



UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y ADMINISTRATIVAS

CARRERA DE TURISMO

“Establecimientos turísticos inclusivos y atención al cliente en el cantón
Guano, provincia de Chimborazo”

Trabajo de Titulación para optar al título de Licenciado en Turismo

Autor:

Broncano Broncano, Brayan Alexander

Tutor:

MgS. Renato Hernán Herrera Chávez

Riobamba, Ecuador. 2024

DECLARATORIA DE AUTORÍA

Yo, Brayan Alexander Broncano Broncano, con cédula de ciudadanía 0604831644, autor del trabajo de investigación titulado: **“Establecimientos Turísticos Inclusivos y Atención al Cliente en el cantón Guano, provincia de Chimborazo”**, certifico que la producción, ideas, opiniones, criterios, contenidos y conclusiones expuestas son de mí exclusiva responsabilidad.

Asimismo, cedo a la Universidad Nacional de Chimborazo, en forma no exclusiva, los derechos para su uso, comunicación pública, distribución, divulgación y/o reproducción total o parcial, por medio físico o digital; en esta cesión se entiende que el cesionario no podrá obtener beneficios económicos. La posible reclamación de terceros respecto de los derechos de autor de la obra referida será de mi entera responsabilidad; librando a la Universidad Nacional de Chimborazo de posibles obligaciones.

En Riobamba, a los 19 días del mes de noviembre de 2024.



Brayan Alexander Broncano Broncano

C.I: 0604831644

DICTAMEN FAVORABLE DEL PROFESOR TUTOR

Quien suscribe, Mgs. Renato Hernán Herrera Chávez catedrático adscrito a la Facultad de Ciencias Políticas y Administrativas, por medio del presente documento certifico haber asesorado y revisado el desarrollo del trabajo de investigación titulado: **“Establecimientos Turísticos Inclusivos y Atención al Cliente en el cantón Guano, provincia de Chimborazo”**, bajo la autoría de Brayan Alexander Broncano Broncano; por lo que se autoriza ejecutar los trámites legales para su sustentación.

Es todo cuanto informar en honor a la verdad; en Riobamba, a los 19 días del mes de noviembre de 2024.



Mgs. Renato Hernán Herrera Chávez

C.I: 0602763211

CERTIFICADO DE LOS MIEMBROS DEL TRIBUNAL

Quienes suscribimos, catedráticos designados Miembros del Tribunal de Grado para la evaluación del trabajo de investigación “Establecimientos Turísticos Inclusivos y Atención al Cliente en el cantón Guano, provincia de Chimborazo” por Brayan Alexander Broncano Broncano, con cédula de identidad número 0604831644, bajo la tutoría de Mgs. Renato Hernán Herrera Chávez; certificamos que recomendamos la APROBACIÓN de este con fines de titulación. Previamente se ha evaluado el trabajo de investigación y escuchada la sustentación por parte de su autor; no teniendo más nada que observar.

De conformidad a la normativa aplicable firmamos, en Riobamba 19 de noviembre de 2024.

Paula Moreno, Mgs.
PRESIDENTE DEL TRIBUNAL DE GRADO



Andrea Garrido, Mgs.
MIEMBRO DEL TRIBUNAL DE GRADO



Danilo Quintana, Mgs.
MIEMBRO DEL TRIBUNAL DE GRADO





Dirección
Académica
VICERRECTORADO ACADÉMICO



UNACH-RGF-01-04-08.15
VERSIÓN 01: 06-09-2021

CERTIFICACIÓN

Que, **Brayan Alexander Broncano Broncano** con CC: **0604831644**, estudiante de la Carrera **TURISMO**, Facultad de **CIENCIAS POLÍTICAS Y ADMINISTRATIVAS**; ha trabajado bajo mi tutoría el trabajo de investigación titulado "**ESTABLECIMIENTOS TURÍSTICOS INCLUSIVOS Y ATENCIÓN AL CLIENTE EN EL CANTÓN GUANO, PROVINCIA DE CHIMBORAZO**", cumple con el **10%**, de acuerdo al reporte del sistema Anti-plagio **TURNITIN**, porcentaje aceptado de acuerdo a la reglamentación institucional, por consiguiente, autorizo continuar con el proceso.

Riobamba, 07 de noviembre del 2024



firmado electrónicamente por:
**RENATO HERNAN
HERRERA CHAVEZ**

Mgs. Renato Herrera
TUTOR

DEDICATORIA

La presente investigación se la dedico a mi familia, quienes con su amor, sacrificio y apoyo incondicional hicieron posible este sueño, a mis docentes, por su invaluable guía, a mis amigos más cercanos, por sus palabras de aliento.

Brayan Alexander Broncano Broncano

AGRADECIMIENTO

Agradezco a mis padres por ser mi pilar fundamental en este proceso de aprendizaje que llenó mi camino de experiencias valores y sabiduría, a mis hermanos que día a día me alentaron a seguir adelante a pesar de los obstáculos que se presentaban en la vida.

A mi círculo más cercano de amigos que me enseñaron el verdadero significado de amistad, así mismo agradezco a mi tutor Renato Herrera por su paciencia y enorme apoyo al guiarme y transmitirme conocimientos en esta investigación.

Finalmente, a las personas que de una u otra manera formaron parte de este proceso.

Brayan Alexander Broncano Broncano

ÍNDICE GENERAL

DECLARATORIA DE AUTORÍA

DICTAMEN FAVORABLE DEL PROFESOR TUTOR

CERTIFICADO DE LOS MIEMBROS DEL TRIBUNAL

CERTIFICADO ANTIPLAGIO

DEDICATORIA

AGRADECIMIENTO

ÍNDICE GENERAL

ÍNDICE DE TABLAS.

ÍNDICE DE GRÁFICOS

RESUMEN

ABSTRACT

CAPÍTULO I.....	17
1. Introducción.....	17
1.1 Planteamiento del problema	18
1.2 Formulación del problema.....	19
1.2.1 Problema general	19
1.2.2 Problemas específicos.....	19
1.3 Justificación	19
1.3.1 Justificación Teórica	20
1.3.2 Justificación Practica	20
1.3.3 Justificación Metodológica.....	20
1.4 Objetivos.....	20
1.4.1 Objetivo General.....	20
1.4.2 Objetivos Específicos.	20
1.5 Hipótesis	20
1.5.1 Hipótesis general	20
1.5.2 Hipótesis Específica	21
CAPÍTULO II.....	22
2. Marco teórico.....	22
2.1 Antecedentes de la investigación.....	22
2.2. Marco filosófico y epistemológico de la investigación	23
2.2.1 Epistemología - Establecimientos turísticos inclusivos de alojamiento.....	23
2.2.2 Epistemología - Atención al cliente.....	24
2.3 Estado del Arte	24
2.3.1. Estado de arte variable independiente: Establecimientos turísticos inclusivos de alojamiento	24

2.3.2 Variable dependiente: Atención al Cliente.....	25
2.4 Bases teóricas	26
2.4.1 Bases teóricas de la variable independiente	26
2.4.2 Bases teóricas de la variable dependiente.....	28
CAPÍTULO III.	31
3. Metodología.....	31
3.1 Tipo de Investigación.	31
3.1.1 Investigación documental.....	31
3.1.2 Investigación descriptiva	31
3.2 Diseño de Investigación.....	31
3.2.1 No experimental	31
3.2.2 Transeccional o transversal.....	31
3.3 Técnicas de recolección de Datos.....	32
3.3.1 Técnicas	32
3.3.2 Instrumentos	32
3.4 Unidad de análisis.....	32
3.5 Población de estudio.....	32
3.5.1. Población de la variable independiente: Establecimientos turísticos inclusivos.....	32
3.5.2 Población de la variable dependiente: Atención al cliente	34
3.6 Validación de Instrumentos	35
3.6.1 Selección de expertos	35
3.7 Confiabilidad de Instrumentos.....	35
3.7.1 Confiabilidad de instrumentos, alfa de Cronbach variable independiente Establecimientos turísticos inclusivos.....	35
3.7.2. Confiabilidad de instrumentos, alfa de Cronbach variable Atención al cliente.....	36
CAPÍTULO IV.....	37
4. Resultados y discusión	37
4.1 Análisis e interpretación de resultados variable independiente	37
4.1.1 Datos generales.....	37
4.1.2 Datos Específicos	40
4.2 Análisis e interpretación de resultados Variable dependiente.....	58
4.2.1 Datos Generales.....	58
4.2.2 Datos Específicos	61
4.3 Prueba de Hipótesis	80
4.3.1 Hipótesis general	80
4.3.2 Hipótesis específica 1	80
4.3.3 Hipótesis específica 2	81

4.3.4 Hipótesis específica 3	82
CAPÍTULO V.....	83
5. Conclusiones y recomendaciones	83
5.1 Conclusiones.....	83
5.2 Recomendaciones	84
CAPÍTULO VI.....	85
6. PROPUESTA.....	85
6.1 Título de la propuesta	85
6.2 Introducción.....	85
6.3 Objetivos.....	85
6.3.1 Objetivo General.....	85
6.3.2 Objetivos específicos.....	86
6.3.3 Dirigido a:.....	86
6.4 Fases para desarrollar un Manual de Capacitación	86
6.5 Desarrollo de la propuesta	89
6.5.1 Fase 1: Planificación y diseño	89
6.5.1.1 Definición de objetivos:	90
6.5.1.2 Investigación y Recopilación de información:	90
6.5.1.3 Estructura del Manual:.....	109
6.5.2 Fase 2: Desarrollo de Contenidos.....	110
6.5.2.1 Redacción de los contenidos.....	111
6.5.2.2 Diseño gráfico del manual	112
6.5.3 Fase 3: Validación y Evaluación.....	120
6.5.3.1 Revisión y validación del contenido.....	120
6.5.4 Fase 4: Difusión y Actualización.....	121
6.5.4.1 Estrategias de difusión:.....	121
6.5.4.2 Actualización del manual.....	122
6.6 Enlace del producto final:.....	124
Conclusiones.....	125
BIBLIOGRAFÍA	126
ANEXOS.....	131

ÍNDICE DE TABLAS.

Tabla 1: Establecimientos Turísticos de Alojamiento	33
Tabla 2: Selección de expertos	35
Tabla 3: Valores Alfa de Cronbach	35
Tabla 4: Estadística de Fiabilidad Variable Independiente	35
Tabla 5: Estadística de Fiabilidad Variable Dependiente	36
Tabla 6: Género Variable Independiente	37
Tabla 7: Edad agrupada	38
Tabla 8: Nivel de instrucción Variable Independiente	39
Tabla 9: Productos y servicios turísticos	40
Tabla 10: Productos y servicios turísticos	41
Tabla 11: Barreras	42
Tabla 12: Barreras	43
Tabla 13: Igualdad	44
Tabla 14: Igualdad	45
Tabla 15: Actividad lucrativa	46
Tabla 16: Actividad lucrativa	47
Tabla 17: Desplazamiento	48
Tabla 18: Desplazamiento	49
Tabla 19: Motivación	50
Tabla 20: Motivación	51
Tabla 21: Productividad	52
Tabla 22: Productividad	53
Tabla 23: Beneficios	54
Tabla 24: Beneficios	55
Tabla 25: Inversión	56
Tabla 26: Inversión	57
Tabla 27: Género Variable Dependiente	58
Tabla 28: Edad agrupada Variable Dependiente	59
Tabla 29: Nivel de instrucción Variable Dependiente	60
Tabla 30: Creencias	61
Tabla 31: Creencias	62
Tabla 32: Información	63
Tabla 33: Información	64
Tabla 34: Información	65
Tabla 35: Experiencia	66
Tabla 36: Experiencia	67
Tabla 37: Plan de acción	68
Tabla 38: Plan de acción	69
Tabla 39: Mercado turístico	70
Tabla 40: Mercado turístico	71
Tabla 41: Destino turístico	72
Tabla 42: Destino turístico	73
Tabla 43: Percepción	74
Tabla 44: Percepción	75
Tabla 45: Rendimiento	76
Tabla 46: Rendimiento	77
Tabla 47: Expectativa	78
Tabla 48: Expectativa	79
Tabla 49: Pruebas de Hipótesis General	80

Tabla 50: Prueba de Hipótesis Específica 1.....	81
Tabla 51: Prueba de Hipótesis Específica 2.....	81
Tabla 52: Prueba de Hipótesis Específica 3.....	82
Tabla 53: Marco Legal	92
Tabla 54: Estructura del manual de capacitación	109
Tabla 55: Redacción de contenidos	111

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Género Variable Independiente	37
Gráfico 2: Edad agrupada Variable Independiente	38
Gráfico 3: Nivel de instrucción Variable Independiente	39
Gráfico 4: Productos y servicios turísticos	40
Gráfico 5: Productos y servicios turísticos	41
Gráfico 6: Barreras	42
Gráfico 7: Barreras	43
Gráfico 8: Igualdad.....	44
Gráfico 9: Igualdad.....	45
Gráfico 10: Actividad lucrativa	46
Gráfico 11: Actividad lucrativa	47
Gráfico 12: Desplazamiento	48
Gráfico 13: Desplazamiento	49
Gráfico 14: Motivación	50
Gráfico 15: Motivación	51
Gráfico 16: Productividad	52
Gráfico 17: Productividad	53
Gráfico 18: Beneficios.....	54
Gráfico 19: Beneficios.....	55
Gráfico 20: Inversión.....	56
Gráfico 21: Inversión.....	57
Gráfico 22: Género Variable Dependiente	58
Gráfico 23: Edad agrupada Variable Dependiente	59
Gráfico 24: Nivel de instrucción Variable Dependiente.....	60
Gráfico 25: Creencias	61
Gráfico 26: Creencias	62
Gráfico 27: Información	63
Gráfico 28: Información	64
Gráfico 29: Información	65
Gráfico 30: Experiencia.....	66
Gráfico 31: Experiencia.....	67
Gráfico 32: Plan de acción	68
Gráfico 33: Plan de acción	69
Gráfico 34: Mercado turístico	70
Gráfico 35: Mercado turístico	71
Gráfico 36: Destino turístico	72
Gráfico 37: Destino turístico	73
Gráfico 38: Percepción	74
Gráfico 39: Percepción	75
Gráfico 40: Rendimiento	76
Gráfico 41: Rendimiento	77
Gráfico 42: Expectativa.....	78
Gráfico 43: Expectativa.....	79
Gráfico 44: Portada del manual.....	112
Gráfico 45: Prólogo	113
Gráfico 46: Tabla de contenidos.....	114
Gráfico 47: Introducción	115
Gráfico 48: Glosario	116
Gráfico 49: Objetivos	117

Gráfico 50: Contraportada	119
----------------------------------------	-----

RESUMEN

En la presente investigación el objetivo principal fue analizar la relación entre establecimientos turísticos inclusivos de alojamiento y atención al cliente en el cantón Guano, provincia de Chimborazo la cual se caracterizó por ser una investigación documental, descriptiva con un enfoque cuantitativo. Para poder analizar la relación entre las dos variables presentadas se realizaron dos encuestas mediante un método de medición (Escala de Likert), en el cual se determinó una población, para la variable independiente se tomó en consideración a los empleados de los establecimientos de alojamiento catastrados del cantón Guano 30 personas y para la variable dependiente atención al cliente se tomó en consideración a los 243 turistas que se hospedaron en los establecimientos de alojamiento. El estudio no logró establecer una relación directa entre la inclusión turística y la calidad de la atención al cliente en el cantón Guano, Chimborazo. A pesar de la importancia de la infraestructura inclusiva, la investigación destaca que la atención al cliente se ve influenciada por factores adicionales como la capacitación del personal, la personalización de servicios, y la creación de un ambiente acogedor para todos los turistas. En otras palabras, la existencia de accesibilidad en los establecimientos no garantiza una atención al cliente de calidad. Por último, se realizó la propuesta denominada Manual de Capacitación: “Turismo accesible e inclusivo: Oportunidades y Desafíos para el Sector Turístico Ecuatoriano”.

Palabras claves: Establecimientos turísticos, turismo accesible, atención al cliente, inclusión, alojamiento, Guano.

ABSTRACT

The main objective of this research was to analyze the relationship between inclusive tourist lodging establishments and customer service in the Guano canton, province of Chimborazo. This study, characterized as a documentary, descriptive research with a quantitative approach, underscores the need for a comprehensive approach to customer service. Two surveys were conducted using a measurement method (Likert scale), with a determined population. The independent variable was represented by 30 employees of the registered lodging establishments in the Guano canton, while the dependent variable, customer service, was assessed through the perspectives of 243 tourists who stayed in the lodging establishments. The study, while not establishing a direct relationship between tourist inclusion and the quality of customer service in Guano Canton, Chimborazo, highlights the multifaceted nature of customer service. It underscores that customer service is influenced by additional factors such as staff training, personalization of services, and the creation of a welcoming environment for all tourists. In other words, accessibility in establishments does not guarantee quality customer service. The research culminates in a proposal called Training Manual: “Accessible and Inclusive Tourism: Opportunities and Challenges for the Ecuadorian Tourism Sector”, which advocates for a comprehensive approach to customer service.

Keywords: tourism establishments, accessible tourism, customer service, inclusion, lodging, Guano.



Reviewed by:

Mgs. Kerly Cabezas
ENGLISH PORFESSOR
I.D. 0604042382

CAPÍTULO I.

1. Introducción

La presente investigación pretende conocer la importancia del turismo accesible en los establecimientos de alojamiento en el cantón Guano, provincia de Chimborazo y su relación con la atención al cliente hacia las personas con diversidad funcional.

Es importante mencionar que, a nivel mundial, la industria hotelera ha experimentado un cambio de paradigma hacia la inclusión, reconociendo la diversidad de sus huéspedes y la necesidad de brindar experiencias accesibles para todos. Según la Organización Mundial del Turismo (OMT), el turismo accesible es un derecho y una oportunidad para millones de personas con discapacidad en todo el mundo. Este enfoque se ha traducido en la implementación de estándares internacionales de accesibilidad en hoteles y alojamientos, así como en la capacitación del personal para brindar una atención al cliente inclusiva y respetuosa (OMT, 2016).

En Ecuador, el Ministerio de Turismo ha impulsado políticas y programas para fomentar el turismo accesible, reconociendo su potencial para generar desarrollo económico y social en el país. La "Guía de Recomendaciones para un Alojamiento Inclusivo" del Ministerio de Turismo (2016) proporciona pautas detalladas para que los establecimientos turísticos adapten sus instalaciones y servicios a las necesidades de las personas con discapacidad. A nivel regional, en la provincia de Chimborazo, se han realizado esfuerzos para promover el turismo accesible en distintos destinos, donde algunos hoteles han implementado mejoras en sus instalaciones y capacitado a su personal para brindar una atención al cliente más inclusivo. Sin embargo, aún existen desafíos para garantizar la plena accesibilidad en todos los establecimientos turísticos de la región, lo que requiere un compromiso continuo por parte del sector público y privado para lograr una verdadera inclusión en el turismo.

El capítulo inicial establece el marco de la investigación, presentando el planteamiento del problema y su relevancia en el contexto de los servicios turísticos inclusivos. Se aborda la problemática de la deficiencia en los establecimientos de alojamiento en el cantón Guano, y cómo esta situación afecta tanto a los turistas con discapacidad como a la imagen y desarrollo económico de la región. Se formula el problema de investigación, planteando preguntas específicas sobre la relación entre los establecimientos turísticos inclusivos, la atención al cliente, la inclusión turística, la actividad turística y la rentabilidad económica. Además, se justifica la importancia de esta investigación tanto desde el punto de vista teórico como práctico, destacando su potencial para generar conocimiento y contribuir a mejorar las expectativas y experiencias de los turistas con discapacidad.

En el Capítulo II se presenta los fundamentos teóricos que respaldan el estudio. Se presentan los antecedentes de investigaciones previas sobre establecimientos turísticos inclusivos y atención al cliente, tanto a nivel nacional como internacional, resaltando los hallazgos y aportes de estos estudios. Se profundiza en los conceptos clave relacionados con

las variables de estudio, como establecimientos turísticos inclusivos, atención al cliente, inclusión turística, actividad turística y rentabilidad económica. Se exploran las bases teóricas que respaldan la relación entre estas variables, estableciendo un marco conceptual sólido para la investigación.

En el Capítulo III se detalla el enfoque metodológico utilizado en la investigación. Se describe el tipo de investigación, que combina elementos documentales y descriptivos, y se explica el diseño no experimental y transversal empleado. Se detallan las técnicas de recolección de datos, como las encuestas aplicadas a prestadores de servicio y turistas, y se describen los instrumentos utilizados, como los cuestionarios con escala de Likert. Se define la unidad de análisis para cada variable, identificando las dimensiones relevantes, y se explica la selección de la muestra de estudio, tanto para los prestadores de servicio como para los turistas. Además, se aborda la validación y confiabilidad de los instrumentos de medición, asegurando la calidad y rigor de los datos recopilados.

En el Capítulo IV se presentan los resultados obtenidos a partir de las encuestas aplicadas a prestadores de servicio y turistas. Se realizó un análisis detallado de los datos, tanto a nivel general como específico, interpretando los hallazgos y discutiendo su significado en relación con el problema de investigación y el marco teórico.

En el Capítulo V se presenta las conclusiones que se desprenden del análisis de los resultados obtenidos en la investigación. Se responde al problema de investigación, confirmando o refutando las hipótesis planteadas. Se resumen los principales hallazgos, destacando su relevancia y aporte al conocimiento sobre establecimientos turísticos inclusivos y atención al cliente. Se formulan recomendaciones prácticas basadas en los resultados obtenidos, dirigidas a los actores involucrados en el desarrollo del turismo en Guano, como autoridades locales, empresarios turísticos y organizaciones de personas con discapacidad. Estas recomendaciones buscan promover la implementación de prácticas inclusivas, mejorar la calidad de la atención al cliente y fomentar un turismo más accesible y equitativo en el cantón.

1.1 Planteamiento del problema

El cantón Guano, cuenta con una gran riqueza cultural y natural no obstante enfrenta un obstáculo significativo en su desarrollo turístico que afecta principalmente a sus establecimientos de alojamiento. Esta problemática se manifiesta en diversas áreas, desde la accesibilidad de los establecimientos de alojamiento hasta la oferta de actividades y servicios turísticos adaptados.

Los establecimientos de alojamiento en Guano presentan barreras estructurales que dificultan el acceso y la movilidad de los turistas con discapacidad. La falta de rampas, puertas estrechas y falta de baños adaptados son solo algunos ejemplos de las limitaciones que enfrentan estos turistas. Además, la oferta de servicios turísticos no considera las necesidades específicas de este grupo, lo que limita su participación plena en la experiencia turística.

La falta de capacitación del personal en materia de atención a personas con discapacidad agrava aún más la situación. El desconocimiento sobre cómo comunicarse y

asistir a estos turistas genera incomodidad y frustración, tanto para los visitantes como para los prestadores de servicios. Esta falta de preparación se traduce en una atención deficiente y en la pérdida de oportunidades para brindar una experiencia turística inclusiva y enriquecedora.

Las consecuencias de esta limitación en la inclusión son preocupantes. La disminución de la actividad turística en el cantón, la imagen negativa del destino y la afectación a la calidad de la atención al cliente son solo algunas de las repercusiones más evidentes. Además, se está privando a las personas con discapacidad de su derecho a disfrutar del turismo en igualdad de condiciones, lo que constituye una violación de sus derechos humanos.

Es importante que los establecimientos de alojamiento adopten un enfoque inclusivo para su desarrollo turístico. Esto implica eliminar las barreras estructurales en los establecimientos, adaptar la oferta de servicios turísticos a las necesidades de las personas con discapacidad y capacitar al personal en materia de atención inclusiva. Solo así se podrá garantizar que el turismo en el cantón Guano sea accesible para todos y que todos los turistas, independientemente de sus capacidades, puedan disfrutar de las instalaciones y de la riqueza tanto cultural como natural de este hermoso cantón.

La inclusión en el turismo no solo es una cuestión de derechos humanos, sino también una oportunidad para impulsar el desarrollo económico y social del cantón. Al abrir sus puertas a todos los turistas, Guano podrá diversificar su oferta turística, atraer a nuevos mercados y generar empleo.

1.2 Formulación del problema

1.2.1 Problema general

¿Cómo se relacionan los establecimientos turísticos inclusivos de alojamiento y la atención al cliente en el cantón Guano provincia, de Chimborazo?

1.2.2 Problemas específicos

- ¿Cuál es la relación entre inclusión turística y la atención al cliente en el cantón Guano, provincia de Chimborazo?
- ¿Cuál es la relación entre la actividad turística y la atención al cliente en el cantón Guano, provincia de Chimborazo?
- ¿Cuál es la relación entre rentabilidad económica y la atención al cliente en el cantón Guano, provincia de Chimborazo?

1.3 Justificación

El presente proyecto de investigación tuvo la finalidad de determinar la importancia que existe entre los establecimientos turísticos inclusivos de alojamiento y la atención al cliente en el cantón Guano, Provincia de Chimborazo el mismo que permita dar soluciones al problema identificado y así dar valor al turismo accesible.

1.3.1 Justificación Teórica

Esta investigación se realizó con el propósito de aportar al conocimiento existente en relación con la responsabilidad social y turismo inclusivo, como un proceso en la toma de decisiones, desarrollando una metodología de evaluación que ayude a conseguir resultados.

1.3.2 Justificación Práctica

Esta investigación se la realizó para dar lugar a un proceso de integración de las personas con discapacidad física y sus familias, y así mismo, un ejercicio efectivo de sus derechos de disfrutar de un ambiente que les permita realizar cualquier actividad sin barreras que impidan una vida normalizada.

1.3.3 Justificación Metodológica

Las metodologías de evaluación que se aplicaron en esta investigación resultaron importantes ya que sirvió como sustento para futuras investigaciones en industrias del turismo, debido a que en éste se aplicaron diferentes métodos de evaluación determinando la situación actual que atraviesan los turistas con discapacidad física, enfocándose en la materia de accesibilidad, que en estos últimos años ha sido de interés por parte de la provincia de Chimborazo.

1.4 Objetivos

1.4.1 Objetivo General.

Analizar si existe relación entre los establecimientos turísticos inclusivos de alojamiento y atención al cliente en el cantón Guano, provincia de Chimborazo.

1.4.2 Objetivos Específicos.

- Determinar si existe relación entre inclusión turística y la atención al cliente en el cantón Guano, provincia de Chimborazo.
- Determinar si existe relación entre actividad turística y la atención al cliente en el cantón Guano, provincia de Chimborazo.
- Determinar si existe relación entre rentabilidad económica y la atención al cliente en el cantón Guano, provincia de Chimborazo.

1.5 Hipótesis

1.5.1 Hipótesis general

Existe relación entre los establecimientos turísticos inclusivos de alojamiento y la atención al cliente en el cantón Guano, provincia de Chimborazo.

1.5.2 Hipótesis Específica

- Existe relación entre inclusión turística y la atención al cliente en el cantón Guano, provincia de Chimborazo.
- Existe relación entre actividad turística y la atención al cliente en el cantón Guano, provincia de Chimborazo.
- Existe relación entre rentabilidad económica y la atención al cliente en el cantón Guano, provincia de Chimborazo.

CAPÍTULO II.

2. Marco teórico

2.1 Antecedentes de la investigación

En la investigación denominada Turismo inclusivo aplicado en los establecimientos de hospedaje de la provincia de Veraguas, Panamá, tiene como objetivo explorar la disponibilidad de servicios destinados a personas con discapacidad, con el fin de poder entender los obstáculos que impiden el desarrollo de un turismo inclusivo en los establecimientos de alojamiento. Además, busca fomentar un interés en este tema para su consideración en futuros planes de desarrollo. La revisión de la literatura revela un notable interés en este ámbito, como se puede evidenciar en la creación de documentos legales y normativas que promuevan la inclusión tanto en el ámbito privado como en el público (Brugiatti Díaz & Cabré M, 2020).

En la tesis denominada Análisis de la accesibilidad turística en huéspedes con movilidad reducida del hotel Camino Real del cantón Montalvo señala la facilidad de inclusión en los establecimientos de alojamiento proporcionando una ventaja competitiva y así aumentar la preferencia entre los huéspedes con movilidad reducida. En este estudio de caso específico, se examina la accesibilidad para huéspedes con limitaciones de movilidad en el hotel Camino Real en el cantón Montalvo. Para ello, se llevó a cabo una evaluación utilizando una ficha de observación basada en la Guía para el Levantamiento de Accesibilidad de Ecuador y el Manual de Directrices de Accesibilidad en Alojamientos Turísticos (Varela Gaibor, 2021).

En el proyecto de investigación titulado "Mejores Prácticas para Fomentar el Turismo Inclusivo en Hoteles de 4 y 5 Estrellas en Miraflores" busca determinar la implementación de estrategias efectivas para promover el turismo inclusivo en dichos establecimientos. La metodología empleada consistió en un enfoque cualitativo, con un diseño básico y fenomenológico, dirigido al personal, supervisores y huéspedes de estos hoteles. Se utilizaron entrevistas y listas de verificación para recopilar información, con el objetivo de analizar las categorías de infraestructura y servicios y proporcionar una visión general sobre la accesibilidad en el contexto del país (Cienfuegos Rodríguez, 2022).

El estudio titulado "Accesibilidad en Establecimientos Hoteleros" examina el nivel de accesibilidad para personas con discapacidad en hoteles clasificados como tres, cuatro y cinco estrellas en la Ciudad de Loja, Ecuador, centrándose en sus instalaciones e infraestructura física. La metodología empleada consistió en un estudio de caso de naturaleza exploratoria, utilizando diversas herramientas tanto cuantitativas como cualitativas. Se llevó a cabo una investigación exhaustiva, principalmente sobre las normas NTE-INEN relacionadas con la accesibilidad al entorno físico, y se desarrolló un instrumento de recolección de datos en forma de lista de verificación para evaluar la accesibilidad de los hoteles. Los resultados indican que a medida que aumenta la categoría estelar de los establecimientos hoteleros, aumenta la probabilidad de cumplimiento con las

normas NTE-INEN, y se realizan más acciones de mejora en la infraestructura, especialmente para personas con limitaciones físicas (Maldonado et al., 2021).

En la siguiente investigación titulada Atención al cliente y su importancia en la imagen turística del cantón Ventanas se evidenció la situación actual del servicio de atención al cliente, revelando deficiencias que afectan la imagen turística y generan quejas por parte de los clientes. Además, se identificaron fundamentos teóricos relacionados con las variables de atención al cliente y la imagen turística, lo que facilitó la comprensión del estudio. Como resultado, se propusieron estrategias para mejorar tanto la atención al cliente como la imagen turística del Cantón Ventanas, en la provincia de Los Ríos, buscando obtener una ventaja competitiva en la industria turística (García Tamayo, 2022).

La investigación titulada "La mejora en la calidad del servicio ofrecido por los hoteles y su impacto en la satisfacción del cliente en la zona urbana del cantón de Portoviejo". Se destaca que, dado el alto flujo de turistas en el sector hotelero de esta área, es necesario realizar evaluaciones exhaustivas de manera semestral, en las cuales participen activamente los propietarios, gerentes y administradores, con el objetivo de identificar y abordar las deficiencias detectadas durante el diagnóstico situacional. Estas deficiencias pueden incluir la falta de capacitación del personal hotelero, la ausencia de un modelo de gestión de calidad hotelera y la falta de control de calidad en el servicio al cliente, entre otros aspectos. Se plantea que la implementación de estrategias adecuadas puede contribuir de manera positiva a obtener una ventaja competitiva, promoviendo la innovación y la diferenciación en beneficio del usuario. El enfoque principal radica en satisfacer las expectativas del cliente y garantizar su fidelidad, lo que a su vez asegura la estabilidad y el éxito de las empresas hoteleras en la zona (Ponce et al., 2021).

En el ámbito hotelero, Guamán-Guevara et al., (2019) analizaron la accesibilidad en la ciudad de Ambato, Ecuador. Sus hallazgos resaltaron la urgente necesidad de mejorar tanto la infraestructura como los servicios en hoteles para satisfacer las necesidades de personas con discapacidad. Esto incluye la instalación de rampas, la adaptación de habitaciones y la capacitación del personal (Villavicencio, 2024).

2.2. Marco filosófico y epistemológico de la investigación

La epistemología es el campo de estudio dedicado a comprender la naturaleza y los fundamentos del conocimiento. En este sentido, la epistemología se dedica a examinar críticamente el conocimiento en relación con un tema específico y establece criterios para su validez, por lo que resulta fundamental profundizar en estos dos conceptos.

2.2.1 Epistemología - Establecimientos turísticos inclusivos de alojamiento

La epistemología de los establecimientos turísticos inclusivos se enfoca en el estudio y la aplicación del conocimiento relacionado con la accesibilidad y la inclusión en el turismo. Este campo examina cómo se adquiere, valida y aplica el conocimiento para crear, gestionar y mejorar establecimientos turísticos de alojamiento accesibles para personas con discapacidades. Se busca comprender el conocimiento existente sobre arquitectura accesible, servicios adaptados y tecnologías asistidas, así como explorar nuevas investigaciones y buenas prácticas. El objetivo principal es desarrollar conocimientos

fundamentados que mejoren la experiencia de los turistas con discapacidades. Esto implica analizar la implementación práctica de medidas inclusivas, identificar experiencias exitosas y desafíos en la creación de entornos turísticos accesibles, y examinar avances tecnológicos e investigaciones innovadoras que impulsen la inclusión en el turismo.

2.2.2 Epistemología - Atención al cliente.

La epistemología de la atención al cliente estudia el conocimiento relacionado con la calidad del servicio y la interacción con los clientes. Se enfoca en adquirir, validar y aplicar el conocimiento para brindar una atención satisfactoria. Examina habilidades de comunicación, resolución de problemas, empatía y adaptación a las necesidades individuales. Se busca entender las investigaciones, mejores prácticas y enfoques innovadores en atención al cliente. Además, se analiza la aplicación práctica del conocimiento en la interacción diaria con los clientes, capacitación del personal y gestión de conflictos. También se identifican nuevas tendencias y tecnologías para mejorar la experiencia del cliente y fomentar relaciones sólidas con los establecimientos de alojamiento.

2.3 Estado del Arte

2.3.1. Estado de arte variable independiente: Establecimientos turísticos inclusivos de alojamiento

Los establecimientos turísticos inclusivos son aquellos que ofrecen servicios y facilidades que permiten la participación y plena de todas las personas, independientemente de sus habilidades, capacidades o características individuales. Estos establecimientos están diseñados y gestionados para garantizar la igualdad de oportunidades y el acceso sin barreras para todos los visitantes (OMT, 2010).

“El turismo inclusivo dirige sus acciones al desarrollo de productos y entornos de fácil acceso para el mayor número de personas posible, sin la necesidad de adaptarlos o rediseñarlos de una forma especial. Las acciones turísticas con esta benefician a toda la población y mejoran las capacidades de resiliencia de los propios destinos turísticos, puesto que dan respuesta a las necesidades turística de un mayor número de personas y se adaptan a un mayor número de situaciones” (*TURINVO | Guías interactivas de turismo inclusivo*, s. f.).

El Ministerio de Industria, Comercio y Turismo señala que los establecimientos turísticos inclusivos son aquellos que están diseñados, construidos y equipados para garantizar el acceso y la comodidad de todas las personas, incluyendo a aquellas con discapacidad o movilidad reducida. Estos establecimientos cumplen con las normativas y requisitos de accesibilidad y ofrecen servicios adaptados a las necesidades de todos los visitantes (*Manual de turismo accesible «Turismo para Todos»*, 2019).

Los establecimientos turísticos inclusivos se caracterizan por garantizar la accesibilidad, comodidad y seguridad de todos los turistas, sin importar su discapacidad física o cognitiva (temporal o permanente). Estos establecimientos adoptan un enfoque de

diseño universal, agregando o modificando infraestructura que facilite el acceso y la participación plena de todas las personas. Además, ofrecen servicios adaptados para satisfacer las necesidades específicas de cada individuo, promoviendo así una experiencia turística equitativa y enriquecedora para todos. (Draven, 2024).

Un alojamiento turístico inclusivo es aquel que permite a todas las personas, independientemente de sus capacidades, acceder, moverse y utilizar de manera autónoma tanto su habitación con baño adaptado como las instalaciones comunes, como piscina, restaurante, spa, gimnasio, terrazas o playa. Esto se logra a través de soluciones sencillas y atractivas, priorizando la comodidad y la independencia de todos los huéspedes (Pamela, 2021).

2.3.2 Variable dependiente: Atención al Cliente

En el competitivo mundo del hotelaría, brindar un servicio de excelencia es fundamental para alcanzar el éxito. En este sentido pretendo ofrecer una visión que sitúe la calidad de servicio como eje central del análisis de evaluación de los resultados que se obtienen en un hotel, rompiendo el análisis simplista, aunque importante, de las ratios financieras o la evaluación semántica de las diferentes dimensiones departamentales. Así, se enriquece la perspectiva de los gestores, facilitando un diagnóstico más completo y una toma de decisiones informada para optimizar los procesos y, en última instancia, mejorar la percepción de los servicios hoteleros (Rosario & Manuel, 2011).

La atención al cliente en el turismo significa estar ahí para los viajeros en cada paso de su aventura. Se trata de darles información, responder a sus dudas, solucionar cualquier problema que surja y asegurarse de que disfruten al máximo de su experiencia (Kotler et al., 2017).

El servicio al cliente es un pilar esencial para asegurar la excelencia en cualquier negocio. A través de un buen servicio, las empresas pueden conectar directamente con sus clientes, ya sea a través de la atención personalizada, los productos que ofrecen o la manera en que resuelven problemas. Es una pieza clave para construir relaciones sólidas y duraderas (Yomona Cruz, 2022).

Se trata de un conjunto de acciones que las empresas realizan, siempre con su público objetivo en mente, para entender qué necesitan y esperan sus clientes. Al hacer esto, pueden cumplir e incluso superar esas expectativas, lo que se traduce en clientes más contentos y satisfechos (Carrillo Pilligua, 2019).

La atención al cliente en el sector turístico puede definirse como un conjunto de interacciones estratégicas entre la empresa y sus clientes (actuales o potenciales) a lo largo de todo el ciclo de compra. El objetivo principal de estas interacciones es maximizar la satisfacción del cliente, lo que a su vez se traduce en beneficios para la empresa, como el aumento de la fidelidad y la mejora de la reputación. Una implementación efectiva de estrategias de atención al cliente puede generar un impacto positivo en la rentabilidad de la empresa, ya que los clientes satisfechos tienden a repetir la compra y recomendar los servicios a otros (Chasi Chugcho, 2020).

