad de la promoción del turismo de la ciudad de Quito no es percibido de manera uniforme por los turistas. En primer lugar, es importante destacar que la mayoría de los turistas (80,62%) perciben la calidad de la promoción como "bueno" o "regular". Sin embargo, también hay un porcentaje significativo (11,25%) que percibe la calidad de la promoción como "pésimo" o "malo". Es interesante notar que hay una cantidad considerable de turistas (8,13%) que perciben la calidad de la promoción como "excelente", lo que sugiere que hay aspectos que se están haciendo bien en cuanto a la promoción turística de la ciudad de Quito.

Es posible que los turistas que perciben la calidad de la promoción como "pésimo" o "malo" hayan experimentado dificultades para obtener información sobre las actividades turísticas, lo que puede haber afectado negativamente su experiencia en la ciudad. Esto resalta la importancia de mejorar los canales de comunicación y promoción turística para que los turistas puedan conocer mejor las actividades y atractivos turísticos de la ciudad.

## Bajo su criterio, la limpieza de la ciudad es

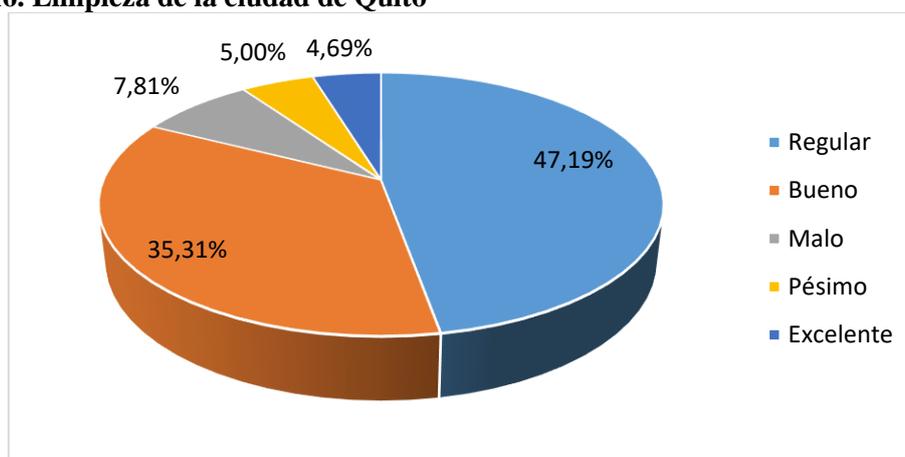
**Tabla 21. Limpieza de la ciudad de Quito**

|           | Frecuencia | Porcentaje válido |
|-----------|------------|-------------------|
| Regular   | 151        | 47,19%            |
| Bueno     | 113        | 35,31%            |
| Malo      | 25         | 7,81%             |
| Pésimo    | 16         | 5,00%             |
| Excelente | 15         | 4,69%             |
| Total     | 320        | 100,00%           |

Nota. Elaborado por A. Ocaña (2023)

Fuente. Encuesta

**Figura 16. Limpieza de la ciudad de Quito**



Nota. Elaborado por A. Ocaña (2023)

Fuente. Encuesta

### Análisis e interpretación

Según los datos proporcionados, el 47.19% de los turistas encuestados considera que la limpieza de la ciudad de Quito es regular, mientras que el 35.31% la considera buena. El 5% de los turistas la calificó como pésima, mientras que el 4.69% la considera excelente.

Es importante tener en cuenta que la limpieza es un factor crucial para la percepción de una ciudad y su atractivo turístico, y que una calificación regular puede ser considerada como una oportunidad para mejorar en este aspecto.

Sería recomendable que las autoridades de la ciudad tomen en cuenta esta opinión de los turistas y tomen medidas para mejorar la limpieza de la ciudad. Además, podrían llevar a cabo campañas de concientización sobre la importancia de mantener la ciudad limpia y promover la colaboración ciudadana en este sentido.

**Bajo su criterio, la accesibilidad (servicios para personas con discapacidad) de la ciudad es**

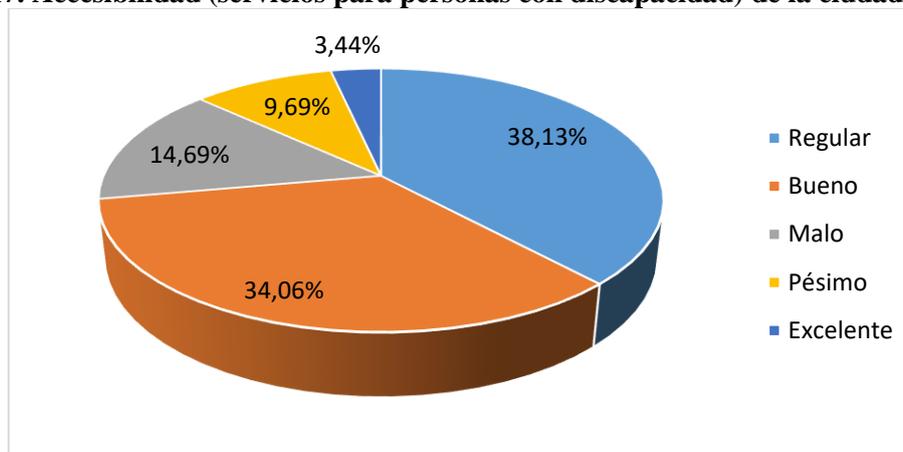
**Tabla 22. Accesibilidad (servicios para personas con discapacidad) de la ciudad de Quito**

|                  | Frecuencia | Porcentaje válido |
|------------------|------------|-------------------|
| <b>Regular</b>   | 122        | 38,13%            |
| <b>Bueno</b>     | 109        | 34,06%            |
| <b>Malo</b>      | 47         | 14,69%            |
| <b>Pésimo</b>    | 31         | 9,69%             |
| <b>Excelente</b> | 11         | 3,44%             |
| <b>Total</b>     | 320        | 100,00%           |

Nota. Elaborado por A. Ocaña (2023)

Fuente. Encuesta

**Figura 17. Accesibilidad (servicios para personas con discapacidad) de la ciudad de Quito**



Nota. Elaborado por A. Ocaña (2023)

Fuente. Encuesta

### **Análisis e interpretación**

Se puede observar los siguientes resultados, 122 turistas (38,13%) consideran que la accesibilidad en la ciudad de Quito es regular. 109 turistas (34,06%) indicaron que este factor es bueno. 47 turistas (14,69%) consideran que la accesibilidad es mala. 31 turistas (9,69%) consideran que la accesibilidad en la ciudad de Quito es pésima. 11 turistas (3,44%) consideran que la accesibilidad en la ciudad de Quito es excelente.

Estos datos muestran que un porcentaje significativo de turistas consideran que la accesibilidad en la ciudad de Quito es regular o peor. Esto sugiere que puede haber áreas de mejora en cuanto a la accesibilidad de la ciudad para las personas con discapacidades. Sin embargo, hay un número considerable de turistas que perciben la accesibilidad como buena o excelente, lo que indica que se están haciendo algunos esfuerzos en este sentido. Es importante destacar que la accesibilidad es un factor fundamental para garantizar una experiencia turística inclusiva y satisfactoria para todas las personas, por lo que es recomendable que se realicen esfuerzos para mejorar la accesibilidad en Quito.

## Bajo su criterio, el nivel de cuidado de la naturaleza o área verdes en la ciudad es

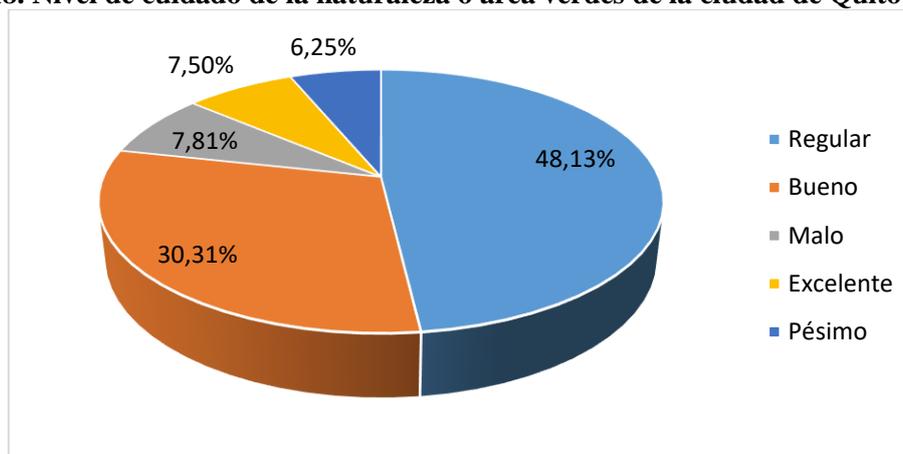
**Tabla 23. Nivel de cuidado de la naturaleza o área verdes de la ciudad de Quito**

|           | Frecuencia | Porcentaje válido |
|-----------|------------|-------------------|
| Regular   | 154        | 48,13%            |
| Bueno     | 97         | 30,31%            |
| Malo      | 25         | 7,81%             |
| Excelente | 24         | 7,50%             |
| Pésimo    | 20         | 6,25%             |
| Total     | 320        | 100,00%           |

Nota. Elaborado por A. Ocaña (2023)

Fuente. Encuesta

**Figura 18. Nivel de cuidado de la naturaleza o área verdes de la ciudad de Quito**



Nota. Elaborado por A. Ocaña (2023)

Fuente. Encuesta

### Análisis e interpretación

De acuerdo con los datos proporcionados, el 48,13% de los turistas encuestados calificaron el nivel de cuidado de la naturaleza o áreas verdes en la ciudad de Quito como "Regular". Por otro lado, el 30,31% de los turistas lo calificaron como "Bueno", y el 7,81% lo calificó como "Malo". Además, el 7,50% lo calificó como "Excelente" y el 6,25% lo calificó como "Pésimo".

Esto indica que la mayoría de los turistas no están completamente satisfechos con el nivel de cuidado de la naturaleza o áreas verdes en la ciudad de Quito. Es importante destacar que el cuidado de la naturaleza y las áreas verdes son factores importantes en la promoción del turismo en una ciudad, ya que los turistas suelen buscar experiencias al aire libre y en contacto con la naturaleza. Por lo tanto, es necesario que se tomen medidas para mejorar y mantener estas áreas de manera adecuada y sostenible.

## Bajo su criterio, el cuidado del patrimonio cultural en la ciudad es

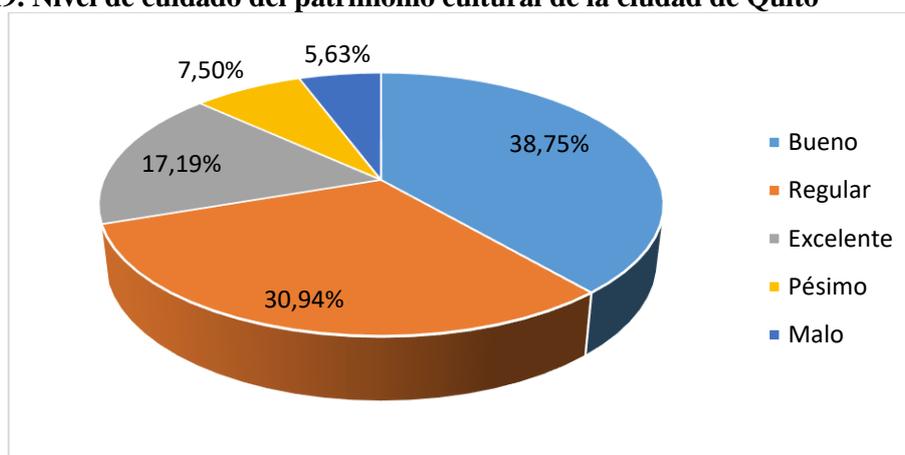
**Tabla 24. Nivel de cuidado del patrimonio cultural de la ciudad de Quito**

|           | Frecuencia | Porcentaje válido |
|-----------|------------|-------------------|
| Bueno     | 124        | 38,75%            |
| Regular   | 99         | 30,94%            |
| Excelente | 55         | 17,19%            |
| Pésimo    | 24         | 7,50%             |
| Malo      | 18         | 5,63%             |
| Total     | 320        | 100,00%           |

Nota. Elaborado por A. Ocaña (2023)

Fuente. Encuesta

**Figura 19. Nivel de cuidado del patrimonio cultural de la ciudad de Quito**



Nota. Elaborado por A. Ocaña (2023)

Fuente. Encuesta

### Análisis e interpretación

En cuanto al cuidado del patrimonio cultural de la ciudad de Quito, el 38,75% de los turistas encuestados lo consideró bueno y el 30,94% lo calificó como regular. Sin embargo, un 23,13% lo consideró pésimo o malo. Es alentador ver que el 17,19% de los turistas encuestados considera el cuidado del patrimonio cultural de la ciudad de Quito como excelente.

Esto sugiere que, aunque hay áreas de mejora en el cuidado del patrimonio cultural, la ciudad de Quito ha logrado en gran medida preservar y mantener su rica historia y patrimonio cultural, lo que a su vez es un gran atractivo turístico. Es importante seguir trabajando en el cuidado y conservación del patrimonio cultural, para mejorar la experiencia turística y garantizar la protección de este importante legado histórico y cultural.

## Bajo su criterio, el nivel de seguridad de la ciudad es

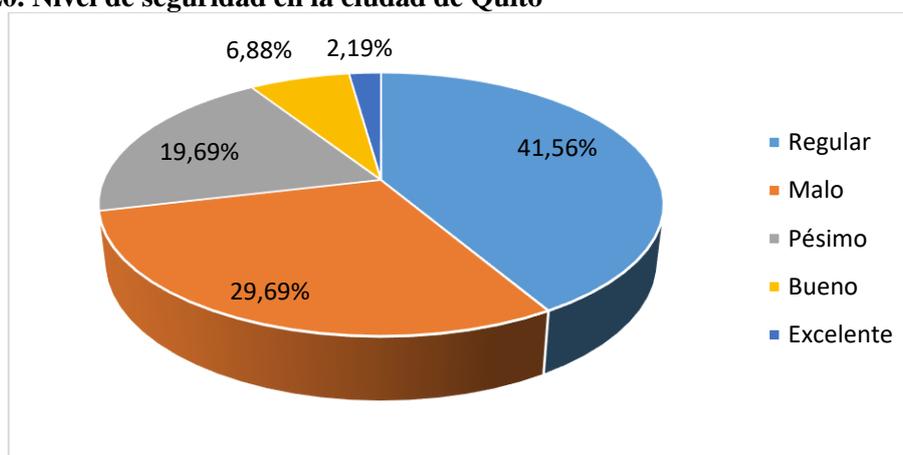
**Tabla 25. Nivel de seguridad en la ciudad de Quito**

|           | Frecuencia | Porcentaje válido |
|-----------|------------|-------------------|
| Regular   | 133        | 41,56%            |
| Malo      | 95         | 29,69%            |
| Pésimo    | 63         | 19,69%            |
| Bueno     | 22         | 6,88%             |
| Excelente | 7          | 2,19%             |
| Total     | 320        | 100,00%           |

Nota. Elaborado por A. Ocaña (2023)

Fuente. Encuesta

**Figura 20. Nivel de seguridad en la ciudad de Quito**



Nota. Elaborado por A. Ocaña (2023)

Fuente. Encuesta

### Análisis e interpretación

De acuerdo con los resultados obtenidos, la percepción de seguridad de los turistas que visitan Quito es predominantemente negativa. El 41.56% de los encuestados calificaron la seguridad en la ciudad como regular, mientras que el 29.69% la calificaron como mala y el 19.69% como pésima. Solo el 6.88% consideró que la seguridad en la ciudad era buena y un 2.19% la calificó como excelente.

Estos resultados pueden tener un impacto significativo en la industria del turismo de la ciudad, ya que una mala percepción de la seguridad puede disuadir a los turistas de visitar y gastar dinero en la ciudad. Es importante que las autoridades tomen medidas para mejorar la seguridad en la ciudad y comunicarlas de manera efectiva a los turistas para mejorar su experiencia en Quito.

## Bajo su criterio, la solidaridad, respeto y tolerancia de los habitantes de la ciudad es

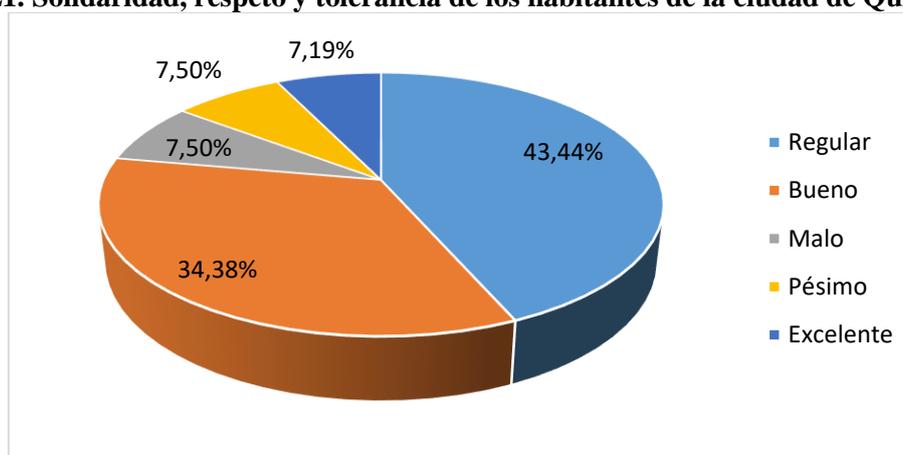
**Tabla 26. Solidaridad, respeto y tolerancia de los habitantes de la ciudad de Quito**

|           | Frecuencia | Porcentaje válido |
|-----------|------------|-------------------|
| Regular   | 139        | 43,44%            |
| Bueno     | 110        | 34,38%            |
| Malo      | 24         | 7,50%             |
| Pésimo    | 24         | 7,50%             |
| Excelente | 23         | 7,19%             |
| Total     | 320        | 100,00%           |

Nota. Elaborado por A. Ocaña (2023)

Fuente. Encuesta

**Figura 21. Solidaridad, respeto y tolerancia de los habitantes de la ciudad de Quito**



Nota. Elaborado por A. Ocaña (2023)

Fuente. Encuesta

### Análisis e interpretación

En base a los datos proporcionados, podemos interpretar que la mayoría de los turistas encuestados percibieron un nivel regular de solidaridad, respeto y tolerancia por parte de los habitantes de Quito. Sin embargo, una cantidad significativa de turistas también expresaron una opinión negativa (malo o pésimo) sobre este tema.

Es importante destacar que un porcentaje considerable de turistas (alrededor del 41%) calificó la solidaridad, respeto y tolerancia de los habitantes de la ciudad como regular, lo cual indica que aún debe mejorarse este factor. Por otro lado, un 34% de los turistas encuestados consideró que la solidaridad, respeto y tolerancia fue buena, y un 7% la consideró excelente.

Las autoridades y sociedad en general deben tomar en cuenta esta percepción de los turistas para trabajar en la mejora de la calidad de la atención y el trato hacia los visitantes, lo que sin duda contribuirá a una mejor experiencia turística en la ciudad de Quito.