2.4 Bases teóricas

2.4.1 Bases teóricas de la variable independiente

Los establecimientos turísticos inclusivos se caracterizan por garantizar la accesibilidad, comodidad y seguridad de todos los turistas, sin importar su discapacidad física o cognitiva (temporal o permanente). Estos establecimientos adoptan un enfoque de diseño universal, agregando o modificando infraestructura que facilite el acceso y la participación plena de todas las personas. Además, ofrecen servicios adaptados para satisfacer las necesidades específicas de cada individuo, promoviendo así una experiencia turística equitativa y enriquecedora para todos. (Draven, 2024).

a) Inclusión turística

Al hablar de inclusión turística, muchos países han adoptado la expresión "turismo para todos", ya que el objetivo es que cualquier persona, con o sin discapacidad, pueda disfrutar de los servicios y espacios turísticos. Sin embargo, esto plantea la cuestión de si podemos usar ambos términos indistintamente sin mencionar la accesibilidad. El concepto de "turismo inclusivo" apareció por primera vez en una campaña del Reino Unido en 1989, a raíz del informe de Mary Baker, y se definió como: "Aquella forma de turismo que planea, diseña y desarrolla actividades turísticas de ocio y tiempo libre de manera que puedan ser disfrutadas por toda clase de personas con independencia de sus condiciones físicas, sociales o culturales" (Fernández Alles, 2007).

b) Actividad turística

El MINCETUR (2009) considera que la actividad turística está destinada a prestar a los turistas un servicio de alojamiento, alimentación, traslado, asistencia e información, o cualquier otro servicio relacionado al turismo. Es importante que las empresas turísticas también se beneficien con el turismo y logren brindar un buen servicio al turista, ofreciendo paquetes turísticos donde los clientes alcancen a conocer y relajarse, es por ello que todas las empresas turísticas que abarcan alojamiento, restaurantes, agencias de viajes, guías turísticos y todos en general, deben buscar estrategias tomando en cuenta la satisfacción de los turistas (Ramírez Mendoza & Traverso Cabrera, 2019).

De acuerdo con el libro "Tourism Principles and Practice" de Chris Cooper: "La actividad turística se refiere a la totalidad de los viajes y estancias temporales realizados por personas fuera de su lugar de residencia habitual, con fines de ocio, negocios u otros motivos. Esta actividad implica una variedad de componentes, incluyendo el transporte, el alojamiento, la gastronomía, las atracciones y actividades recreativas, y el contacto con la cultura y el entorno natural del destino" (Cooper et al., 2017).

c) Rentabilidad económica

Según el libro "Principios de Economía" de N. Gregory Mankiw, "La rentabilidad económica se refiere a la capacidad de una empresa o proyecto para generar beneficios en relación con los costos y los recursos invertidos. Es un indicador clave de la eficiencia y el éxito financiero de una entidad, y se calcula como la diferencia entre los ingresos y los costos totales, teniendo en cuenta tanto los costos explícitos como los costos implícitos" (Mankiw, 2017).

La rentabilidad económica, también conocida como rendimiento, es una medida de cuánto beneficio genera una empresa en relación con sus activos totales. Para calcularla, se utiliza el beneficio antes de intereses e impuestos (BAII), ya que esto nos permite evaluar la eficiencia de los activos sin importar cómo se financian, es decir, sin tener en cuenta los gastos financieros (Macas Saritama & Luna Cumbicus, 2010).

La rentabilidad económica, un indicador crucial en el análisis de la gestión turística, trasciende la mera evaluación financiera al considerar la eficiencia con la que una empresa o destino turístico utiliza sus activos para generar beneficios. Al abstraerse de las particularidades de la financiación, este indicador permite discernir la verdadera capacidad de un actor turístico para crear valor a partir de sus recursos, revelando así su desempeño intrínseco en el ámbito económico y productivo (Vasquez Reyes, 2019).

d) Productos y servicios turísticos

El producto turístico se ha convertido en un foco central tanto para la investigación académica como para la práctica profesional en el sector turístico. Al igual que en cualquier industria, la creación y comercialización de productos y servicios son la base de la actividad de las empresas turísticas, lo que subraya la importancia del producto como pilar fundamental de su estrategia de marketing (Martínez Gonzáles, 2010).

e) Barreras

Las barreras físicas en el entorno dificultan la integración de personas con diversidad funcional impidiendo el desarrollo de sus habilidades y restringiendo su participación en actividades turísticas lo cual es crucial reconocer y abordar estas dificultades para mejorar la accesibilidad y de esta manera promover la inclusión de estas personas (Sánchez & Justicia, 2005).

f) Igualdad

“El MIMP define que la Igualdad entre mujeres y hombres es un principio jurídico universal reconocido en los convenios internacionales. La igualdad hace referencia a los derechos y responsabilidades que todos los seres humanos tenemos y esto implica dar las mismas condiciones, trato y oportunidades sin distinción de clase, sexo, edad, creencias, etnia o cultura” (Barzola Correa, 2021).

g) Actividad lucrativa

La persona lleva a cabo una actividad profesional a cambio de una remuneración económica. Los ingresos obtenidos provienen directamente del ejercicio de dicha actividad y constituyen la ganancia que el individuo obtiene por su trabajo (Sánchez Sánchez, 2018).

h) Desplazamiento

El desplazamiento turístico tiene el poder de transformar la perspectiva de los visitantes, abriéndolos a una interacción más profunda y significativa con el entorno y las personas que lo habitan. Este cambio de actitud fomenta la creación de lazos duraderos que, a su vez, impulsan el crecimiento económico de los lugares que apuestan por el turismo (Lectong Vera, 2018).

i) Motivación

Si bien las necesidades básicas influyen en la decisión de viajar, los expertos señalan que la motivación turística va más allá. El turismo se ha convertido en una herramienta para construir y fortalecer la identidad, tanto individual como colectiva. Por lo tanto, los destinos

turísticos deben ofrecer experiencias que reflejen y refuercen la autoimagen de los visitantes y la imagen que desean proyectar a los demás (Veintimilla Cifuentes, 2018).

j) Productividad

La productividad nos muestra cuán bien una economía aprovecha sus recursos al crear bienes y servicios. Es como una balanza entre lo que invertimos y lo que obtenemos: mide la eficiencia con la que utilizamos personas, dinero, tierra y otros recursos para generar productos que luego se venden en el mercado (Jiménez Sánchez & Jácome Zuñiga, 2018).

k) Beneficios

“Beneficio que obtiene la comunidad como resultado de realizar una determinada actividad productiva. Éste se determina en relación con el valor que asigna la sociedad a los bienes producidos y a los insumos y factores productivos utilizados. Debido a la presencia de distorsiones, no siempre coinciden los valores sociales de los bienes, insumos y factores productivos, con los precios de mercado de estos” (Mejía, 2006).

l) Inversión

La inversión consiste en destinar recursos materiales, humanos y tecnológicos para crear o distribuir un producto o servicio que pueda satisfacer las necesidades y demandas del mercado objetivo (Tomalá Mejillón, 2022).

2.4.2 Bases teóricas de la variable dependiente.

La atención al cliente en el sector turístico puede definirse como un conjunto de interacciones estratégicas entre la empresa y sus clientes (actuales o potenciales) a lo largo de todo el ciclo de compra. El objetivo principal de estas interacciones es maximizar la satisfacción del cliente, lo que a su vez se traduce en beneficios para la empresa, como el aumento de la fidelidad y la mejora de la reputación. Una implementación efectiva de estrategias de atención al cliente puede generar un impacto positivo en la rentabilidad de la empresa, ya que los clientes satisfechos tienden a repetir la compra y recomendar los servicios a otros (Chasi Chugcho, 2020).

a) Expectativa

Kotler y Keller (2012) destacan que la satisfacción del cliente se basa en la comparación entre sus expectativas y la realidad del servicio. Estas expectativas, moldeadas por experiencias previas y recomendaciones, actúan como un punto de referencia crucial. Por ello, es fundamental comprender y gestionar estas expectativas previas para evitar crear ilusiones en el turista que luego no se puedan cumplir (Castillo & Vladimir, 2021).

b) Estrategia

Según el libro "Strategic Management: Concepts and Cases" de Fred R. David y Forest R. David, "La estrategia se refiere a los planes y acciones diseñados para alcanzar los objetivos a largo plazo de una organización. Implica la toma de decisiones sobre qué hacer y cómo hacerlo para lograr una ventaja competitiva sostenible. La estrategia abarca aspectos como la selección de mercados objetivo, la diferenciación de productos, la gestión de recursos y la adaptación al entorno empresarial" (Fred R & Forest R, 2015).

La estrategia consta de factores externos e internos. Los factores externos relacionan los medios que una empresa necesita para ser eficaz y competitiva en el comercio; como cuales son las necesidades que van a satisfacer, la segmentación a la que van a dirigirse, el

cómo diferenciarse del competidor, las variaciones financieras o corrientes políticas y sociales, etc. (Lino Reyes, 2022).

c) Satisfacción

Según el libro "Consumer Behavior: Buying, Having, and Being" de Michael R. Solomon, "La satisfacción del consumidor se refiere al grado en que las expectativas o deseos de un consumidor se cumplen después de la compra y el consumo de un producto o servicio. Es una evaluación subjetiva del grado de felicidad o contento que experimenta un consumidor, y puede basarse en la comparación entre lo que se esperaba y lo que realmente se obtuvo" (Solomon, 2018).

d) Creencias

La Real Academia Española menciona que la creencia es un firme asentamiento y conformidad con algo así también como se lo puede contextualizar en el ámbito religioso o adoctrinado (ASALE & RAE, s. f.).

e) Información

La información es la piedra angular de una experiencia turística enriquecedora. Para garantizar que los visitantes aprovechen al máximo su viaje, es esencial proporcionarles datos precisos y actualizados sobre el destino. Esto abarca desde aspectos generales del lugar hasta detalles específicos sobre atracciones, actividades, servicios y regulaciones. Un sistema de información turística eficaz debe contemplar una amplia gama de datos, incluyendo información sobre alojamientos, transporte, restaurantes, lugares de interés, agencias de viajes, excursiones, moneda local, regulaciones gubernamentales y opciones de compras. Mantener esta información al día es crucial para que los turistas puedan planificar sus viajes de manera informada y disfrutar de una experiencia completa y satisfactoria (Chavesta Barre & Laaz Álava, 2013).

f) Experiencia

“La experiencia en el sector turístico ha sido reconocida por ser la principal motivación de los turistas para viajar, por contribuir significativamente a la satisfacción de los visitantes, y recientemente por favorecer a la mejora de la calidad de vida y la transformación de los turistas. Debido a esto, la experiencia turística ha sido una cuestión relevante para la literatura desde la década de 1960, siendo objeto de numerosos estudios que se han centrado en examinar la naturaleza de este concepto y de los elementos que contribuyen a su formación” (Pasaco González, 2022).

g) Plan de acción

El plan de acción es una herramienta clave para impulsar el turismo en una localidad. Nos ayuda a conocer a fondo el lugar, identificando sus fortalezas y debilidades, para luego diseñar estrategias y acciones que mejoren y transformen positivamente la zona. Este instrumento aumenta las posibilidades de que todos los involucrados se beneficien del turismo. Para lograr resultados exitosos, es fundamental la participación y colaboración de los actores políticos y sociales, trabajando juntos para aprovechar al máximo el potencial turístico de la localidad (Intriago Bravo, 2018).

h) Mercados turísticos

El mercado turístico es un sector económico complejo que va más allá de la simple producción y venta de servicios. Es una actividad dinámica donde convergen factores económicos, sociológicos y psicológicos. Las motivaciones y deseos de los viajeros, que los

impulsan a elegir un destino y adquirir productos turísticos específicos, juegan un papel crucial en este mercado. Esta combinación de elementos hace que el turismo sea una actividad multifacética y en constante evolución (Villa Espinoza & Vinueza Maldonado, 2023).

i) Destinos turísticos

Un destino turístico no se limita a ser un sitio de alojamiento temporal. Es una combinación única de atractivos, servicios, actividades y experiencias que se entrelazan en la cadena de valor del turismo. Se trata de una unidad fundamental para analizar el sector, donde interactúan diversos actores y se pueden establecer conexiones con otros destinos para formar redes más amplias. Además de su aspecto físico, un destino posee una imagen y una identidad propias que desempeñan un papel crucial en su capacidad para competir en el mercado (Alexis Mauricio, 2021).

j) Percepción

La percepción es la forma en que nuestro cerebro organiza e interpreta la información sensorial que recibimos del mundo que nos rodea, permitiéndonos comprender y dar significado a nuestras experiencias. Este proceso, aunque tiene una base física y orgánica, es único para cada individuo y depende de nuestras experiencias previas y estructuras mentales. La percepción es el punto de partida de nuestros procesos cognitivos, donde interpretamos y damos significados a la información que recibimos. A través de la percepción, podemos distinguir y diferenciar objetos y situaciones, tanto internas como externas. Sin embargo, el resultado de esta interpretación varía de persona a persona, ya que nuestras experiencias pasadas influyen en cómo percibimos el mundo. La percepción es un proceso dinámico que combina sensaciones nuevas con experiencias anteriores, seleccionando algunos estímulos y descartando otros (Brito & Araceli, 2017).

k) Rendimiento

El rendimiento laboral es el valor que una empresa espera obtener de las acciones de un empleado durante un período específico. Este valor puede ser positivo, si el empleado contribuye al éxito de la organización, o negativo, si su desempeño perjudica los objetivos de la empresa. En esencia, el rendimiento laboral refleja cómo cada individuo aporta al logro de los resultados generales de la organización (Jaén Díaz, 2010).

l) Expectativas

Las expectativas de los consumidores se forman a partir de sus experiencias previas de compra, las opiniones de familiares y amigos, y la influencia de expertos y publicidad. Al diseñar un producto o servicio, es crucial encontrar el equilibrio adecuado en las expectativas que generamos. Si bien un producto que cumple con expectativas bajas puede satisfacer a algunos clientes, no logrará atraer a nuevos consumidores ni generar entusiasmo. Por otro lado, expectativas demasiado altas pueden llevar a la decepción si el producto no cumple con lo prometido (Castillo & Vladimir, 2021).

CAPÍTULO III.

3. Metodología

3.1 Tipo de Investigación.

3.1.1 Investigación documental

“La investigación documental tiene la particularidad de utilizar como una fuente primaria de insumos, mas no la única y exclusiva, el documento escrito en sus diferentes formas: documentos impresos, electrónicos y audiovisuales” (Morales, s. f.).

Esta información también se obtiene de fuentes bibliográficas, aunque a veces puede ser difícil de encontrar en bibliotecas debido a su limitada disponibilidad.

3.1.2 Investigación descriptiva

“Los estudios descriptivos buscan caracterizar y especificar las propiedades importantes de personas, grupos, comunidades o cualquier otro fenómeno que sea sometido a análisis. Registran, miden o evalúan diversos aspectos, dimensiones o componentes de los fenómenos a investigar” (Batthyany et al., 2011).

3.2 Diseño de Investigación

3.2.1 No experimental

“Es aquel que se realiza sin manipular deliberadamente variables. Se basa fundamentalmente en la observación de fenómenos tal y como se dan en su contexto natural para después analizarlos” (Dzul Escamilla, 2013).

Este diseño nos permite dar a conocer el estudio en toda su naturaleza sin manipular las variables de la investigación para que las mismas no sean alteradas.

3.2.2 Transeccional o transversal

El diseño de un estudio de corte transversal asegura la validez y confiabilidad de los resultados, definido por criterios de diagnóstico, la identificación de la población objetivo y la selección de fuentes de datos confiables son aspectos esenciales (Rodríguez & Mendivelso, 2018).

De esta manera se recolecta los datos mediante los instrumentos elaborados (encuestas) a los prestadores de servicio de los establecimientos de alojamiento y turistas que ingresan a los mismo para conocer su situación actual.

3.3 Técnicas de recolección de Datos

3.3.1 Técnicas

Encuesta: en la presente investigación se desarrolló dos encuestas siendo la primera correspondiente a la variable independiente (Establecimientos turísticos inclusivos de alojamiento) la cual se aplicó a prestadores de servicio de establecimientos de alojamiento catastrados en el cantón Guano, la segunda encuesta correspondiente a la variable dependiente (Atención al cliente) fue aplicada a los turistas que se hospedaron en los establecimientos de alojamiento antes mencionados.

3.3.2 Instrumentos

Cuestionario: a los prestadores de servicio y turistas que se hospedaban en los establecimientos de alojamiento catastrados en el cantón Guano provincia de Chimborazo se les aplicó un cuestionario mediando la escala de Likert: 1 = Muy en desacuerdo 2 = En desacuerdo 3 = Imparcial 4 = De acuerdo 5 = Muy de acuerdo. Luego de la obtención de los datos se procedió al procesamiento, análisis de datos e interpretación de los resultados.

3.4 Unidad de análisis

- a) **Variable independiente Establecimientos turísticos inclusivos:** como unidad de análisis se tomó en consideración a prestadores de servicio de establecimientos de alojamiento catastrados en el cantón Guano.

Dimensiones:

- Inclusión turística
- Actividad turística
- Rentabilidad económica

- b) **Variable dependiente Atención al cliente:** como unidad de análisis se tomó en consideración a los turistas que se hospedan en los establecimientos de alojamiento catastrados del cantón Guano.

Dimensiones:

- Expectativas
- Estrategias
- Satisfacción

3.5 Población de estudio

3.5.1. Población de la variable independiente: Establecimientos turísticos inclusivos

El cantón Guano, provincia de Chimborazo dispone de 11 establecimientos de alojamiento catastrados por el Ministerio de Turismo en cooperación con la Dirección de Turismo perteneciente al GAD del cantón Guano, esta información es proporcionado por el Ing. Diego Burbano, funcionario público del GAD de Guano.

Selección de la muestra

Para determinar la muestra dado a que la población de estudio es sumamente pequeña de acuerdo a las necesidades que presenta la investigación se han establecido a miembros por conveniencia que trabajen en los establecimientos antes mencionados los mismos que cumplan o desempeñen labores que involucren la atención al cliente y puedan proporcionar la adecuada información que necesita la investigación, obteniendo así una población de 30 prestadores de servicio de los siguientes establecimientos.

Tabla 1: Establecimientos Turísticos de Alojamiento

Nombre Comercial	Actividad / Modalidad	Clasificación	Categoría	Razón social (Propietario)	Cantón	Parroquia
BERLIN	ALOJAMIENTO	INMUEBLES HABITACIONALES	Categoría Única	ARIAS CABEZAS ISRAEL VLADIMIR CALDERON	GUANO	LA MATRIZ
HOSTAL VALLE DE GUANO	ALOJAMIENTO	HOSTAL	1 Estrella	PUENTE CARLOS VICENTE	GUANO	LA MATRIZ
HOSTERIA LA ANDALUZA	ALOJAMIENTO	HOSTERÍA	3 Estrellas	LA ANDALUZA ASOCIADOS	GUANO	SAN ANDRÉS
HOSTERIA VISTA HERMOSA	ALOJAMIENTO	HOSTERÍA	3 Estrellas	AVILES CASTILLO MIRYAN PATRICIA	GUANO	LA MATRIZ
HOTEL FRAY LAZARO	ALOJAMIENTO	HOTEL	2 Estrellas	ANDRADE MONTALVO ANA PATRICIA	GUANO	LA MATRIZ
LAS TRES PIEDRAS	ALOJAMIENTO	HOSTERÍA	3 Estrellas	ANDRADE CALLE JOSE TEODORO	GUANO	SAN ANDRÉS
MONTANA GLAMPING	ALOJAMIENTO	HOTEL	2 Estrellas	SIERRA LIMA ALFONSO JOSELITO	GUANO	SAN ISIDRO DE PATULÚ
Q'INTI	ALOJAMIENTO	CASA DE HUÉSPEDES	Categoría única	GUAMAN CHACAGUAS AY MARIA YOLANDA	GUANO	SAN ANDRÉS
RANCHO SAN ANDRES	ALOJAMIENTO	CAMPAMENTO TURÍSTICO	Categoría única	CEVALLOS RODRIGUEZ DANNY PAULINA	GUANO	SAN ISIDRO DE PATULÚ
SAN ANDRES	ALOJAMIENTO	HOTEL	2 Estrellas	SILVA HUMANANTE	GUANO	SAN ANDRÉS

TUNKAHU AN	ALOJAMIEN TO	CAMPAMENTO TURÍSTICO	Categorí a única	RAUL ROBERTO VERA VAZQUEZ LUIS ALFONSO	GUAN O	LA MATRI Z
---------------	-----------------	-------------------------	---------------------	-------------------------------------------------------	-----------	------------------

Elaborado por: Broncano Brayan, (2024)

3.5.2 Población de la variable dependiente: Atención al cliente

En la presente investigación se tomó cuenta el número de turistas que se ingresaron al cantón Guano, provincia de Chimborazo, la cantidad fue de 17898 turistas según datos de la Dirección de Turismo (GAD Guano, 2023).

Selección de la muestra

Se realizó la muestra de la población de 17898 turistas que visitan el cantón Guano, provincia de Chimborazo.

$$n = \frac{Z^2 * p * q * N}{N * E^2 + Z^2 * p * q}$$

Datos

$$N = 17898$$

$$E = 0,05$$

$$Z = 1,96$$

$$p = 0,80$$

$$q = 0,20$$

Donde:

N = Población

E = margen de error admisible (5%).

E^2 =Elevado a la potencia 2 (es decir que el margen de error se eleva al cuadrado)

n = Tamaño de la muestra

Z = Nivel de Confianza deseado

p = Proporción de la población

q = Probabilidad de fracaso o en contra

Se utilizó la Ley de Pareto para realizar un análisis y mostrar la relación 80/20, que permite identificar los elementos mínimos 20% de ellos que, al resolverlos impactarán positivamente en un 80% de los resultados.

$$n = \frac{Z^2 * p * q * N}{N * E^2 + Z^2 * p * q}$$

$$n = \frac{(1,96)^2 * (0,80) * (0,20) * (N)}{(N) * (0,05)^2 + (1,96)^2 * (0,80) * (0,20)}$$

$$n = \frac{(1,96)^2 * (0,80) * (0,20) * (17898)}{(17898) * (0,05)^2 + (1,96)^2 * (0,80) * (0,20)}$$

$$n = 243$$

3.6 Validación de Instrumentos

3.6.1 Selección de expertos

Para garantizar la validez de nuestra encuesta, acudimos a un experto en el tema turístico para su revisión. Con su experiencia y conocimiento, evaluó cada ítem, asegurándose de que fueran claras, relevantes y adecuadas para nuestros objetivos. Sus sugerencias nos ayudaron a mejorar la encuesta y a obtener resultados más confiables.

Tabla 2: Selección de expertos

NOMBRE Y APELLIDO DEL EXPERTO	CARGO
Mgs. Renato Herrera	Docente de la carrera de Turismo
Mgs. Paula Moreno	Docente de la carrera de Turismo
Mgs. Danilo Quintana	Docente de la carrera de Turismo
Mgs. Andrea Garrido	Docente de la carrera de Turismo

Elaborado por: Broncano Brayan, (2024)

3.7 Confiabilidad de Instrumentos

Para determinar la confiabilidad de los instrumentos de evaluación se utilizó los programas de Excel y el software IBM SPSS Statistics. Es muy importante mencionar que para la validez de los instrumentos debe ser mayor o igual a 0,70 según lo determina la siguiente tabla de valores.

Tabla 3: Valores Alfa de Cronbach

Coficiente	Consistencia
>0.9	Excelente
>0.8	Bueno
>0.7	Aceptable
>0.6	Cuestionable
>0.5	Inaceptable

Elaborado por: Broncano Brayan, (2024)

3.7.1 Confiabilidad de instrumentos, alfa de Cronbach variable independiente Establecimientos turísticos inclusivos

El coeficiente alfa de Cronbach de 0,837 indicó una alta consistencia interna entre los ítems del instrumento de medición utilizado en la variable independiente. Esto significa que los ítems están midiendo de manera confiable respaldando la solidez y validez del instrumento para su uso en la investigación o evaluación.

Tabla 4: Estadística de Fiabilidad Variable Independiente

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,837	18

Fuente: Encuestas aplicadas, 2024

Elaborado por: Brayan Broncano, (2024)

3.7.2. Confiabilidad de instrumentos, alfa de Cronbach variable Atención al cliente

El coeficiente alfa de Cronbach de 0,913 indicó una alta consistencia interna entre los ítems del instrumento de medición utilizado en la variable independiente. Esto significa que los ítems están midiendo de manera confiable respaldando la solidez y validez del instrumento para su uso en investigación o evaluación.

Tabla 5: Estadística de Fiabilidad Variable Dependiente

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,913	19

Fuente: Encuestas aplicadas, 2024

Elaborado por: Brayan Broncano, (2024)

CAPÍTULO IV.

4. Resultados y discusión

4.1 Análisis e interpretación de resultados variable independiente

La información presentada se obtuvo a partir de una encuesta anónima realizada a los prestadores de servicios de los establecimientos turísticos de alojamiento en el cantón Guano, provincia de Chimborazo.

4.1.1 Datos generales

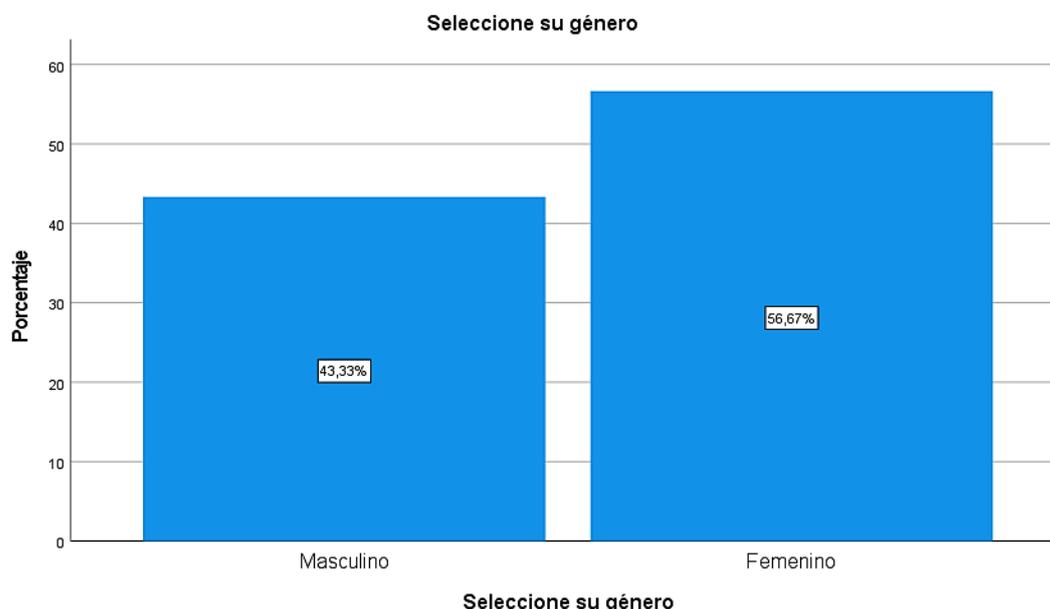
Tabla 6: Género Variable Independiente

1. Género		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Masculino	13	43,3	43,3	43,3
	Femenino	17	56,7	56,7	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Fuente: Análisis e interpretación de resultados. Software IBM SPSS Statistics

Elaborado por: Broncano Brayan, (2024)

Gráfico 1: Género Variable Independiente



Fuente: Análisis e interpretación de resultados. Software IBM SPSS Statistics

Elaborado por: Broncano Brayan, (2024)

Los resultados obtenidos de las encuestas aplicadas a los prestadores de servicio de los establecimientos de alojamiento catastrados del cantón Guano son los siguientes: el 56,67% pertenecieron al género femenino y el 43,33% al género masculino. Estos datos indican una mayor participación o presencia del género femenino.

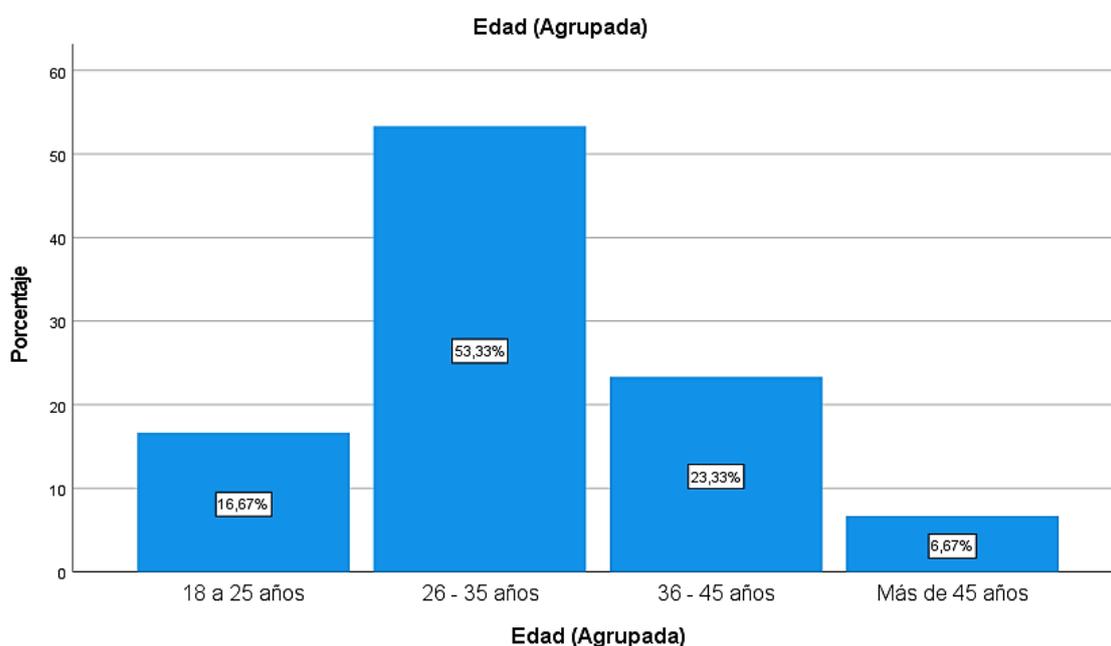
Tabla 7: Edad agrupada

2. Edad (Agrupada)		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	18 a 25 años	5	16,7	16,7	16,7
	26 - 35 años	16	53,3	53,3	70,0
	36 - 45 años	7	23,3	23,3	93,3
	Más de 45 años	2	6,7	6,7	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Fuente: Análisis e interpretación de resultados. Software IBM SPSS Statistics

Elaborado por: Broncano Brayan, (2024)

Gráfico 2: Edad agrupada Variable Independiente



Fuente: Análisis e interpretación de resultados. Software IBM SPSS Statistics

Elaborado por: Broncano Brayan, (2024)

Los resultados obtenidos de las encuestas aplicadas a los prestadores de servicio de los establecimientos de alojamiento catastrados del cantón Guano fueron los siguientes: el 53,33% tienen edades comprendidas entre 26 y 35 años, el 23,33% entre los 36 y 45 años, el 16,67% entre los 18 y 25 años y para finalizar el 6,67% tienen más de 45 años. Estos resultados indican que la mayoría de los prestadores de servicio encuestados se encuentran en el rango de edad de entre 26 a 35 años.

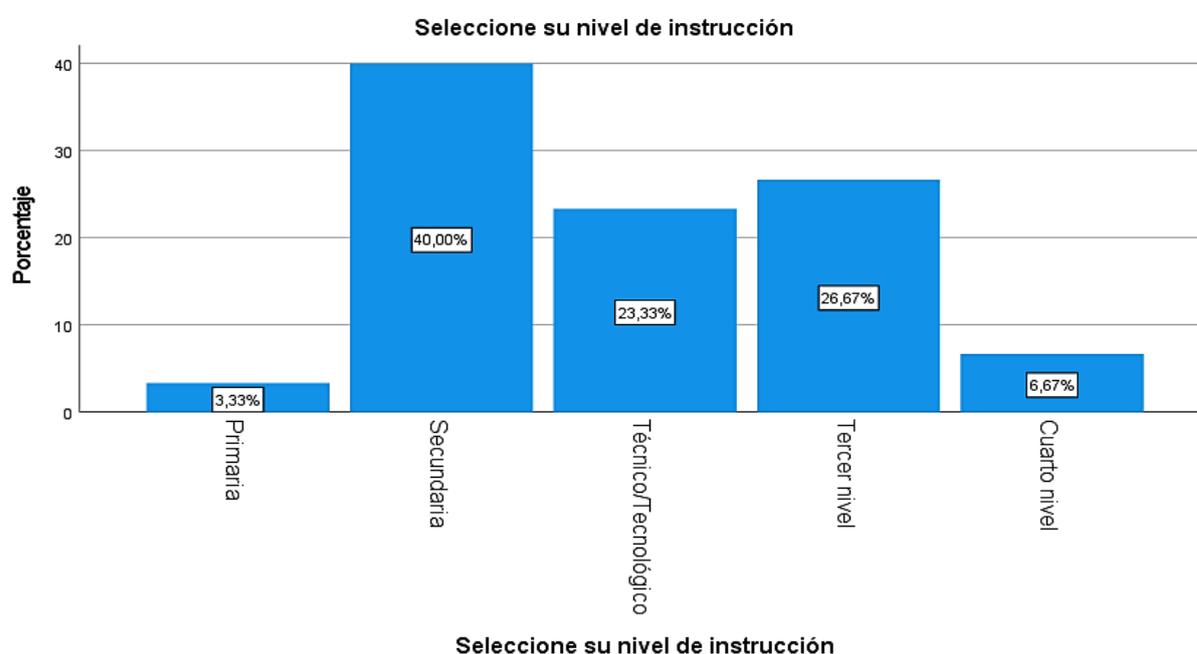
Tabla 8: Nivel de instrucción Variable Independiente

3. Nivel de instrucción		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Primaria	1	3,3	3,3	3,3
	Secundaria	12	40,0	40,0	43,3
	Técnico/Tecnológico	7	23,3	23,3	66,7
	Tercer nivel	8	26,7	26,7	93,3
	Cuarto nivel	2	6,7	6,7	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Fuente: Análisis e interpretación de resultados. Software IBM SPSS Statistics

Elaborado por: Broncano Brayan, (2024)

Gráfico 3: Nivel de instrucción Variable Independiente



Fuente: Análisis e interpretación de resultados. Software IBM SPSS Statistics

Elaborado por: Broncano Brayan, (2024)

Los resultados obtenidos de las encuestas aplicadas a los prestadores de servicio de los establecimientos de alojamiento catastrados del cantón Guano son los siguientes: el 40,00% cuenta con un nivel de instrucción de secundaria, el 26,67% con educación de tercer nivel, el 23,33% posee un título técnico/tecnológico, el 6,67% tiene educación de cuarto nivel y por último el 3,33% alcanzó el nivel primario.

4.1.2 Datos Específicos

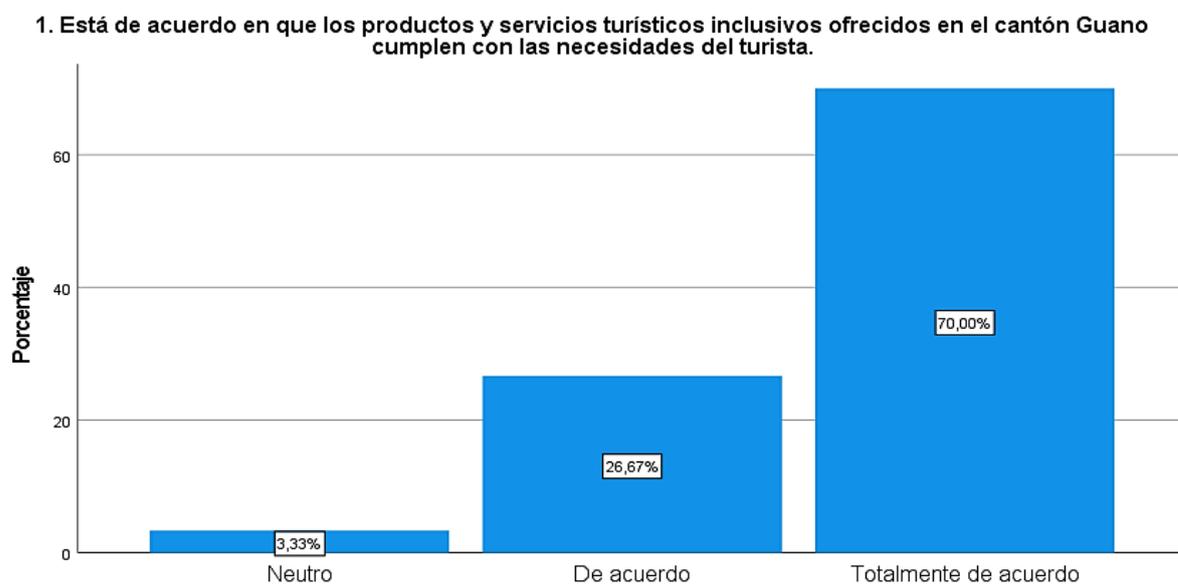
Tabla 9: Productos y servicios turísticos

1. Está de acuerdo en que los productos y servicios turísticos inclusivos ofrecidos en el cantón Guano cumplen con las necesidades del turista.					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Neutro	1	3,3	3,3	3,3
	De acuerdo	8	26,7	26,7	30,0
	Totalmente de acuerdo	21	70,0	70,0	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Fuente: Análisis e interpretación de resultados. Software IBM SPSS Statistics

Elaborado por: Broncano Brayan, (2024)

Gráfico 4: Productos y servicios turísticos



1. Está de acuerdo en que los productos y servicios turísticos inclusivos ofrecidos en el cantón Guano cumplen con las necesidades del turista.

Fuente: Análisis e interpretación de resultados. Software IBM SPSS Statistics

Elaborado por: Broncano Brayan, (2024)

Los resultados de la encuesta nos indicaron que la mayoría de los prestadores de servicio con el 70,00% se mostraron totalmente de acuerdo, el 26,67% estuvo de acuerdo y el 3,33% manifestó una opinión neutral. Existe un consenso mayoritario en que los productos y servicios turísticos cumplen con las necesidades de los turistas.