## Bajo su criterio, los servicios públicos de la ciudad son

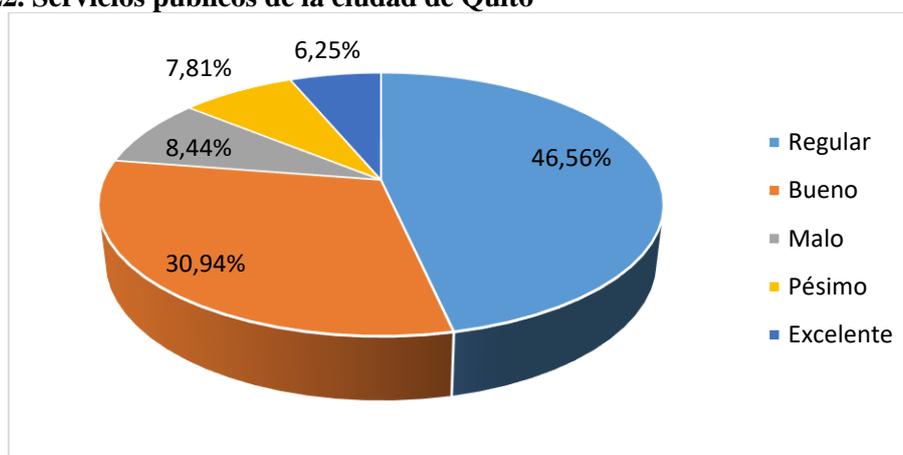
**Tabla 27. Servicios públicos de la ciudad de Quito**

|           | Frecuencia | Porcentaje válido |
|-----------|------------|-------------------|
| Regular   | 149        | 46,56%            |
| Bueno     | 99         | 30,94%            |
| Malo      | 27         | 8,44%             |
| Pésimo    | 25         | 7,81%             |
| Excelente | 20         | 6,25%             |
| Total     | 320        | 100,00%           |

Nota. Elaborado por A. Ocaña (2023)

Fuente. Encuesta

**Figura 22. Servicios públicos de la ciudad de Quito**



Nota. Elaborado por A. Ocaña (2023)

Fuente. Encuesta

### Análisis e interpretación

Según los datos, el 46.56% de los turistas encuestados considera que los servicios públicos de la ciudad de Quito son regulares. Solo el 6.25% de los turistas calificaron los servicios públicos como excelentes, mientras que el 8.44% los consideró malos.

Es interesante destacar que el 30.94% de los turistas encuestados calificaron los servicios públicos de la ciudad como buenos. Sin embargo, hay una cantidad considerable de turistas que consideran que los servicios públicos necesitan mejoras.

En conclusión, estos resultados sugieren que hay espacio para mejorar la calidad de los servicios públicos en la ciudad de Quito para satisfacer las expectativas de los turistas.

## 4.2. Análisis de entrevistas a expertos

Se realizaron entrevistas a expertos del sector turístico, profesionales que conocen sobre las normas de calidad y los estándares ISO.

**Tabla 28. Análisis de entrevista - 1er experto/profesional**

| N.º | ENTREVISTADO  | Lcda. Verónica Pazmiño<br>Asesora Comercial<br>Empresa Adventure Journeys  |
|-----|---|--|
|     | <b>PREGUNTA</b>   |  |
| 1   | ¿Qué significa para usted y su empresa la calidad?  | Mi empresa es el lugar donde puedo desarrollar mis destrezas, conocimientos, habilidades, experiencia, y la vez puedo seguir aprendiendo del expertise y buena calidad de los servicios que ofrece mi Operadora  |
| 2   | ¿Conoce la normativa ISO para servicios turísticos, cuál es su criterio sobre la implementación de dichas normas?                           | Si conozco, son de mucha utilidad porque permite mejorar la gestión turística en varios campos   |
| 3   | ¿De las normas ISO adoptadas en Ecuador, actualmente cuál aplica en su empresa?   | No sé a ciencia si está aplicando alguna norma ISO   |
| 4   | ¿Qué procesos aplica su empresa para mejorar la calidad de los servicios que brinda?  | Tenemos varios procesos, es decir, cada área ya sea de ventas, reservas, operaciones, logística, marketing tienen sus procesos que se unen en un solo sistema comercial, administrativo-contable, operaciones, en el que todo está concatenado y podemos trabajar de esta forma más rápido y más organizadamente |
| 5   | ¿Considera usted que una certificación de calidad genera más oportunidades de crecimiento para una empresa turística?                       | Si   |
| 6   | ¿Qué indicadores verifica usted para comprobar el cumplimiento de los estándares de calidad de su empresa?                                  | Proceso de Gestión del Desempeño AJ (Adventure Journeys) que detalla cada uno de sus elementos, mediante un ejemplo buscamos tener la mayor claridad posible, con mi soporte en todo momento, información con los indicadores para poder realizar la reunión de seguimiento.                                     |
| 7   | ¿Cuál es la metodología de su empresa para cumplir con las exigencias de sus clientes?  | Proceso de Gestión del Desempeño AJ (Adventure Journeys) / reportes mensuales de ventas  |
| 8   | ¿Usted podría asegurar que su empresa asume responsabilidades sociales que mejoran la calidad de los servicios turísticos?                  | Si   |
| 9   | ¿Cree usted que las normas ISO están bien socializadas por parte de las entidades de control?   | No   |
| 10  | ¿Considera que el estado ha fomentado la implementación de normas de calidad ISO y la obtención de certificados de calidad?                 | No   |
| 11  | ¿Cree usted que las normas relacionadas al turismo, están apegadas a las tendencias de turismo?   | Si, pero también hay que tomar en cuenta la realidad de turismo en Ecuador   |
| 12  | ¿Qué aspectos se necesita implementar en los procesos de certificación de calidad para que las empresas accedan a aplicar estas normativas? | Socializarlos  |

Nota. Elaborado por A. Ocaña (2023)

Fuente. Entrevista

### **Análisis Entrevista 1er experto/profesional**

En base a la entrevista, se puede inferir que la calidad es muy importante para la empresa, ya que se considera un lugar para desarrollar habilidades y conocimientos mientras se ofrece servicios de calidad a los clientes. El entrevistado conoce la normativa ISO para servicios turísticos y considera que su implementación es muy útil para mejorar la gestión turística en varios campos. Aunque no está seguro si su empresa está aplicando alguna norma ISO actualmente, menciona que tienen varios procesos en todas las áreas para mejorar la calidad de los servicios que brindan.

El entrevistado considera que una certificación de calidad genera más oportunidades de crecimiento para una empresa turística. Para verificar el cumplimiento de los estándares de calidad de su empresa, utilizan el Proceso de Gestión del Desempeño AJ y los reportes mensuales de ventas.

También se menciona que la empresa asume responsabilidades sociales para mejorar la calidad de los servicios turísticos. Sin embargo, el entrevistado cree que las normas ISO no están bien socializadas por parte de las entidades de control y que el estado no ha fomentado la implementación de normas de calidad ISO y la obtención de certificados de calidad.

El entrevistado cree que las normas relacionadas al turismo están apegadas a las tendencias de turismo, pero también es importante tomar en cuenta la realidad del turismo en Ecuador. Para implementar estas normativas, el entrevistado cree que es necesario socializarlas más.

**Tabla 29. Análisis de entrevista - 2do experto/profesional**

| <b>N.º</b> | <b>PREGUNTA</b>  | <b>ENTREVISTADO</b> | <b>PHD Oscar Abril Flores<br/>Director de Cultura-UTA<br/>Experto en Excelencia en Servicios turísticos</b>  |
|------------|--|---------------------|--|
| <b>1</b>   | <b>¿Qué significa para usted y su empresa la calidad?</b>  |                     | La calidad es un valor fundamental para mi empresa y para el sector en general. La calidad es la base para ofrecer experiencias turísticas memorables y generar confianza en los clientes. |
| <b>2</b>   | <b>¿Conoce la normativa ISO para servicios turísticos, cuál es su criterio sobre la implementación de dichas normas?</b> |                     | Sí, conozco la normativa ISO para servicios turísticos y considero que es una herramienta valiosa para mejorar la calidad de los servicios en el sector turístico.                         |
| <b>3</b>   | <b>¿De las normas ISO adoptadas en Ecuador, actualmente cuál aplica en su empresa?</b>                                   |                     | Actualmente ninguna, sin embargo, recomendaría aplicar la norma ISO 9001:2015, que se enfoca en la gestión de la calidad. Esta   |