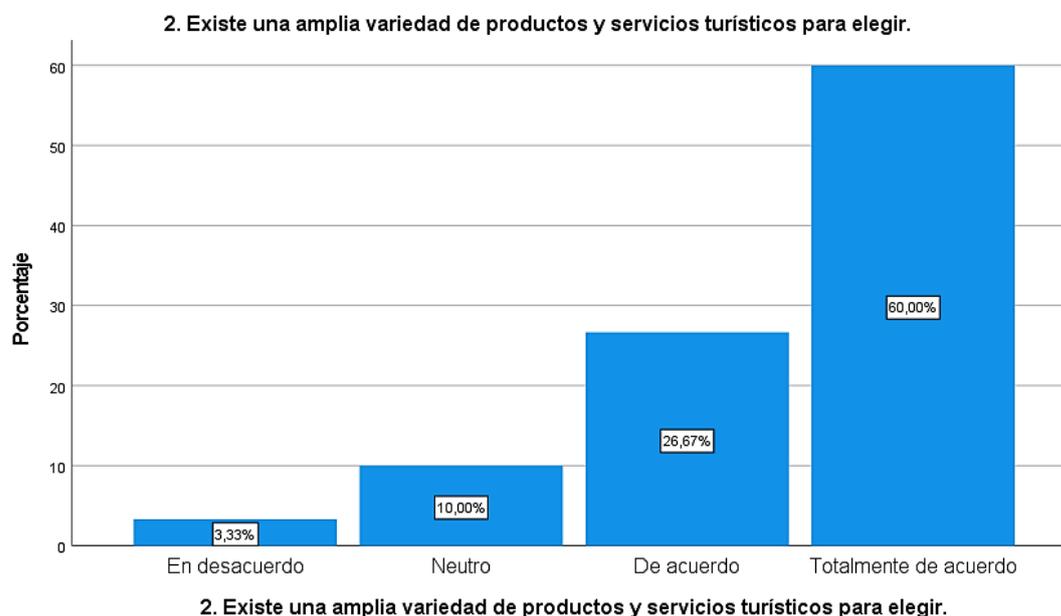
Tabla 10: Productos y servicios turísticos

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En desacuerdo	1	3,3	3,3	3,3
	Neutro	3	10,0	10,0	13,3
	De acuerdo	8	26,7	26,7	40,0
	Totalmente de acuerdo	18	60,0	60,0	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Fuente: Análisis e interpretación de resultados. Software IBM SPSS Statistics

Elaborado por: Broncano Brayan, (2024)

Gráfico 5: Productos y servicios turísticos



Fuente: Análisis e interpretación de resultados. Software IBM SPSS Statistics

Elaborado por: Broncano Brayan, (2024)

Los resultados de la encuesta indicaron que la mayoría de los prestadores de servicio con el 60,00% se mostró totalmente de acuerdo, el 26,67% estuvo de acuerdo, el 10% manifestó una posición neutral y el 3,33% estuvo en desacuerdo. Estos resultados sugieren una percepción muy favorable hacia la amplia variedad de productos y servicios turísticos a elegir.

Tabla 11: Barreras

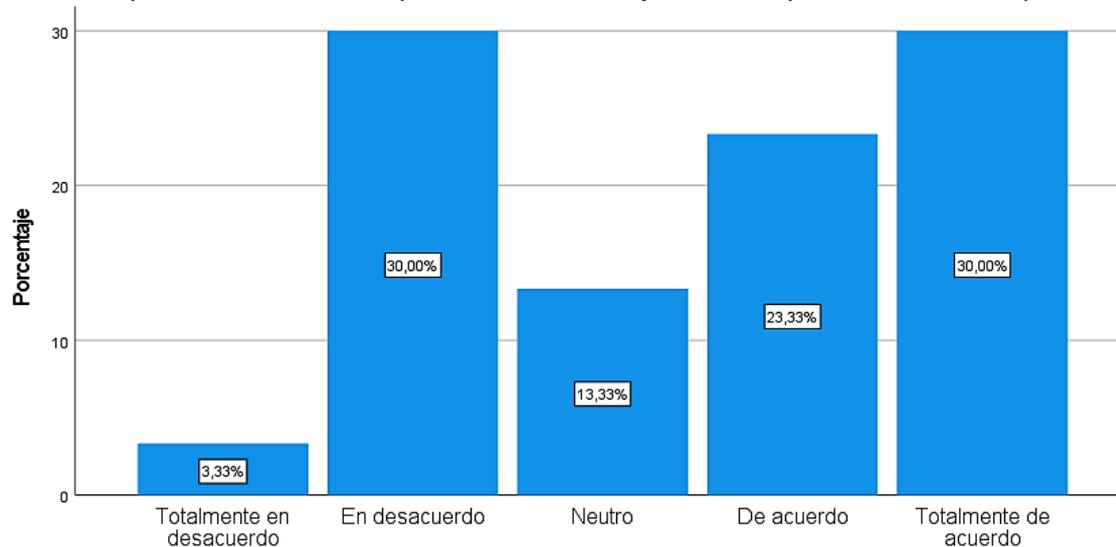
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	1	3,3	3,3	3,3
	En desacuerdo	9	30,0	30,0	33,3
	Neutro	4	13,3	13,3	46,7
	De acuerdo	7	23,3	23,3	70,0
	Totalmente de acuerdo	9	30,0	30,0	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Fuente: Análisis e interpretación de resultados. Software IBM SPSS Statistics

Elaborado por: Broncano Brayan, (2024)

Gráfico 6: Barreras

3. El entorno presenta barreras físicas que dificultan el acceso y la movilidad para turistas con discapacidades.



3. El entorno presenta barreras físicas que dificultan el acceso y la movilidad para turistas con discapacidades.

Fuente: Análisis e interpretación de resultados. Software IBM SPSS Statistics

Elaborado por: Broncano Brayan, (2024)

Los resultados de la encuesta realizadas a los prestadores de servicio nos indicaron los siguiente: el 30,00% se mostró totalmente de acuerdo, mientras que el otro 30% estuvo en desacuerdo, el 23,33% estuvo de acuerdo, el 13,33% manifestó una posición neutral y el 3,33% se mostró totalmente desacuerdo. Esto indica que existe una discrepancia en cuanto las barreras físicas del entorno lo cual dificultan el acceso y movilidad de las personas con diversidad funcional.

Tabla 12: Barreras

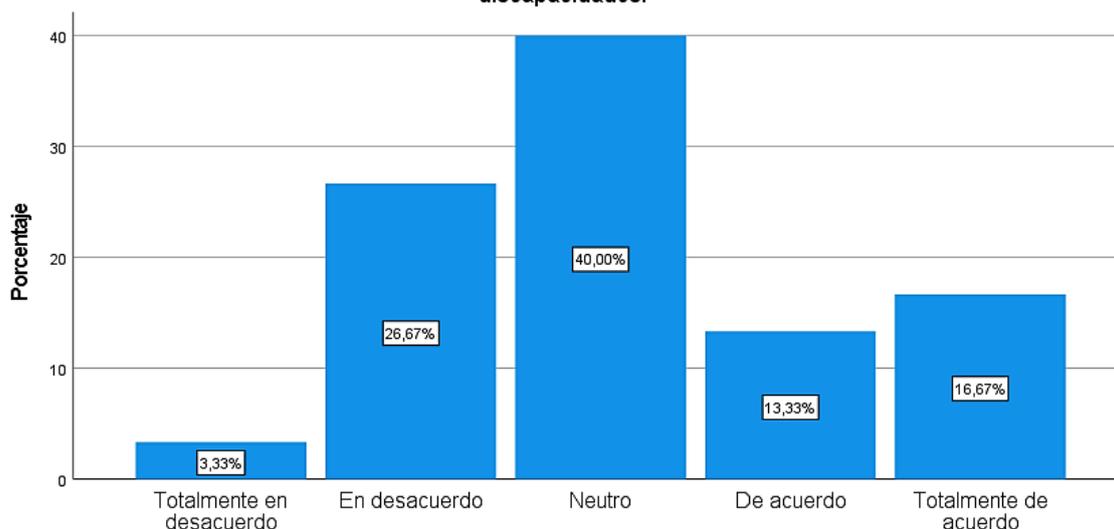
			Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo		1	3,3	3,3	3,3
	En desacuerdo		8	26,7	26,7	30,0
	Neutro		12	40,0	40,0	70,0
	De acuerdo		4	13,3	13,3	83,3
	Totalmente de acuerdo		5	16,7	16,7	100,0
	Total		30	100,0	100,0	

Fuente: Análisis e interpretación de resultados. Software IBM SPSS Statistics

Elaborado por: Broncano Brayan, (2024)

Gráfico 7: Barreras

4. La experiencia turística presenta barreras que dificultan la participación y la comprensión de turistas con discapacidades.



4. La experiencia turística presenta barreras que dificultan la participación y la comprensión de turistas con discapacidades.

Fuente: Análisis e interpretación de resultados. Software IBM SPSS Statistics

Elaborado por: Broncano Brayan, (2024)

Los resultados de las encuestas realizadas a los prestadores de servicio con respecto a si existen barreras que dificultan la participación y comprensión de las personas con diversidad funcional son los siguientes: el 40,00% manifestó una opinión neutral, el 26,67% se mostró en desacuerdo, el 16,67% se mostró totalmente de acuerdo, el 13,33% estuvo de acuerdo y finalmente el 3,33% se mostró totalmente en desacuerdo. Estos resultados indican que la mayoría de los prestadores de servicio tienen una opinión neutral resaltando la importancia de implementar medidas para garantizar que las personas con discapacidad puedan disfrutar plenamente de la experiencia turística.

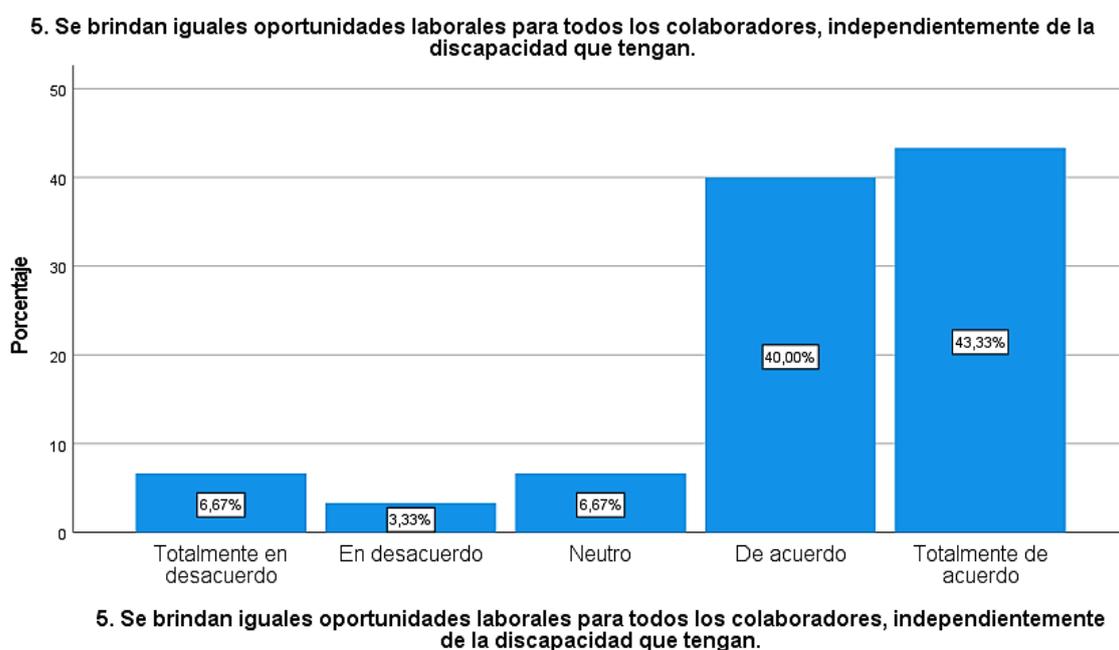
Tabla 13: Igualdad

			Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	en	2	6,7	6,7	6,7
	En desacuerdo		1	3,3	3,3	10,0
	Neutro		2	6,7	6,7	16,7
	De acuerdo		12	40,0	40,0	56,7
	Totalmente de acuerdo		13	43,3	43,3	100,0
	Total		30	100,0	100,0	

Fuente: Análisis e interpretación de resultados. Software IBM SPSS Statistics

Elaborado por: Broncano Brayan, (2024)

Gráfico 8: Igualdad



Fuente: Análisis e interpretación de resultados. Software IBM SPSS Statistics

Elaborado por: Broncano Brayan, (2024)

Los resultados de las encuestas realizadas a los prestadores de servicio con respecto a la igualdad de oportunidades laborales fueron los siguientes: el 43,33% se mostraron totalmente de acuerdo, el 40% manifestó estar de acuerdo, el 6,67% se encontró en una posición neutral al o igual que el otro 6,67% que estuvieron totalmente desacuerdo, finalmente un 3,33% están en desacuerdo. Estos resultados indicaron una percepción mayoritariamente positiva sobre la igualdad de oportunidades laborales para personas con discapacidad.

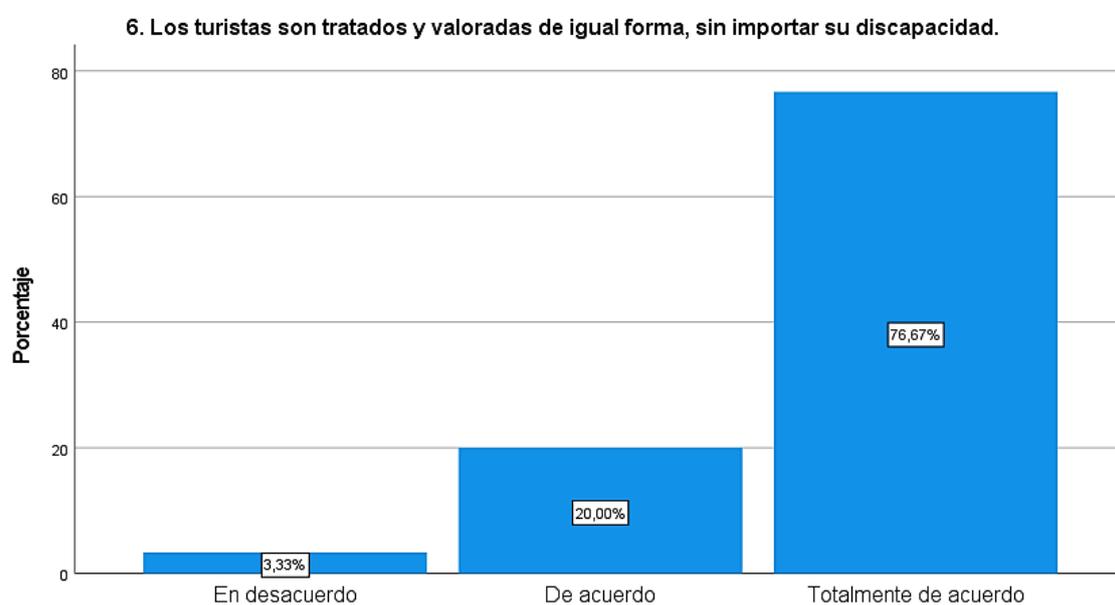
Tabla 14: Igualdad

6. Los turistas son tratados y valoradas de igual forma, sin importar su discapacidad.					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En desacuerdo	1	3,3	3,3	3,3
	De acuerdo	6	20,0	20,0	23,3
	Totalmente de acuerdo	23	76,7	76,7	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Fuente: Análisis e interpretación de resultados. Software IBM SPSS Statistics

Elaborado por: Broncano Brayan, (2024)

Gráfico 9: Igualdad



6. Los turistas son tratados y valoradas de igual forma, sin importar su discapacidad.

Fuente: Análisis e interpretación de resultados. Software IBM SPSS Statistics

Elaborado por: Broncano Brayan, (2024)

Los resultados de las encuestas realizadas a los prestadores de servicio con respecto al trato que igualitario que reciben las personas con diversidad funcional fueron los siguientes: el 76,67% se mostró totalmente de acuerdo, el 20,00% estuvo de acuerdo y el 3,33% en desacuerdo. Estos resultados indicaron que hay una percepción ampliamente positiva sobre el trato igualitario hacia los turistas sin importar su discapacidad.

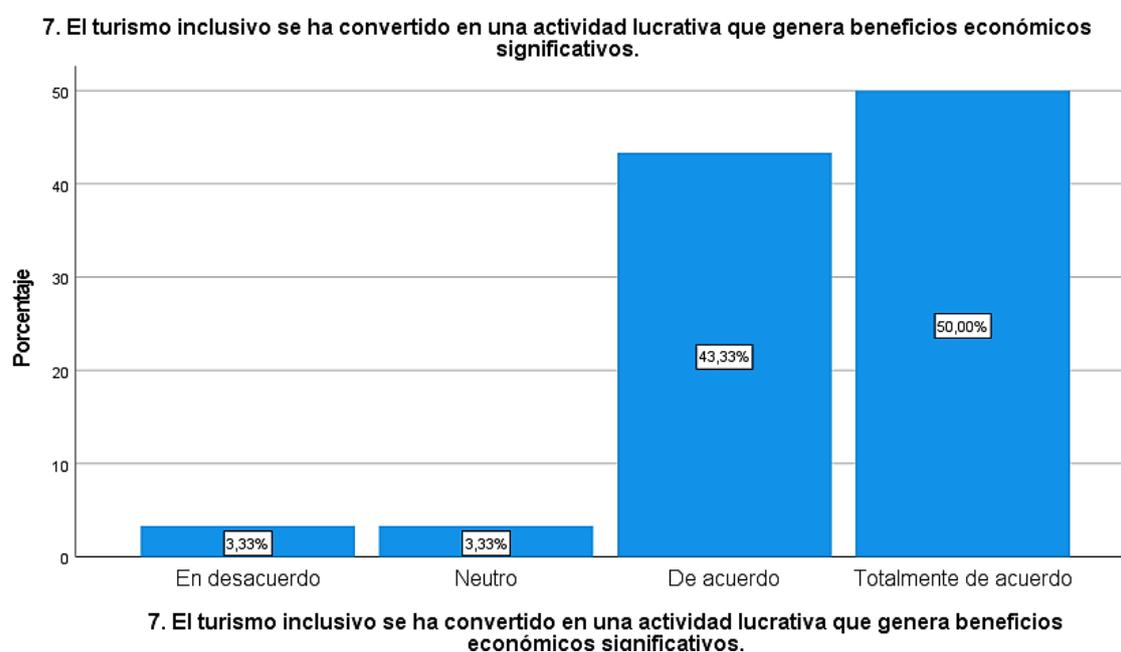
Tabla 15: Actividad lucrativa

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En desacuerdo	1	3,3	3,3	3,3
	Neutro	1	3,3	3,3	6,7
	De acuerdo	13	43,3	43,3	50,0
	Totalmente de acuerdo	15	50,0	50,0	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Fuente: Análisis e interpretación de resultados. Software IBM SPSS Statistics

Elaborado por: Broncano Brayan, (2024)

Gráfico 10: Actividad lucrativa



Fuente: Análisis e interpretación de resultados. Software IBM SPSS Statistics

Elaborado por: Broncano Brayan, (2024)

Los resultados de las encuestas realizadas a los prestadores de servicio con respecto si el turismo inclusivo se ha convertido en una actividad lucrativa son los siguientes: el 50,00% está totalmente de acuerdo, el 43,00% está de acuerdo, el 3,33% se tiene un criterio neutral al igual que el otro 3,33% que está en desacuerdo. Estos resultados indican que el turismo inclusivo se está reconociendo cada vez como un motor económicamente viable.

Tabla 16: Actividad lucrativa

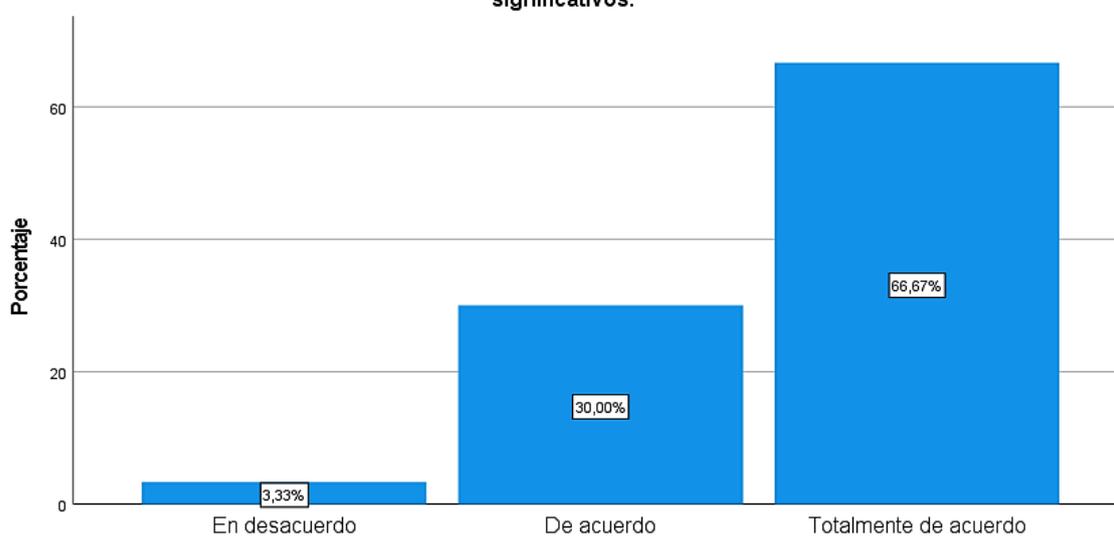
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En desacuerdo	1	3,3	3,3	3,3
	De acuerdo	9	30,0	30,0	33,3
	Totalmente de acuerdo	20	66,7	66,7	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Fuente: Análisis e interpretación de resultados. Software IBM SPSS Statistics

Elaborado por: Broncano Brayan, (2024)

Gráfico 11: Actividad lucrativa

8. Podría convertirse el turismo inclusivo en una actividad lucrativa que genera beneficios económicos significativos.



8. Podría convertirse el turismo inclusivo en una actividad lucrativa que genera beneficios económicos significativos.

Fuente: Análisis e interpretación de resultados. Software IBM SPSS Statistics

Elaborado por: Broncano Brayan, (2024)

Los resultados de las encuestas realizadas a los prestadores de servicio con respecto si el turismo inclusivo podría convertirse en una actividad lucrativa son los siguientes: el 66,67% se mostró totalmente de acuerdo, el 30,00% estuvo de acuerdo y para finalizar el 3,33% se mostró en desacuerdo. Estos resultados evidencian un criterio abrumador a la idea de que el turismo inclusivo puede ser una actividad lucrativa económicamente viable y no solo como una cuestión de responsabilidad social.

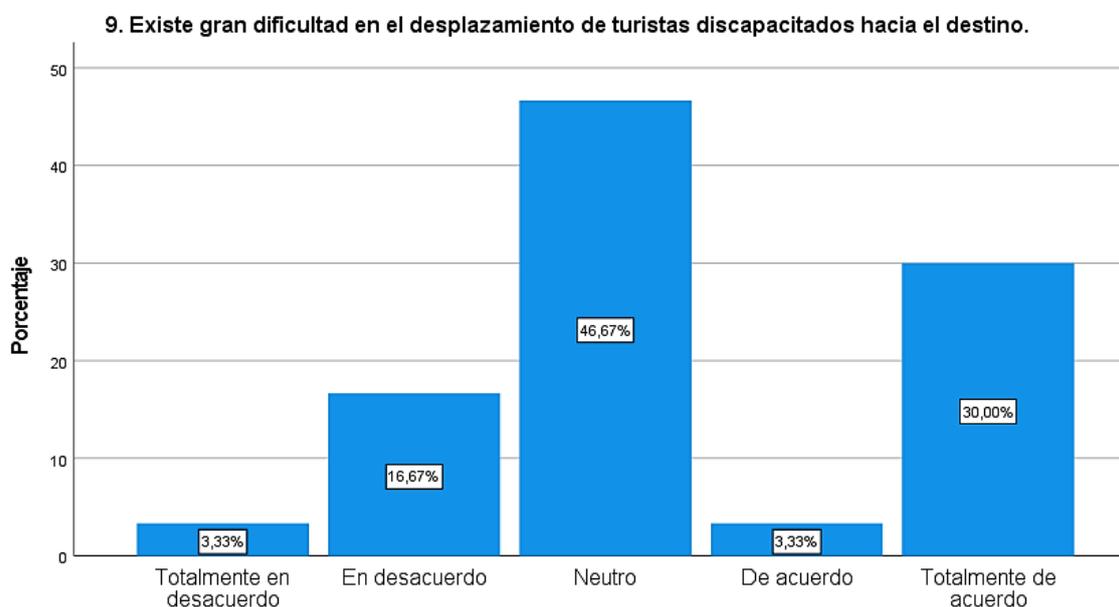
Tabla 17: Desplazamiento

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	1	3,3	3,3	3,3
	En desacuerdo	5	16,7	16,7	20,0
	Neutro	14	46,7	46,7	66,7
	De acuerdo	1	3,3	3,3	70,0
	Totalmente de acuerdo	9	30,0	30,0	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Fuente: Análisis e interpretación de resultados. Software IBM SPSS Statistics

Elaborado por: Broncano Brayan, (2024)

Gráfico 12: Desplazamiento



9. Existe gran dificultad en el desplazamiento de turistas discapacitados hacia el destino.

Fuente: Análisis e interpretación de resultados. Software IBM SPSS Statistics

Elaborado por: Broncano Brayan, (2024)

Los resultados de las encuestas realizadas a los prestadores de servicio sobre si existe dificultad en el desplazamiento de personas con diversidad funcional hacia el destino son los siguientes: el 46,67% manifestó un criterio neutral, el 30,00% se mostró totalmente de acuerdo, el 16,67% se mostró en desacuerdo, el 3,33% estuvo de acuerdo, para finalizar 3,33% se mostró en total desacuerdo. Estos resultados indican una clara preocupación en cuanto a la dificultad en el desplazamiento de turistas con discapacidad lo que sugiere implementar medidas para mejorar la accesibilidad en el transporte y la infraestructura turística.

Tabla 18: Desplazamiento

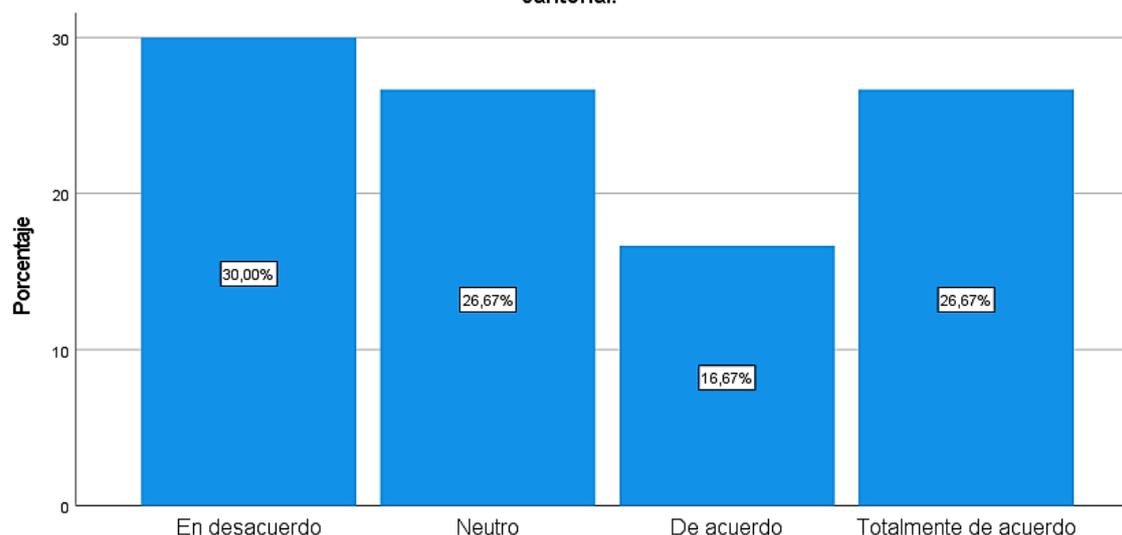
10. Existe gran dificultad en el desplazamiento de turistas discapacitados hacia los atractivos turísticos a nivel cantonal.					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En desacuerdo	9	30,0	30,0	30,0
	Neutro	8	26,7	26,7	56,7
	De acuerdo	5	16,7	16,7	73,3
	Totalmente de acuerdo	8	26,7	26,7	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Fuente: Análisis e interpretación de resultados. Software IBM SPSS Statistics

Elaborado por: Broncano Brayan, (2024)

Gráfico 13: Desplazamiento

10. Existe gran dificultad en el desplazamiento de turistas discapacitados hacia los atractivos turísticos a nivel cantonal.



10. Existe gran dificultad en el desplazamiento de turistas discapacitados hacia los atractivos turísticos a nivel cantonal.

Fuente: Análisis e interpretación de resultados. Software IBM SPSS Statistics

Elaborado por: Broncano Brayan, (2024)

Los resultados de las encuestas realizadas a los prestadores de servicio sobre si existe dificultad en el desplazamiento de personas con diversidad funcional a nivel cantonal son los siguientes: el 30.00% so mostró en desacuerdo, el 26,67% manifestó en una posición neutral mientras que el otro 26,67% se mostró totalmente de acuerdo, y finalmente el 16,67% estuvo de acuerdo. Estos resultados revelan una percepción dividida en cuanto a la dificultad de desplazamiento de turistas con discapacidad lo que sugiere investigar más a fondo las barreras específicas en el desplazamiento hacia los atractivos turísticos e implementar soluciones.

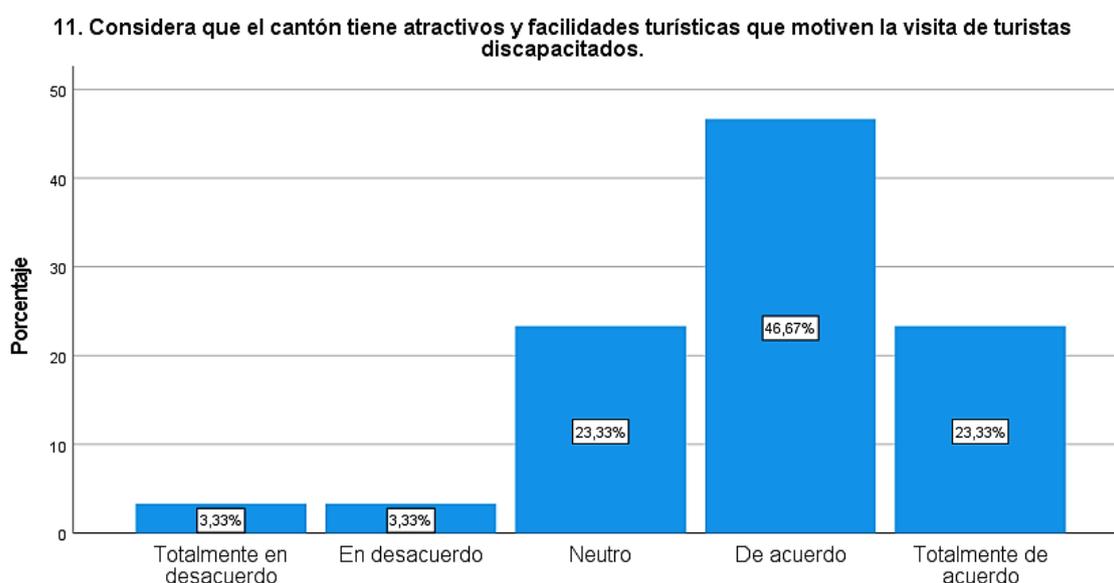
Tabla 19: Motivación

11. Considera que el cantón tiene atractivos y facilidades turísticas que motiven la visita de turistas discapacitados.			Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	en	1	3,3	3,3	3,3
	En desacuerdo		1	3,3	3,3	6,7
	Neutro		7	23,3	23,3	30,0
	De acuerdo		14	46,7	46,7	76,7
	Totalmente de acuerdo		7	23,3	23,3	100,0
	Total		30	100,0	100,0	

Fuente: Análisis e interpretación de resultados. Software IBM SPSS Statistics

Elaborado por: Broncano Brayan, (2024)

Gráfico 14: Motivación



11. Considera que el cantón tiene atractivos y facilidades turísticas que motiven la visita de turistas discapacitados.

Fuente: Análisis e interpretación de resultados. Software IBM SPSS Statistics

Elaborado por: Broncano Brayan, (2024)

Los resultados de las encuestas realizadas a los prestadores de servicio sobre si el cantón cuenta con atractivos y facilidades turísticas que motiven la visita de personas con diversidad funcional son los siguientes: el 46,67% se mostró de acuerdo, el 23,33% estuvo totalmente de acuerdo mientras que el otro 23,33% manifestó una posición neutral, el 3,33% se mostró en desacuerdo y para finalizar el 3,33% estuvo totalmente desacuerdo. Los resultados indican una percepción mayoritariamente positiva sobre los atractivos y facilidades turísticas del cantón para motivar la visita de los turistas con discapacidad.

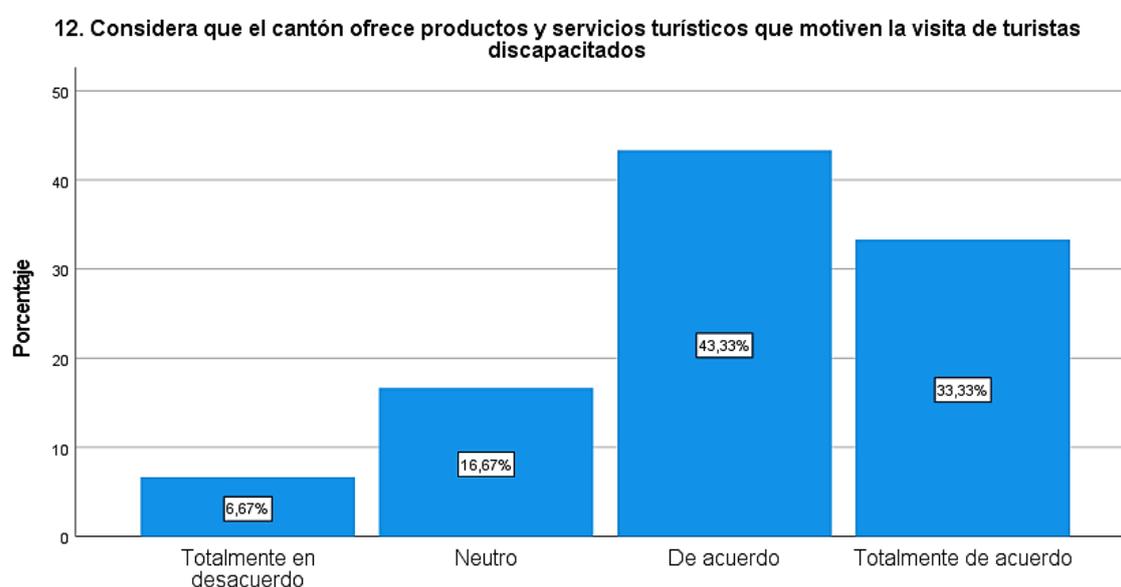
Tabla 20: Motivación

12. Considera que el cantón ofrece productos y servicios turísticos que motiven la visita de turistas discapacitados			Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo		2	6,7	6,7	6,7
	Neutro		5	16,7	16,7	23,3
	De acuerdo		13	43,3	43,3	66,7
	Totalmente de acuerdo		10	33,3	33,3	100,0
	Total		30	100,0	100,0	

Fuente: Análisis e interpretación de resultados. Software IBM SPSS Statistics

Elaborado por: Broncano Brayan, (2024)

Gráfico 15: Motivación



12. Considera que el cantón ofrece productos y servicios turísticos que motiven la visita de turistas discapacitados

Fuente: Análisis e interpretación de resultados. Software IBM SPSS Statistics

Elaborado por: Broncano Brayan, (2024)

Los resultados de las encuestas realizadas a los prestadores de servicio sobre si el cantón ofrece productos y servicios para motivar la visita de personas con diversidad funcional son los siguientes: el 43,33% se mostró totalmente de acuerdo, el 33,33% estuvo totalmente de acuerdo, el 16,67% mostró un criterio neutral, para finalizar el 6,67% estuvo totalmente en desacuerdo. Esto indica un resultado positivo sobre los productos y servicios turísticos del cantón para motivar a las personas con diversidad funcional, no obstante, un porcentaje mínimo sugiere mejorar y ampliar la oferta de productos y servicios.

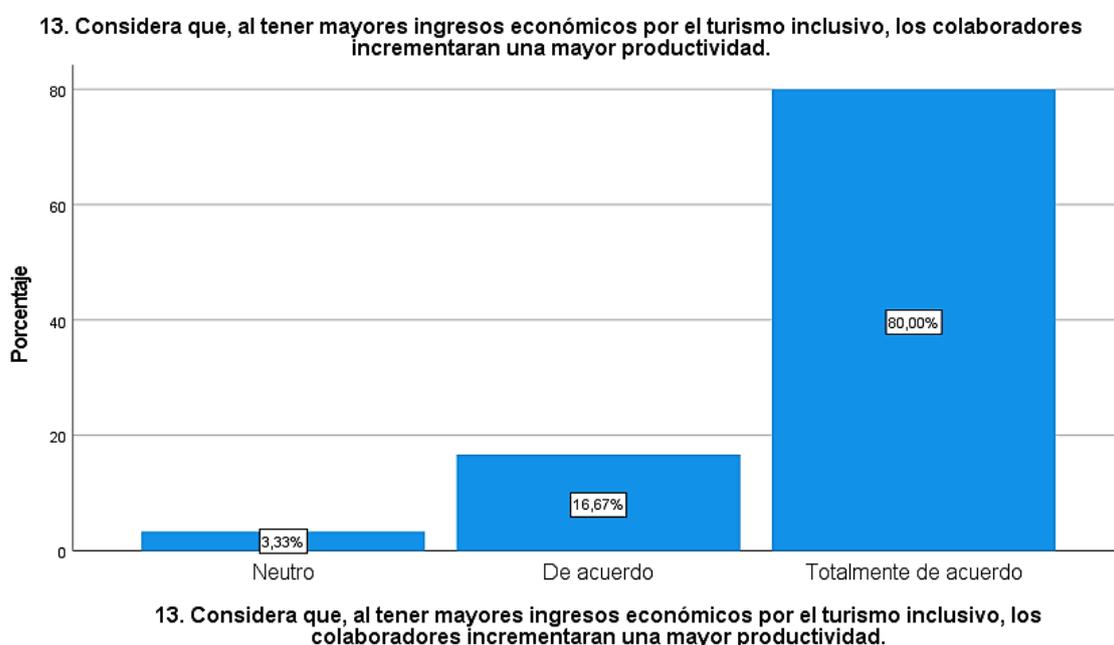
Tabla 21: Productividad

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Neutro	1	3,3	3,3	3,3
	De acuerdo	5	16,7	16,7	20,0
	Totalmente de acuerdo	24	80,0	80,0	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Fuente: Análisis e interpretación de resultados. Software IBM SPSS Statistics

Elaborado por: Broncano Brayan, (2024)

Gráfico 16: Productividad



Fuente: Análisis e interpretación de resultados. Software IBM SPSS Statistics

Elaborado por: Broncano Brayan, (2024)

Los resultados de las encuestas realizadas a los prestadores de servicio sobre si consideran que al tener mayores ingresos económicos por el turismo inclusivo sus colaboradores incrementaran una mayor productividad son los siguientes: el 80% se mostró totalmente de acuerdo, el 16,67% estuvo de acuerdo y el 3,33% mostró un criterio neutral. Los resultados de la encuesta muestran una abrumadora mayoría que cree que un aumento en los ingresos económicos debido al turismo inclusivo conduciría a una mayor productividad de los colaboradores.

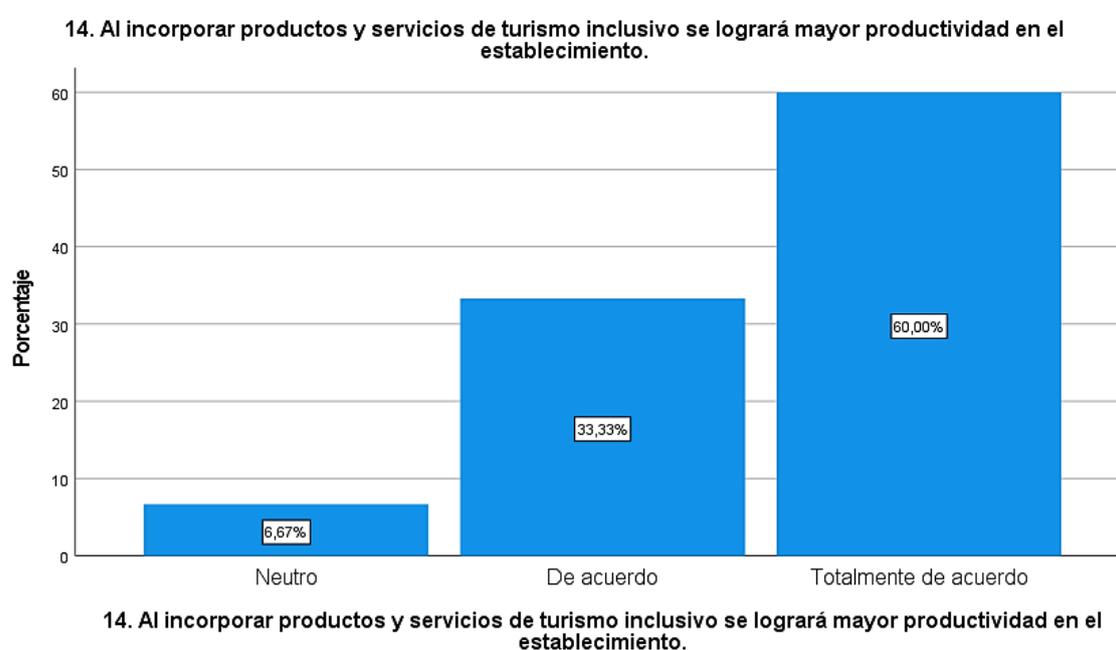
Tabla 22: Productividad

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Neutro	2	6,7	6,7	6,7
	De acuerdo	10	33,3	33,3	40,0
	Totalmente de acuerdo	18	60,0	60,0	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Fuente: Análisis e interpretación de resultados. Software IBM SPSS Statistics

Elaborado por: Broncano Brayan, (2024)

Gráfico 17: Productividad



Fuente: Análisis e interpretación de resultados. Software IBM SPSS Statistics

Elaborado por: Broncano Brayan, (2024)

Los resultados de las encuestas realizadas a los prestadores de servicio que consideran que al incorporar productos y servicios de turismo inclusivo lograrán mayor productividad en el establecimiento son los siguientes: el 60,00% se mostró totalmente de acuerdo, el 33,00% estuvo de acuerdo y el 6,67% mostró un criterio neutral. Estos datos indican que existe un fuerte consenso sobre la productividad y beneficios potenciales al adoptar prácticas de turismo inclusivo.

Tabla 23: Beneficios

15. Los beneficios ofrecidos por el establecimiento hacia los turistas discapacitados son atractivos y satisfacen sus necesidades.

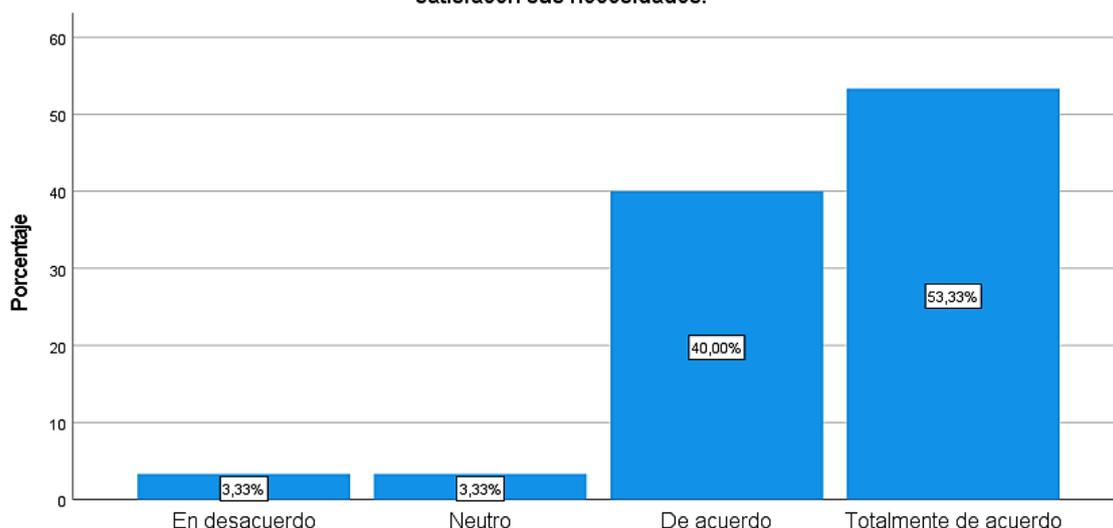
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En desacuerdo	1	3,3	3,3	3,3
	Neutro	1	3,3	3,3	6,7
	De acuerdo	12	40,0	40,0	46,7
	Totalmente de acuerdo	16	53,3	53,3	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Fuente: Análisis e interpretación de resultados. Software IBM SPSS Statistics

Elaborado por: Broncano Brayan, (2024)

Gráfico 18: Beneficios

15. Los beneficios ofrecidos por el establecimiento hacia los turistas discapacitados son atractivos y satisfacen sus necesidades.



15. Los beneficios ofrecidos por el establecimiento hacia los turistas discapacitados son atractivos y satisfacen sus necesidades.

Fuente: Análisis e interpretación de resultados. Software IBM SPSS Statistics

Elaborado por: Broncano Brayan, (2024)

Los resultados de las encuestas realizadas a los prestadores de servicios sobre si los beneficios ofrecidos a las personas con diversidad funcional por parte el establecimiento cumple con sus necesidades son los siguientes: el 53,33% se mostró totalmente de acuerdo, el 40,00% estuvo de acuerdo, el 3,33% manifestó un criterio neutral y el 3,33% restante se mostró en desacuerdo. Los datos muestran un apoyo mayoritariamente positivo sobre los beneficios ofrecidos considerando que el establecimiento está en el camino correcto para atender a este segmento de clientes.

Tabla 24: Beneficios

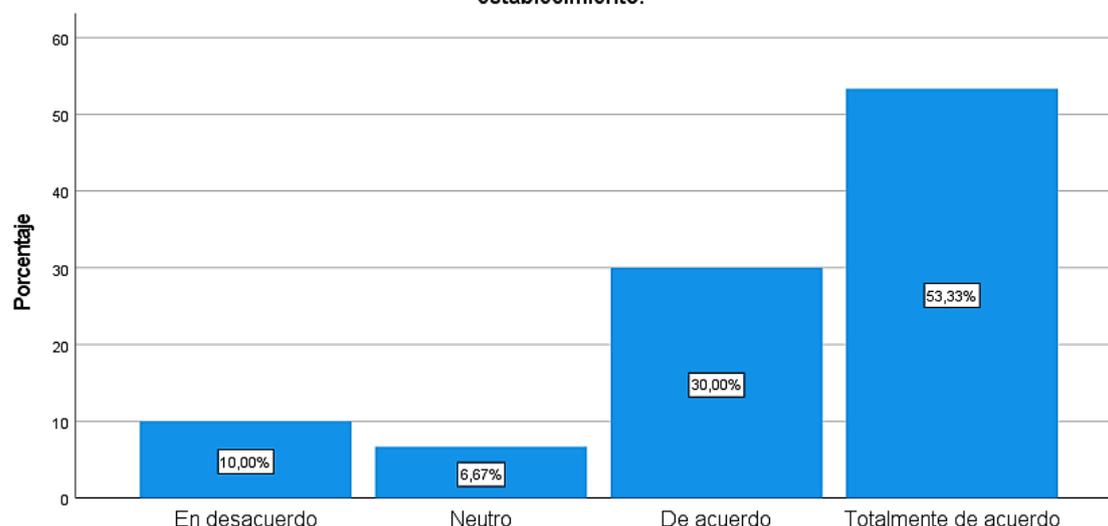
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En desacuerdo	3	10,0	10,0	10,0
	Neutro	2	6,7	6,7	16,7
	De acuerdo	9	30,0	30,0	46,7
	Totalmente de acuerdo	16	53,3	53,3	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Fuente: Análisis e interpretación de resultados. Software IBM SPSS Statistics

Elaborado por: Broncano Brayan, (2024)

Gráfico 19: Beneficios

16. Considera que el crecimiento del turismo inclusivo generará mayores beneficios a los colaboradores del establecimiento.



16. Considera que el crecimiento del turismo inclusivo generará mayores beneficios a los colaboradores del establecimiento.

Fuente: Análisis e interpretación de resultados. Software IBM SPSS Statistics

Elaborado por: Broncano Brayan, (2024)

Los resultados de las encuestas realizadas a los prestadores de servicios sobre si consideran que el crecimiento del turismo inclusivo generaría mayores beneficios a los colaboradores del establecimiento son los siguientes: el 53,33% se mostró totalmente de acuerdo, el 30,00% estuvo de acuerdo, el 10,00% se mostró en desacuerdo y el 6,67% manifestó un criterio neutral. Estos datos indican una fuerte creencia en que el crecimiento de este sector ayudaría a mejorar las condiciones laborales y brindar nuevas oportunidades a los empleados.

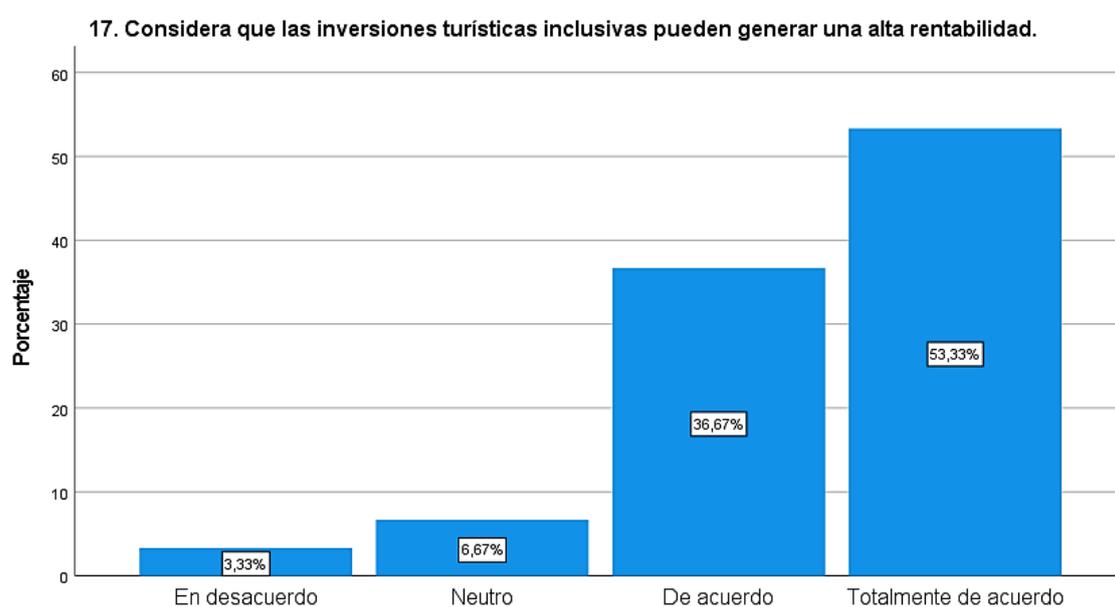
Tabla 25: Inversión

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En desacuerdo	1	3,3	3,3	3,3
	Neutro	2	6,7	6,7	10,0
	De acuerdo	11	36,7	36,7	46,7
	Totalmente de acuerdo	16	53,3	53,3	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Fuente: Análisis e interpretación de resultados. Software IBM SPSS Statistics

Elaborado por: Broncano Brayan, (2024)

Gráfico 20: Inversión



17. Considera que las inversiones turísticas inclusivas pueden generar una alta rentabilidad.

Fuente: Análisis e interpretación de resultados. Software IBM SPSS Statistics

Elaborado por: Broncano Brayan, (2024)

Los resultados de las encuestas realizadas a los prestadores de servicios sobre si considera que las inversiones turísticas para el turismo inclusivo pueden generar una alta rentabilidad son los siguientes: el 53,33% se mostró totalmente de acuerdo, el 36,67% estuvo de acuerdo, el 6,67% manifestó un criterio neutral mientras que el 3,33% se mostró en desacuerdo. Estos resultados indican un alto nivel de confianza en la rentabilidad económica que tendrían las inversiones en el turismo inclusivo.

Tabla 26: Inversión

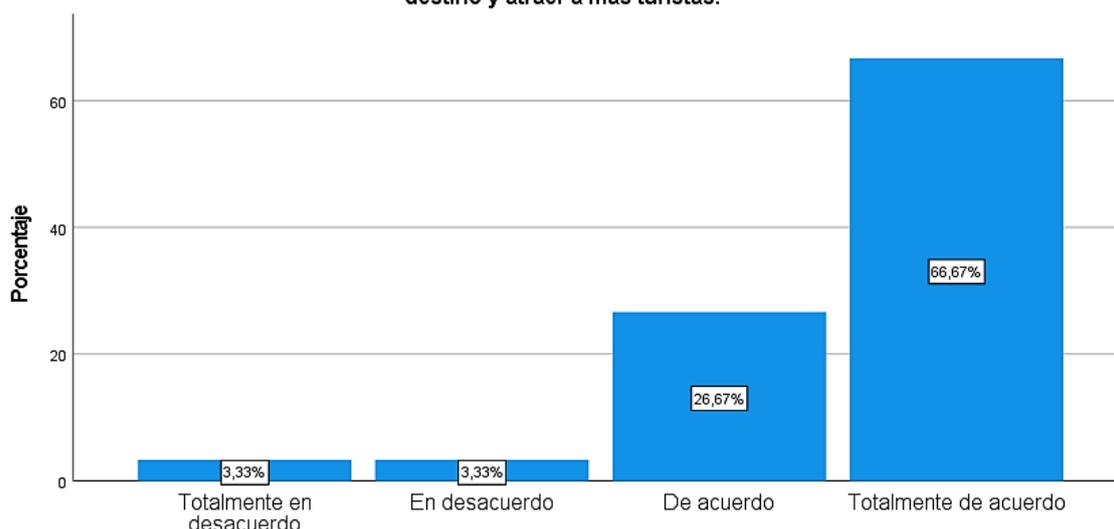
			Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo		1	3,3	3,3	3,3
	En desacuerdo		1	3,3	3,3	6,7
	De acuerdo		8	26,7	26,7	33,3
	Totalmente de acuerdo		20	66,7	66,7	100,0
	Total		30	100,0	100,0	

Fuente: Análisis e interpretación de resultados. Software IBM SPSS Statistics

Elaborado por: Broncano Brayan, (2024)

Gráfico 21: Inversión

18. La inversión en infraestructuras turísticas inclusiva es esencial para mejorar la competitividad de un destino y atraer a más turistas.



18. La inversión en infraestructuras turísticas inclusiva es esencial para mejorar la competitividad de un destino y atraer a más turistas.

Fuente: Análisis e interpretación de resultados. Software IBM SPSS Statistics

Elaborado por: Broncano Brayan, (2024)

Los resultados de las encuestas realizadas a los prestadores de servicios sobre considerar la inversión en infraestructuras turísticas inclusivas para mejorar la competitividad del destino y así atraer a más turistas son los siguientes: el 66,67% se mostró totalmente de acuerdo, el 26,67% estuvo de acuerdo, el 3,33% se mostró en desacuerdo y el 3,33% restante estuvo totalmente desacuerdo. Estos datos muestran un apoyo abrumador a la idea de inversión en la infraestructura inclusiva considerando una estrategia clave para el éxito turístico.

4.2 Análisis e interpretación de resultados Variable dependiente

La información presentada se obtuvo a partir de una encuesta anónima realizada a los turistas que acuden a los establecimientos turísticos de alojamiento en el cantón Guano, provincia de Chimborazo.

4.2.1 Datos Generales

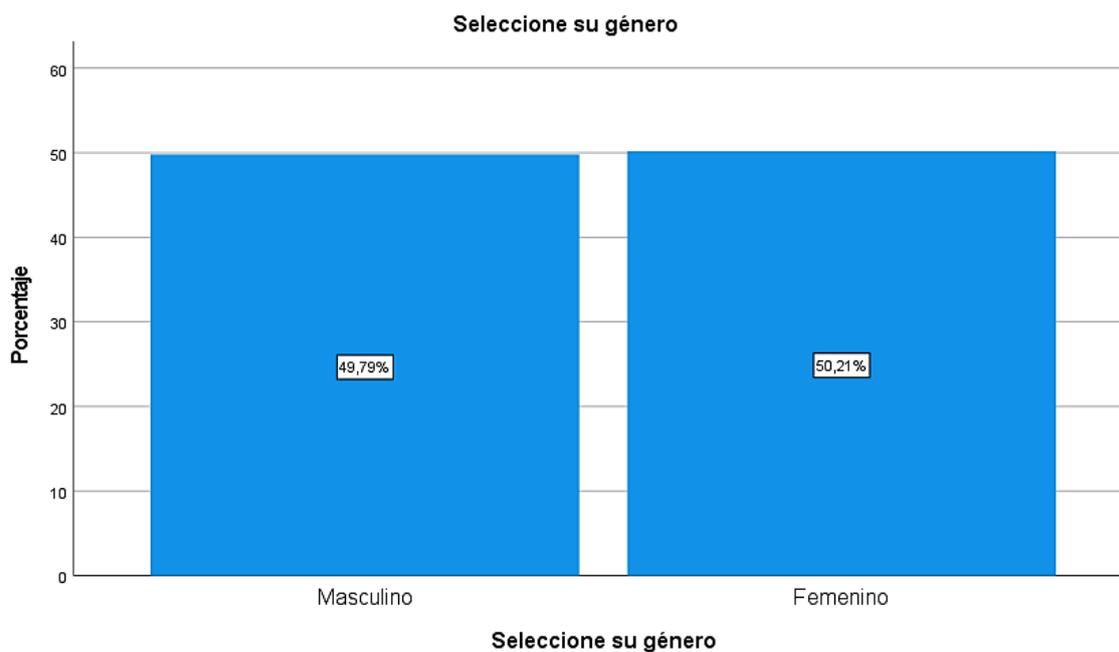
Tabla 27: Género Variable Dependiente

1. Género		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Masculino	121	49,8	49,8	49,8
	Femenino	122	50,2	50,2	100,0
	Total	243	100,0	100,0	

Fuente: Análisis e interpretación de resultados. Software IBM SPSS Statistics

Elaborado por: Broncano Brayan, (2024)

Gráfico 22: Género Variable Dependiente



Fuente: Análisis e interpretación de resultados. Software IBM SPSS Statistics

Elaborado por: Broncano Brayan, (2024)

De acuerdo con las encuestas aplicadas a los turistas del cantón Guano se puede observar lo siguiente: el 50,21% pertenece al género femenino y el 49,79% al género masculino. Estos datos indican que la diferencia porcentual entre los géneros es bastante equilibrada con una ligera mayoría de mujeres.

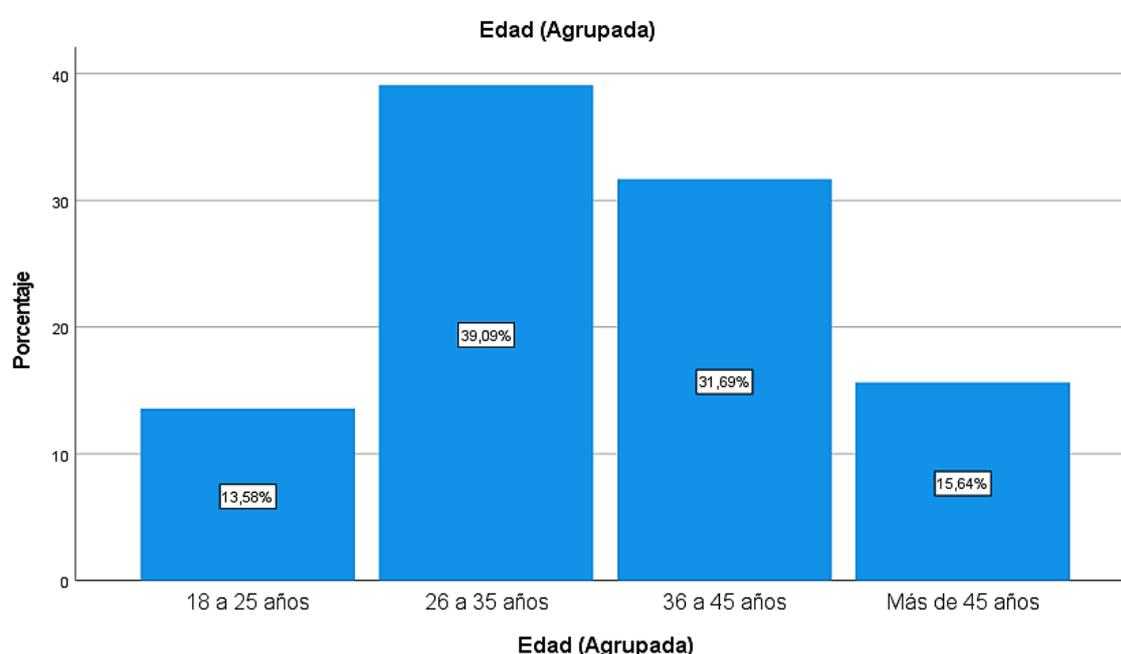
Tabla 28: Edad agrupada Variable Dependiente

2. Edad (Agrupada)		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	18 a 25 años	33	13,6	13,6	13,6
	26 a 35 años	95	39,1	39,1	52,7
	36 a 45 años	77	31,7	31,7	84,4
	Más de 45 años	38	15,6	15,6	100,0
	Total	243	100,0	100,0	

Fuente: Análisis e interpretación de resultados. Software IBM SPSS Statistics

Elaborado por: Broncano Brayan, (2024)

Gráfico 23: Edad agrupada Variable Dependiente



Fuente: Análisis e interpretación de resultados. Software IBM SPSS Statistics

Elaborado por: Broncano Brayan, (2024)

De acuerdo con las encuestas aplicadas a los turistas del cantón Guano se puede observar lo siguiente: el 39,09% tiene edades comprendidas entre 26 y 35 años, el 31,69% entre 36 y 45 años el 15,64% tiene más de 45 años y el último grupo que pertenece al 13,58% entre 18 y 25 años. Estos resultados indican que la mayoría de los turistas encuestados se encuentran en un rango de edad entre los 26 a 35 años.

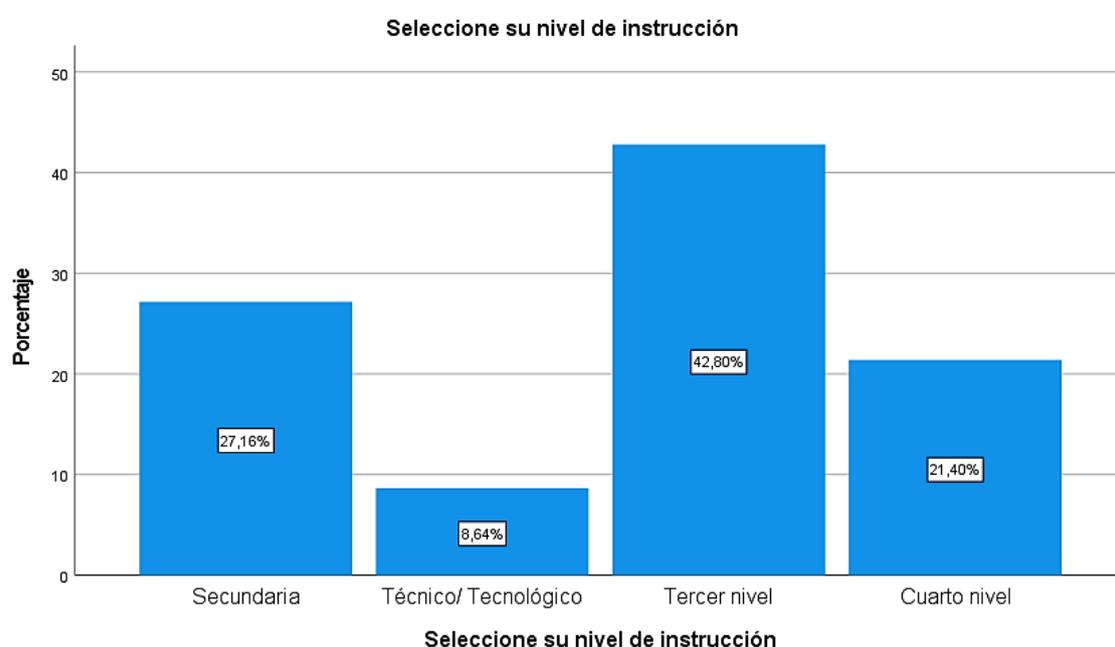
Tabla 29: Nivel de instrucción Variable Dependiente

3. Nivel de instrucción		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Secundaria	66	27,2	27,2	27,2
	Técnico/ Tecnológico	21	8,6	8,6	35,8
	Tercer nivel	104	42,8	42,8	78,6
	Cuarto nivel	52	21,4	21,4	100,0
	Total	243	100,0	100,0	

Fuente: Análisis e interpretación de resultados. Software IBM SPSS Statistics

Elaborado por: Broncano Brayan, (2024)

Gráfico 24: Nivel de instrucción Variable Dependiente



Fuente: Análisis e interpretación de resultados. Software IBM SPSS Statistics

Elaborado por: Broncano Brayan, (2024)

De acuerdo con las encuestas aplicadas a los turistas del cantón Guano se puede observar lo siguiente: el 42,80% han alcanzado el tercer nivel de instrucción, el 27,16% cuenta con educación secundaria, el 21,40% con educación de cuarto nivel y por último el 8,64% cuenta con educación técnica o tecnológica. Estos resultados indican que la mayoría de los turistas encuestados cuentan con estudios superiores.

4.2.2 Datos Específicos

Tabla 30: Creencias

1. La creencia del turista sobre la seguridad en el destino turístico es un factor determinante en su decisión de viajar.

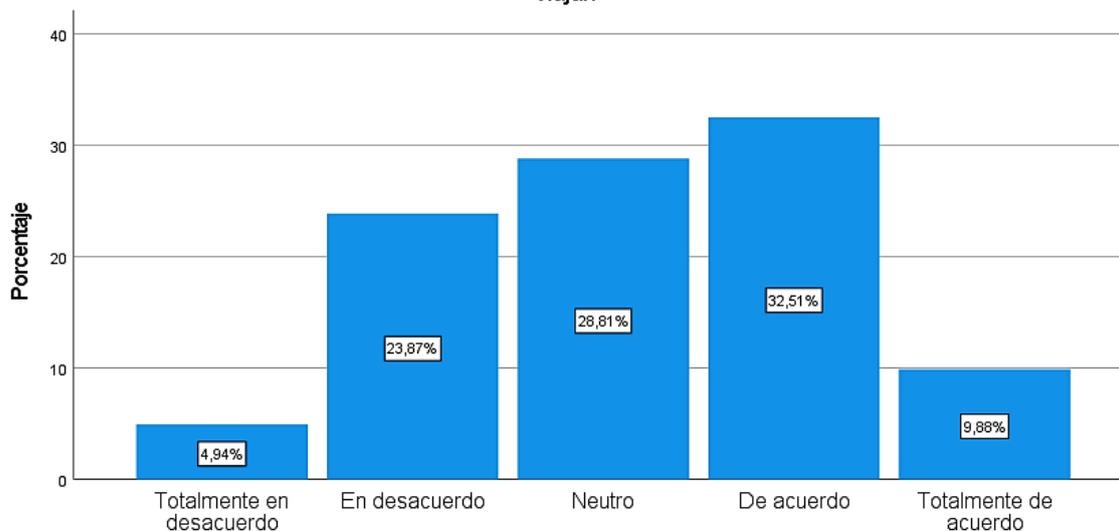
Válido		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
	Totalmente en desacuerdo	12	4,9	4,9	4,9
	En desacuerdo	58	23,9	23,9	28,8
	Neutro	70	28,8	28,8	57,6
	De acuerdo	79	32,5	32,5	90,1
	Totalmente de acuerdo	24	9,9	9,9	100,0
	Total	243	100,0	100,0	

Fuente: Análisis e interpretación de resultados. Software IBM SPSS Statistics

Elaborado por: Broncano Brayan, (2024)

Gráfico 25: Creencias

1. La creencia del turista sobre la seguridad en el destino turístico es un factor determinante en su decisión de viajar.



1. La creencia del turista sobre la seguridad en el destino turístico es un factor determinante en su decisión de viajar.

Fuente: Análisis e interpretación de resultados. Software IBM SPSS Statistics

Elaborado por: Broncano Brayan, (2024)

Los resultados de las encuestas realizadas a los turistas son los siguientes: el 32,51% se mostró de acuerdo, el 28,81% manifestó un criterio neutral, el 23,87% se mostró en desacuerdo, el 9,88% estuvo totalmente de acuerdo mientras que el 4,94% está totalmente en desacuerdo. Con los datos presentados se concluye que la mayoría de los turistas encuestados están de acuerdo con la creencia sobre si la seguridad es un factor determinante en la decisión a la hora de viajar.

Tabla 31: Creencias

2. Considera que las creencias de los turistas sobre la atención al cliente han cambiado a lo largo del tiempo.

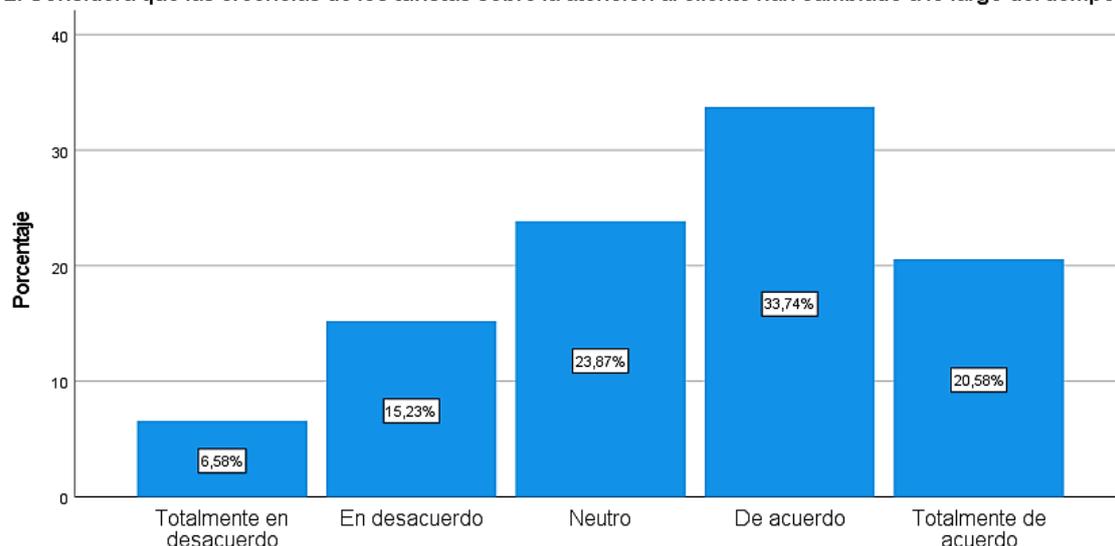
			Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	en	16	6,6	6,6	6,6
	En desacuerdo		37	15,2	15,2	21,8
	Neutro		58	23,9	23,9	45,7
	De acuerdo		82	33,7	33,7	79,4
	Totalmente de acuerdo		50	20,6	20,6	100,0
	Total		243	100,0	100,0	

Fuente: Análisis e interpretación de resultados. Software IBM SPSS Statistics

Elaborado por: Broncano Brayan, (2024)

Gráfico 26: Creencias

2. Considera que las creencias de los turistas sobre la atención al cliente han cambiado a lo largo del tiempo.



2. Considera que las creencias de los turistas sobre la atención al cliente han cambiado a lo largo del tiempo.

Fuente: Análisis e interpretación de resultados. Software IBM SPSS Statistics

Elaborado por: Broncano Brayan, (2024)

Los resultados de las encuestas realizadas a los turistas indican lo siguiente: el 33,74% se mostró de acuerdo. El 23,87% manifestó un criterio neutral, el 20,58% estuvo totalmente de acuerdo, el 15,23% se mostró en desacuerdo y el 6,58% estuvo totalmente en desacuerdo. En conclusión, los resultados de las encuestas revelan que en su mayoría concuerdan con la afirmación de que las creencias de los turistas en cuanto a la atención del cliente han cambiado a lo largo del tiempo.

Tabla 32: Información

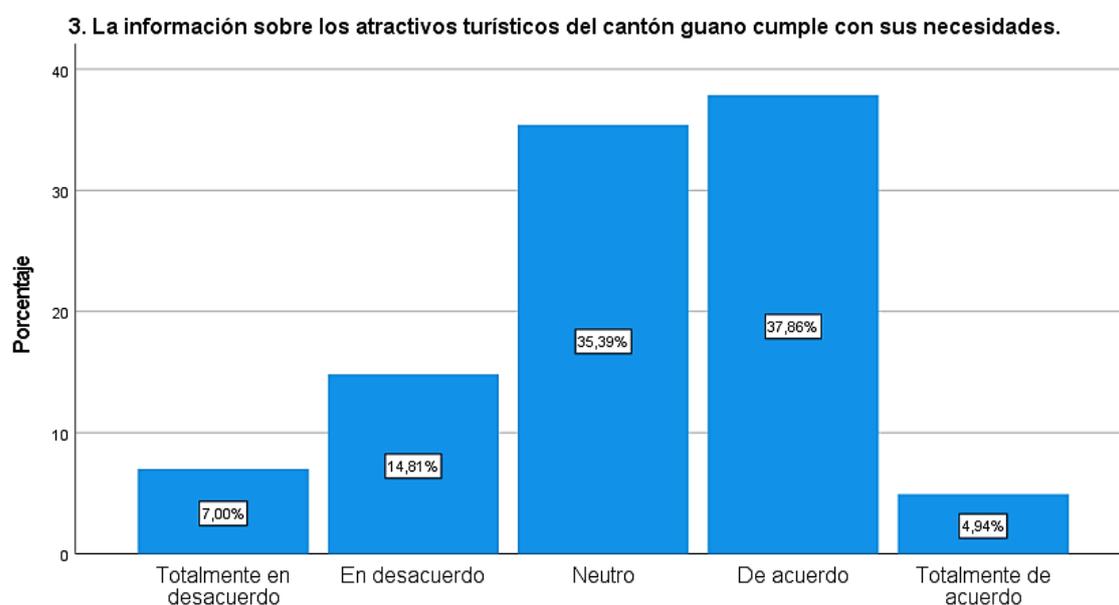
3. La información sobre los atractivos turísticos del cantón guano cumple con sus necesidades.

			Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	en	17	7,0	7,0	7,0
	En desacuerdo		36	14,8	14,8	21,8
	Neutro		86	35,4	35,4	57,2
	De acuerdo		92	37,9	37,9	95,1
	Totalmente de acuerdo		12	4,9	4,9	100,0
	Total		243	100,0	100,0	

Fuente: Análisis e interpretación de resultados. Software IBM SPSS Statistics

Elaborado por: Broncano Brayan, (2024)

Gráfico 27: Información



3. La información sobre los atractivos turísticos del cantón guano cumple con sus necesidades.

Fuente: Análisis e interpretación de resultados. Software IBM SPSS Statistics

Elaborado por: Broncano Brayan, (2024)

Los resultados de las encuestas realizadas a los turistas son los siguientes: el 37,86% se mostró de acuerdo, el 35,39% manifestó un criterio neutral, el 14,81% se mostró en desacuerdo, el 7,00% estuvo totalmente en desacuerdo y el 4,94% estuvo totalmente de acuerdo. Los resultados obtenidos indican que la mayoría de los turistas piensan que la información sobre los atractivos turísticos cumple con sus necesidades.

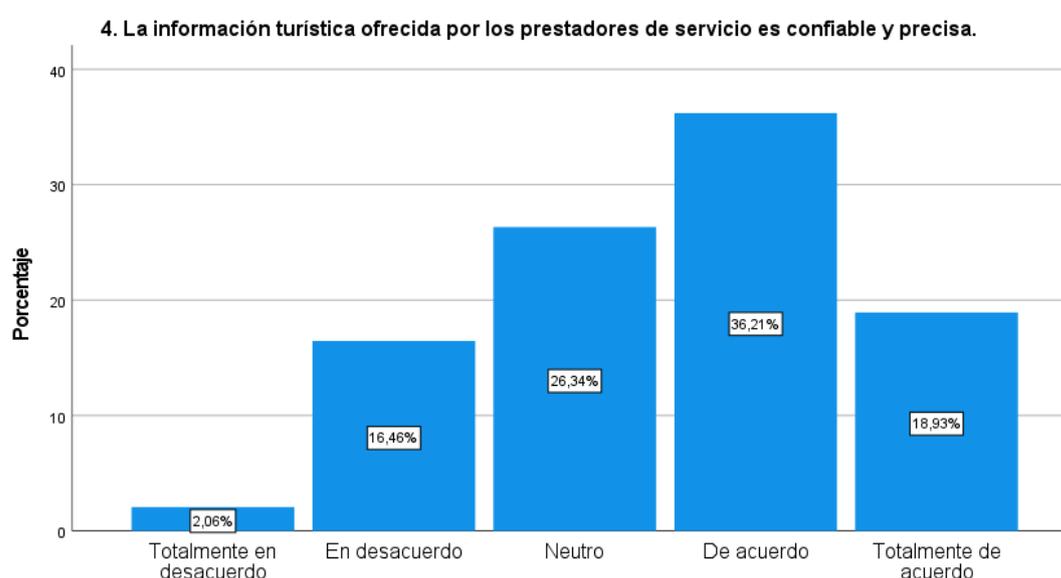
Tabla 33: Información

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	5	2,1	2,1	2,1
	En desacuerdo	40	16,5	16,5	18,5
	Neutro	64	26,3	26,3	44,9
	De acuerdo	88	36,2	36,2	81,1
	Totalmente de acuerdo	46	18,9	18,9	100,0
	Total	243	100,0	100,0	

Fuente: Análisis e interpretación de resultados. Software IBM SPSS Statistics

Elaborado por: Broncano Brayan, (2024)

Gráfico 28: Información



4. La información turística ofrecida por los prestadores de servicio es confiable y precisa.

Fuente: Análisis e interpretación de resultados. Software IBM SPSS Statistics

Elaborado por: Broncano Brayan, (2024)

Los resultados de las encuestas realizadas a los turistas son los siguientes: el 36,21% se mostró de acuerdo, el 26,34% manifestó un criterio neutral, el 18,93% estuvo totalmente de acuerdo, el 16,46% se mostró en desacuerdo y el 2,06% estuvo totalmente en desacuerdo. Con los resultados obtenidos se concluye que la mayoría de los turistas encuestados están de acuerdo con la confiabilidad y precisión en la información proporcionada por los prestadores de servicio.