|    |  |   |
|----|--|---|
|    |  | norma es aplicable a cualquier organización, sin importar su tamaño o sector.   |
| 4  | <b>¿Qué procesos aplica su empresa para mejorar la calidad de los servicios que brinda?</b>  | Tenemos una política de mejora continua que involucra la capacitación constante de nuestro personal, la retroalimentación de nuestros clientes y la revisión constante de nuestros procesos para asegurarnos de estar ofreciendo el mejor servicio posible.   |
| 5  | <b>¿Considera usted que una certificación de calidad genera más oportunidades de crecimiento para una empresa turística?</b>                       | Definitivamente, una certificación de calidad puede generar más oportunidades de crecimiento para una empresa turística. Esta certificación es una garantía de que se cumple con los estándares de calidad requeridos y puede generar confianza en los clientes, lo que a su vez puede generar más recomendaciones y, por lo tanto, más clientes.   |
| 6  | <b>¿Qué indicadores verifica usted para comprobar el cumplimiento de los estándares de calidad de su empresa?</b>                                  | Para verificar el cumplimiento de los estándares de calidad de mi empresa, se utilizan indicadores como la satisfacción del cliente, el cumplimiento de los tiempos de respuesta y la mejora en la gestión de los procesos.   |
| 7  | <b>¿Cuál es la metodología de su empresa para cumplir con las exigencias de sus clientes?</b>  | La metodología de mi empresa para cumplir con las exigencias de los clientes es la personalización del servicio, buscando entender las necesidades y expectativas de cada cliente para poder brindar una experiencia turística única y memorable.   |
| 8  | <b>¿Usted podría asegurar que su empresa asume responsabilidades sociales que mejoran la calidad de los servicios turísticos?</b>                  | Sí, mi empresa asume responsabilidades sociales que mejoran la calidad de los servicios turísticos. Nos preocupamos por apoyar a la comunidad local y promover el turismo sostenible.   |
| 9  | <b>¿Cree usted que las normas ISO están bien socializadas por parte de las entidades de control?</b>   | Considero que las normas ISO podrían estar mejor socializadas por parte de las entidades de control. Es importante que las empresas conozcan estas normas y los beneficios que pueden obtener al implementarlas.  |
| 10 | <b>¿Considera que el estado ha fomentado la implementación de normas de calidad ISO y la obtención de certificados de calidad?</b>                 | El estado ha fomentado la implementación de normas de calidad ISO y la obtención de certificados de calidad a través de diferentes incentivos y programas de apoyo. Sin embargo, aún hay mucho trabajo por hacer en este sentido.   |
| 11 | <b>¿Cree usted que las normas relacionadas al turismo, están apegadas a las tendencias de turismo?</b>   | Las normas relacionadas al turismo deben estar apegadas a las tendencias de turismo para poder adaptarse a los cambios en el mercado y las necesidades de los clientes.   |
| 12 | <b>¿Qué aspectos se necesita implementar en los procesos de certificación de calidad para que las empresas accedan a aplicar estas normativas?</b> | Para que las empresas accedan a aplicar estas normativas se necesita una mayor socialización y difusión de las mismas por parte de las entidades de control, así como también programas de apoyo para facilitar su implementación. Además, es importante que las empresas comprendan los beneficios que pueden obtener al implementar estas normas y la importancia de la calidad en el sector turístico. |

**Nota.** Elaborado por A. Ocaña (2023)

**Fuente.** Entrevista 2do experto/profesional

### **Análisis Entrevista 2do experto/profesional**

El experto en servicios turísticos de la ciudad de Quito que se entrevistó demuestra un conocimiento sólido en cuanto a la importancia de la calidad en la industria turística y las normas ISO que se utilizan para mejorar la gestión de los servicios turísticos. En particular, destaca que su empresa se enfoca en la implementación de la norma ISO 9001:2015 para la gestión de la calidad, lo que es un buen paso para asegurar la calidad de los servicios y la satisfacción del cliente.

Además, el experto destaca la importancia de la mejora continua en los procesos para garantizar la calidad de los servicios y personalizar la experiencia turística de los clientes. El enfoque en la satisfacción del cliente y la responsabilidad social también son aspectos importantes que el experto resalta, lo que demuestra un compromiso por parte de su empresa en brindar servicios turísticos sostenibles y responsables.

El experto también destaca la importancia de la certificación de calidad para el crecimiento de una empresa turística, ya que esto puede generar confianza en los clientes y aumentar la satisfacción y recomendaciones de los mismos.

En cuanto a las normas ISO, el experto sugiere que aún hay trabajo por hacer en la socialización y difusión de las mismas por parte de las entidades de control y destaca que se necesitan más programas de apoyo para facilitar su implementación. También sugiere que las normas relacionadas al turismo deben adaptarse a las tendencias de turismo para poder satisfacer las necesidades de los clientes.

En general, el experto en servicios turísticos de la ciudad de Quito demuestra un conocimiento sólido sobre la importancia de la calidad en la industria turística y la implementación de las normas ISO para mejorar la gestión de los servicios turísticos. Su enfoque en la mejora continua y la personalización del servicio son ejemplos de buenas prácticas en la industria turística, y su compromiso con la responsabilidad social es un paso importante hacia la sostenibilidad en el sector turístico.

**Tabla 30. Análisis de entrevista – 3er experto/profesional**

| N.º | PREGUNTA  | ENTREVISTADO | Mgs. Santiago Salazar<br>Funcionario del Ministerio de Turismo de la Dirección de Productos y Destinos  |
|-----|---|--------------|---|
| 1   | ¿Qué significa para usted y su empresa la calidad?  |              | La calidad tiene varias aristas y perspectivas, es un conjunto de varios elementos que confieren esa capacidad que se tiene para satisfacer necesidades a nivel de servicios que se contemplan en la actividad turística. Estos elementos deben tener un enfoque hacia la excelencia y busquen generar un valor agregado en factores como atención, calidad y servicio en lo que compete a la actividad turística.  |
| 2   | ¿Conoce la normativa ISO para servicios turísticos, cuál es su criterio sobre la implementación de dichas normas?     |              | Considero que las normas ISO brindan estándares a nivel internacional, esto permite encontrar un proceso a la par de trabajo que se da en otras realidades territoriales, es importante que estas normas sean conocidas en todo nivel. Para que a través de estos procedimientos se tenga la posibilidad de otorgar mayor seguridad, confianza y competitividad en la actividad turística a nivel nacional.   |
| 3   | ¿De las normas ISO adoptadas en Ecuador, actualmente cuál aplica en su empresa?                                       |              | Se está gestionando la implementación de la norma ISO 9001_2015   |
| 4   | ¿Qué procesos aplica su empresa para mejorar la calidad de los servicios que brinda?                                  |              | Bueno han existido en varios procesos. En el transcurso del tiempo y relacionado al tema de calidad. Se trabajo de primera mano un distintivo denominado la “Q de Calidad”, el cual obviamente permitía reconocer los establecimientos que cumplan estándares mínimos sobre temas de sistemas de calidad enfocados a su movilidad, prácticas y demás elementos a raíz de eso se tuvo una iniciativa complementaria llamada “SIGO” que es una herramienta que medía la calidad dentro de los establecimientos turísticos. Estos distintivos generan confianza en los turistas    |
| 5   | ¿Considera usted que una certificación de calidad genera más oportunidades de crecimiento para una empresa turística? |              | Considero que sí, porque a nivel de la gestión interna que realicen no poder obtener una certificación le permite, debe ser mucho más competitivo, mejorar sus estándares de atención de servicio y demás procedimientos que involucran en la calidad comodidad. Hemos hablado, pues tiene varias aristas en las cuales se debe reflejar el tema de la eficiencia, la productividad de algunos elementos de una relación a la Atención al Cliente, la finalización del mismo, tener sobre todo esa seguridad y confianza en relación al producto o servicio que está en oferta. |
| 6   | ¿Qué indicadores verifica usted para comprobar el cumplimiento de los estándares de calidad de su empresa?            |              | Los indicadores dependerán mucho del producto o servicio que existe afectados, pero a nivel básico un nivel general considero que se podría aplicar sería obviamente una primera realidad en relación a cómo está siendo aceptados y producto en el mercado de primera mano, un indicador que nos demostró de qué facilidad tenemos para llegar a ciertos mercados. El segundo podría ser tal vez y una eficiencia o productividad en relación a lo que estamos ofertando.  |

|    |  |  |
|----|--|--|
|    |  | El tercero en relación a la satisfacción, considera ello y la fidelización del cliente la satisfacción en relación a lo que se está ofertando y consumiendo por parte de quien adquiere este tipo de servicios como tal, es decir, tener en cuenta cómo se ha generado todo el proceso de servicio como tal y poder obviamente tener herramientas que nos indiquen si es o no acorde a lo que estipula nuestra realidad. El tema de efectividad de igual forma, servicio al cliente, la seguridad y protección podría ser un elemento que consideran.  |
| 7  | <b>¿Cuál es la metodología de su empresa para cumplir con las exigencias de sus clientes?</b>                                      | Considero que como había mencionado hace un momento, el tema de satisfacción al cliente y la importancia de dar un servicio personalizado, creo que son los elementos a los cuales nosotros debemos enmarcarnos en relación a la actividad turística. Sobre todo, tener esa posibilidad muy clara de entregar un valor agregado al producto que estamos dando, pues nos permitirá hacer mucho más competitivos, tener esa posibilidad de vincularnos hacia otro tipo de mercados y tener mucha más fidelización de creo que es un elemento primordial que nos hace falta trabajar mucho, sobre todo en entregar ese elemento adicional, ese valor adicional que supere las expectativas del siguiente. Como tal, creo que eso es el elemento principal en el cual nosotros debemos marcarnos en la actualidad. |
| 8  | <b>¿Usted podría asegurar que su empresa asume responsabilidades sociales que mejoran la calidad de los servicios turísticos?</b>  | Considero que sí. Es un tema bastante importante por el hecho mismo de poder buscar el involucramiento y la participación a todo nivel en estos temas de servicio. Obviamente para todos quienes estamos vinculados a la actividad turística debemos tener muy claro la vocación de servicio como tal y sobre todo buscar mejorar esa realidad. Tenemos esa responsabilidad, digámoslo, así como instancia gubernamental y además de eso buscar generar espacios apropiados para que a todo nivel pueda llegar este conocimiento y este tipo de formación que se puede dar.  |
| 9  | <b>¿Cree usted que las normas ISO están bien socializadas por parte de las entidades de control?</b>                               | Considero que hay un cierto vacío y desconocimiento, debería ser más abierto con el afán de ser reconocidas y replicadas, puestas en contexto para todos los actores involucrados en la gestión turística. Es decir, se deben generar más espacios, conversatorios, para reducir estos vacíos para evitar el desconocimiento que produce el incumplimiento en la aplicación de Normas ISO.   |
| 10 | <b>¿Considera que el estado ha fomentado la implementación de normas de calidad ISO y la obtención de certificados de calidad?</b> | Considero que sí, ha sido un proceso que a nivel institucional y gubernamental se ha ido propendiendo para que el tema de calidad sea un tema prioritario en los servicios turísticos, y no sólo en ese sector, sino en otros niveles económicos del estado. Se está generando una cultura en relación a atención y servicio de calidad.   |
| 11 | <b>¿Cree usted que las normas relacionadas al</b>  | Creo que sí, se han hecho procesos interesantes  |

|  |   |
|--|---|
| <p><b>turismo, están apegadas a las tendencias de turismo?</b></p>   | <p>en relación a la actualización normativa, obviamente tomando en cuenta que es bastante cambiante, y debe estar acorde a las nuevas tendencias y por eso dentro de esta realidad se han ido identificando nuevas actividades, por ejemplo, el turismo de aventura, siendo necesario actualizar las normativas para regular estas nuevas actividades, y así en todos los ámbitos como alojamiento, alimentación entre otros.</p> |
| <p><b>12 ¿Qué aspectos se necesita implementar en los procesos de certificación de calidad para que las empresas accedan a aplicar estas normativas?</b></p> | <p>Buscar espacios apropiados para llegar a estas empresas, poder masificar el conocimiento y generar incentivos para que se cumplan estas normas. Lograr facilidades que permitan implementar este tipo de certificaciones, y como decía, lo importante a través de estos incentivos se vuelvan mas competitivos y sean más visibles en el mercado, y mantengan esos estándares de calidad de manera sostenible.</p>             |

**Nota.** Elaborado por A. Ocaña (2023)

**Fuente.** Entrevista 3er experto/profesional

### **Análisis Entrevista 3er experto/profesional**

Esta entrevista se centra en la importancia de la calidad en la actividad turística y en cómo la implementación de normas ISO puede mejorar los estándares de calidad en las empresas turísticas. El entrevistado destaca que la calidad implica una atención enfocada en la excelencia y en generar valor agregado en factores como la atención al cliente y el servicio. También menciona la importancia de las normas ISO a nivel internacional y cómo pueden brindar mayor seguridad, confianza y competitividad en la actividad turística.

El entrevistado menciona que su empresa ha implementado distintivos y herramientas para medir la calidad dentro de los establecimientos turísticos, lo que ha generado confianza en los turistas. Además, considera que una certificación de calidad puede generar más oportunidades de crecimiento para una empresa turística y que los indicadores para comprobar el cumplimiento de los estándares de calidad dependerán del producto o servicio ofrecido.

En cuanto a la metodología de la empresa para cumplir con las exigencias de los clientes, el entrevistado destaca la importancia de dar un servicio personalizado y de entregar un valor agregado al producto, lo que permite ser más competitivos y tener más fidelización de los clientes.

Finalmente, el entrevistado destaca la importancia de asumir responsabilidades sociales para mejorar la calidad de los servicios turísticos y señala que hay un cierto vacío y desconocimiento en la socialización de las normas ISO por parte de las entidades de control.

En conclusión, respecto a los resultados de las entrevistas se puede destacar que han aportado de manera significativa pues los expertos a quienes se entrevistó coinciden en que las normativas ISO contribuyen a la mejora de la calidad de los servicios turísticos, así como aumentar la satisfacción, seguridad y confianza de los turistas y por ende la competitividad en las empresas del sector; por otro lado, otro factor en común es que ellos conocen y recomiendan la implementación de la Norma ISO 9001:2015 *Sistemas de gestión de calidad – Requisitos*, por ser una norma genérica bastante completa que se la puede aplicar en cualquier empresa independientemente del sector y tamaño, por lo tanto este es un componente importante que referencia a que en el sector turístico según esta recopilación de información se ha llegado a emplear la norma ISO 9001.2015 en general; sin embargo de las normas ISO del sector turístico no se tiene un número determinado específico de su implementación en las empresas turísticas de la ciudad de Quito, por lo que es recomendable trabajar de manera conjunta entre el sector público y privado, gremios y la academia para hacer énfasis en su difusión recalcando sus ventajas y beneficios a mediano y corto plazo al momento de su aplicación como tal.

### **4.3. Discusión**

La discusión sobre la calidad del turismo en Quito es un tema importante que ha sido abordado por varios autores en estudios recientes. Según González, Navarro y Pérez (2021), la promoción turística en Quito necesita mejorar su calidad para atraer más turistas, especialmente después de la pandemia de COVID-19 que ha afectado negativamente a la industria turística a nivel mundial. Los autores señalan que es necesario mejorar la calidad de la información turística disponible en línea y en redes sociales para que los turistas potenciales puedan conocer mejor los atractivos turísticos de la ciudad. Por otro lado, en cuanto a la limpieza de la ciudad, el estudio de Rodríguez y Flores (2020) sugiere que se necesitan esfuerzos continuos para mejorar la infraestructura y los servicios de limpieza, especialmente en los barrios periféricos de la ciudad. Además, los autores destacan la importancia de la participación ciudadana en la limpieza y mantenimiento de la ciudad.

En relación a la accesibilidad para personas con discapacidad, el estudio de Benavides, Aguilera y Gallegos (2020) sugiere que se deben implementar más medidas para mejorar la accesibilidad en la ciudad de Quito. Los autores señalan que la mayoría de las personas con discapacidad tienen dificultades para acceder a servicios turísticos y atractivos turísticos debido a la falta de accesibilidad.

En cuanto al cuidado de la naturaleza y áreas verdes, el estudio de García, Flores y Torres (2020) destaca la importancia del turismo sostenible y el cuidado del medio ambiente en la ciudad de Quito. Los autores sugieren que se deben implementar políticas y prácticas sostenibles para proteger el medio ambiente y promover el turismo ecológico en la ciudad.

En cuanto a la seguridad, algunos estudios señalan que la percepción de seguridad de los turistas puede influir en su decisión de visitar una ciudad o no (García-Palomares et al., 2021). Por lo tanto, es importante que las autoridades tomen medidas para mejorar la seguridad en las ciudades turísticas y, al mismo tiempo, promover una imagen positiva de la ciudad a través de campañas de comunicación efectivas. El estudio de Gómez y Linares (2021) sugiere que se deben implementar medidas para mejorar la seguridad en la ciudad de Quito, especialmente en áreas turísticas y en el transporte público. Los autores señalan que la percepción de seguridad de los turistas es un factor importante en la decisión de visitar una ciudad.

Sobre promoción turística, algunos autores sugieren que las redes sociales se han convertido en una herramienta muy importante en la promoción turística de una ciudad (Kavoura et al., 2020). Sin embargo, esto no significa que otros medios como la televisión o las páginas web sean menos importantes. Es necesario considerar una estrategia integral que abarque múltiples canales para lograr una mayor cobertura y alcance.

Es importante tener en cuenta que la calidad del turismo en una ciudad no solo depende de los servicios e infraestructura turística, sino también de la actitud y comportamiento de los residentes hacia los turistas. La solidaridad, respeto y tolerancia hacia los visitantes pueden influir en su percepción de la ciudad y en su decisión de regresar en el futuro (Mistilis et al., 2020).

En conclusión, la calidad del turismo en Quito es un tema que involucra varios aspectos, como la promoción turística, la limpieza de la ciudad, la accesibilidad para personas con

discapacidad, el cuidado de la naturaleza y áreas verdes, la seguridad y la solidaridad de los habitantes. Los estudios recientes sugieren que se necesitan esfuerzos continuos y de cooperación para mejorar en estos aspectos y atraer más turistas a la ciudad de Quito.

En las entrevistas se destaca la importancia de la calidad en la industria turística y la implementación de normas ISO para mejorar los estándares de calidad en las empresas turísticas. Los entrevistados enfatizan en la necesidad de dar un servicio personalizado, mejorar continuamente los procesos, y asumir responsabilidades sociales para garantizar servicios turísticos sostenibles y responsables.

Además, se realza la importancia de la certificación de calidad para el crecimiento de una empresa turística, y se menciona la necesidad de socializar y difundir con mayor énfasis las normas ISO por parte de las entidades de control. En general, los entrevistados sugieren que la calidad y la implementación de normas ISO son claves para la competitividad y el éxito de las empresas turísticas y los servicios que se ofertan en la ciudad de Quito.

## **CAPÍTULO V: PROPUESTA**

### **Tema:**

**Plan de implementación de normas de calidad ISO para servicios turísticos en la ciudad de Quito.**

### **Introducción:**

El turismo es uno de los principales motores económicos de Quito, y la implementación de normas de calidad reconocidos internacionalmente, como la norma ISO 9001:2015, puede contribuir a mejorar la calidad de los servicios turísticos y a aumentar la satisfacción de los clientes. En esta propuesta se presentará un plan de implementación de normas de calidad ISO para servicios de turismo en la ciudad de Quito, con el objetivo de mejorar la calidad de los servicios turísticos y la competitividad del sector en la ciudad.

### **Objetivo:**

El objetivo de esta propuesta es implementar normas de calidad ISO para servicios de turismo en la ciudad de Quito, con el fin de mejorar la calidad de los servicios turísticos y aumentar la satisfacción de los clientes.

### **Justificación:**

La implementación de estándares de calidad ISO en el sector turístico contribuye a mejorar la calidad de los servicios y la satisfacción de los clientes, lo que a su vez se traduce en un aumento de la competitividad de las empresas turísticas y del sector en general. Además, la implementación de estos estándares permite a las empresas turísticas identificar y corregir oportunidades de mejora, lo que conduce a una mejora continua de los servicios y a la optimización de los procesos internos.

Se propone implementar estrategias y tácticas efectivas para la aplicación de normas ISO en las empresas turísticas de la ciudad de Quito, con el objetivo de mejorar la calidad de los servicios y aumentar la competitividad en el sector turístico. Para lograrlo, se puede iniciar con la socialización de las normas ISO y los beneficios que conllevan, la capacitación del personal en la implementación de las normas, la creación de un sistema de gestión de la calidad y la realización de auditorías internas y externas para verificar el cumplimiento de las normas. También se pueden establecer indicadores de calidad específicos para cada tipo de servicio o producto turístico, y fomentar la participación de

las empresas en programas de certificación de calidad. Con estas estrategias y tácticas, se puede lograr una mejora significativa en la calidad de los servicios turísticos en la ciudad de Quito y contribuir al desarrollo sostenible del sector.