Tabla 34: Información

5. Considera que existe información actualizada de establecimientos turísticos inclusivos en el cantón Guano.

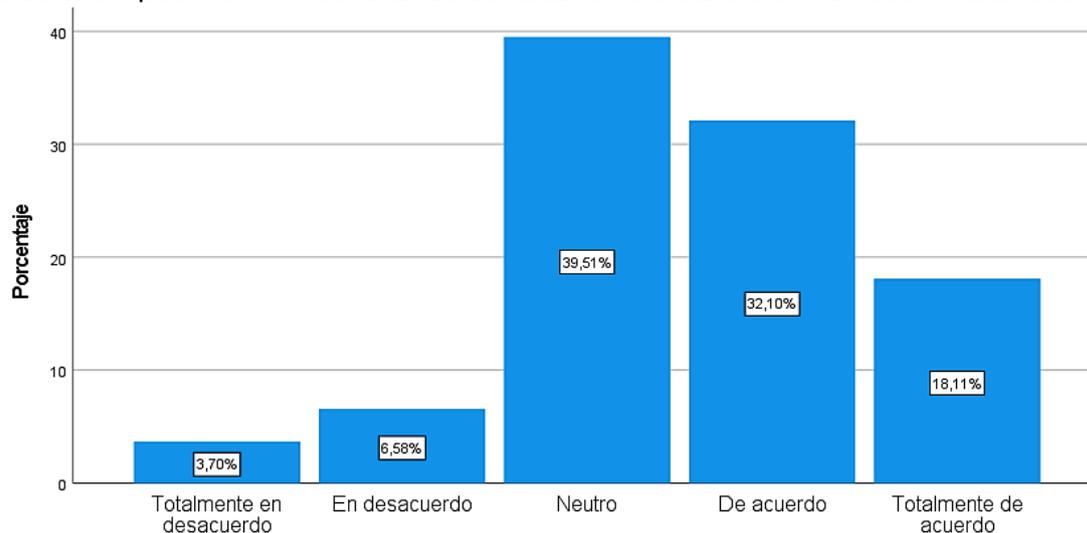
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	9	3,7	3,7	3,7
	En desacuerdo	16	6,6	6,6	10,3
	Neutro	96	39,5	39,5	49,8
	De acuerdo	78	32,1	32,1	81,9
	Totalmente de acuerdo	44	18,1	18,1	100,0
	Total	243	100,0	100,0	

Fuente: Análisis e interpretación de resultados. Software IBM SPSS Statistics

Elaborado por: Broncano Brayan, (2024)

Gráfico 29: Información

5. Considera que existe información actualizada de establecimientos turísticos inclusivos en el cantón Guano.



5. Considera que existe información actualizada de establecimientos turísticos inclusivos en el cantón Guano.

Fuente: Análisis e interpretación de resultados. Software IBM SPSS Statistics

Elaborado por: Broncano Brayan

Los resultados obtenidos de las encuestas aplicadas indicaron que el 39,51% manifestó un criterio neutral, el 32,10% se mostró de acuerdo, el 18,11% estuvo totalmente de acuerdo, el 6,58% se mostró en desacuerdo y el 3,70% estuvo totalmente en desacuerdo. Con estos datos se concluye que la mayoría de los turistas encuestados tienen un criterio neutral al considerar que existe información actualizada de establecimientos turísticos inclusivos en el cantón.

Tabla 35: Experiencia

6. Considera que los prestadores de servicio deben contar con una amplia experiencia en el sector para garantizar una correcta atención a los turistas.

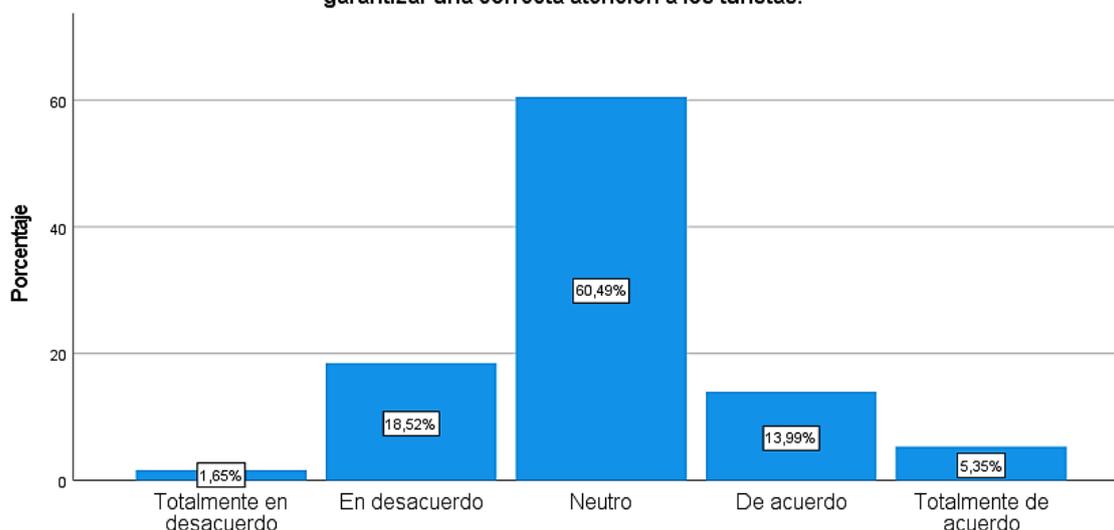
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	4	1,6	1,6	1,6
	En desacuerdo	45	18,5	18,5	20,2
	Neutro	147	60,5	60,5	80,7
	De acuerdo	34	14,0	14,0	94,7
	Totalmente de acuerdo	13	5,3	5,3	100,0
	Total	243	100,0	100,0	

Fuente: Análisis e interpretación de resultados. Software IBM SPSS Statistics

Elaborado por: Broncano Brayan, (2024)

Gráfico 30: Experiencia

6. Considera que los prestadores de servicio deben contar con una amplia experiencia en el sector para garantizar una correcta atención a los turistas.



6. Considera que los prestadores de servicio deben contar con una amplia experiencia en el sector para garantizar una correcta atención a los turistas.

Fuente: Análisis e interpretación de resultados. Software IBM SPSS Statistics

Elaborado por: Broncano Brayan, (2024)

Según los resultados obtenidos en las encuestas realizadas a los turistas se pudo observar lo siguiente: el 60,49% manifestó un criterio neutral, el 18,52% se mostró en desacuerdo, el 13,99% se mostró de acuerdo, el 5,35% estuvo totalmente de acuerdo y el 1,65% estuvo totalmente en desacuerdo. Con estos datos se puede concluir que el mayor porcentaje tienen un criterio neutral al considerar que los prestadores de servicio deben contar con una amplia experiencia para una correcta atención a los turistas.

Tabla 36: Experiencia

7. El establecimiento turístico se preocupa por brindarle la mejor experiencia en los servicios ofrecidos.

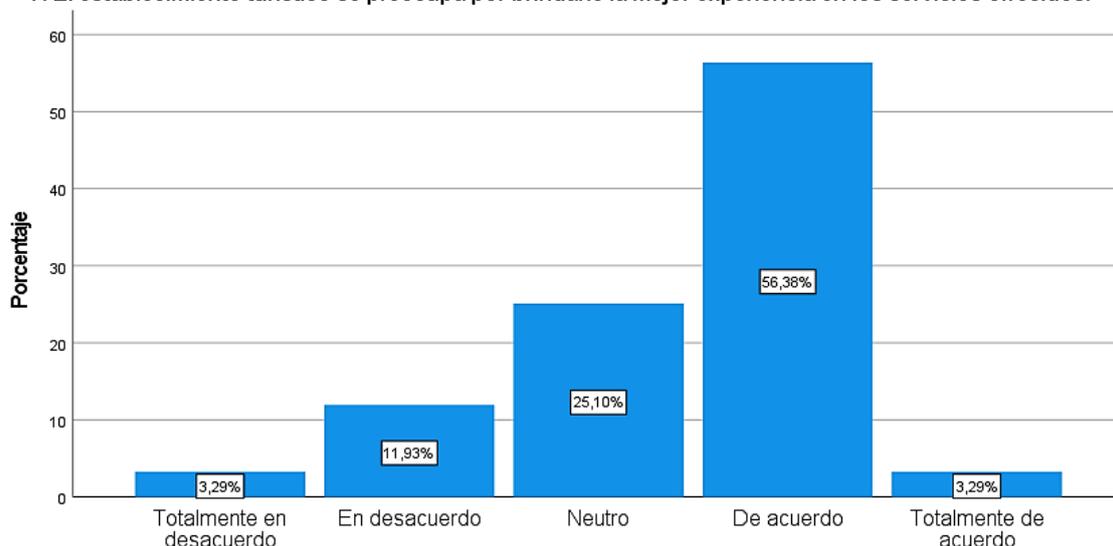
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	8	3,3	3,3	3,3
	En desacuerdo	29	11,9	11,9	15,2
	Neutro	61	25,1	25,1	40,3
	De acuerdo	137	56,4	56,4	96,7
	Totalmente de acuerdo	8	3,3	3,3	100,0
	Total	243	100,0	100,0	

Fuente: Análisis e interpretación de resultados. Software IBM SPSS Statistics

Elaborado por: Broncano Brayan, (2024)

Gráfico 31: Experiencia

7. El establecimiento turístico se preocupa por brindarle la mejor experiencia en los servicios ofrecidos.



7. El establecimiento turístico se preocupa por brindarle la mejor experiencia en los servicios ofrecidos.

Fuente: Análisis e interpretación de resultados. Software IBM SPSS Statistics

Elaborado por: Broncano Brayan

De acuerdo con las encuestas realizadas a los turistas se observa que el 56,38% están de acuerdo en que los establecimientos turísticos se preocupan por brindar la mejor experiencia es los servicios ofrecidos, el 25,10% manifestó un criterio neutral, el 11,93% se mostró en desacuerdo, el 3,29% estuvo totalmente de acuerdo y el 3,39% restante estuvo totalmente en desacuerdo. Con los datos presentados se concluye que la mayoría está de acuerdo.

Tabla 37: Plan de acción

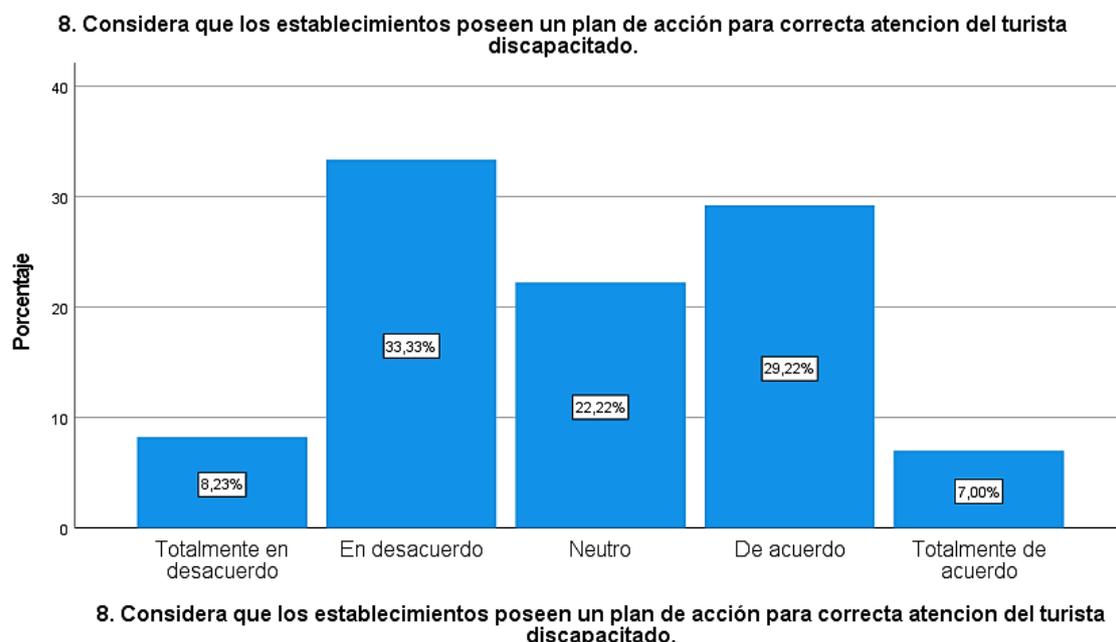
8. Considera que los establecimientos poseen un plan de acción para la correcta atención del turista discapacitado.

			Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	en	20	8,2	8,2	8,2
	En desacuerdo		81	33,3	33,3	41,6
	Neutro		54	22,2	22,2	63,8
	De acuerdo		71	29,2	29,2	93,0
	Totalmente de acuerdo		17	7,0	7,0	100,0
	Total		243	100,0	100,0	

Fuente: Análisis e interpretación de resultados. Software IBM SPSS Statistics

Elaborado por: Broncano Brayan, (2024)

Gráfico 32: Plan de acción



Fuente: Análisis e interpretación de resultados. Software IBM SPSS Statistics

Elaborado por: Broncano Brayan, (2024)

Los resultados de las encuestas aplicadas a turistas evidenciaron que el 33,33% se mostró en desacuerdo al considerar que los establecimientos poseen un plan de acción para la correcta atención a personas con diversidad funcional el 29,22% estuvo de acuerdo, el 22,22% manifestó un criterio neutral, el 8,23% se mostró totalmente en desacuerdo y el 7,00% estuvo totalmente de acuerdo. Estos datos concluyen que el mayor porcentaje de turistas se mostró en desacuerdo.

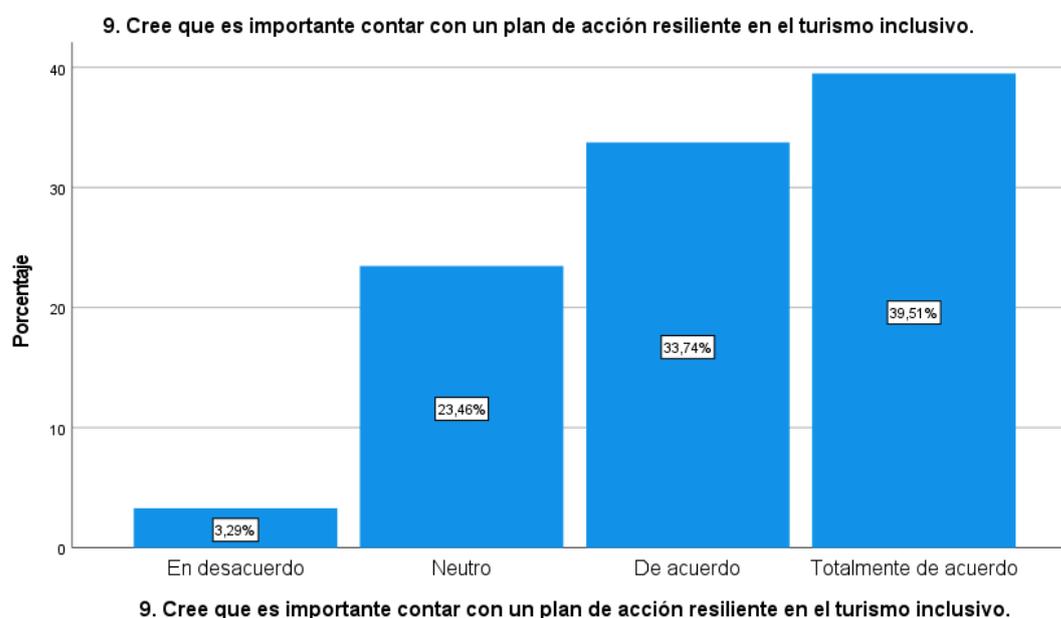
Tabla 38: Plan de acción

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En desacuerdo	8	3,3	3,3	3,3
	Neutro	57	23,5	23,5	26,7
	De acuerdo	82	33,7	33,7	60,5
	Totalmente de acuerdo	96	39,5	39,5	100,0
	Total	243	100,0	100,0	

Fuente: Análisis e interpretación de resultados. Software IBM SPSS Statistics

Elaborado por: Broncano Brayan, (2024)

Gráfico 33: Plan de acción



Fuente: Análisis e interpretación de resultados. Software IBM SPSS Statistics

Elaborado por: Broncano Brayan, (2024)

Según los resultados obtenidos en las encuestas realizadas a turistas, se observó que el mayor porcentaje con 39,51% se mostró totalmente de acuerdo con la importancia de contar con un plan de acción resiliente en el turismo inclusivo, el 33,74% estuvo de acuerdo, el 23,46% manifestó un criterio neutral y el 3,29% se mostró en desacuerdo. Con estos datos se puede concluir que la mayoría de los turistas estaba totalmente de acuerdo con dicha afirmación.

Tabla 39: Mercado turístico

10. Los servicios turísticos ofrecidos en el destino están diseñados para satisfacer las necesidades y expectativas del mercado turístico actual.

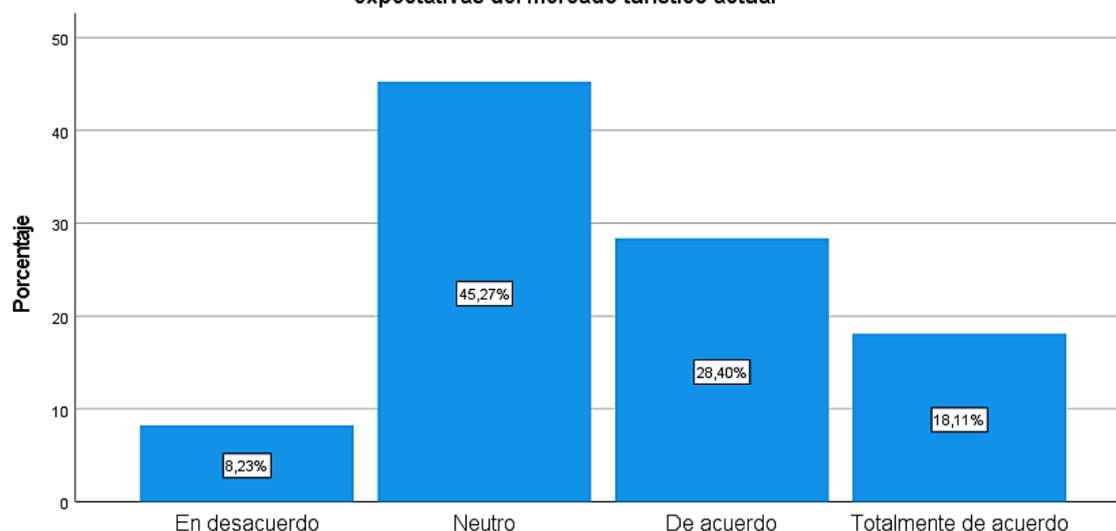
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En desacuerdo	20	8,2	8,2	8,2
	Neutro	110	45,3	45,3	53,5
	De acuerdo	69	28,4	28,4	81,9
	Totalmente de acuerdo	44	18,1	18,1	100,0
	Total	243	100,0	100,0	

Fuente: Análisis e interpretación de resultados. Software IBM SPSS Statistics

Elaborado por: Broncano Brayan, (2024)

Gráfico 34: Mercado turístico

10. Los servicios turísticos ofrecidos en el destino están diseñados para satisfacer las necesidades y expectativas del mercado turístico actual



10. Los servicios turísticos ofrecidos en el destino están diseñados para satisfacer las necesidades y expectativas del mercado turístico actual

Fuente: Análisis e interpretación de resultados. Software IBM SPSS Statistics

Elaborado por: Broncano Brayan, (2024)

Con los resultados obtenidos en las encuestas aplicadas a los turistas, se observó que el 45,27% manifestó un criterio neutral en cuanto a si los servicios turísticos ofrecidos en el destino estaban diseñados para satisfacer las necesidades y expectativas del mercado turístico actual, el 28,40% estuvo de acuerdo, el 18,11% estuvo totalmente de acuerdo y el 8,23% se mostró en desacuerdo. Con estos datos se puede concluir que la mayoría de los turistas tenían un criterio neutral.

Tabla 40: Mercado turístico

11. El destino turístico se adapta a las tendencias del mercado turístico, ofreciendo experiencias innovadoras y atractivas.

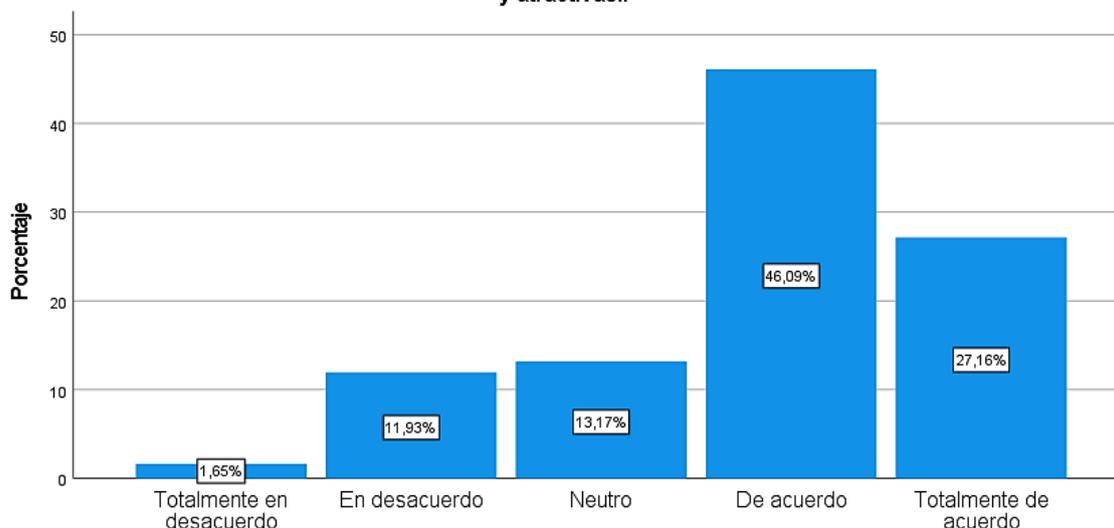
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	4	1,6	1,6	1,6
	En desacuerdo	29	11,9	11,9	13,6
	Neutro	32	13,2	13,2	26,7
	De acuerdo	112	46,1	46,1	72,8
	Totalmente de acuerdo	66	27,2	27,2	100,0
	Total	243	100,0	100,0	

Fuente: Análisis e interpretación de resultados. Software IBM SPSS Statistics

Elaborado por: Broncano Brayan, (2024)

Gráfico 35: Mercado turístico

11. El destino turístico se adapta a las tendencias del mercado turístico, ofreciendo experiencias innovadoras y atractivas..



11. El destino turístico se adapta a las tendencias del mercado turístico, ofreciendo experiencias innovadoras y atractivas..

Fuente: Análisis e interpretación de resultados. Software IBM SPSS Statistics

Elaborado por: Broncano Brayan, (2024)

Según los resultados obtenidos en las encuestas realizadas a turistas, se observó que el mayor porcentaje con 46,09% se mostró de acuerdo con el considerar que el destino turístico se adapta a las tendencias del mercado turístico, ofreciendo experiencias innovadoras y atractivas, el 27,16% estuvo totalmente de acuerdo, el 13,17% manifestó un criterio neutral, el 11,93% se mostró en desacuerdo y el 1,65% estuvo totalmente desacuerdo. Con estos datos se puede concluir que la mayoría de los turistas encuestados están de acuerdo.

Tabla 41: Destino turístico

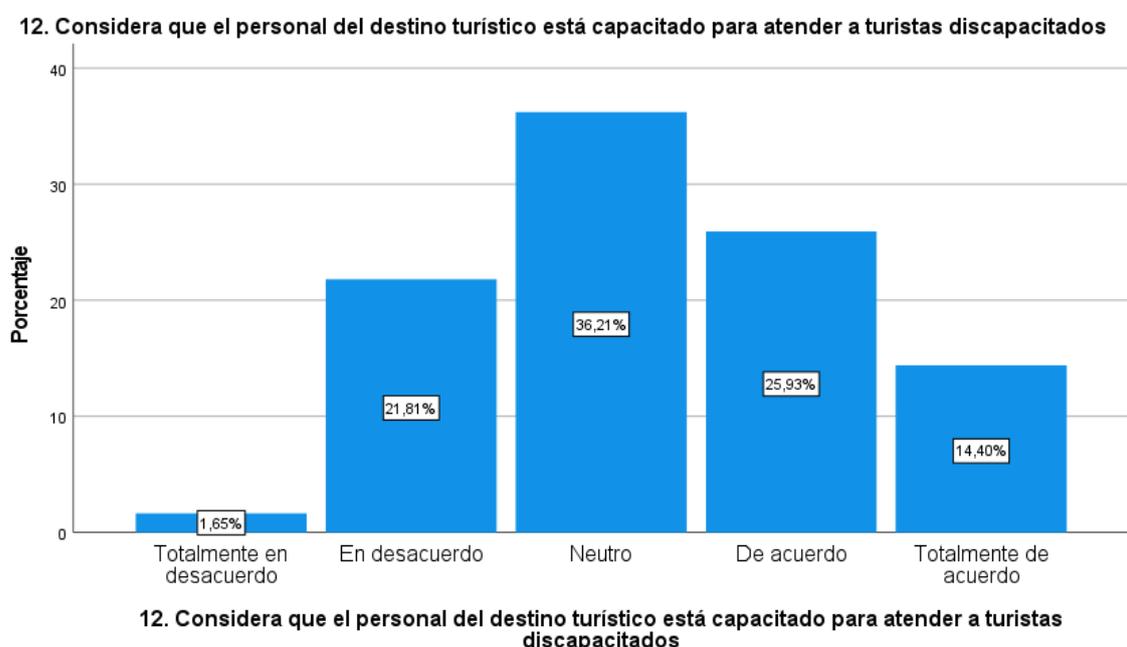
12. Considera que el personal del destino turístico está capacitado para atender a turistas discapacitados

			Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	en	4	1,6	1,6	1,6
	En desacuerdo		53	21,8	21,8	23,5
	Neutro		88	36,2	36,2	59,7
	De acuerdo		63	25,9	25,9	85,6
	Totalmente de acuerdo		35	14,4	14,4	100,0
	Total		243	100,0	100,0	

Fuente: Análisis e interpretación de resultados. Software IBM SPSS Statistics

Elaborado por: Broncano Brayan, (2024)

Gráfico 36: Destino turístico



Fuente: Análisis e interpretación de resultados. Software IBM SPSS Statistics

Elaborado por: Broncano Brayan, (2024)

Los resultados arrojados de las encuestas aplicadas a turistas evidenciaron que el 36,21% tenía un criterio neutral al considerar que el destino turístico el personal del destino turístico está capacitado para atender a personas con diversidad funcional, el 25,93% estuvo de acuerdo, el 21,81% se mostró en desacuerdo, el 14,40% estuvo totalmente de acuerdo y el 1,65% se mostró totalmente en desacuerdo. Con los datos presentados se puede concluir que la mayoría de los turistas tenía un criterio neutral sobre este aspecto.

Tabla 42: Destino turístico

13. El destino turístico ofrece infraestructura adaptada para satisfacer las necesidades de los turistas con discapacidad.

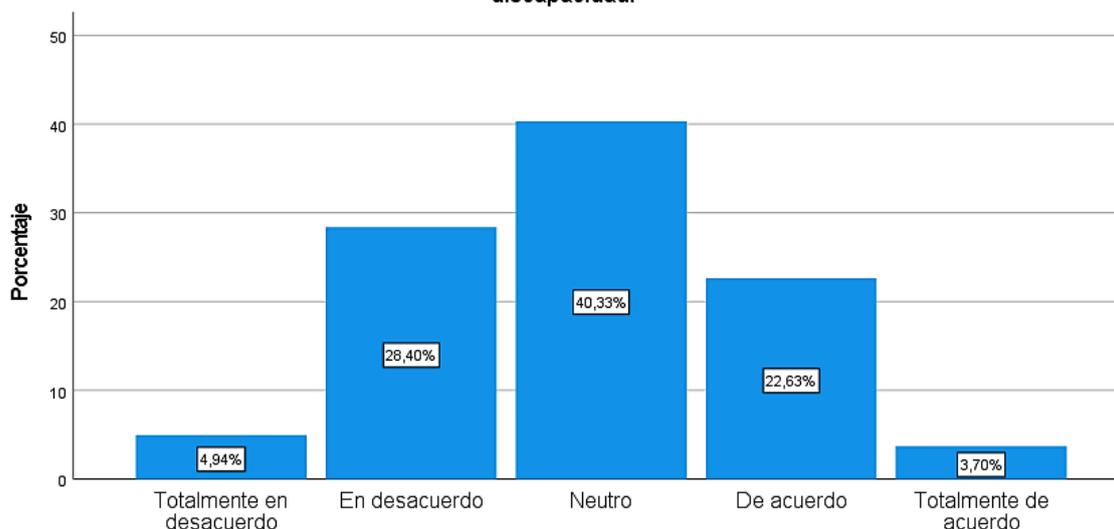
			Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	en	12	4,9	4,9	4,9
	En desacuerdo		69	28,4	28,4	33,3
	Neutro		98	40,3	40,3	73,7
	De acuerdo		55	22,6	22,6	96,3
	Totalmente de acuerdo		9	3,7	3,7	100,0
	Total		243	100,0	100,0	

Fuente: Análisis e interpretación de resultados. Software IBM SPSS Statistics

Elaborado por: Broncano Brayan, (2024)

Gráfico 37: Destino turístico

13. El destino turístico ofrece infraestructura adaptada para satisfacer las necesidades de los turistas con discapacidad.



13. El destino turístico ofrece infraestructura adaptada para satisfacer las necesidades de los turistas con discapacidad.

Fuente: Análisis e interpretación de resultados. Software IBM SPSS Statistics

Elaborado por: Broncano Brayan, (2024)

De acuerdo con las encuestas realizadas a los turistas, se observó que el 40,33% tenía un criterio neutral al considerar si el destino turístico ofrecía infraestructura adaptada para satisfacer las necesidades de los turistas con discapacidad, el 28,40% se mostró en desacuerdo, el 22,63% estuvo de acuerdo, el 4,94% estuvo totalmente en desacuerdo y el 3,70% estuvo totalmente de acuerdo. Con los datos presentados se puede concluir que la mayoría de los turistas tenía un criterio neutral.

Tabla 43: Percepción

14. La percepción que tiene sobre la calidad de los productos y servicios turísticos recibida fue satisfactoria

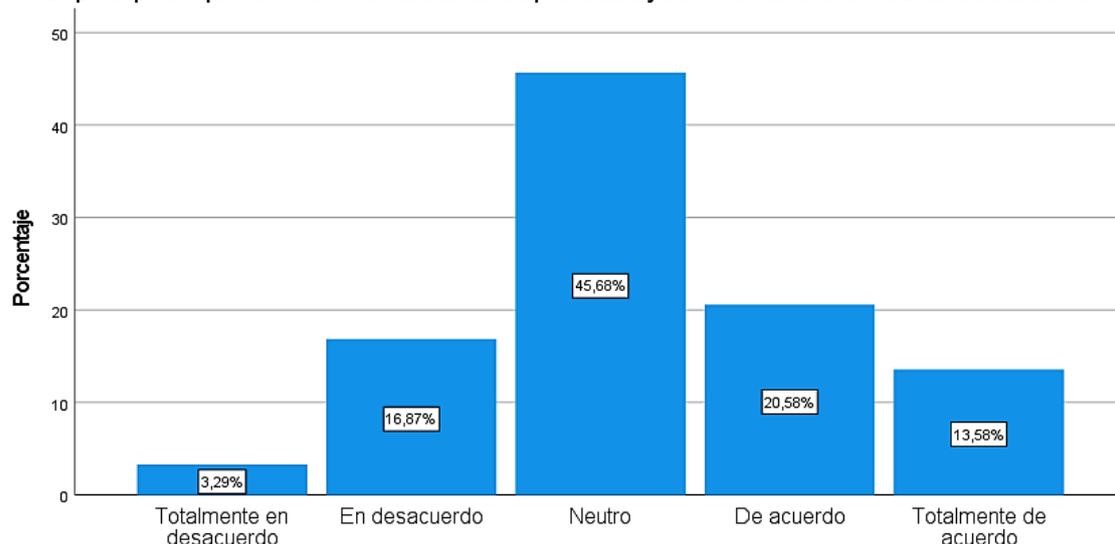
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	8	3,3	3,3	3,3
	En desacuerdo	41	16,9	16,9	20,2
	Neutro	111	45,7	45,7	65,8
	De acuerdo	50	20,6	20,6	86,4
	Totalmente de acuerdo	33	13,6	13,6	100,0
	Total	243	100,0	100,0	

Fuente: Análisis e interpretación de resultados. Software IBM SPSS Statistics

Elaborado por: Broncano Brayan, (2024)

Gráfico 38: Percepción

14. La percepción que tiene sobre la calidad de los productos y servicios turísticos recibida fue satisfactoria



14. La percepción que tiene sobre la calidad de los productos y servicios turísticos recibida fue satisfactoria

Fuente: Análisis e interpretación de resultados. Software IBM SPSS Statistics

Elaborado por: Broncano Brayan, (2024)

De acuerdo con las encuestas realizadas a los turistas, se observó que el 45,68% tenía un criterio neutral con respecto a la percepción de que la calidad de los productos y servicios turísticos recibidos fueron satisfactorios, el 20,58% estuvo de acuerdo, el 16,87% se mostró en desacuerdo, el 13,58% estuvo totalmente de acuerdo y el 3,29% se mostró totalmente en desacuerdo. Con estos resultados se concluye que la mayoría de los turistas tenía un criterio neutral.

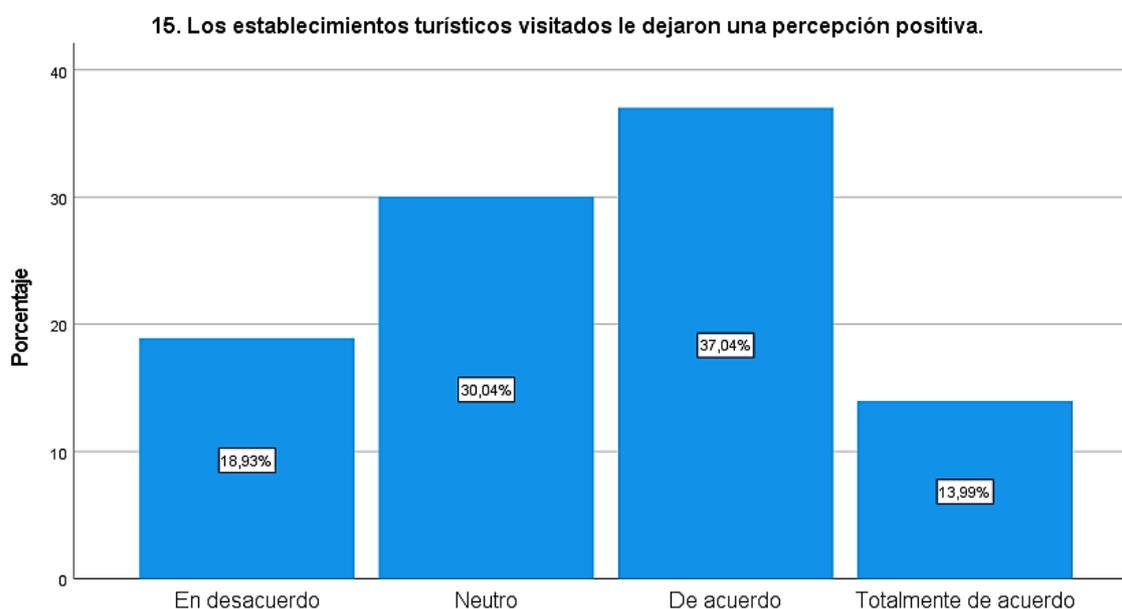
Tabla 44: Percepción

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En desacuerdo	46	18,9	18,9	18,9
	Neutro	73	30,0	30,0	49,0
	De acuerdo	90	37,0	37,0	86,0
	Totalmente de acuerdo	34	14,0	14,0	100,0
	Total	243	100,0	100,0	

Fuente: Análisis e interpretación de resultados. Software IBM SPSS Statistics

Elaborado por: Broncano Brayan, (2024)

Gráfico 39: Percepción



15. Los establecimientos turísticos visitados le dejaron una percepción positiva.

Fuente: Análisis e interpretación de resultados. Software IBM SPSS Statistics

Elaborado por: Broncano Brayan, (2024)

Los resultados arrojados en las encuestas aplicadas a los turistas evidenciaron que el 37,04% estuvo de acuerdo en que los establecimientos turísticos visitados dejaron una percepción positiva, el 30,04% manifestó un criterio neutral, el 18,93% se mostró en desacuerdo y el 13,99% estuvo totalmente de acuerdo. Se concluye que el porcentaje más alto estuvo de acuerdo.