### **Diagnóstico:**

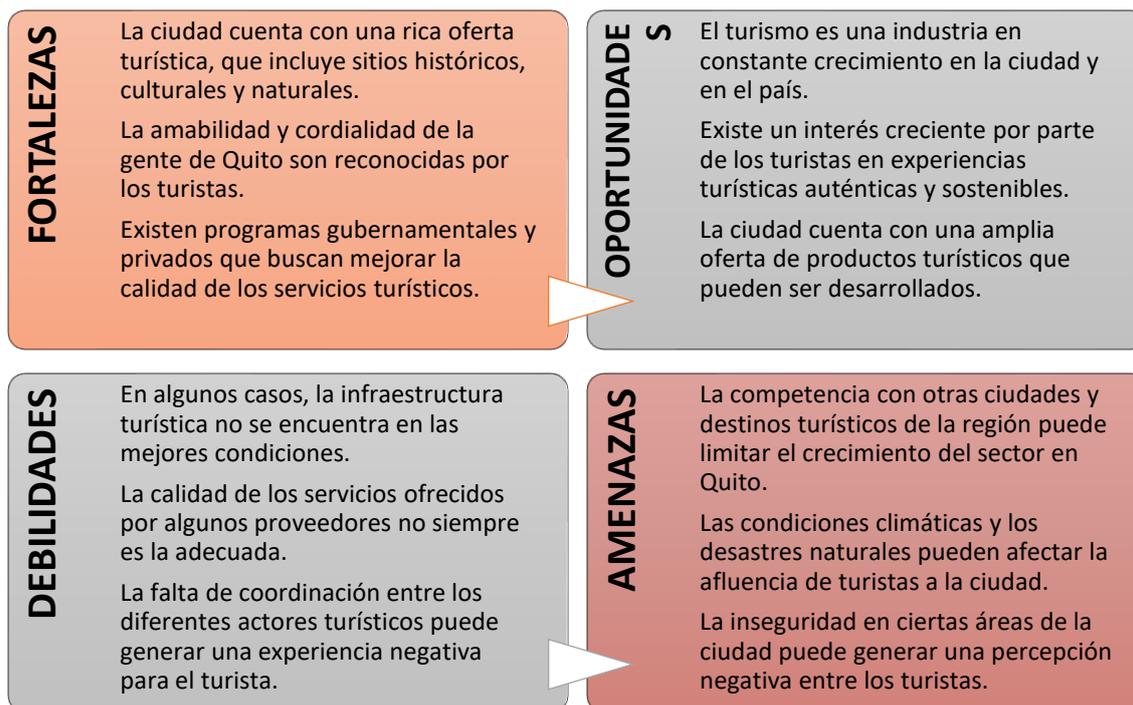
Antes de la implementación de las normas de calidad ISO para servicios de turismo en la ciudad Quito, es necesario realizar un diagnóstico de la situación actual del sector turístico en dicha ciudad. Este diagnóstico deberá incluir la identificación de los principales problemas y oportunidades de mejora en los servicios turísticos, así como una evaluación de la capacidad de las empresas turísticas para implementar los estándares de calidad ISO.

Una herramienta que facilita este proceso es el FODA (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas) que según Huilcapi & Gallegos (2020) consiste en realizar una evaluación de los factores fuertes y débiles que en su conjunto diagnostican la situación interna de una organización o en este caso, de un destino turístico.

Para este proceso, se realizó la recolección de información a través de diferentes herramientas y fuentes de datos. En primer lugar, se obtuvo información secundaria a través de estudios e investigaciones previas realizadas sobre el sector turístico en la ciudad, como informes de entidades gubernamentales o de organismos internacionales. Estas fuentes proporcionaron datos sobre la situación actual del turismo en Quito, así como sobre las tendencias y oportunidades del sector.

En segundo lugar, se realizaron entrevistas a expertos del sector turístico. Estos expertos pudieron proporcionar información valiosa sobre los desafíos y oportunidades del sector turístico, así como sobre las fortalezas y debilidades de las empresas turísticas en la ciudad de Quito. Además, la información obtenida en la encuesta también sirvió para consolidarla en este FODA:

**Figura 23. Análisis FODA**



**Nota.** Elaborado por A. Ocaña (2023)

**Fuente.** Encuesta y entrevista a expertos

El análisis FODA muestra que la ciudad de Quito tiene diversas fortalezas en cuanto a su oferta turística, como la diversidad de sitios históricos, culturales y naturales, y la amabilidad de su gente. Además, existen programas gubernamentales y privados que buscan mejorar la calidad de los servicios turísticos.

Por otro lado, las oportunidades para el crecimiento del sector turístico en la ciudad son amplias, gracias al creciente interés de los turistas por experiencias auténticas y sostenibles. Sin embargo, la ciudad también enfrenta debilidades como la infraestructura turística en malas condiciones, la falta de calidad en algunos servicios y la falta de coordinación entre los actores turísticos.

Finalmente, las amenazas a las que se enfrenta Quito incluyen la competencia con otros destinos turísticos de la región, las condiciones climáticas y los desastres naturales, y la inseguridad en ciertas áreas de la ciudad. Es importante que los actores turísticos de la ciudad trabajen en conjunto para abordar estas debilidades y amenazas, y aprovechar las fortalezas y oportunidades para mantener y mejorar la oferta turística de la ciudad.

## **Desarrollo:**

Las estrategias propuestas están diseñadas para mejorar la calidad de los servicios turísticos en Quito a través de la implementación de estándares de calidad ISO. Los resultados de las encuestas analizadas indican que, aunque la calidad de los servicios turísticos en general es considerada satisfactoria, existen áreas de oportunidad que deben ser mejoradas para satisfacer plenamente las necesidades de los turistas. En este sentido, el plan de implementación de estándares de calidad ISO propuesto puede contribuir a mejorar la calidad de los servicios turísticos en la ciudad.

- **Toma de conciencia y capacitación:** Se llevará a cabo una campaña de toma de conciencia para que las empresas turísticas conozcan los beneficios de la implementación de estándares de calidad ISO. Además, se brindará capacitación a los empleados de las empresas turísticas sobre los requisitos de la norma ISO 9001:2015 y sobre la importancia de la calidad en el servicio turístico.

La toma de conciencia y capacitación es una estrategia importante para garantizar que las empresas turísticas comprendan la importancia de la implementación de estándares de calidad ISO y estén preparadas para hacerlo. La capacitación a los empleados también es importante para garantizar que estén familiarizados con los requisitos de la norma ISO 9001:2015 y sean capaces de implementarlos correctamente.

- **Planificación:** Se realizará un plan de implementación de la norma ISO 9001:2015 en cada empresa turística. Este plan deberá incluir la definición de los procesos clave, la identificación de los riesgos y oportunidades, la definición de los objetivos de calidad y la definición de los indicadores de desempeño.

La planificación es una etapa clave en el proceso de implementación de estándares de calidad ISO, y es importante que cada empresa turística desarrolle su propio plan de implementación, que incluya la definición de los procesos clave, la identificación de riesgos y oportunidades, la definición de objetivos de calidad y la definición de indicadores de desempeño.

- **Implementación:** Se implementarán los procesos definidos en la planificación, asegurando la documentación de los mismos, la gestión de los riesgos y oportunidades, y el establecimiento de los controles necesarios.

La implementación de los procesos definidos en la planificación debe llevarse a cabo con la debida documentación, gestión de riesgos y oportunidades, y establecimiento de controles necesarios para garantizar que se cumplan los requisitos de la norma ISO 9001:2015.

- **Auditoría interna:** Se llevará a cabo una auditoría interna para verificar el cumplimiento de los requisitos de la norma ISO 9001:2015 en cada empresa turística. La auditoría interna es una estrategia importante para verificar que se está cumpliendo con los requisitos de la norma ISO 9001:2015 en cada empresa turística. Esto permitirá identificar áreas de mejora y corregir cualquier problema antes de la auditoría externa.
- **Certificación:** Se llevará a cabo una auditoría externa por un organismo certificador acreditado para obtener la certificación de la norma ISO 9001:2015 en cada empresa turística.

Finalmente, la auditoría externa por un organismo certificador acreditado es necesaria para obtener la certificación de la norma ISO 9001:2015 en cada empresa turística. La certificación es importante para demostrar que se cumple con los estándares internacionales de calidad y puede mejorar la imagen y reputación de la empresa turística ante los turistas.







**Evaluación:**

En general, la propuesta de implementación de normas de calidad ISO para servicios turísticos en Quito es factible, apropiada y completa. La toma de conciencia y capacitación, la planificación, la implementación, la auditoría interna y la certificación son etapas importantes en el proceso de implementación de estándares de calidad. La propuesta también incluye un diagnóstico previo, lo cual es un paso fundamental para identificar las oportunidades de mejora y las áreas críticas en el sector turístico de la ciudad.

Sin embargo, para garantizar el éxito de la implementación de las normas de calidad ISO en el sector turístico de Quito, es necesario que se tomen en cuenta algunos aspectos adicionales. Por ejemplo, se debe prestar especial atención a la definición de los procesos clave y a la identificación de los riesgos y oportunidades, ya que estos son elementos críticos para la eficacia del sistema de gestión de calidad.

Asimismo, es importante asegurarse de que los empleados de las empresas turísticas estén comprometidos con la implementación de los estándares de calidad y que se establezcan mecanismos de comunicación efectivos para garantizar su participación activa en el proceso.

**Indicadores:**

Los indicadores que pueden aplicarse para medir la efectividad de la implementación de las normas de calidad ISO para servicios turísticos en Quito son:

- Número de empresas turísticas que han implementado la norma ISO 9001:2015 en Quito.
- Porcentaje de procesos clave definidos en las empresas turísticas de acuerdo a la norma ISO 9001:2015.
- Porcentaje de riesgos y oportunidades identificados en las empresas turísticas de acuerdo a la norma ISO 9001:2015.
- Porcentaje de empleados de las empresas turísticas capacitados en la norma ISO 9001:2015.
- Nivel de satisfacción de los clientes con los servicios turísticos en la ciudad de Quito, medido a través de encuestas de satisfacción.

- Nivel de fidelización de clientes en las empresas turísticas después de la implementación de las normas de calidad ISO.
- Porcentaje de no conformidades detectadas en las auditorías internas y externas después de la implementación de las normas de calidad ISO.
- Porcentaje de incremento en la rentabilidad de las empresas turísticas después de la implementación de las normas de calidad ISO.

Estos indicadores permitirán medir el impacto de la implementación de las normas de calidad ISO en el sector turístico de la ciudad de Quito y evaluar su efectividad en términos de mejora de la calidad de los servicios turísticos y aumento de la satisfacción en los clientes.

## CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

En base a la investigación realizada se pueden realizar las siguientes conclusiones:

### Conclusiones

- La implementación de normas ISO puede tener un impacto positivo en la calidad del servicio turístico y la satisfacción del cliente en la ciudad de Quito. Este proceso implica la adopción de una serie de prácticas y estándares internacionales que tienen como objetivo mejorar la calidad de los procesos y servicios de una empresa. Al aplicar estos estándares en el sector turístico de la ciudad de Quito, se busca garantizar la satisfacción del cliente y su fidelización, lo cual es vital para la sostenibilidad y crecimiento de la industria turística.
- Existe una necesidad de mayor conciencia y capacitación sobre las normas ISO en las empresas turísticas de la ciudad de Quito. Es posible que muchas empresas turísticas en la ciudad de Quito no estén familiarizadas con las normas ISO o no comprendan completamente cómo pueden beneficiarse de su implementación. Por lo tanto, existe una necesidad de aumentar la conciencia sobre el uso de estas normas y brindar capacitación adecuada a los empleados de estas empresas para garantizar que estén bien informados y preparados para implementar los requisitos de la norma.
- La evaluación del efecto de las normas ISO en la satisfacción del cliente puede ayudar a identificar áreas de mejora en la implementación de las normas. La evaluación puede ayudar a identificar si se están cumpliendo adecuadamente los requisitos de la norma, si se están siguiendo los procedimientos apropiados y si se están alcanzando los objetivos de calidad establecidos. Si se identifican áreas de mejora, las empresas turísticas pueden tomar medidas para corregir los problemas y mejorar aún más la calidad del servicio. De esta manera, la evaluación puede ayudar a garantizar que la implementación de las normas ISO se realice de manera efectiva y que se logren los resultados deseados.
- La identificación de las normas ISO aplicables y su correcta implementación pueden ser clave para mejorar la calidad del servicio turístico y la competitividad de las empresas turísticas en la ciudad de Quito.

## **Recomendaciones**

Y se recomiendan los siguientes puntos:

- Realizar una campaña de toma de conciencia y capacitación para las empresas turísticas de la ciudad de Quito sobre la importancia y beneficios de la implementación de las normas ISO. Resulta esencial que se realice una campaña de toma de conciencia y capacitación que permita a las empresas turísticas de la ciudad de Quito entender los beneficios de la implementación de estas normas y cómo pueden aplicarlas de manera efectiva en sus operaciones diarias.
- Establecer un plan de implementación de las normas ISO que incluya la definición de procesos clave, la identificación de riesgos y oportunidades, la definición de objetivos de calidad y la definición de indicadores de desempeño. Con un plan de implementación bien diseñado, las empresas turísticas de la ciudad de Quito pueden asegurar que la implementación de las normas ISO se ajuste a sus necesidades y requisitos específicos, lo que a su vez aumenta la probabilidad de lograr mejoras significativas en la calidad del servicio y la satisfacción del cliente. Además, un plan de implementación claro y detallado puede ayudar a establecer un proceso planificado y organizado, lo que a su vez puede ayudar a las empresas turísticas a cumplir con los plazos y presupuestos establecidos.
- Evaluar el efecto de las normas ISO en la satisfacción del cliente de manera periódica y utilizar esta información para mejorar la implementación de las normas es imprescindible. Es importante establecer un sistema de seguimiento y evaluación que permita medir la satisfacción del cliente y compararla con los indicadores de desempeño establecidos en el plan de implementación de las normas ISO. Esta información debe ser analizada y utilizada para identificar áreas de mejora en la implementación de las normas y tomar medidas correctivas para garantizar que se cumplan los objetivos de calidad y satisfacción del cliente.
- Fomentar la certificación de las empresas turísticas por parte de organismos certificadores acreditados para demostrar el compromiso con la calidad del servicio turístico y mejorar la competitividad en los servicios turísticos de la ciudad de Quito.

## Referencias Bibliográficas

- Alzua-Sorzabal, A., & Castanedo-García, P. (2021). Tourism Destination Competitiveness through the Analysis of Destination Quality: A Literature Review. *Sustainability Vol. 13 n° 3*, 1331. doi:<https://doi.org/10.3390/su13031331>
- Andrade, B. (2021). Grado de Satisfacción en la calidad al servicio y atención al cliente de Hostería El Chozón. Machala, Ecuador: Universidad Técnica de Machala.
- Benavides, J., Aguilera, J., & Gallegos, L. (2020). Accesibilidad para personas con discapacidad en la oferta turística de la ciudad de Quito. *Revista Científica Vol. 4 N° 2*, 50-60.
- Blasco, A. (2020). Implmentación de sistemas de gestión medioambiental en alojamientos turísticos de un destino maduro: Caso de la comunidad valenciana. Valencia, España: Universidad JAUME I.
- Buhalis, D., & Foerste, M. (2020). Transforming destinations through innovation and quality management: Insights and future directions. *Journal of Destination Marketing & Management Vol. 15*, 100406. doi:<https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2019.100406>
- Churquina, I. (2021). Desarrollo de sistema de gestión de calidad para la tour operadora "Altitude Biking" en base a la norma ISO 9001:2015. La Paz, Bolivia: Universidad Mayor de San Andrés.
- Contreras, E. (2021). La medición de la calidad del servicio en destinos turísticos: una revisión desde Colombia. *Revista Innovar Vol. 31 N° 81, A - AA*. doi:<https://doi.org/10.15446/innovar.v31n81.95571>
- García, M., Flores, D., & Torres, A. (2020). Turismo ecológico y sostenibilidad en la ciudad de Quito. *Revista de Investigación Académica N° 12*, 23-32.
- García-Palomares, J. C., & Gutiérrez, J. (2020). Tourism and quality of life: the spatial configuration of tourist cities. *Applied Geography N° 117*, 102-182. doi:<https://doi.org/10.1016/j.apgeog.2020.102182>
- GlobalSuite. (7 de Septiembre de 2022). *¿Qué son las normas ISO?* . Obtenido de GlobalSuite: <https://www.globalsuitesolutions.com/es/que-son-normas-iso>
- Gómez, A., & Linares, R. (2021). Percepción de seguridad en turistas de la ciudad de Quito. *Cuadernos de Turismo N° 47* , 57-72.
- González, E., Navarro, J., & Pérez, R. (2021). La promoción turística en línea en la ciudad

- de Quito. *Revista de Investigación en Turismo y Desarrollo Local* Vol. 14, 37-52.
- Gorotiza, G., & Romero, E. (2021). El sistema de gestión de calidad con ISO 9001:2015 como estrategia para el mejoramiento de los procesos de la Comercializadora ITM. *Revista Polo de Conocimiento* Vol. 6 N° 4, 270-294. doi:10.23857/pc.v6i4.2561
- Herrera, R., & Sampedro, J. (17 de Marzo de 2022). Calidad del servicio turístico y satisfacción del cliente en el Cantón Guano, Provincia de Chimborazo. Riobamba, Ecuador: UNACH.
- Huayta, S. (2021). La calidad total de servicios y la productividad empresarial del Turismo receptivo en Miraflores. *Revista Quipukamayoc* Vol. 29 N° 59, 77-87. doi:http://dx.doi.org/10.15381/quipu.v29i59.20192
- Huilcapi, S., & Gallegos, D. (2020). Importancia del diagnóstico situacional de la empresa. *Revista Espacios* Vol. 41 No 40, 11-23. Obtenido de <https://www.revistaespacios.com/a20v41n40/a20v41n40p02.pdf>
- Iacobescu, G. (2020). *Turismo sostenible: Revisión de sus y estudio de un caso práctico en el sector hotelero*. Madrid, España: Universidad JAUME I.
- Identidad y desarrollo. (25 de Enero de 2019). *Identidad y desarrollo*. Obtenido de Técnicas y herramientas de investigación: <https://identidadydesarrollo.com/herramientas-de-investigacion-de-identidad-y-desarrollo/>
- INEN. (17 de Marzo de 2023). *Servicio Ecuatoriano de Normalización*. Obtenido de Catálogo de Normas Técnicas INEN V. 2023: <http://apps.normalizacion.gob.ec/descarga/>
- Llugsha, V. (2021). *Turismo y desarrollo desde un enfoque territorial y el COVID 19*. Quito: Ediciones Abya Yala.
- Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca. (2 de Diciembre de 2021). *Plan Nacional de la Calidad*. Quito, Ecuador: Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca.
- Ministerio de Turismo. (29 de Diciembre de 2014). Registro Oficial Suplemento 733. *Ley de Turismo*. Quito, Ecuador: Ministerio de Turismo.
- Ministerio de Turismo. (22 de Junio de 2020). Ley de Turismo. *Registro Oficial 733*. Quito, Ecuador: Ministerio de Turismo.
- Ministerio de Turismo. (2021). *Promoción para la reactivación turística del Ecuador*. Quito: Ministerio de Turismo.