Tabla 45: Rendimiento

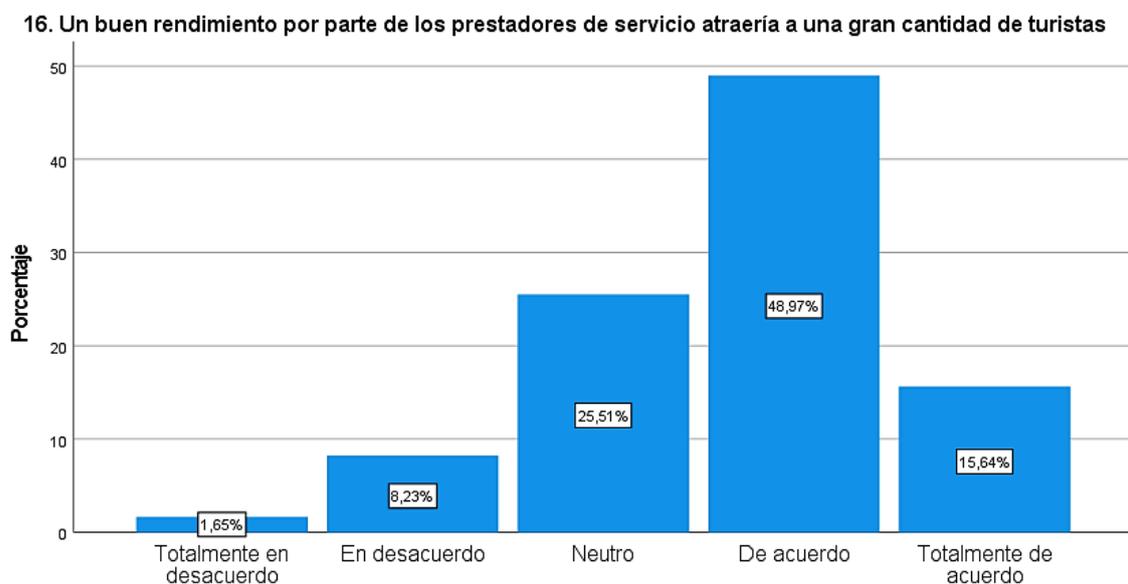
16. Un buen rendimiento por parte de los prestadores de servicio atraería a una gran cantidad de turistas

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	4	1,6	1,6	1,6
	En desacuerdo	20	8,2	8,2	9,9
	Neutro	62	25,5	25,5	35,4
	De acuerdo	119	49,0	49,0	84,4
	Totalmente de acuerdo	38	15,6	15,6	100,0
	Total	243	100,0	100,0	

Fuente: Análisis e interpretación de resultados. Software IBM SPSS Statistics

Elaborado por: Broncano Brayan, (2024)

Gráfico 40: Rendimiento



16. Un buen rendimiento por parte de los prestadores de servicio atraería a una gran cantidad de turistas

Fuente: Análisis e interpretación de resultados. Software IBM SPSS Statistics

Elaborado por: Broncano Brayan, (2024)

De acuerdo con las encuestas aplicadas a los turistas, se evidenció que el 48,97% estaba de acuerdo en que un buen rendimiento por parte de los prestadores de servicio atraería a una gran cantidad de turistas, el 25,51% tenía un criterio neutral, el 15,64% estaba totalmente de acuerdo, el 8,23% se mostró en desacuerdo y el 1,65% estuvo totalmente en desacuerdo. Se concluyó que el porcentaje más alto de turistas estaba de acuerdo.

Tabla 46: Rendimiento

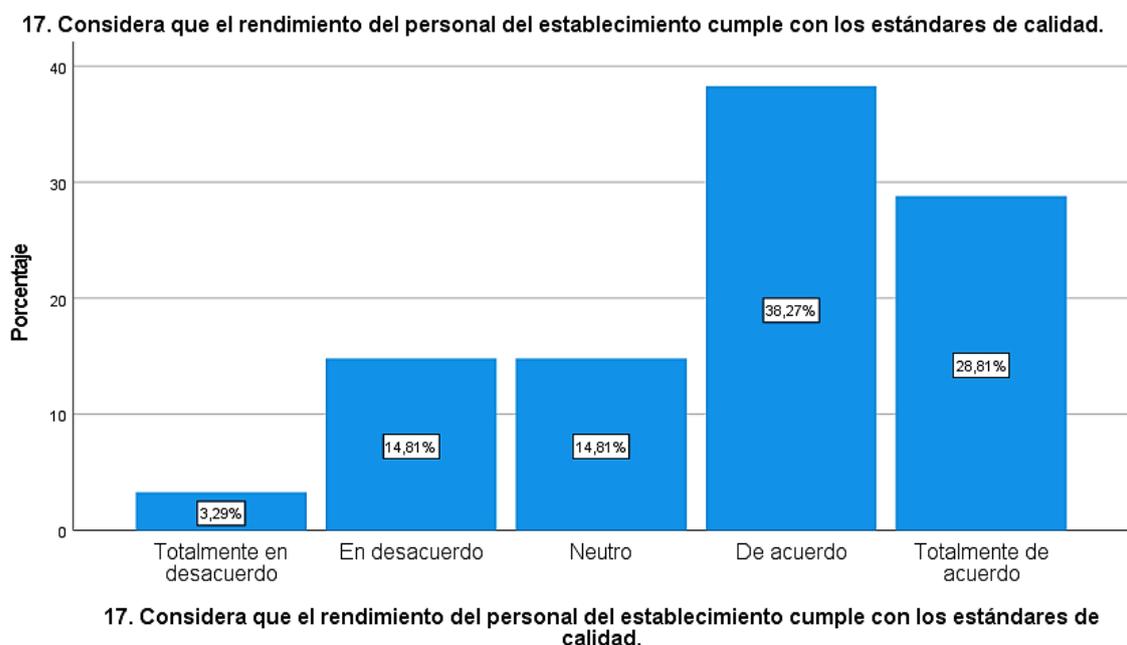
17. Considera que el rendimiento del personal del establecimiento cumple con los estándares de calidad.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	8	3,3	3,3	3,3
	En desacuerdo	36	14,8	14,8	18,1
	Neutro	36	14,8	14,8	32,9
	De acuerdo	93	38,3	38,3	71,2
	Totalmente de acuerdo	70	28,8	28,8	100,0
	Total	243	100,0	100,0	

Fuente: Análisis e interpretación de resultados. Software IBM SPSS Statistics

Elaborado por: Broncano Brayan, (2024)

Gráfico 41: Rendimiento



Fuente: Análisis e interpretación de resultados. Software IBM SPSS Statistics

Elaborado por: Broncano Brayan, (2024)

De acuerdo con las encuestas aplicadas a los turistas, se evidenció que el 38,27% estaba de acuerdo con el considerar que el rendimiento demostrado por el personal del establecimiento cumplía con los estándares de calidad, el 28,81% estuvo totalmente de acuerdo, el 14,81% manifestó un criterio neutral, el 14,81% se mostró en desacuerdo y el 3,29% estuvo totalmente en desacuerdo. Se concluyó que el porcentaje más alto de turistas estaban de acuerdo en que el personal cumplía con los estándares de calidad.

Tabla 47: Expectativa

18. El establecimiento turístico ha cumplido con sus expectativas como cliente, brindándole productos o servicios acorde a lo prometido o esperado.

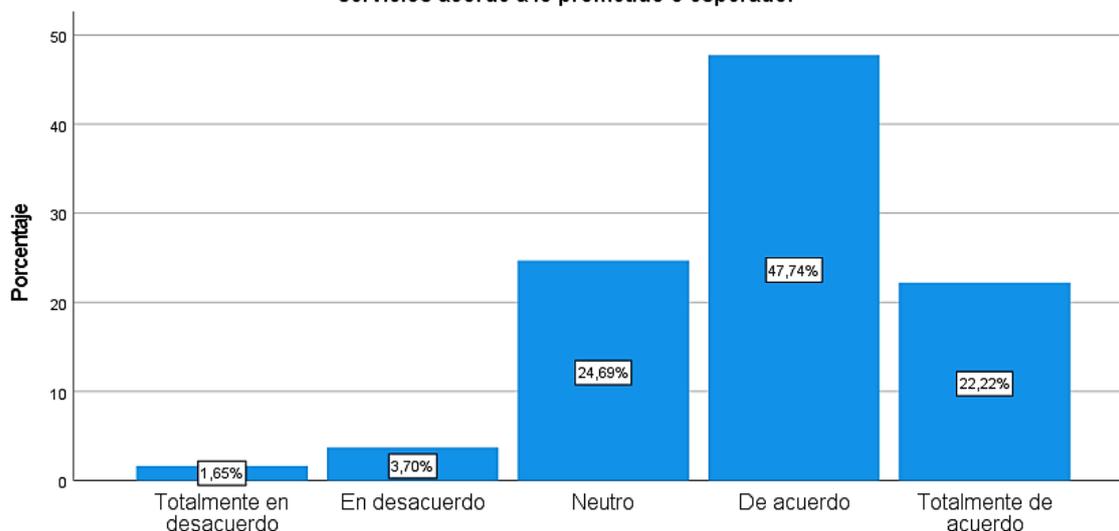
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	4	1,6	1,6	1,6
	En desacuerdo	9	3,7	3,7	5,3
	Neutro	60	24,7	24,7	30,0
	De acuerdo	116	47,7	47,7	77,8
	Totalmente de acuerdo	54	22,2	22,2	100,0
	Total	243	100,0	100,0	

Fuente: Análisis e interpretación de resultados. Software IBM SPSS Statistics

Elaborado por: Broncano Brayan, (2024)

Gráfico 42: Expectativa

18. El establecimiento turístico ha cumplido con sus expectativas como cliente, brindándole productos o servicios acorde a lo prometido o esperado.



18. El establecimiento turístico ha cumplido con sus expectativas como cliente, brindándole productos o servicios acorde a lo prometido o esperado.

Fuente: Análisis e interpretación de resultados. Software IBM SPSS Statistics

Elaborado por: Broncano Brayan, (2024)

De acuerdo con las encuestas aplicadas a los turistas, se evidenció que el 47,74% estaba de acuerdo con que el establecimiento turístico ha cumplido con sus expectativas como cliente, brindando productos o servicios acorde a lo prometido o esperado, el 24,69% tenía un criterio neutral, el 22,22% estuvo totalmente de acuerdo, el 3,70% se mostró en desacuerdo y el 1,65% estuvo totalmente en desacuerdo. Con estos resultados se concluyó que el porcentaje más alto de turistas está de acuerdo.

Tabla 48: Expectativa

19. Las expectativas generadas por el destino turístico cumplieron con sus necesidades y satisfacciones.

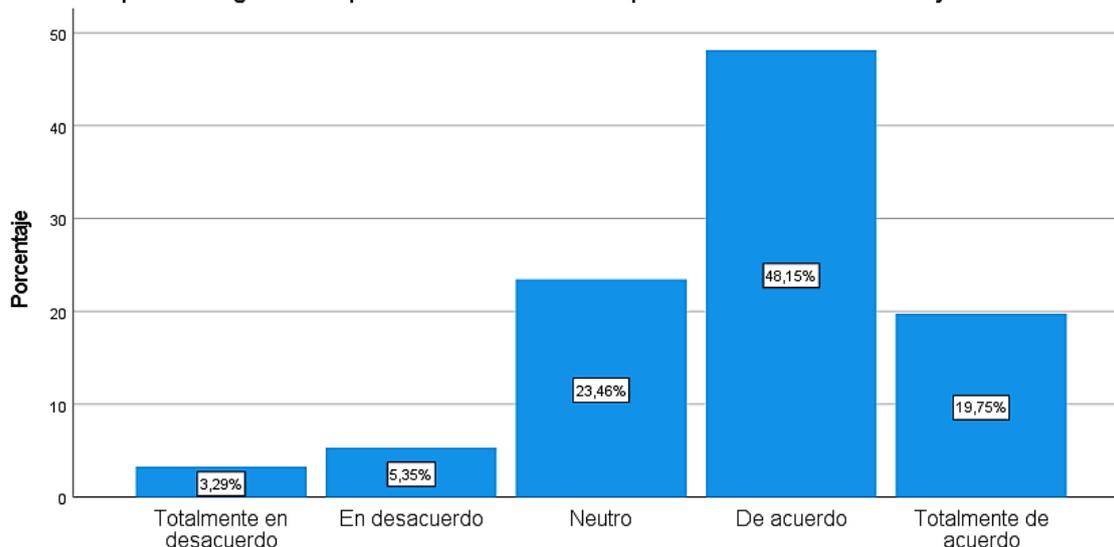
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente en desacuerdo	8	3,3	3,3	3,3
	En desacuerdo	13	5,3	5,3	8,6
	Neutro	57	23,5	23,5	32,1
	De acuerdo	117	48,1	48,1	80,2
	Totalmente de acuerdo	48	19,8	19,8	100,0
	Total	243	100,0	100,0	

Fuente: Análisis e interpretación de resultados. Software IBM SPSS Statistics

Elaborado por: Broncano Brayan, (2024)

Gráfico 43: Expectativa

19. Las expectativas generadas por el destino turístico cumplieron con sus necesidades y satisfacciones.



19. Las expectativas generadas por el destino turístico cumplieron con sus necesidades y satisfacciones.

Fuente: Análisis e interpretación de resultados. Software IBM SPSS Statistics

Elaborado por: Broncano Brayan, (2024)

Los resultados obtenidos en las encuestas aplicadas a los turistas indicaron que el 48,15% estaba de acuerdo en que las expectativas generadas por el destino turístico cumplen con sus necesidades y satisfacción, el 23,46% tenía un criterio neutral, el 19,75% estaba totalmente de acuerdo, el 5,35% se mostró en desacuerdo y finalmente el 3,29% estuvo totalmente en desacuerdo. Con estos resultados se concluyó que el porcentaje más alto de turistas estaba de acuerdo.

4.3 Prueba de Hipótesis

Para la comprobación de la prueba de hipótesis se utilizó el Software estadístico SPSS Statistics y el coeficiente Chi Cuadrado, de esta manera se identifica si se acepta o rechaza la hipótesis.

4.3.1 Hipótesis general

Planteamiento de la hipótesis

H0 = No existe relación entre los establecimientos turísticos inclusivos y la atención al cliente en el cantón Guano, provincia de Chimborazo.

H1 = Existe relación entre los establecimientos turísticos inclusivos y la atención al cliente en el cantón Guano, provincia de Chimborazo.

Margen de error = 0,05

Estadístico de prueba: Coeficiente de Chi cuadrado

El resultado obtenido de P_valor: 0,187

Tabla 49: Pruebas de Hipótesis General

Pruebas de chi-cuadrado			
	Valor	gl	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	6,162 ^a	4	,187
Razón de verosimilitud	7,075	4	,132
Asociación lineal por lineal	1,474	1	,225
N de casos válidos	30		

Fuente: Análisis e interpretación de resultados. Software IBM SPSS Statistics

Elaborado por: Broncano Brayán, (2024)

Decisión

Una vez aplicado el coeficiente de Chi cuadrado se puede evidenciar el siguiente resultado: 0,187 es mayor a 0,05, por lo que se procede a rechazar la hipótesis de la investigación (H1) y se acepta la hipótesis nula (H0). No existe relación entre los establecimientos turísticos inclusivos y la atención al cliente en el cantón Guano, provincia de Chimborazo.

4.3.2 Hipótesis específica 1

Planteamiento de la hipótesis

H0 = No existe relación entre inclusión turística y la atención al cliente en el cantón Guano, provincia de Chimborazo.

H1 = Existe relación entre inclusión turística y la atención al cliente en el cantón Guano, provincia de Chimborazo.

Margen de error = 0,05

Estadístico de prueba: Coeficiente de Chi cuadrado

El resultado obtenido de P_valor: 0,072

Tabla 50: Prueba de Hipótesis Específica 1

Pruebas de chi-cuadrado			
	Valor	gl	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	11,590 ^a	6	,072
Razón de verosimilitud	13,464	6	,036
Asociación lineal por lineal	1,911	1	,167
N de casos válidos	30		

Fuente: Análisis e interpretación de resultados. Software IBM SPSS Statistics

Elaborado por: Broncano Brayan, (2024)

Decisión

Una vez aplicado el coeficiente de Chi cuadrado se puede evidenciar el siguiente resultado: 0,072 es mayor a 0,05, por lo que se procede a rechazar la hipótesis de la investigación (H1) y se aprueba la hipótesis nula (H0). No existe relación entre inclusión turística y la atención al cliente en el cantón Guano, provincia de Chimborazo.

4.3.3 Hipótesis específica 2

Planteamiento de la hipótesis

H0 = No existe relación entre actividad turística y la atención al cliente en el cantón Guano, provincia de Chimborazo.

H1 = Existe relación entre actividad turística y la atención al cliente en el cantón Guano, provincia de Chimborazo.

Margen de error = 0,05

Estadístico de prueba: Coeficiente de Chi cuadrado

El resultado obtenido de P_valor: 0,123

Tabla 51: Prueba de Hipótesis Específica 2

Pruebas de chi-cuadrado			
	Valor	gl	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	7,265 ^a	4	,123
Razón de verosimilitud	8,036	4	,090
Asociación lineal por lineal	2,388	1	,122
N de casos válidos	30		

Fuente: Análisis e interpretación de resultados. Software IBM SPSS Statistics

Elaborado por: Broncano Brayan, (2024)

Decisión

Una vez aplicado el coeficiente de Chi cuadrado se puede evidenciar el siguiente resultado: 0,123 es mayor a 0,05, por lo que se procede a rechazar la hipótesis de la investigación (H1) y se acepta la hipótesis nula (H0). No existe relación entre actividad turística y la atención al cliente en el cantón Guano, provincia de Chimborazo.

4.3.4 Hipótesis específica 3

Planteamiento de la hipótesis

H0 = No existe relación entre rentabilidad económica y la atención al cliente en el cantón Guano, provincia de Chimborazo.

H1 = Existe relación entre rentabilidad económica y la atención al cliente en el cantón Guano, provincia de Chimborazo.

Margen de error = 0,05

Estadístico de prueba: Coeficiente de Chi cuadrado

El resultado obtenido de P_valor: 0,075

Tabla 52: Prueba de Hipótesis Específica 3

Pruebas de chi-cuadrado			
	Valor	gl	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	8,483 ^a	4	,075
Razón de verosimilitud	8,660	4	,070
Asociación lineal por lineal	,131	1	,717
N de casos válidos	30		

Fuente: Análisis e interpretación de resultados. Software IBM SPSS Statistics

Elaborado por: Broncano Brayan

Decisión

Una vez aplicado el coeficiente de Chi cuadrado se puede evidenciar el siguiente resultado: 0,075 es mayor a 0,05, por lo que se procede a rechazar la hipótesis de la investigación (H1) y se acepta la hipótesis nula (H0). No existe relación entre rentabilidad económica y la atención al cliente en el cantón Guano, provincia de Chimborazo.

CAPÍTULO V.

5. Conclusiones y recomendaciones

5.1 Conclusiones

- De acuerdo con los resultados obtenidos en la investigación se determinó que no existe relación entre establecimientos turísticos inclusivos y la atención al cliente en el cantón Guano, provincia de Chimborazo, esto indica que, si bien los establecimientos turísticos inclusivos tienen un valor fundamental e importante la atención al cliente no depende exclusivamente de la infraestructura inclusiva, sino también de la capacitación del personal, la personalización de los servicios y productos así como la creación de un ambiente acogedor para todos los turistas.
- Mediante los resultados obtenidos se pudo evidenciar que no existe relación entre inclusión turística y la atención al cliente en el cantón Guano, provincia de Chimborazo, sin embargo, los prestadores de servicio deben ofrecer una experiencia turística de calidad a todos los turistas ya que de no ser así esto puede tener consecuencias negativas para el sector turístico por lo que es importante tomar medidas para mejorarla.
- Tomando en consideración los resultados obtenidos se determinó que no existe relación entre actividad turística y atención al cliente en el cantón Guano, provincia de Chimborazo, esto señala la calidad de atención al cliente no depende única y exclusivamente de la cantidad de turistas, sino de otros factores. Por lo tanto, es crucial que los establecimientos turísticos de Guano no se enfoquen únicamente en atraer más visitantes, sino también en invertir en la mejora continua de la atención al cliente para garantizar una experiencia positiva y fidelizar a los turistas.
- Finalmente, los resultados de la investigación indicaron que la rentabilidad económica no tiene relación con la atención al cliente en el cantón Guano, esto pone en manifiesto que el éxito financiero de los establecimientos turísticos no garantiza una atención al cliente de calidad lo que sugiere que la rentabilidad económica puede estar influenciada por otros factores como la gestión eficiente de los recursos y un correcto marketing del establecimiento.

5.2 Recomendaciones

- Para futuros investigadores interesados en el turismo inclusivo, se recomienda ampliar la metodología utilizada en este estudio. Si bien la investigación proporciona información valiosa sobre las percepciones y actitudes, sería enriquecedor incorporar métodos cualitativos, como entrevistas en profundidad y grupos focales, para comprender las experiencias y necesidades específicas de las personas con discapacidad y otros grupos subrepresentados en el turismo.
- Se recomienda profundizar en diversos aspectos relacionados con la inclusión en el turismo que no fueron abordados en este estudio debido a limitaciones de tiempo y recursos. Áreas como la accesibilidad en destinos turísticos emergentes, el impacto socioeconómico del turismo inclusivo en comunidades locales, la innovación tecnológica para la inclusión en el turismo, así como la educación y sensibilización para el turismo inclusivo, ofrecen oportunidades valiosas para enriquecer el conocimiento este importante tema y contribuir a la creación de un sector turístico más sostenible, equitativo y accesible para todos.
- Es fundamental que los prestadores de servicio del cantón Guano comprendan los beneficios que conlleva una correcta gestión en el turismo inclusivo. Al hacerlo, no solo se fomenta el desarrollo económico y social, sino que también se generan oportunidades para todos, aprovechando al máximo el potencial turístico de la zona. Un turismo inclusivo garantiza que todos los turistas, sin importar sus discapacidades, puedan disfrutar plenamente de los atractivos y establecimientos de alojamiento ubicados en el cantón.
- Es de gran utilidad trabajar de manera conjunta con las autoridades competentes para incentivar a los establecimientos a desarrollar una nueva oferta turística con servicios adaptados a las personas con diversidad funcional para contribuir al fortalecimiento de la imagen del cantón como un destino inclusivo y atractivo.
- Finalmente se recomienda a los establecimientos turísticos del cantón Guano, implementar un enfoque estratégico que equilibre la promoción turística con la mejora continua de la calidad en la atención al cliente. Esto implica invertir en la capacitación del personal, el desarrollo de sistemas de gestión de la calidad y la implementación de herramientas de retroalimentación de los clientes.

CAPÍTULO VI.

6. PROPUESTA

6.1 Título de la propuesta

Manual de Capacitación: "Turismo Accesible e Inclusivo: Oportunidades y Desafíos para el Sector Turístico Ecuatoriano"

6.2 Introducción

En un mundo donde la diversidad humana es un valor fundamental, el turismo se presenta como un canal crucial para conectar culturas, paisajes y experiencias. Sin embargo, este sector aún enfrenta desafíos significativos para ser verdaderamente inclusivo y accesible para todas las personas, independientemente de sus capacidades. En Ecuador, un país con una riqueza natural y cultural inigualable, la implementación de un turismo accesible e inclusivo no solo es un imperativo ético, sino también una oportunidad estratégica para impulsar el crecimiento económico y social.

Este manual de capacitación titulado "Turismo Accesible e Inclusivo: Oportunidades y Desafíos para el Sector Turístico Ecuatoriano" tiene como objetivo proporcionar a los profesionales del sector turístico las herramientas necesarias para transformar la industria en un modelo de inclusión y accesibilidad. A través de una serie de módulos bien estructurados, los participantes podrán adquirir conocimientos y habilidades prácticas para eliminar barreras y promover un turismo que celebre la diversidad.

La importancia del turismo accesible e inclusivo va más allá de la simple eliminación de obstáculos físicos. Se trata de reconocer y responder a las necesidades de todos los viajeros, incluyendo a las personas con discapacidad, los adultos mayores y las familias con niños pequeños. Al adaptar nuestros servicios y productos, no solo estamos cumpliendo con un mandato de derechos humanos, sino también creando un mercado más amplio y diverso que puede atraer a una gama más amplia de visitantes internacionales y nacionales.

El contenido de este manual abarca desde conceptos básicos y normativas legales hasta prácticas específicas para la atención al cliente y el diseño de productos y servicios turísticos accesibles. Cada sección está diseñada para proporcionar una comprensión profunda y práctica de cómo hacer del turismo una experiencia enriquecedora y accesible para todos. Este enfoque integral no solo beneficia a los visitantes, sino que también fortalece la competitividad y la reputación de las empresas turísticas que adoptan estas prácticas.

6.3 Objetivos

6.3.1 Objetivo General

Sensibilizar y capacitar a profesionales del sector turístico sobre la importancia del turismo accesible e inclusivo, brindando herramientas prácticas para mejorar la accesibilidad de sus servicios y productos.

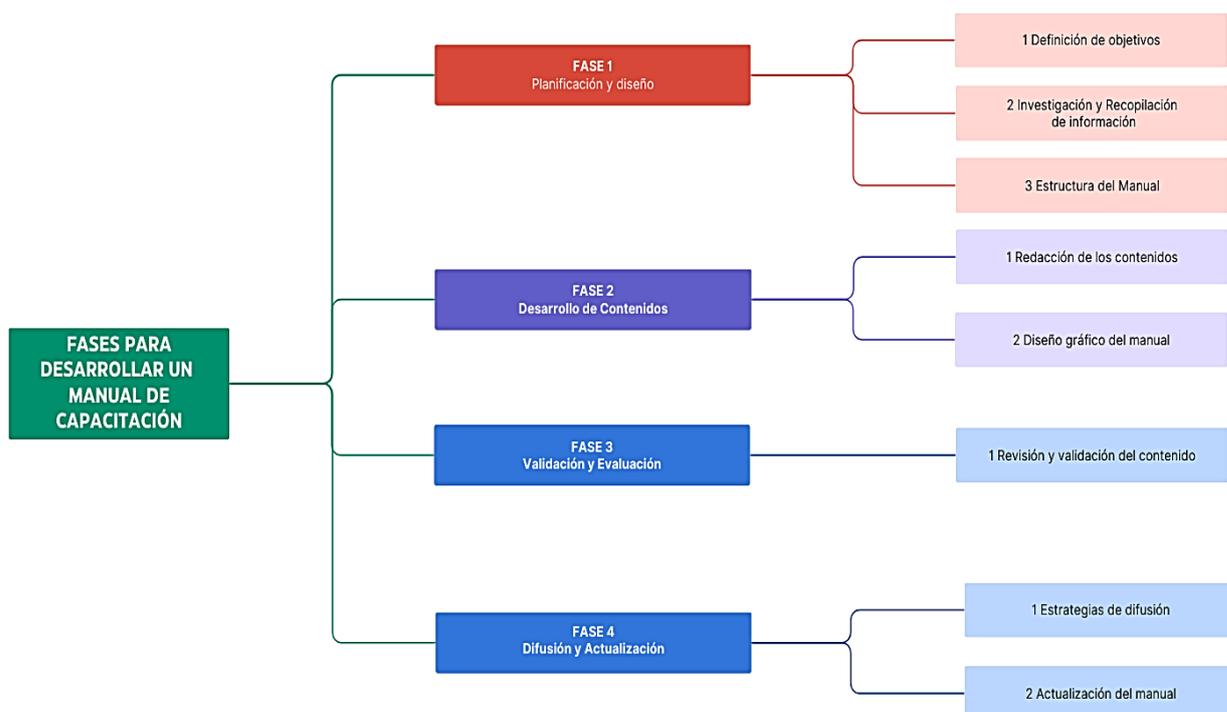
6.3.2 Objetivos específicos

- Diseñar un manual interactivo para la capacitación de profesionales de turismo.
- Crear contenido informativo sobre el turismo accesible e inclusivo.
- Promover la participación de voluntarios y profesionales del ámbito turístico.

6.3.3 Dirigido a:

- Propietarios y gerentes de hoteles, restaurantes, agencias de viajes y otros establecimientos turísticos.
- Guías turísticos.
- Personal de atención al cliente.
- Funcionarios públicos relacionados con el turismo.

6.4 Fases para desarrollar un Manual de Capacitación



Fase	Descripción
Fase 1	
Planificación y diseño	
1 Definición de objetivos:	Al definir los objetivos de la capacitación, es crucial establecer con claridad qué conocimientos, habilidades y actitudes se espera que los participantes adquieran al finalizar el proceso. Estos objetivos deben ser específicos y medibles, para garantizar que los asistentes comprendan los conceptos clave del turismo accesible, manejen adecuadamente las normativas legales, y desarrollen competencias

en la adaptación de servicios e infraestructuras. Además, es importante que los objetivos reflejen la necesidad de una actitud inclusiva y empática hacia los turistas con discapacidad. El público objetivo del manual debe ser claramente identificado, abarcando actores clave del sector, como agencias de viajes, hoteles, restaurantes y guías turísticos, quienes podrán aplicar estos conocimientos en sus actividades diarias. El alcance de los objetivos también debe definir las áreas temáticas que se cubrirán, como los distintos tipos de discapacidad, aspectos legales y ejemplos prácticos, para asegurar una formación integral y efectiva.

2 Investigación y Recopilación de información

La investigación para el desarrollo de un manual de capacitación sobre turismo accesible debe comenzar con un análisis detallado de la legislación ecuatoriana en este ámbito, identificando las leyes y normativas que promueven la accesibilidad en los servicios turísticos. También es necesario considerar normativas internacionales y ejemplos de mejores prácticas que puedan servir de referencia para implementar estrategias efectivas en el contexto ecuatoriano. Es fundamental recopilar datos estadísticos sobre el turismo accesible en el país, lo que permitirá comprender su alcance y relevancia. Además, se debe investigar a fondo las necesidades y expectativas de las personas con discapacidad dentro del sector turístico, para asegurar que el manual aborde sus principales desafíos y brinde soluciones prácticas. Por último, estudiar experiencias exitosas tanto en Ecuador como en otros países proporcionará ideas valiosas sobre cómo implementar medidas inclusivas de manera eficiente y efectiva.

3 Estructura del Manual

La estructura es fundamental para lograr una capacitación efectiva. Para ello, es necesario establecer secciones y subsecciones claras, que permitan una lectura fluida y comprensible. Los contenidos deben seguir un orden lógico y gradual, comenzando con los conceptos esenciales del turismo accesible y avanzando hacia temas más detallados, como la implementación de normativas y la adaptación de los servicios turísticos. Es igualmente importante incluir recursos didácticos que enriquezcan el aprendizaje, tales como ejemplos concretos, casos reales que ilustren situaciones prácticas, imágenes que refuercen las ideas clave, y actividades interactivas que fomenten la aplicación directa de los conocimientos adquiridos. Este enfoque asegurará que el manual sea una herramienta útil y dinámica para todos los participantes.

Fase 2

Desarrollo de Contenidos

1 Redacción de los contenidos

La redacción del manual debe estar orientada a garantizar un lenguaje simple, directo y comprensible para todos los destinatarios, desde operadores turísticos hasta personal de

atención. Es fundamental que los conceptos se presenten de manera clara, evitando tecnicismos que puedan dificultar su comprensión, y que estos se enfoquen en su aplicación práctica para el día a día en el sector. Además, es crucial incluir ejemplos concretos y casos de estudio relevantes al contexto ecuatoriano, de modo que los participantes puedan ver cómo se han abordado situaciones de accesibilidad en el país. Esto no solo facilita la comprensión, sino que también permite visualizar cómo implementar soluciones en sus propias actividades turísticas.

2 Diseño gráfico del manual

El diseño del manual debe enfocarse en ser visualmente atractivos y accesibles para personas con diferentes tipos de discapacidad. Es fundamental elegir una tipografía clara y legible, con un tamaño adecuado y colores que ofrezcan un buen contraste para facilitar la lectura, especialmente para personas con discapacidades visuales. El espaciado entre líneas y párrafos debe ser generoso para mejorar la legibilidad. Asimismo, es importante utilizar imágenes y elementos visuales que refuercen el contenido, ayudando a que la información sea más comprensible. La organización del texto debe seguir un esquema que permita una lectura fluida y sencilla, con una estructura visual clara que destaque los puntos clave, facilitando la comprensión del contenido para todos los usuarios.

Fase 3:

Validación y Evaluación

1 Revisión y validación del contenido

La revisión y validación del manual es esencial para asegurar que su contenido sea preciso, relevante y accesible. Para lograrlo, es clave que expertos en turismo evalúen la información técnica y su correcta aplicación en el sector, mientras que personas con discapacidad aporten su visión desde la experiencia personal, garantizando que las propuestas sean realmente útiles y accesibles. Este proceso conjunto permite no solo verificar la exactitud de los conceptos, sino también hacer ajustes que aseguren que el manual cumpla con los requisitos de accesibilidad y responda a las necesidades reales de sus usuarios

Fase 4

Difusión y Actualización

1 Estrategias de difusión:

Para asegurar una amplia distribución del manual, es esencial utilizar diversas estrategias de difusión. Una de las principales consiste en compartirlo a través de diferentes canales, como plataformas digitales, redes sociales e instituciones gubernamentales, facilitando su acceso al público objetivo. Además, es recomendable establecer alianzas con asociaciones de turismo y otras organizaciones vinculadas al sector para ampliar su alcance. Por otra parte, la organización de talleres y eventos de presentación es clave para dar a conocer el manual, brindando la

oportunidad de profundizar en sus contenidos y capacitar a los profesionales en la implementación de prácticas accesibles dentro de sus servicios turísticos.

- 2 Actualización del manual Es crucial realizar revisiones periódicas del manual para mantenerlo actualizado y en sintonía con las últimas tendencias del turismo accesible, las normativas vigentes y las nuevas necesidades del sector. Adaptar el contenido a estos cambios garantiza que la información sea relevante y útil para los profesionales que lo utilicen. Al ajustar el manual regularmente, se asegura que continúe siendo una herramienta efectiva para mejorar la accesibilidad en los servicios turísticos, permitiendo a los usuarios responder de manera adecuada a las exigencias actuales del mercado y a las expectativas legales.

Elaborado por: Brayan Broncano, 2024

6.5 Desarrollo de la propuesta

6.5.1 Fase 1: Planificación y diseño

La Fase 1 de esta propuesta se centró en la planificación y diseño meticuloso del manual, buscando asegurar su pertinencia y eficacia. En primer lugar, se definieron con claridad los objetivos de la capacitación, especificando los conocimientos, habilidades y actitudes que se espera que los participantes adquieran al finalizar el proceso. Se identificó el público objetivo, considerando las necesidades particulares de los diferentes actores del sector turístico ecuatoriano, como agencias de viajes, hoteles, restaurantes y guías turísticos. Además, se delimitó el alcance del manual, abarcando los tipos de discapacidades, los aspectos legales relevantes y la inclusión de ejemplos prácticos para facilitar la comprensión y aplicación de los conceptos.

En segundo lugar, se llevó a cabo una exhaustiva investigación y recopilación de información, consultando diversas fuentes como la legislación ecuatoriana sobre turismo accesible e inclusivo, las normativas internacionales, datos estadísticos, estudios sobre las necesidades y expectativas de las personas con discapacidad en el ámbito turístico, y casos de éxito tanto en Ecuador como en otros países. Este proceso permitió construir una base sólida de conocimientos para el desarrollo de los contenidos del manual, asegurando su rigurosidad y actualidad.

Finalmente, se procedió a estructurar el manual de forma lógica y progresiva, organizando los contenidos en módulos y subsecciones que facilitarían la comprensión y el aprendizaje. Se puso especial énfasis en la incorporación de elementos como, casos prácticos, imágenes y actividades, con el fin de mantener el interés de los participantes y promover la aplicación de los conocimientos adquiridos en situaciones reales. El diseño del manual se concibió buscando la claridad, la accesibilidad y la facilidad de uso para el público objetivo.

6.5.1.1 Definición de objetivos:

Objetivo General

Capacitar a los actores del sector turístico ecuatoriano para ofrecer servicios y experiencias turísticas accesibles e inclusivas que promuevan la igualdad de oportunidades y la participación plena de las personas con discapacidad.

Objetivos Específicos:

- Sensibilizar sobre la importancia del turismo accesible e inclusivo.
- Brindar conocimientos sobre la legislación ecuatoriana e internacional en materia de accesibilidad turística.
- Identificar las necesidades y expectativas de las personas con discapacidad en el ámbito turístico.
- Proporcionar herramientas y estrategias para adaptar servicios y productos turísticos a las necesidades de las personas con discapacidad.
- Promover la creación de experiencias turísticas inclusivas y enriquecedoras para todos.

6.5.1.2 Investigación y Recopilación de información:

Información utilizada en el Módulo I

Inclusión:

El turismo inclusivo se enfoca en diseñar entornos, productos y servicios turísticos que sean accesibles, utilizables y disfrutables para todas las personas, asegurando igualdad de oportunidades. Esto significa que todas las personas, sin importar sus capacidades o características, puedan participar plenamente en las actividades turísticas. La inclusión tiene como objetivo eliminar obstáculos y fomentar valores compartidos para una sociedad más cohesionada. Este concepto va más allá de la accesibilidad, ya que es un principio por el cual la sociedad fomenta valores que buscan el bienestar común, permitiendo que todas las personas dispongan de oportunidades y recursos para participar plenamente en diversos sectores. La inclusión está vinculada a actitudes y valores sociales.

Accesibilidad Universal:

“La accesibilidad universal es la condición que deben cumplir los entornos, procesos, bienes, productos y servicios, así como los objetos o instrumentos, herramientas y dispositivos, para ser comprensibles, utilizables y practicables por todas las personas en condiciones de seguridad y comodidad y de la forma más autónoma y natural posible. Alcanzar esa condición de accesibilidad requiere que el diseño en origen o cuando se abordan modificaciones, adecuaciones o remodelaciones tenga en cuenta la diversidad en la funcionalidad de las capacidades humanas”(OMT, 2016).

Estadísticas y Tipos de Discapacidad:

La población con discapacidad en Ecuador representa un grupo significativo que requiere atención e inclusión en todos los ámbitos de la sociedad. Si bien las cifras exactas pueden variar, los datos del Ministerio de Salud Pública a septiembre de 2023 registran a

571.634 personas con discapacidad, lo que evidencia la importancia de abordar sus necesidades y garantizar sus derechos.

La distribución por género muestra una ligera predominancia de hombres (54.19%) frente a mujeres (45.80%). En cuanto a la ubicación geográfica, la mayoría de las personas con discapacidad reside en áreas urbanas (68.7%), lo que plantea desafíos específicos para garantizar la accesibilidad y la inclusión en las ciudades.

Es importante destacar que el Censo de Población y Vivienda de 2022, el último con datos específicos sobre discapacidad reveló que el 5,63% de la población ecuatoriana tenía algún tipo de discapacidad. No obstante, se espera que el Censo de 2022, con preguntas más detalladas, proporcione cifras más actualizadas. Además, estudios del INEC indican que 7 de cada 100 personas mayores de 5 años en Ecuador enfrentan dificultades funcionales para realizar actividades cotidianas, lo que resalta la necesidad de promover la autonomía y la inclusión social.

En cuanto a los tipos de discapacidad, la física es la más prevalente, afectando al 44.87% de las personas registradas. Le siguen la discapacidad intelectual (23.35%), visual (11.54%), auditiva (12.93%) y psicosocial (5.03%). Esta diversidad en los tipos de discapacidad exige un enfoque integral e inclusivo que considere las particularidades de cada grupo (Estadísticas de Discapacidad – Consejo Nacional Para la Igualdad de Discapacidades, s. f.).

Estadísticas y Tipos de Discapacidad:

La población con discapacidad en Ecuador representa un grupo significativo que requiere atención e inclusión en todos los ámbitos de la sociedad. Si bien las cifras exactas pueden variar, los datos del Ministerio de Salud Pública a septiembre de 2023 registran a 571.634 personas con discapacidad, lo que evidencia la importancia de abordar sus necesidades y garantizar sus derechos.

La distribución por género muestra una ligera predominancia de hombres (54.19%) frente a mujeres (45.80%). En cuanto a la ubicación geográfica, la mayoría de las personas con discapacidad reside en áreas urbanas (68.7%), lo que plantea desafíos específicos para garantizar la accesibilidad y la inclusión en las ciudades.

Es importante destacar que el Censo de Población y Vivienda de 2022, el último con datos específicos sobre discapacidad reveló que el 5,63% de la población ecuatoriana tenía algún tipo de discapacidad. No obstante, se espera que el Censo de 2022, con preguntas más detalladas, proporcione cifras más actualizadas. Además, estudios del INEC indican que 7 de cada 100 personas mayores de 5 años en Ecuador enfrentan dificultades funcionales para realizar actividades cotidianas, lo que resalta la necesidad de promover la autonomía y la inclusión social.

En cuanto a los tipos de discapacidad, la física es la más prevalente, afectando al 44.87% de las personas registradas. Le siguen la discapacidad intelectual (23.35%), visual (11.54%), auditiva (12.93%) y psicosocial (5.03%). Esta diversidad en los tipos de discapacidad exige un enfoque integral e inclusivo que considere las particularidades de cada grupo (Estadísticas de Discapacidad – Consejo Nacional Para la Igualdad de Discapacidades, s. f.).

Marco Legal

La política incluye un marco legal y normativo que respalda la accesibilidad en el turismo. Este marco abarca aspectos como la elaboración de leyes y regulaciones para garantizar la accesibilidad en las instalaciones turísticas y servicios.

Tabla 53: Marco Legal

Constitución de la República del Ecuador	
Art. 11, Numeral 2	Nadie podrá ser discriminado entre otras razones por motivos de discapacidad y establece que el Estado adoptará medidas de acción afirmativa que promuevan la igualdad real a favor de los titulares de derechos que se encuentre en situación de desigualdad.
Artículo 35	Reconoce a las personas con discapacidad como parte del “Grupo de Atención Prioritaria”, lo que implica la obligatoriedad de garantizar la igualdad de oportunidades para el ejercicio de sus derechos.
Artículo 36	Las personas adultas mayores recibirán atención prioritaria y especializada en los ámbitos público y privado, en especial en los campos de inclusión social y económica, y protección contra la violencia. Se considerarán personas adultas mayores aquellas personas que hayan cumplido los sesenta y cinco años de edad.
Artículo 47	Establece la obligatoriedad del Estado ecuatoriano de procurar la equiparación de oportunidades para las personas con discapacidad y su integración social.
Artículo 47, Numerales 10 y 11	El Estado garantizará de manera adecuada a todos los bienes y servicios, eliminación de barreras arquitectónicas, acceso a mecanismos, medios y formas alternativas de comunicación, entre ellos el lenguaje de señas, oralismo y braille.
Artículo 47, Numeral 3	El Estado adoptará el desarrollo de planes y políticas dirigidas a fomentar el esparcimiento y descanso de las personas con discapacidad.
Artículo 66, Numerales 2, Numeral 25.	Reconocen y garantizan a las personas el derecho a una vida digna que asegure, entre otros, el descanso y ocio, así como el derecho al esparcimiento, los cuales pueden ser ejercidos a través de las distintas actividades turísticas establecidas conforme a la Ley. El numeral 25 indica el derecho a acceder a bienes y servicios públicos y privados de calidad, con eficiencia, eficacia y buen trato, así como a recibir información adecuada y veraz sobre su contenido y características.
Ley de Turismo	
Capítulo X	Protección al consumidor de servicios turísticos, artículo 43, señala que de conformidad con el artículo 23, numeral 3 de la Constitución Política, se prohíbe todo discrimen a los extranjeros o a cualquier otro grupo humano en las actividades turísticas, especialmente en lo que concierne a tarifas y tasas por cualquier servicio turístico.
Reglamento General de Actividades Turísticas	
Sección 10, en disposiciones generales, artículo 54	No discriminación, indica que todos los alojamientos serán de libre acceso al público en general, quedando prohibida cualquier discriminación en la admisión. No obstante, estos establecimientos se reservarán el derecho de no admitir a quienes incumplan las normas básicas de convivencia, moralidad y decencia.
Ley Orgánica de Discapacidades - LOD	

Artículo 1	El objeto de la LOD es asegurar la prevención, detección oportuna, habilitación y rehabilitación de la discapacidad y garantizar la plena vigencia, difusión y ejercicio de los derechos de las personas con discapacidad, establecidos en la Constitución de la República, los tratados e instrumentos internacionales.
Artículo 44	Sobre Turismo Accesible indica que: la autoridad nacional encargada del turismo en coordinación con los gobiernos autónomos descentralizados, vigilarán la accesibilidad de las personas con discapacidad a las diferentes ofertas turísticas, brindando atención prioritaria, servicios con diseño universal, transporte accesible y servicios adaptados para cada discapacidad. Además, los organismos mencionados vigilarán que las empresas privadas y públicas brinden sus servicios de manera permanente, así como también que promuevan tarifas reducidas para las personas con discapacidad.
Reglamento a la Ley Orgánica de Discapacidades	
Artículo 13	Cita que el Consejo Nacional para la Igualdad de Discapacidades, en coordinación con la autoridad nacional encargada del turismo, formularán las políticas públicas con el fin de promover el turismo accesible para las personas con discapacidad.
Código Orgánico de Ordenamiento Territorial, Autonomía y Descentralización	
Artículo 54	Las Municipalidades deben "b) Diseñar e implementar políticas de promoción y construcción de equidad e inclusión en su territorio, en el marco de sus competencias constitucionales y legales; g) Implementar los sistemas de protección integral del cantón a grupos de atención prioritaria, cuyas carencias deben ser atendidas con al menos 10% de los ingresos no tributarios. Para la inclusión de los grupos vulnerables las Municipalidades deben establecer el Consejo cantonal para la protección de derechos cuyas atribuciones se refieren a la formulación, transversalización, observancia, seguimiento y evaluación de políticas públicas municipales de protección de derechos, articuladas a las políticas públicas de los Consejos Nacionales para la Igualdad.
Artículo 55	Faculta a los gobiernos municipales la garantía del derecho a la inclusión al ser responsables de planificar el desarrollo cantonal y de formular el ordenamiento territorial con el fin de regular y controlar el uso y la ocupación del suelo urbano y rural, en el marco de la interculturalidad y plurinacionalidad y el respeto a la diversidad, principio este último que engloba a las personas con discapacidad.
Artículo 130	Los Gobiernos Autónomos Municipales ejercen la competencia de tránsito y transporte, dentro de lo que se incluye sistemas de transporte de tipo accesible, es decir garantizar el derecho a la movilidad dentro del territorio cantonal.

Elaboración: Ministerio de Turismo – CONADIS

Normas INEN sobre accesibilidad

Las normas INEN sobre la accesibilidad establecen criterios de accesibilidad universal y diseño para espacios públicos y privados. Estas normas garantizan que cualquier persona, sin importar su edad, género, origen cultural o capacidad, pueda utilizar estos

espacios. Los criterios recogidos en estas normas sirven como guía para evaluar la accesibilidad de un entorno en cualquier momento. El Consejo Nacional para la Igualdad de Discapacidades (CONADIS) brinda asesoría técnica al Servicio Ecuatoriano de Normalización (INEN) para desarrollar normativa que cumpla con estándares internacionales de accesibilidad y parámetros mínimos de acceso físico.

Actualmente, Ecuador cuenta con 43 Normas Técnicas INEN relacionadas con la accesibilidad universal, que abarcan desde símbolos para diferentes discapacidades hasta especificaciones para rampas, edificaciones, bordillos y pasamanos. Para garantizar el cumplimiento adecuado, el CONADIS ha priorizado un curso virtual sobre “Accesibilidad al medio físico y normativa técnica ecuatoriana” dirigido a profesionales de la construcción, con el objetivo de crear espacios que faciliten la movilidad de todas las personas, especialmente aquellas con discapacidad.

Beneficios del turismo accesible para el sector turístico y la sociedad

El turismo accesible no se trata solo de "hacer lo correcto", sino que representa una oportunidad para que el sector turístico crezca, se diversifique y contribuya a una sociedad más justa. A continuación, se detallan los beneficios tanto para la industria turística como para la sociedad en general:

Los beneficios del turismo accesible trascienden el ámbito económico. Al garantizar que las personas con discapacidad tengan las mismas oportunidades de disfrutar del ocio, la cultura y el turismo, se promueve su inclusión social y se contribuye a la creación de una sociedad más justa e igualitaria. El turismo accesible también sensibiliza y concientiza a la sociedad sobre las necesidades de las personas con discapacidad, fomentando la empatía y el respeto a la diversidad. Además, genera nuevas oportunidades de empleo y desarrollo económico en las comunidades locales, al tiempo que mejora la calidad de vida de las personas con discapacidad y sus familias.

En la tesis "Propuesta para la implementación de señalética especializada interpretativa para personas con discapacidad auditiva y visual en la Casa Museo Ma. Augusta Urrutia" (Pontificia Universidad Católica del Ecuador, 2020), Ramírez Carvajal diseñó una propuesta de señalética especializada para dicho museo, basada en su valor patrimonial, con el objetivo de favorecer la comprensión y la experiencia de visita de personas con discapacidad auditiva y visual (Ramírez Carvajal, 2019).

La investigación surgió a partir de la falta de elementos que facilitarían el acceso y disfrute del museo a personas con dichas discapacidades. Mediante entrevistas y encuestas, se diagnosticó la situación actual, revelando que el personal no estaba totalmente capacitado para atender a personas con discapacidad auditiva y visual, y que existían barreras en la institución que limitaban su acceso.

Con base en este diagnóstico, Ramírez Carvajal desarrolló un completo proyecto que incluye: un plan de señalética interpretativa para personas con discapacidad auditiva, sugerencias de contrastes para la colocación de señalética, un plan de estructura y gestión de la señalética especializada, y la descripción de actividades específicas para personas con discapacidad auditiva y visual. Esta propuesta integral mejoró la inclusión en la Casa Museo Ma. Augusta Urrutia, garantizando que todos los visitantes puedan disfrutar de su valor patrimonial en igualdad de condiciones.

Iniciativas de Turismo Accesible

En el estudio "Turismo accesible: mejora de la experiencia para personas con discapacidades" (Universidad Técnica Estatal de Quevedo, 2023), los autores lograron identificar propuestas innovadoras para superar los obstáculos que enfrentan las personas con discapacidad al viajar. A través de una metodología cualitativa y un enfoque de análisis contextual, capturaron una comprensión profunda de las experiencias y desafíos específicos de estos viajeros, sin limitarse a los métodos tradicionales de recolección de datos (Cabrera, 2024).

El estudio evidenció la necesidad crucial de adaptar las infraestructuras y servicios turísticos para que sean más inclusivos. Se identificaron áreas clave de mejora, como la adaptabilidad de los alojamientos, la accesibilidad en el transporte y la capacitación del personal en la atención a las necesidades específicas de las personas con discapacidad.

Como resultado de la investigación, se propusieron soluciones concretas para mejorar la experiencia de viaje de las personas con discapacidad, incluyendo la implementación de tecnologías adaptativas y la promoción de políticas más inclusivas por parte de las autoridades turísticas y los proveedores de servicios. Este estudio representa un avance significativo en la comprensión del turismo accesible y ofrece herramientas para construir un sector turístico más equitativo e inclusivo.

Información utilizada en el Módulo 2

Barreras y Soluciones para la Accesibilidad

En el mundo contemporáneo, la accesibilidad y la inclusión en el ámbito turístico se han convertido en pilares fundamentales para garantizar la igualdad de oportunidades para todas las personas con discapacidad. Sin embargo, a pesar de los avances significativos en la promoción de estos principios, persisten diversas barreras que impiden a las personas con discapacidad participar plenamente en la vida cotidiana. Estas barreras pueden ser físicas, arquitectónicas, comunicativas, actitudinales, sociales, culturales y económicas, y afectan múltiples aspectos de la experiencia humana, desde el acceso a servicios básicos hasta la participación en actividades sociales y laborales.

Tipos de barreras

Las barreras comunicacionales y actitudinales son obstáculos invisibles pero significativos que pueden afectar la experiencia de las personas con discapacidad en el turismo. Aunque se ha avanzado en la eliminación de barreras físicas, estas barreras persisten y pueden limitar el acceso a la información, la interacción con el entorno y la participación plena en la experiencia turística.

Barreras de Actitudinales:

Reflejan actitudes y normas culturales que perpetúan la exclusión y la marginación de los turistas con discapacidad. Superar estas barreras requiere un cambio profundo en la percepción social y un esfuerzo continuo por promover la empatía, la comprensión y la inclusión activa en todas las esferas de la vida. Además, las barreras económicas pueden limitar el acceso a recursos esenciales, como equipos adaptativos y servicios especializados, haciendo necesaria la implementación de políticas y programas que garanticen la disponibilidad y asequibilidad de estos recursos.

Enfrentar y superar estas barreras no solo implica la implementación de soluciones técnicas y arquitectónicas, sino también un compromiso con la transformación cultural y

social. La accesibilidad debe ser considerada una responsabilidad colectiva y una prioridad en la construcción de sociedades más justas e inclusivas. Solo a través de un enfoque integral que aborde todos estos aspectos podemos lograr una verdadera igualdad de oportunidades para todas las personas, independientemente de sus capacidades.

- **Estereotipos:** Algunas personas asumen que la calidad de vida de quienes tienen discapacidades es mala.
- **Estigma, prejuicio y discriminación:** Estas actitudes pueden limitar la participación de personas con discapacidades. Es importante reconocer que la discapacidad no es un déficit personal, sino una responsabilidad social que debe abordarse para apoyar vidas independientes.
- **Prejuicios y estereotipos:** Las actitudes negativas, los prejuicios y los estereotipos sobre las personas con discapacidad pueden generar discriminación y exclusión en el ámbito turístico. La falta de conocimiento sobre la diversidad funcional puede llevar a la infravaloración de las capacidades de las personas con discapacidad y a la asunción de que no pueden disfrutar del turismo.
- **Falta de sensibilización:** La falta de sensibilización sobre las necesidades de las personas con discapacidad puede llevar a la indiferencia o a la falta de atención por parte del personal turístico. Esto puede manifestarse en la falta de iniciativa para ofrecer asistencia, la incomprensión de las necesidades específicas o la falta de paciencia para comunicarse de manera efectiva.
- **Sobreprotección:** La sobreprotección hacia las personas con discapacidad puede limitar su autonomía y su capacidad de participar plenamente en la experiencia turística. Es importante reconocer su derecho a la independencia y a tomar sus propias decisiones.
- **Miedo al contacto:** El miedo o la inseguridad al interactuar con personas con discapacidad puede llevar a la evitación o a la falta de comunicación. Es crucial promover la interacción respetuosa y natural, reconociendo la diversidad humana.

Impacto en la experiencia del cliente:

- **Frustración y exclusión:** Las barreras comunicacionales y actitudinales pueden generar frustración, incomodidad y sentimientos de exclusión en las personas con discapacidad, limitando su disfrute del viaje.
- **Reducción de la participación:** La falta de acceso a la información y la comunicación puede impedir que las personas con discapacidad participen plenamente en las actividades turísticas y en la interacción con el entorno.
- **Disminución de la satisfacción:** Las experiencias negativas relacionadas con barreras comunicacionales y actitudinales pueden afectar la satisfacción general del cliente y su percepción del destino turístico.
- **Impacto económico:** La falta de accesibilidad puede limitar el acceso al mercado turístico de las personas con discapacidad, lo que representa una pérdida económica para el sector.

Barreras comunicacionales:

Información accesible:

- Problema: La información turística a menudo se presenta en formatos inaccesibles para personas con discapacidad visual (letra pequeña, falta de contraste, ausencia de braille o audio descripciones), auditiva (falta de subtítulos o intérpretes de lengua de señas) o cognitiva (lenguaje complejo, falta de pictogramas o imágenes).
- Impacto: Dificulta la planificación del viaje, la elección de destinos y servicios, la orientación en el lugar y la comprensión de la información sobre atracciones turísticas.
- Soluciones:
 - Ofrecer información en múltiples formatos: texto grande, braille, audioguías, videos con subtítulos e intérpretes de lengua de señas, páginas web accesibles con lectores de pantalla.
 - Utilizar un lenguaje claro, conciso y fácil de entender, con pictogramas o imágenes para apoyar la comprensión.
 - Implementar sistemas de audioguía con descripciones detalladas para personas con discapacidad visual.
 - Contar con personal capacitado en lengua de señas o dispositivos de traducción en tiempo real para personas con discapacidad auditiva.

Comunicación interpersonal:

- Problema: La falta de capacitación del personal turístico en comunicación accesible puede dificultar la interacción con personas con discapacidad.
- Impacto: Genera malentendidos, frustración y dificultad para acceder a servicios o solicitar asistencia.
- Soluciones:
 - Capacitar al personal en lengua de señas, sistemas de comunicación aumentativa y alternativa, y estrategias de comunicación clara.
 - Fomentar la paciencia, la empatía y la escucha activa en la interacción con personas con discapacidad.
 - Utilizar apoyos visuales o escritos para facilitar la comunicación.

Señalización:

- Problema: Señalización inadecuada en términos de contraste, tamaño de letra, ubicación o falta de información en braille o audio.
- Impacto: Dificulta la orientación y el desplazamiento de personas con discapacidad visual.
- Soluciones:
 - Utilizar señalización con alto contraste (letras negras sobre fondo blanco o amarillo).
 - Implementar señalización táctil en braille o con relieve.
 - Incorporar sistemas de audioguía o balizas sonoras para orientar a personas con discapacidad visual.

Tecnología:

- Problema: Sitios web, aplicaciones y otros recursos digitales no accesibles para personas con discapacidad visual, auditiva o motora.

- Impacto: Limita el acceso a la información, la reserva de servicios y la participación en actividades turísticas online.
- Soluciones:
 - Diseñar sitios web y aplicaciones con criterios de accesibilidad WCAG (Web Content Accessibility Guidelines).
 - Ofrecer alternativas de texto para el contenido multimedia (subtítulos, audiodescripciones).
 - Asegurar la compatibilidad con lectores de pantalla y otras tecnologías asistidas.

Barreras Físicas:

Las barreras físicas y arquitectónicas incluyen obstáculos en el entorno construido que limitan la movilidad y el acceso. Estos problemas, como escaleras sin rampas o edificios sin ascensores, requieren soluciones específicas, como la instalación de rampas accesibles, ascensores y baños adaptados. Por otro lado, las barreras comunicativas afectan la capacidad de las personas para recibir y entender información, destacando la necesidad de materiales en formatos accesibles y tecnologías de apoyo que faciliten la comunicación.

- Obstáculos en la infraestructura (escaleras, falta de rampas, etc.).
- Espacios inaccesibles para sillas de ruedas o personas con movilidad reducida.

Adaptaciones y mejoras para la accesibilidad

Las adaptaciones abarcan modificaciones específicas realizadas en el entorno físico, digital o en la comunicación para permitir el acceso y la participación de las personas o personas con diversidad funcional. Estos ajustes pueden ser tan variados como la instalación de rampas y ascensores en edificios, el diseño de sitios web accesibles con lectores de pantalla y subtítulos, o la provisión de materiales en formatos alternativos como braille o audio. Las adaptaciones son fundamentales para eliminar las barreras que enfrentan las personas con discapacidad y asegurar que puedan acceder a servicios, información y espacios públicos sin restricciones.

Por otro lado, las mejoras para la accesibilidad van más allá de las adaptaciones individuales y buscan integrar principios de diseño universal en la planificación y construcción de entornos y servicios. La filosofía del diseño universal promueve la creación de espacios y productos que sean funcionales y accesibles para todos, sin necesidad de ajustes adicionales. Estas mejoras incluyen el diseño de espacios públicos inclusivos, la implementación de tecnologías avanzadas que faciliten la comunicación y la movilidad, y la integración de prácticas inclusivas en el turismo.

Las adaptaciones y mejoras para la accesibilidad no solo benefician a las personas con discapacidad, sino que también enriquecen la experiencia de vida para todos. Al incorporar estas prácticas, se fomenta un entorno más inclusivo y equitativo, que respeta y valora la diversidad y garantiza que cada individuo pueda contribuir y disfrutar de la vida en igualdad de condiciones. En última instancia, estas medidas reflejan un compromiso con la dignidad y el respeto por todos los miembros de la comunidad, creando un mundo donde la accesibilidad y la inclusión sean una norma, no una excepción.

Rampas de acceso:

Las rampas de acceso son una de las principales adaptaciones para garantizar la accesibilidad de personas con discapacidad. Aquí te proporciono información clave y normativa relevante sobre las rampas de acceso:

- Propósito: Facilitar el acceso a edificios, espacios públicos y otros entornos para personas que usan sillas de ruedas, andadores, o tienen problemas de movilidad.
- Diseño: Deben permitir una transición suave entre niveles diferentes, con una inclinación adecuada para evitar dificultades en el uso.

Norma Ecuatoriana de Construcción (NEC):

La NEC 15: “Accesibilidad y movilidad en edificaciones” establece requisitos específicos para la accesibilidad en edificios. Incluye detalles sobre las pendientes permitidas para rampas, anchos mínimos y espacios de descanso.

Requisitos Comunes para Rampas de Acceso

1. Pendiente: La pendiente máxima recomendada es del 8.33% (1:12) para rampas largas. Rampas más cortas pueden tener una pendiente mayor, pero siempre debe ser cómoda y segura para el usuario.
2. Ancho: Debe ser suficiente para permitir el paso de una silla de ruedas, generalmente al menos 90 cm a 1.20 m, dependiendo de las normativas locales.
3. Superficie: La superficie debe ser antideslizante para evitar caídas, especialmente en condiciones húmedas.
4. Espacios de Descanso: Deben ser proporcionados en rampas largas para permitir que los usuarios descansen. La longitud mínima recomendada es de 1.50 m.
5. Bordes y Barandillas: Los bordes deben estar claramente definidos y, en algunos casos, es necesario instalar barandillas para proporcionar apoyo adicional.
6. Señalización: Las rampas deben estar señalizadas adecuadamente para informar a los usuarios de su presencia y garantizar su visibilidad.

Baños adaptados:

Los baños adaptados son instalaciones diseñadas para permitir que las personas con discapacidad puedan utilizar los servicios sanitarios de manera segura y autónoma. Estos baños están equipados con características específicas que eliminan las barreras físicas y facilitan el acceso y el uso.

- Propósito: Permitir que las personas con discapacidad utilicen las instalaciones sanitarias de manera segura y autónoma.
- Diseño: Los baños adaptados deben ser espaciosos, con equipos y accesorios dispuestos de manera que sean accesibles y fáciles de usar.

Norma Ecuatoriana de Construcción (NEC)

NEC 15: Accesibilidad y movilidad en edificaciones. Esta normativa establece requisitos específicos para la accesibilidad en edificios, incluyendo detalles sobre los baños adaptados.

Requisitos Comunes para Baños Adaptados

1. Dimensiones del Espacio: El espacio debe ser lo suficientemente grande para permitir el giro de una silla de ruedas. Las dimensiones mínimas recomendadas suelen ser de 1.50 m x 1.50 m.

2. Puertas: Las puertas deben ser lo suficientemente anchas para permitir el paso de una silla de ruedas, generalmente al menos 90 cm. Deben abrir hacia afuera o ser correderas para no obstaculizar el espacio interior.
3. Inodoros: La altura del asiento del inodoro debe estar entre 43 cm y 48 cm. Debe haber suficiente espacio a un lado (al menos 90 cm) para permitir la transferencia desde una silla de ruedas.
Deben instalarse barras de apoyo a ambos lados del inodoro, a una altura de 80 cm.
4. Lavamanos: La altura del lavamanos debe estar entre 80 cm y 85 cm, con un espacio libre debajo para permitir el acceso de una silla de ruedas.
Los grifos deben ser de fácil manejo, preferiblemente de palanca o sensor.
5. Accesorios: Todos los accesorios, como dispensadores de jabón, toallas y espejos, deben estar a una altura accesible, generalmente no más de 1.20 m.
6. Superficies Antideslizantes: Los suelos y otras superficies deben ser antideslizantes para evitar caídas.
7. Ducha (si aplica): Las duchas deben tener un asiento plegable a una altura de aproximadamente 48 cm y barras de apoyo instaladas.
El área de la ducha debe ser de al menos 1.20 m x 1.20 m.
8. Señalización: Los baños adaptados deben estar claramente señalizados con símbolos internacionales de accesibilidad.

Información utilizada en el Módulo 3

Estrategias para una Atención Inclusiva

La participación de todo el equipo, desde gerentes hasta empleados, es crucial para crear una cultura de servicio inclusiva. Cada miembro debe estar capacitado y sensibilizado para brindar un servicio excepcional que supere las expectativas de los clientes con discapacidad.

A partir de la década de 1970, muchas empresas de servicios comenzaron a reconocer la importancia de la satisfacción del cliente. Sin embargo, es esencial que este enfoque se extienda a todos los clientes, incluyendo aquellos con discapacidades. Ofrecer un servicio accesible no es solo una cuestión de cumplimiento legal, sino una oportunidad para construir una base de clientes leales y diversos (SANDOVAL & DUITAMA GUERRERO, 2015).

La satisfacción del cliente con discapacidad se ve influenciada por una variedad de factores, que van más allá de la calidad del producto o servicio en sí. La accesibilidad de la información, la comunicación efectiva, la actitud del personal y la adaptación del entorno físico son elementos cruciales para garantizar una experiencia positiva.

Para lograr la excelencia en el servicio al cliente con discapacidad, cada empleado debe asumir un rol activo en la creación de un entorno inclusivo. Esto implica comprender las diferentes discapacidades, adaptar la comunicación a las necesidades individuales y estar dispuesto a ofrecer asistencia adicional cuando sea necesario.

Comunicación efectiva con lenguaje inclusivo para personas con discapacidad

El lenguaje que utilizamos en el turismo tiene un impacto significativo en la experiencia del viajero. Un lenguaje inclusivo crea un ambiente acogedor y respetuoso para todas las personas, sin importar su discapacidad o necesidades específicas.

Principios básicos para la interacción:

En el ámbito del turismo accesible, la interacción con personas con discapacidad requiere de una actitud respetuosa, empática y consciente. Más allá de la eliminación de barreras físicas, es fundamental derribar las barreras actitudinales y comunicacionales que pueden dificultar una experiencia turística plena e inclusiva. Los principios básicos de interacción se convierten en una guía para el trato digno e igualitario, promoviendo la autonomía y la participación activa de las personas con discapacidad en el disfrute del turismo.

Estos principios, basados en el reconocimiento de los derechos y la dignidad de todas las personas, nos invitan a repensar nuestras formas de comunicación e interacción. No se trata de simples normas de cortesía, sino de herramientas para construir un turismo más justo y equitativo, donde todos los viajeros se sientan acogidos, valorados y respetados. Aprender a comunicarnos e interactuar de forma accesible no solo enriquece la experiencia de las personas con discapacidad, sino que también nos permite crecer como sociedad.

A continuación, profundizaremos en cada uno de estos principios, brindando ejemplos concretos y herramientas prácticas para su aplicación en el contexto turístico. El objetivo es sensibilizar y capacitar al personal turístico para que pueda ofrecer un servicio de calidad a todos los viajeros, sin importar sus capacidades. Recordemos que la inclusión no es solo un derecho, sino también una oportunidad para enriquecer la experiencia turística y construir un mundo más justo para todos.

- Dirígete a la persona directamente: Habla con la persona, no con su acompañante. Preséntate al iniciar la conversación e identifícate claramente.

Ejemplos:

- Si necesitas saber si la persona requiere asistencia, pregúntale directamente: "¿Necesita ayuda con algo?".
- Si quieres ofrecer información, dirígete a la persona: "Aquí tiene un folleto con información sobre el museo".
- Si necesitas hacer una pregunta, hazla directamente a la persona: "¿Le gustaría visitar el jardín o prefiere ir al museo?".
- Utiliza un tono de voz normal: No es necesario alzar la voz o hablar más lento, a menos que la persona te lo solicite.

Ejemplos:

- Mantén un tono de voz amigable y respetuoso.
- Modula tu voz para que sea clara y fácil de entender.
- Si la persona tiene dificultades para oírte, puedes acercarte un poco o repetir la información de forma más clara, pero sin exagerar.
- Ofrece asistencia, pero no la impongas: Pregunta si la persona necesita ayuda y cómo prefiere recibirla. Respeta su autonomía y sus decisiones.

Ejemplos:

- "¿Le gustaría que le ayude a llevar su equipaje?".
- "¿Necesita asistencia para acceder al museo?".
- "¿Hay algo en lo que pueda ayudarle?".
- Si la persona rechaza tu ayuda, respeta su decisión y no insistas.

- Trata a la persona con respeto y dignidad: Reconoce su individualidad y sus capacidades. Evita hacer suposiciones o juicios basados en su discapacidad visual.

Ejemplos:

- Utiliza un lenguaje inclusivo y respetuoso.
- Evita referirte a la persona por su discapacidad (por ejemplo, "el ciego" o "el sordo").
- Concéntrate en las capacidades de la persona, no en sus limitaciones.
- Valora sus opiniones y perspectivas

Comunicación verbal efectiva:

La comunicación verbal efectiva es esencial en el turismo accesible para garantizar que las personas con discapacidad, especialmente aquellas con discapacidad visual, puedan comprender la información, interactuar con el entorno y disfrutar plenamente de su experiencia de viaje. Más allá de las palabras, se trata de construir puentes de entendimiento, utilizando un lenguaje claro, preciso y adaptado a las necesidades de cada persona.

Dominar las habilidades de comunicación verbal efectiva implica ir más allá de las frases hechas y los clichés. Requiere una escucha activa, empatía y la capacidad de adaptar el lenguaje a las necesidades específicas de cada interlocutor. En el caso de las personas con discapacidad visual, la comunicación verbal se convierte en la principal herramienta para acceder a la información, orientarse en el entorno y participar en las actividades turísticas.

A continuación, exploraremos las claves para una comunicación verbal efectiva en el contexto del turismo accesible. Aprenderemos a utilizar un lenguaje claro, conciso y descriptivo, a evitar ambigüedades, a confirmar la comprensión y a describir las acciones de forma que las personas con discapacidad visual puedan construir una imagen mental de su entorno y disfrutar plenamente de su experiencia de viaje.

- Sé claro y específico: Utiliza un lenguaje preciso y descriptivo. En lugar de decir "allí" o "esto", describe la ubicación o el objeto con detalles.
- Evita ambigüedades: Comunícate de forma concisa y directa.
- Confirma la comprensión: Asegúrate de que la persona ha entendido la información. Puedes preguntar: "¿Te ha quedado claro?" o "¿Necesitas que te repita algo?".
- Describe las acciones: Si vas a realizar alguna acción que pueda afectar a la persona, comunícaselo con anticipación (ej. "Voy a abrir la puerta", "Te voy a pasar un folleto").

Guiando a una persona con discapacidad visual:

Guiar a una persona con discapacidad visual requiere sensibilidad, empatía y el conocimiento de técnicas adecuadas para brindar un apoyo seguro y respetuoso. No se trata solo de llevar a la persona de un punto a otro, sino de facilitar su desplazamiento con autonomía y confianza, permitiéndole explorar el entorno y participar plenamente en la experiencia turística.

La guianza adecuada va más allá de la simple asistencia física. Implica una comunicación clara y constante, describiendo el entorno, anticipando obstáculos y permitiendo que la persona tome decisiones sobre su propio desplazamiento. Un buen guía no solo ofrece su brazo como apoyo, sino que también se convierte en los ojos de la persona,

brindándole la información necesaria para que pueda construir una imagen mental del espacio y moverse con seguridad.

A continuación, detallaremos las técnicas de guiado más adecuadas para personas con discapacidad visual, teniendo en cuenta las mejores prácticas y las recomendaciones de los propios usuarios. Aprenderemos cómo ofrecer nuestro brazo como guía, cómo describir el entorno y cómo anticipar los obstáculos para garantizar un desplazamiento seguro y confiable. Recordemos que el objetivo es facilitar la autonomía y la participación activa de las personas con discapacidad visual en la experiencia turística.

- . Ofrecer el brazo como guía:
 - Pregunta: Siempre pregunta si la persona desea ser guiada antes de tomar su brazo.
 - Posición: Permite que la persona tome tu brazo por encima del codo, sujetándolo con su mano.
 - Movimiento: Camina ligeramente delante de la persona, a un ritmo cómodo para ambos.
 - Comunicación: Describe el entorno, incluyendo obstáculos, cambios de dirección, escaleras o desniveles. Avisa con anticipación sobre cualquier cambio en el terreno.
- Describir el entorno:
 - Detalles: Sé específico al describir el entorno. No uses términos vagos como "allá" o "aquí".
 - Obstáculos: Advierte sobre la presencia de obstáculos como escalones, bordillos, puertas, ramas bajas, etc.
 - Puntos de referencia: Utiliza puntos de referencia para orientar a la persona, como "a la derecha de la fuente" o "frente al edificio rojo".
 - Cambios de dirección: Indica claramente los cambios de dirección, como "gire a la izquierda en la próxima esquina" o "suba las escaleras que están a su derecha".
- Anticipar obstáculos:
 - Verbalización: Avisa con anticipación sobre cualquier obstáculo o cambio en el terreno, como "cuidado con el escalón", "ahora vamos a subir una rampa" o "hay una puerta giratoria a la derecha".
 - Pausa: Haz una pausa antes de llegar al obstáculo para que la persona pueda prepararse.
 - Descripción: Describe el obstáculo con detalle, incluyendo su tamaño, forma y ubicación.
- Consideraciones adicionales:
 - Bastón blanco: Si la persona utiliza un bastón blanco, deja que lo use para explorar el entorno. No intentes mover el bastón ni guiar a la persona por él.
 - Perro guía: Si la persona va acompañada de un perro guía, no lo distraigas ni interfieras con su trabajo.

- Autonomía: Recuerda que la persona con discapacidad visual es capaz de tomar decisiones sobre su propio desplazamiento. Ofrece tu ayuda, pero respeta su autonomía.
- Comunicación: Mantén una comunicación constante y fluida con la persona, preguntando si necesita algo o si tiene alguna duda.
- Es importante tener en consideración lo siguiente:
 - La práctica es fundamental para perfeccionar las técnicas de guiado.
 - Cada persona con discapacidad visual es diferente, por lo que es importante adaptar la guianza a sus necesidades y preferencias.
 - La comunicación y la empatía son claves para una guianza exitosa.
 - Siguiendo estas recomendaciones, podrás brindar un apoyo seguro y respetuoso a las personas con discapacidad visual, permitiéndoles disfrutar de una experiencia turística más accesible e inclusiva.

Información utilizada en el Módulo 4

Diseño de Productos y Servicios Turísticos Accesibles

El cuarto módulo proporciona conocimientos necesarios para que los profesionales del turismo puedan desarrollar productos y servicios turísticos accesibles, innovadores y de calidad, que satisfagan las necesidades de este creciente segmento de mercado. Aprenderemos a diseñar productos y servicios turísticos accesibles no solo es una cuestión de responsabilidad social, sino también una oportunidad de negocio. El mercado del turismo accesible está en constante crecimiento, impulsado por el envejecimiento de la población, el aumento de la concienciación sobre los derechos de las personas con discapacidad y la creciente demanda de experiencias turísticas personalizadas. Adaptar la oferta turística a las necesidades de las personas con discapacidad permite a las empresas ampliar su base de clientes, mejorar su imagen y contribuir al desarrollo de un turismo más sostenible e inclusivo.

A lo largo de este manual, exploraremos los principios del diseño universal, la normativa vigente en materia de accesibilidad turística y las mejores prácticas para la creación de productos y servicios turísticos accesibles. Abordaremos temas como la accesibilidad en el entorno físico, la comunicación accesible, el diseño de experiencias inclusivas y la atención al cliente con necesidades especiales. Confiamos en que esta capacitación les brindará las herramientas necesarias para convertirse en agentes de cambio en la industria turística, promoviendo la inclusión y la igualdad de oportunidades para todos.

Directrices para el Diseño y creación de productos o servicios turísticos accesibles

Para ampliar el tema de las directrices para el diseño de productos o servicios turísticos accesibles, podemos profundizar en cada aspecto, ofreciendo ejemplos concretos y recursos adicionales:

Principios del diseño universal:

- **Equidad en el uso:** El diseño debe ser igual de útil para todas las personas, sin importar sus capacidades. Por ejemplo, un museo que ofrece audioguías con descripciones detalladas no solo beneficia a las personas con discapacidad visual, sino también a personas que prefieren aprender de forma auditiva.
- **Flexibilidad en el uso:** El diseño debe adaptarse a las diferentes preferencias y habilidades de los usuarios. Un ejemplo sería un sitio web que permite ajustar el

tamaño del texto, el contraste y la velocidad de lectura para adaptarse a las necesidades de personas con discapacidad visual o cognitiva.

- **Uso simple e intuitivo:** El diseño debe ser fácil de entender y usar, incluso para personas que no están familiarizadas con el producto o servicio. Por ejemplo, una aplicación móvil para reservar tours debe tener una interfaz sencilla e intuitiva, con instrucciones claras y concisas.
- **Información perceptible:** La información debe presentarse de forma clara y perceptible para todos los usuarios. Esto implica utilizar un lenguaje sencillo, imágenes y pictogramas, así como ofrecer la información en diferentes formatos (texto, audio, braille, etc.).
- **Tolerancia al error:** El diseño debe minimizar las consecuencias de errores o acciones accidentales. Por ejemplo, un sistema de reserva online debe permitir a los usuarios corregir errores fácilmente antes de confirmar la reserva.
- **Bajo esfuerzo físico:** El diseño debe ser cómodo de usar y no requerir un esfuerzo físico excesivo. Por ejemplo, las puertas de un hotel deben ser fáciles de abrir y cerrar, incluso para personas con movilidad reducida.
- **Tamaño y espacio para el acceso y uso:** El diseño debe proporcionar suficiente espacio para que las personas con diferentes tamaños corporales, posturas o movilidad puedan acceder y usar el producto o servicio. Por ejemplo, un restaurante debe tener mesas con espacio suficiente para sillas de ruedas.