- Mora Contreras, C. E. (2011). LA CALIDAD DEL SERVICIO Y LA SATISFACCIÓN DEL CONSUMIDOR. . *Revista Brasileira de Marketing*, 10(2),146-162, <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=47>.
- Navas, W., Casa, N., & Chisag, G. (2023). La responsabilidad social empresarial medida por la norma ISO 26000. Caso de estudio. *Revista SIGMA Vol. 10 N° 1*, 138-156. doi:<https://doi.org/10.24133/ris.v10i01.2928>
- Organización Internacional de Normalización. (2021). *ISO 21902 - Norma Internacional de Turismo Accesible*. Suiza: ISO.
- Organización Mundial de Turismo. (2019). *ISO 21902 - La primera Norma Internacional de Turismo Accesible*. Madrid: UNWTO.
- Pilco, E., & Lascano, F. (2022). a Calidad del Servicio Turístico Comunitario: Análisis desde el Estudio en la Parroquia Santiago de Calpi, Cantón Riobamba. *Revista Polo de Conocimiento Vol. 7 N° 4*, 136-149. doi:10.23857/pc.v7i4.3818
- Quito Turismo. (2022). *Quito en cifras - Estadísticas de Turismo*. Quito: Quito Turismo.
- Quito Turismo. (2023). *Quito en cifras - Estadísticas de Turismo*. Quito: Quito Turismo.
- Rodríguez, C., & Flores, M. (2020). Servicios de limpieza urbana en la ciudad de Quito: Un estudio comparativo. . *Cuadernos de Investigación Urbanística N° 38*, 119-133.
- Salazar, D., & Valencia, S. (2020). Propuesta de implementación Norma ISO 9001:2015 para la agencia de viajes "Viajeros por el mundo" de Palmira. Valle del Cauca, Colombia: Universidad del Valle.
- Turismo, M. d. (s.f.). <https://www.turismo.gob.ec/sistema-nacional-de-calidad-turistica-busca-brindar-servicios-de-excelencia/>. Obtenido de <https://www.turismo.gob.ec/sistema-nacional-de-calidad-turistica-busca-brindar-servicios-de-excelencia/>: <https://www.turismo.gob.ec/sistema-nacional-de-calidad-turistica-busca-brindar-servicios-de-excelencia/>
- Vergara, J., & Cortéz, M. (2019). Valoración de calidad del servicio turístico de Cartagena de Indias, Colombia. *Revista Panorama Económico Vol. 27 N° 2*, 544-558.
- Walter Omar Ocaña Zambrano, J. M. (2018). La calidad en el sector servicios: El reto para la competitividad turística del Ecuador, experiencias de su aplicación. <https://revistas.uide.edu.ec/index.php/innova/article/view/694/678>, 2.
- Zamora, R. (2019). Calidad en el sector turístico: marco normativo y planificación. *Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 299-312.

## Anexos

### Encuesta aplicada

# Encuesta para evaluar el nivel de calidad de los servicios turísticos en la ciudad de Quito

El presente documento tiene como finalidad

evaluar el nivel de calidad de los servicios turísticos en la ciudad de Quito. Solicito muy comedidamente me ayude respondiendo la siguiente encuesta. Le agradezco por su tiempo y atención a la misma.

**\*Obligatorio**

#### Datos sociodemográficos

1. **Género \***

*Marca solo un óvalo.*

- Femenino  
 Masculino  
 LGTB+

2. **Edad \***

*Marca solo un óvalo.*

- 18 a 29  
 30 a 39  
 40 a 49  
 50 a 64  
 + 65

3. **Nacionalidad \***

*Marca solo un óvalo.*

- Ecuatoriano  
 Extranjero

4. **Ciudad de origen \***

---

5. **Nivel de educación \***

*Marca solo un óvalo.*

- Primaria
- Secundaria
- Superior

6. **Nivel de ingresos \***

*Marca solo un óvalo.*

- USD 450 a 649
- USD 650 a 849
- USD 850 a 1000
- + USD 1001

**Turismo, servicios y actividades turísticas**

Por favor, aporte su opinión sobre el turismo, servicios y actividades turísticas realizadas en la ciudad de Quito

7. **Porque tipo de turismo, usted escogió como destino la ciudad de Quito: \***

*Marca solo un óvalo.*

- Turismo comercial
- Turismo cultural
- Turismo de aventura
- Turismo de descanso
- Turismo religioso
- Ecoturismo
- Otro

8. **Duración de su estadía \***

*Marca solo un óvalo.*

- Corta < 3 días
- Larga > 3 días

9. **Por favor, indique el tipo de alojamiento que utilizó \***

*Marca solo un óvalo.*

- Hotel
- Hostal
- Hostería
- Hacienda Turística
- Lodge
- Resort
- Refugio
- Campamento Turístico
- Casa de Huéspedes

10. **Por qué escogió este tipo de alojamiento \***

*Marca solo un óvalo.*

- Porque tiene certificación de calidad internacional (Prestigio)
- Por su costo
- Por la ubicación
- Por los servicios que ofrece
- Por recomendación de otras personas
- Otro motivo

11. **Que tan satisfecho quedó con el servicio de alojamiento \***

*Marca solo un óvalo.*

- Totalmente insatisfecho
- Insatisfecho
- Algo satisfecho
- Satisfecho
- Totalmente satisfecho

12. **Qué nivel de calidad tiene el servicio de alojamiento que usted utilizó \***

*Marca solo un óvalo.*

- Pésimo
- Malo
- Regular
- Bueno
- Excelente

13. **Por favor, indique el tipo de servicio de alimentación que utilizó \***

*Marca solo un óvalo.*

- Restaurante de la empresa de alojamiento
- Restaurante externo
- Patio de comidas en centro comercial
- Local informal
- Otro lugar

14. **Porque escogió este tipo de servicio de alimentación \***

*Marca solo un óvalo.*

- Porque tiene certificación de calidad internacional (Prestigio)
- Por su costo
- Por ubicación
- Por su variedad de alimentos
- Por recomendación de otras personas
- Otro motivo

15. **Que tan satisfecho quedó con el servicio de alimentación \***

*Marca solo un óvalo.*

- Totalmente insatisfecho
- Insatisfecho
- Algo satisfecho
- Satisfecho
- Totalmente satisfecho

16. **Qué nivel de calidad tiene el servicio de alimentación que usted utilizó \***

*Marca solo un óvalo.*

- Pésimo
- Malo
- Regular
- Bueno
- Excelente

17. **Que tipo de transporte utilizó en sus recorridos en la ciudad \***

*Marca solo un óvalo.*

- Transporte de operador de turístico
- Transporte alquilado
- Transporte propio
- Transporte público

18. **Que tan satisfecho quedó con el servicio de transporte \***

*Marca solo un óvalo.*

- Totalmente insatisfecho
- Insatisfecho
- Algo satisfecho
- Satisfecho
- Totalmente satisfecho

19. **Qué nivel de calidad tiene el servicio de transporte que usted utilizó \***

*Marca solo un óvalo.*

- Pésimo
- Malo
- Regular
- Bueno
- Excelente

20. **Bajo su criterio, cuál es el nivel de calidad de vida en la ciudad de Quito \***

*Marca solo un óvalo.*

- Pésimo
- Malo
- Regular
- Bueno
- Excelente

21. **Bajo su criterio, cuál es el nivel de calidad en las actividades turísticas que se dan en la ciudad \***

*Marca solo un óvalo.*

- Pésimo
- Malo
- Regular
- Bueno
- Excelente

22. **¿En qué medios de difusión conoció sobre las actividades y atractivos turísticos de Quito?** \*

*Marca solo un óvalo.*

- Prensa
- Radio
- Televisión
- Páginas web
- Redes sociales
- Recomendación de amigos o familiares
- Ninguno

23. **Bajo su criterio, cuál es el nivel de calidad en la promoción del turismo de la ciudad** \*

*Marca solo un óvalo.*

- Pésimo
- Malo
- Regular
- Bueno
- Excelente

24. **Bajo su criterio, la limpieza de la ciudad es** \*

*Marca solo un óvalo.*

- Pésimo
- Malo
- Regular
- Bueno
- Excelente

25. **Bajo su criterio, la accesibilidad (servicios para personas con discapacidad) de la ciudad es \***

*Marca solo un óvalo.*

- Pésimo  
 Malo  
 Regular  
 Bueno  
 Excelente

26. **Bajo su criterio, el nivel de cuidado de la naturaleza o área verdes en la ciudad es \***

*Marca solo un óvalo.*

- Pésimo  
 Malo  
 Regular  
 Bueno  
 Excelente

27. **Bajo su criterio, el cuidado del patrimonio cultural en la ciudad es \***

*Marca solo un óvalo.*

- Pésimo  
 Malo  
 Regular  
 Bueno  
 Excelente

28. **Bajo su criterio, el nivel de seguridad de la ciudad es \***

*Marca solo un óvalo.*

- Pésimo
- Malo
- Regular
- Bueno
- Excelente

29. **Bajo su criterio, la solidaridad, respeto y tolerancia de los habitantes de la ciudad es \***

*Marca solo un óvalo.*

- Pésimo
- Malo
- Regular
- Bueno
- Excelente

30. **Bajo su criterio, los servicios públicos de la ciudad son \***

*Marca solo un óvalo.*

- Pésimo
- Malo
- Regular
- Bueno
- Excelente