Consideraciones específicas para diferentes discapacidades:

- **Discapacidad visual:**
 - **Audio descripciones:** Ofrecer audio descripciones detalladas de exposiciones, obras de teatro, paisajes y otros elementos visuales.
 - **Mapas táctiles:** Proporcionar mapas táctiles que permitan a las personas con discapacidad visual explorar el entorno.
 - **Contraste:** Asegurar un buen contraste entre el texto y el fondo en materiales impresos y digitales.
 - **Tecnología asistida:** Facilitar el uso de tecnologías asistidas, como lectores de pantalla o lupas electrónicas.
- **Discapacidad auditiva:**
 - **Subtítulos en vivo:** Ofrecer subtítulos en vivo en eventos y presentaciones.
 - **Intérpretes de lengua de señas:** Contar con intérpretes de lengua de señas para tours y actividades.
 - **Bucles magnéticos:** Instalar bucles magnéticos en las áreas de atención al cliente para mejorar la audición de las personas con audífonos.
- **Discapacidad motora:**
 - **Rampas y ascensores:** Asegurar la accesibilidad a todos los espacios mediante rampas y ascensores.
 - **Puertas automáticas:** Instalar puertas automáticas para facilitar el acceso a los edificios.
 - **Sillas de ruedas disponibles:** Ofrecer sillas de ruedas en préstamo para las personas que las necesiten.
- **Discapacidad cognitiva:**

- **Información fácil de leer:** Utilizar un lenguaje claro, conciso y fácil de entender.
- **Pictogramas y símbolos:** Utilizar pictogramas y símbolos para representar conceptos e instrucciones.
- **Experiencias sensoriales:** Ofrecer experiencias sensoriales que estimulen diferentes sentidos.

Planificación y diseño:

- **Investigación de mercado:** Realizar encuestas y entrevistas a personas con discapacidad para conocer sus necesidades y preferencias.
- **Diseño participativo:** Involucrar a personas con discapacidad en el proceso de diseño para asegurar que el producto o servicio sea accesible y usable.
- **Pruebas de usuario:** Realizar pruebas de usuario con personas con discapacidad para identificar posibles barreras y mejorar la accesibilidad.

Evaluación y mejora:

- **Auditorías de accesibilidad:** Realizar auditorías de accesibilidad de forma regular para evaluar el cumplimiento de las normas y directrices.
- **Herramientas de evaluación:** Utilizar herramientas de evaluación de la accesibilidad, como listas de verificación y simuladores de discapacidad.
- **Sistemas de retroalimentación:** Implementar sistemas de retroalimentación para que los usuarios puedan reportar problemas de accesibilidad o sugerir mejoras.

Al seguir estas directrices y ampliar la información sobre cada aspecto, se puede contribuir a la creación de un sector turístico más inclusivo y accesible para todos. Recuerda que la accesibilidad no es solo una cuestión de cumplimiento normativo, sino también una oportunidad para mejorar la experiencia de todos los viajeros y promover la igualdad de oportunidades.

Adaptación de actividades y experiencias turísticas

Actividades al aire libre:

1. Senderismo:

- **Rutas accesibles:**

- **Superficie:** Los senderos deben tener superficies firmes y compactas, como tierra compactada, grava fina o pavimento, evitando arenas sueltas, piedras sueltas o raíces que puedan dificultar el desplazamiento de personas con movilidad reducida o problemas de equilibrio.
- **Pendiente:** Las pendientes deben ser suaves, con un máximo del 6% de inclinación, para facilitar el ascenso y descenso de personas en silla de ruedas o con movilidad reducida. Incluir tramos planos para el descanso.
- **Ancho:** El ancho mínimo recomendado para el sendero es de 1.50 metros para permitir el paso de sillas de ruedas y que dos personas puedan cruzarse sin dificultad.
- **Obstáculos:** Eliminar cualquier obstáculo que pueda dificultar el paso, como ramas bajas, rocas, escalones o desniveles.
- **Áreas de descanso:** Incluir áreas de descanso con bancos y mesas accesibles a intervalos regulares a lo largo del sendero.

- Señalización: Utilizar señalización clara y visible con información sobre la distancia, la dificultad del recorrido y los puntos de interés.
- **Sillas de ruedas todoterreno:**
 - Facilitar el acceso a sillas de ruedas adaptadas para terrenos irregulares, como las "Joëlette" o handbikes, que permiten a personas con movilidad reducida explorar caminos y senderos naturales con mayor facilidad.
 - Ofrecer información sobre el alquiler o préstamo de este tipo de sillas.
- **Asistencia personal:**
 - Proporcionar guías o acompañantes capacitados para brindar apoyo a personas con discapacidad durante el recorrido.
 - El personal debe estar sensibilizado en la atención a personas con diferentes discapacidades y contar con conocimientos básicos de primeros auxilios.
- **Visitas culturales:**
 - Adaptar museos y sitios históricos con rampas, ascensores, audioguías y materiales en Braille.
 - Ofrecer visitas guiadas en lengua de señas y con interpretación para personas con discapacidad cognitiva.
 - Organizar talleres y actividades adaptadas para que las personas con discapacidad puedan experimentar la cultura local.

Creación de paquetes turísticos inclusivos

Crear productos inclusivos implica ir más allá de simples adaptaciones, se trata de diseñar experiencias significativas y enriquecedoras que satisfagan necesidades específicas y garanticen la inclusión en cada etapa del viaje.

Además de lo anterior, es crucial entender que la discapacidad no es un concepto monolítico. Existen diversas discapacidades con necesidades específicas, por lo que la personalización es clave. Un paquete para una turista con limitación visual requerirá descripciones detalladas, audioguías y experiencias sensoriales táctiles, mientras que uno para una persona con movilidad reducida se centrará en la eliminación de barreras arquitectónicas y la disponibilidad de transporte adaptado. Investigar y comprender las necesidades particulares de cada grupo es fundamental para ofrecer un servicio verdaderamente inclusivo.

Finalmente, la creación de paquetes turísticos para personas con discapacidad no se trata solo de cumplir con una obligación moral o legal, sino de aprovechar una oportunidad de negocio. Este sector del turismo está en constante crecimiento y representa un mercado potencialmente lucrativo. Las empresas que sepan adaptarse y ofrecer experiencias accesibles e inclusivas podrán destacarse en la industria y contribuir a un mundo donde viajar sea un placer para todos, sin importar sus capacidades.

Investigación y segmentación del mercado

- Identifica el público objetivo: Define qué tipo de discapacidad(es) quieres atender. ¿Movilidad reducida? ¿Discapacidad visual o auditiva? ¿Discapacidad intelectual? Cada grupo tiene necesidades específicas.

- Investiga sus necesidades y preferencias: Realiza encuestas, entrevistas y grupos focales para comprender qué buscan las personas con discapacidad en un viaje. ¿Qué tipo de actividades les interesan? ¿Cuáles son sus principales preocupaciones? ¿Qué tipo de asistencia necesitan?
- Analiza la oferta existente: Investiga qué destinos y servicios turísticos ya son accesibles para personas con discapacidad. Identifica las mejores prácticas y las áreas de oportunidad.

Diseño del Paquete Turístico Inclusivo

- Selección del destino: Elige destinos con infraestructura accesible y una actitud positiva hacia la inclusión. Considera la accesibilidad del transporte, alojamiento, atracciones turísticas y servicios básicos.
- Planificación del itinerario: Crea itinerarios flexibles que se adapten a las necesidades y ritmos de cada persona. Ofrece opciones de actividades y tiempo libre para que cada uno pueda disfrutar a su manera.
- Elección de servicios: Selecciona hoteles, restaurantes, transportes y atracciones que cumplan con los estándares de accesibilidad. Verifica la disponibilidad de rampas, ascensores, baños adaptados, audioguías, etc.
- Contratación de personal: Asegúrate de contar con personal capacitado para atender las necesidades de las personas con discapacidad. Esto incluye guías turísticos, conductores, personal de recepción, etc.

Marketing y promoción del turismo accesible

El turismo accesible, lejos de ser un nicho, se está consolidando como un elemento esencial de la industria turística moderna. Parte del reconocimiento del derecho universal a viajar y disfrutar de experiencias enriquecedoras, independientemente de las capacidades físicas o sensoriales de cada individuo. En este contexto, el marketing y la promoción juegan un papel crucial para impulsar el crecimiento y la consolidación de este sector.

Comunicación y promoción:

- Crea materiales informativos accesibles: Utiliza lenguaje claro, imágenes descriptivas y formatos accesibles (braille, audio, etc.) para comunicar la información del paquete.
- Destaca la accesibilidad del paquete: Informa claramente sobre las características de accesibilidad de cada servicio. Se honesto sobre las posibles limitaciones y ofrece alternativas.
- Utiliza canales de comunicación inclusivos: Promociona el paquete en plataformas y medios de comunicación accesibles para personas con discapacidad.

Implementación y evaluación:

- Realiza pruebas de accesibilidad: Antes de lanzar el paquete, realiza pruebas con personas con discapacidad para identificar posibles barreras y realizar ajustes.
- Brinda asistencia personalizada: Ofrece un servicio de atención al cliente que pueda responder a las preguntas y necesidades de las personas con discapacidad.
- Solicita feedback y realiza mejoras: Evalúa la satisfacción de los clientes y realiza mejoras continuas para optimizar la accesibilidad del paquete.

Herramientas útiles:

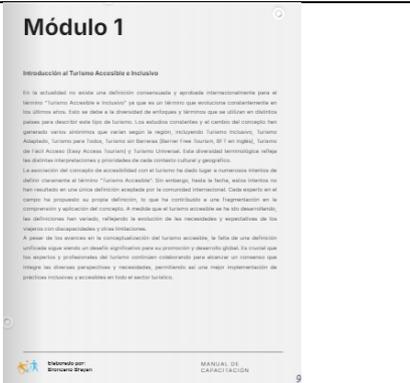
- Guías de accesibilidad turística: Existen guías y estándares internacionales que te pueden ayudar a diseñar paquetes turísticos accesibles.
- Organizaciones de personas con discapacidad: Contacta con organizaciones que representan a personas con discapacidad para obtener información y asesoramiento.
- Plataformas de turismo accesible: Existen plataformas online que promueven el turismo accesible y ofrecen información sobre destinos y servicios.

6.5.1.3 Estructura del Manual:

Este manual se ha concebido como una herramienta formativa dividida en cuatro módulos, con el propósito de brindar una visión completa del turismo accesible e inclusivo. El primer módulo sienta las bases para comprender este concepto, explorando sus definiciones fundamentales, el marco legal que lo ampara en Ecuador y los beneficios que su desarrollo trae consigo, tanto para el sector turístico como para el conjunto de la sociedad. Con esto, se busca promover una toma de conciencia sobre la importancia de la inclusión y el respeto a la normativa, garantizando así el derecho de todas las personas a disfrutar del turismo.

A partir de esta base, los módulos siguientes se enfocan en la aplicación práctica de la accesibilidad en el ámbito turístico. El segundo módulo examina las barreras que dificultan la participación de las personas con discapacidad en actividades turísticas, y propone soluciones para superarlas. El tercer módulo se centra en la interacción con el cliente con discapacidad, haciendo hincapié en la comunicación efectiva y el uso de un lenguaje inclusivo para asegurar una atención de calidad. Por último, el cuarto módulo proporciona orientación para el diseño de productos y servicios turísticos accesibles, facilitando la adaptación de actividades y experiencias para que sean disfrutadas por todas las personas, sin exclusiones. Esta estructura gradual facilita el aprendizaje y la aplicación de los conocimientos, desde la comprensión teórica del turismo accesible hasta su puesta en práctica en el contexto profesional.

Tabla 54: Estructura del manual de capacitación

<p>Módulo I Introducción al Turismo Accesible e Inclusivo</p>	 <p>Módulo 1</p> <p>Introducción al Turismo Accesible e Inclusivo</p> <p>En la actualidad no existe una definición consensuada y estandarizada internacionalmente para el término "Turismo Accesible e Inclusivo" ya que es un término que evoluciona constantemente en los últimos años. Esto se debe a la diversidad de enfoques y términos que se utilizan en distintos países para describir este tipo de turismo. Las definiciones consensuadas y los marcos de conceptos han generado varias acronimias que varían según la región, incluyendo Turismo Inclusivo, Turismo Accesible, Turismo para Todos, Turismo sin Barreras (Smart Travel System, STS) en inglés, Turismo del Buen Viajero (Good Access, Tourism) y Turismo Universal. Estas diversas terminologías reflejan las distintas interpretaciones y prioridades de cada contexto cultural y geográfico.</p> <p>La evolución del concepto de accesibilidad con el turismo ha dado lugar al nacimiento reciente de definir claramente al turismo "Turismo Accesible". Sin embargo, hasta la fecha, estas ideas no han resultado en una única definición aceptada por la comunidad internacional. Cada experto en el campo ha propuesto su propia definición, lo que ha contribuido a una fragmentación en la comprensión y aplicación del concepto. A medida que el turismo accesible se ha ido desarrollando, las definiciones han variado, reflejando la evolución de las necesidades y expectativas de los viajeros con discapacidades y otras condiciones.</p> <p>A pesar de los avances en la conceptualización del turismo accesible, la falta de una definición estandarizada sigue siendo un desafío significativo para su promoción y desarrollo global. Es crucial que los expertos y profesionales del turismo continúen colaborando para alcanzar un consenso que integre los diversos perspectivas y necesidades, permitiendo así una mejor implementación de prácticas inclusivas y accesibles en todo el sector turístico.</p> <p>Elaborado por: Esteban Páez</p> <p>MANUAL DE CAPACITACIÓN</p>
-------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Módulo II Barreras y Soluciones para la Accesibilidad



Módulo III Estrategias de una Atención Inclusiva



Módulo IV Diseño de Productos y Servicios Turísticos Accesibles



Elaborado por: Brayan Broncano, 2024

6.5.2 Fase 2: Desarrollo de Contenidos

La segunda fase en la elaboración de un manual de capacitación para el turismo accesible se centra en el desarrollo de contenidos, un proceso crucial que determina la efectividad y el alcance del manual. En esta etapa, la claridad, la accesibilidad y el enfoque práctico son fundamentales para garantizar que la información sea comprendida e implementada por todos los actores del sector turístico, desde operadores turísticos hasta personal de atención al cliente.

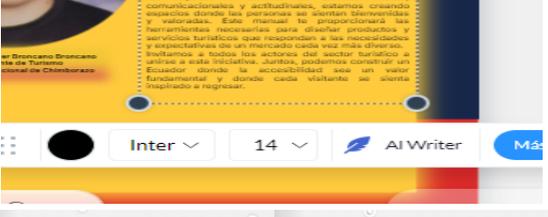
Más allá de la simple transmisión de información, se busca generar un impacto real en la práctica diaria del turismo accesible. Para ello, se debe cuidar tanto la redacción de los contenidos, utilizando un lenguaje claro, conciso y orientado a la aplicación práctica, como el diseño gráfico del manual, que debe ser visualmente atractivo y accesible para personas con diferentes discapacidades. A continuación, se detallan las directrices para el desarrollo

de contenidos y el diseño gráfico del manual, con el fin de crear una herramienta de capacitación efectiva y completa.

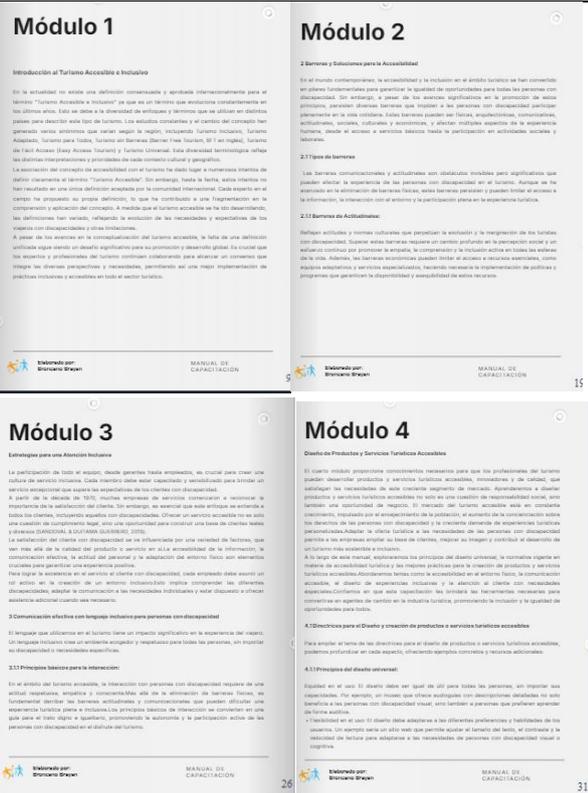
6.5.2.1 Redacción de los contenidos

Para asegurar la accesibilidad y facilitar la lectura del manual a todas las personas, se ha elegido cuidadosamente una tipografía clara y legible. Esta tipografía se utiliza de manera consistente en todos los elementos del manual, desde la portada hasta el último de sus cuatro módulos. De esta forma, se busca garantizar una comprensión fluida y agradable de los contenidos para todos los lectores, independientemente de sus capacidades visuales.

Tabla 55: Redacción de contenidos

Texto	Tipografía	Tamaño	Imagen
Título de portada	Inter	45	
Título de prólogo	Inter	60	
Párrafos de prólogo	Inter	14	
Títulos módulos I,II,III,IV y V	Inter	60	

Párrafos del manual Inter 14



Elaborado por: Brayan Broncano, 2024

6.5.2.2 Diseño gráfico del manual

Portada:

Gráfico 44: Portada del manual



El diseño en su conjunto transmite una idea de inclusión, diversidad y accesibilidad universal en el turismo. La figura humana en el centro representa a todas las personas, independientemente de sus capacidades, y los iconos a su alrededor simbolizan las diferentes necesidades que deben ser consideradas para garantizar un turismo accesible para todos.

Prólogo:

Gráfico 45: Prólogo



La imagen del prólogo presenta un diseño simple pero efectivo que busca transmitir la idea de un viaje inclusivo y accesible para todos.

Elementos:

- **Fondo:** Un fondo amarillo vibrante que evoca calidez, optimismo y energía, características asociadas a la experiencia turística.
- **Texto:** Un texto en color negro que contrasta con el fondo, facilitando la lectura. El texto se distribuye en tres párrafos, creando una estructura visual clara y organizada.
- **Franjas:** En la parte superior e inferior de la imagen, se observan franjas horizontales en tonos azul y rojo, respectivamente. Estas franjas añaden un toque de dinamismo y color a la composición.

Interpretación:

El diseño de la imagen del prólogo se puede interpretar como una metáfora del camino hacia un turismo accesible. El fondo amarillo representa el destino turístico, un espacio abierto y acogedor para todos. El texto en negro simboliza la información y las herramientas necesarias para que las personas con discapacidad puedan planificar y disfrutar de sus viajes. Las franjas azul y roja podrían representar los diferentes caminos y opciones que se abren a través del turismo accesible.

En conjunto, la imagen del prólogo transmite un mensaje de inclusión, optimismo y esperanza en la construcción de un turismo para todos, donde la accesibilidad sea un valor fundamental.

Tabla de contenidos:

Gráfico 46: Tabla de contenidos

Tabla de contenidos	
1	Introducción
2	Glosario de términos
3	Objetivos
4	Módulo 1 Introducción al Turismo Accesible e Inclusivo
5	Módulo 2 Barreras y Soluciones para la Accesibilidad
6	Módulo 3 Atención al Cliente con Discapacidad
7	Módulo 4 Diseño de Productos y Servicios Turísticos Accesibles
8	Conclusiones
9	Referencias

Elaborado por:
Brownsort Design

MANUAL DE CAPACITACIÓN

3

La imagen presenta un diseño estructurado y visualmente atractivo que busca comunicar de forma clara y concisa el contenido del manual de capacitación sobre turismo accesible.

Elementos:

- **Fondo:** Un fondo blanco limpio que facilita la lectura y la organización visual de los elementos.
- **Título:** "Tabla de contenidos" en un tamaño de fuente grande y color negro, lo que lo destaca como el elemento principal de la imagen.
- **Íconos:** Se utilizan iconos simples y reconocibles para representar cada sección del manual. Estos iconos, en color negro, contribuyen a la comprensión rápida del contenido y añaden un elemento visual atractivo.
- **Numeración:** Cada sección del manual está numerada con un círculo amarillo que contiene el número correspondiente en color negro. Esta numeración ayuda a organizar la información y guiar al lector a través del contenido.
- **Franjas:** Se utilizan franjas horizontales en color rojo en la parte superior e inferior de la imagen, creando un marco visual y unificando la composición.
- **Casa:** En la parte superior, se incluye un icono de una casa con la silueta de una persona en silla de ruedas en su interior, simbolizando la accesibilidad en el hogar y en el entorno turístico.
- **Figuras:** En la parte inferior, se observa la silueta de dos personas, una de pie y otra en silla de ruedas, interactuando en un mostrador. Esto representa la atención al cliente con discapacidad en el ámbito turístico.

Interpretación:

El diseño de la imagen transmite una idea de orden, claridad y accesibilidad. La estructura visual, con la combinación de iconos, numeración y franjas, facilita la navegación por el contenido del manual. La elección de colores (blanco, negro, amarillo y rojo) crea un contraste visual que atrae la atención del lector y resalta la información importante.

En conjunto, la imagen de la tabla de contenidos proyecta una imagen profesional y organizada del manual, invitando al lector a explorar su contenido y profundizar en el tema del turismo accesible.

Introducción:

Gráfico 47: Introducción



La imagen de la introducción del manual de capacitación sobre turismo accesible presenta un diseño que combina elementos visuales y textuales para captar la atención del lector y comunicar la importancia del tema.

Elementos:

- **Fondo:** Un fondo blanco que proporciona un espacio limpio y despejado para la lectura.
- **Título:** "Introducción" en un tamaño de fuente grande y color negro, destacando su función como punto de partida del manual.
- **Texto:** Un texto en color negro, con un interlineado adecuado que facilita la lectura. El texto se divide en párrafos, organizando la información de manera clara y concisa.
- **Franjas:** Franjas horizontales en color rojo en la parte superior e inferior de la imagen, que actúan como marco visual y elemento unificador.

- **Ilustración:** En la parte inferior, se observa una ilustración con figuras humanas de diferentes colores, incluyendo una persona en silla de ruedas. Esta ilustración representa la diversidad y la inclusión en el turismo.

Interpretación:

El diseño de la imagen busca transmitir la idea de que el turismo accesible es un tema relevante y necesario para el desarrollo de un sector turístico más inclusivo. El uso de un fondo blanco y un texto en negro facilita la lectura y la comprensión del mensaje. La ilustración con figuras humanas de diferentes colores refuerza el concepto de diversidad e inclusión, mostrando que el turismo accesible beneficia a todas las personas.

Las franjas rojas en la parte superior e inferior de la imagen aportan un toque de color y dinamismo, a la vez que enmarcan el contenido y lo dotan de mayor visibilidad.

En conjunto, la imagen de la introducción del manual proyecta una imagen profesional y atractiva, invitando al lector a adentrarse en el contenido y descubrir la importancia del turismo accesible.

Glosario:

Gráfico 48: Glosario



La imagen del glosario del manual de capacitación sobre turismo accesible presenta un diseño limpio y funcional que busca facilitar la comprensión de los términos clave relacionados con la temática.

Elementos:

- **Fondo:** Un fondo blanco que ofrece un espacio visual despejado y propicio para la lectura.

- **Título:** "Glosario" en un tamaño de fuente grande y color negro, destacando su función como sección de definiciones.
- **Texto:** El texto se presenta en color negro con un interlineado adecuado para facilitar la lectura. Se utiliza una tipografía clara y legible.
- **Numeración:** Cada término del glosario está numerado con un número en negrita, lo que facilita la identificación y la referencia.
- **Definiciones:** Las definiciones se presentan en un formato conciso y claro, utilizando un lenguaje accesible para el público objetivo.
- **Franjas:** Franjas horizontales en color rojo en la parte superior e inferior de la imagen, que actúan como marco visual y elemento unificador.

Interpretación:

El diseño de la imagen del glosario busca transmitir una idea de orden, claridad y accesibilidad a la información. La estructura visual, con la numeración y la tipografía clara, facilita la consulta de los términos y su comprensión. El uso de un lenguaje accesible en las definiciones asegura que el contenido sea comprensible para un público amplio, incluyendo a personas que se inician en el tema del turismo accesible.

Las franjas rojas en la parte superior e inferior de la imagen aportan un toque de color y dinamismo, a la vez que enmarcan el contenido y lo dotan de mayor visibilidad.

En conjunto, la imagen del glosario proyecta una imagen profesional y organizada, invitando al lector a consultar las definiciones y comprender los conceptos clave del turismo accesible.

Objetivos:

Gráfico 49: Objetivos



La imagen que presenta los objetivos del manual de capacitación en turismo accesible se caracteriza por un diseño directo y funcional, enfocado en la claridad y la fácil lectura de la información.

Elementos:

- **Fondo:** Un fondo blanco que proporciona un espacio visual limpio y despejado, ideal para la lectura.
- **Título:** "Objetivos" en un tamaño de fuente grande y color negro, destacando la importancia de esta sección dentro del manual.
- **Texto:** El texto se presenta en color negro con un interlineado adecuado para facilitar la lectura. Se utiliza una tipografía clara y legible.
- **Jerarquía:** Se establece una jerarquía visual clara mediante el uso de diferentes tamaños de fuente y estilos (negrita, viñetas) para diferenciar el objetivo general de los objetivos específicos.
- **Franjas:** Franjas horizontales en color rojo en la parte superior e inferior de la imagen, que actúan como marco visual y elemento unificador.

Interpretación:

El diseño de la imagen busca transmitir una idea de orden, concisión y transparencia en la presentación de los objetivos del manual. La estructura visual, con la jerarquía clara y la tipografía legible, facilita la comprensión de los objetivos del curso.

Las franjas rojas en la parte superior e inferior de la imagen aportan un toque de color y dinamismo, a la vez que enmarcan el contenido y lo dotan de mayor visibilidad.

En conjunto, la imagen de los objetivos proyecta una imagen profesional y organizada, permitiendo al lector identificar rápidamente el propósito del manual y los resultados esperados de la capacitación.

Contraportada:

Gráfico 50: Contraportada



La imagen, que parece corresponder a la contraportada del Manual de Capacitación en Turismo Accesible, presenta un diseño que complementa la portada y refuerza el mensaje de inclusión y accesibilidad.

Elementos:

- **Fondo:** Un fondo blanco que proporciona un espacio visual limpio y despejado, ideal para la lectura de la información.
- **Texto:** Se presenta un texto en color negro con información de contacto relevante, como el nombre de la institución o persona responsable de la elaboración del manual, y posiblemente datos de contacto adicionales como correo electrónico o sitio web.
- **Icono:** Se repite el mismo icono que en la portada, combinando figuras humanas de diferentes colores, incluyendo una persona en silla de ruedas. Esto refuerza el mensaje de diversidad e inclusión en el turismo.
- **Franja:** Una franja horizontal roja en la parte inferior de la imagen que añade un toque de dinamismo y contrasta con el fondo blanco.

Interpretación:

El diseño de la contraportada busca proporcionar información adicional al lector y reforzar el mensaje principal del manual. El fondo blanco y el texto en negro facilitan la lectura de la información de contacto, mientras que la repetición del icono con figuras humanas diversas mantiene la coherencia visual con la portada y reafirma el compromiso con la accesibilidad.

La franja roja en la parte inferior crea un efecto de "cierre" visual y completa el diseño del manual.

En conjunto, la contraportada del manual proyecta una imagen profesional y organizada, brindando al lector la información necesaria para contactar a los responsables del manual o acceder a recursos adicionales.

6.5.3 Fase 3: Validación y Evaluación

6.5.3.1 Revisión y validación del contenido

El presente Check List busca la revisión y validación del contenido del "Manual de Capacitación en Turismo Accesible". Este manual tiene como propósito fundamental capacitar a los actores del sector turístico ecuatoriano para ofrecer servicios y experiencias turísticas accesibles e inclusivas que promuevan la igualdad de oportunidades y la participación plena de las personas con discapacidad.

La lista de verificación que se presenta a continuación busca garantizar la calidad, precisión, accesibilidad e inclusión del manual, verificando que cumpla con los siguientes criterios:

- **Claridad y concisión del contenido:** Que la información sea fácil de entender y esté presentada de forma ordenada y lógica.
- **Precisión y actualización de la información:** Que los datos, las estadísticas y las referencias legales sean correctos y estén actualizados.
- **Accesibilidad del formato:** Que el diseño y el formato del manual sean accesibles para personas con diferentes discapacidades (visuales, auditivas, cognitivas).
- **Inclusión y no discriminación:** Que el lenguaje utilizado sea inclusivo y respetuoso con la diversidad de las personas.
- **Cumplimiento de objetivos:** Que el manual cumpla con los objetivos de capacitación propuestos y brinde las herramientas necesarias para promover el turismo accesible.

Se espera que esta lista de verificación sea una herramienta útil para revisar y validar el contenido del manual, asegurando que sea un recurso de alta calidad que contribuya a la construcción de un turismo accesible e inclusivo en Ecuador.

Lista de Verificación para Revisión y Validación del Manual de Capacitación en Turismo Accesible		
Contenido:	SI	NO
Introducción:		
¿Define claramente el propósito y alcance del manual?		

¿Presenta una descripción concisa del contenido?		
Objetivos:		
¿Establece un objetivo general claro y conciso?		
¿Define objetivos específicos medibles y alcanzables?		
¿Los objetivos se alinean con el contenido del manual?		
Módulos:		
Módulo 1: Introducción al Turismo Accesible e Inclusivo:		
¿Cubre los conceptos clave de accesibilidad, inclusión y diseño universal?		
¿Explica el marco legal y normativo en Ecuador de forma clara y precisa?		
¿Describe los beneficios del turismo accesible para el sector y la sociedad?		
Módulo 3: Atención al Cliente con Discapacidad:		
¿Brinda estrategias para una comunicación efectiva con lenguaje inclusivo?		
¿Ofrece pautas para la interacción respetuosa con personas con discapacidad?		
¿Cubre la atención a personas con diferentes discapacidades?		
Módulo 4: Diseño de Productos y Servicios Turísticos Accesibles:		
¿Proporciona directrices para el diseño de productos y servicios turísticos accesibles?		
¿Aborda la adaptación de actividades y experiencias turísticas?		
¿Orienta sobre la creación de paquetes turísticos inclusivos?		
¿Incluye estrategias de marketing y promoción del turismo accesible?		

6.5.4 Fase 4: Difusión y Actualización

6.5.4.1 Estrategias de difusión:

Estrategias de Difusión del Manual de Capacitación en Turismo Accesible

Para asegurar que el "Manual de Capacitación en Turismo Accesible" llegue a la mayor cantidad de actores del sector turístico ecuatoriano y se convierta en una herramienta clave para la promoción del turismo inclusivo, se propone una estrategia de difusión integral que combine diferentes canales y formatos.

1. Difusión Digital:

- **Redes sociales:** Difundir el manual a través de las redes sociales del Ministerio de Turismo (Facebook, Twitter, Instagram), utilizando imágenes atractivas, videos cortos y hashtags relevantes (#TurismoAccesible, #Inclusión, #Ecuador).
- **Correo electrónico:** Enviar el manual por correo electrónico a las asociaciones de turismo, gremios hoteleros, agencias de viajes y otros actores del sector turístico.

2. Difusión Impresa:

- **Impresión de ejemplares:** Imprimir una cantidad limitada de ejemplares del manual para distribuir en eventos, ferias de turismo y capacitaciones presenciales.

3. Difusión a través de eventos y capacitaciones:

- **Presentaciones en eventos:** Organizar presentaciones del manual en eventos y ferias de turismo, con la participación de expertos en turismo accesible.
- **Talleres de capacitación:** Incorporar el manual como material de estudio en talleres de capacitación presenciales para profesionales del turismo.
- **Encuestas de satisfacción:** Realizar encuestas a los usuarios del manual para obtener retroalimentación sobre su contenido y utilidad.
- **Análisis de impacto:** Evaluar el impacto del manual en la mejora de la accesibilidad en el sector turístico ecuatoriano.

Al implementar estas estrategias de difusión, se busca asegurar que el "Manual de Capacitación en Turismo Accesible" se convierta en una herramienta de referencia para los profesionales del turismo en Ecuador, contribuyendo a la creación de un sector turístico más inclusivo, equitativo y sostenible.

6.5.4.2 Actualización del manual

Para garantizar que el "Manual de Capacitación en Turismo Accesible" se mantenga como un recurso relevante y actualizado, es fundamental establecer un plan de actualización periódica que considere los cambios en la normativa, las nuevas tendencias en turismo accesible y la retroalimentación de los usuarios.

1. Frecuencia de Actualización:

- **Revisión anual:**
 - Se establecerá un recordatorio anual (ej. cada mes de enero) para iniciar el proceso de revisión.

- Se designará un responsable de coordinar el proceso y convocar al equipo de actualización.
- **Actualizaciones menores:**
 - Se habilitará un mecanismo para recibir notificaciones sobre cambios relevantes (ej. un formulario online, una dirección de correo electrónico).
 - El equipo responsable evaluará la información recibida y determinará la necesidad de una actualización menor.

2. Proceso de Actualización:

- **Revisión del contenido:**
 - **Normativa:** Se consultarán las páginas web oficiales (Ministerio de Turismo, Consejo Nacional para la Igualdad de Discapacidades) para identificar cambios en leyes, reglamentos y normas.
 - **Tendencias:** Se revisarán publicaciones especializadas, sitios web de organizaciones internacionales (OMT, Fundación ONCE) y se asistirá a eventos del sector.
 - **Profundización:** Se identificarán las secciones del manual que generen más consultas o dudas (a través de la retroalimentación de los usuarios) y se ampliará la información o se clarificarán los conceptos.
- **Consulta a expertos:**
 - Se conformará un grupo de expertos en turismo accesible y personas con discapacidad que asesorarán en el proceso de actualización.
 - Se organizarán reuniones o consultas online para recopilar sus opiniones y sugerencias.
- **Redacción y edición:**
 - El equipo responsable integrará los cambios y las actualizaciones en el manual.
 - Se revisará la redacción, la ortografía y la gramática del texto.
 - Se maquetará el manual para asegurar un diseño accesible e inclusivo (tipografía, contraste, espaciado, imágenes descriptivas).

Con esta descripción detallada, el plan de actualización periódica del manual se convierte en un proceso organizado y eficiente que garantiza la relevancia y la utilidad del manual a lo largo del tiempo.

6.6 Enlace del producto final:

<https://my.visme.co/view/90qj097p-manual-de-capacitacion-turismo-accesible-e-inclusivo-oportunidades-y-desafios-para-el-sector-turistico-ecuatoriano#s1>

Conclusiones

- Mediante la propuesta se logró sensibilizar y capacitar a un número significativo de profesionales del sector turístico sobre la importancia del turismo accesible e inclusivo. El manual interactivo, con su contenido informativo y herramientas prácticas, funciona como un instrumento clave para transmitir conocimientos y promover un cambio de actitud hacia la inclusión de las personas con discapacidad en el turismo.
- El diseño de un manual interactivo es una estrategia efectiva para la capacitación de profesionales del turismo. La interactividad, con ejemplos, ejercicios y recursos, facilitó la comprensión de los conceptos y motivó la participación de los usuarios.
- El contenido informativo creado abarca los aspectos clave del turismo accesible e inclusivo, desde la normativa legal hasta las adaptaciones necesarias en infraestructuras y servicios. La información se presentó de forma clara, concisa y accesible para el público objetivo.

BIBLIOGRAFÍA

- Alexis Mauricio, G. C. (2021). *Facilidades turísticas y oferta en el cantón Pallatanga provincia de Chimborazo* [bachelorThesis, Universidad Ncional de Chimborazo]. <http://dspace.unach.edu.ec/handle/51000/8043>
- ASALE, R.-, & RAE. (s. f.). *Creencia | Diccionario de la lengua española*. «Diccionario de la lengua española» - Edición del Tricentenario. Recuperado 4 de junio de 2024, de <https://dle.rae.es/creencia>
- Barzola Correa, A. C. (2021). Percepción de igualdad de oportunidades de género de los colaboradores hombres y mujeres de una universidad privada. *Universidad Continental*. <https://repositorio.continental.edu.pe/handle/20.500.12394/9669>
- Batthyany, K., Cabrera, M., Alesina, L., Bertoni, M., Mascheroni, P., Moreira, N., Picasso, F., Ramirez, J., & Rojo, V. (2011). *Metodología de la investigación en Ciencias Sociales. Apuntes para un curso inicial*.
- Biblioteca – Ministerio de Turismo. (s. f.). <https://www.turismo.gob.ec/biblioteca/#search>
- Brito, T., & Araceli, M. (2017). *La percepción de estímulos y la atención visual en los niños y niñas de primer año de educación básica de la Unidad Educativa " José Joaquín Olmedo" de la ciudad de Ambato* [bachelorThesis, Universidad Técnica de Ambato. Facultad de Ciencias humanas y de la Educación. Carrera de Parvularia]. <https://repositorio.uta.edu.ec:8443/jspui/handle/123456789/24566>
- Brugiatti Díaz, J., & Cabré M, J. A. (2020). TURISMO INCLUSIVO APLICADO EN LOS ESTABLECIMIENTOS DE HOSPEDAJE DELA PROVINCIA DE VERAGUAS. *Revista Colegiada de Ciencia, 1*(2), 66-77.
- Cabrera, M. D. (2024). Turismo accesible: Mejora de la experiencia para personas con discapacidades. *Ciencias Sociales y Económica, 8*(1), 23-32.
- Carrillo Pilligua, P. B. (2019). *DIAGNÓSTICO DE LA CALIDAD DE ATENCIÓN AL CLIENTE DEL SECTOR HOTELERO TERCERA CATEGORÍA (DOS ESTRELLAS) DE LA CIUDAD DE MANTA*. [Thesis]. <https://repositorio.uleam.edu.ec/handle/123456789/1941>
- Castillo, G., & Vladimir, I. (2021). *Análisis de las expectativas del consumidor de turismo en la etapa de desconfinamiento por COVID-19 de la ciudad de Quito*. [bachelorThesis, Quito, 2021]. <http://bibdigital.epn.edu.ec/handle/15000/21685>
- Chasi Chugcho, M. A. (2020). *Modelo de atención al cliente para incrementar el nivel de satisfacción del consumidor del Comercial Joselito de Baba* [bachelorThesis]. <https://dspace.uniandes.edu.ec/handle/123456789/11507>
- Chavesta Barre, Y. Y., & Laaz Álava, E. M. (2013). *Propuesta de diseño de un centro de información turística en la zona del muelle de Manta* [bachelorThesis, Calceta: Espam]. <http://repositorio.espam.edu.ec/handle/42000/106>
- Cienfuegos Rodríguez, C. E. (2022). Buenas prácticas para el desarrollo del turismo inclusivo en hoteles de 4 y 5 estrellas en Miraflores, 2022. *Repositorio Institucional - UCV*. <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/106132>
- Comunicación y Atención al cliente en Hostelería y Turismo de CARRASCO FERNÁNDEZ, SOLEDAD 978-84-283-2966-8. (2013, 20 mayo). Todos Tus

- Libros. https://www.todostuslibros.com/libros/comunicacion-y-atencion-al-cliente-en-hosteleria-y-turismo_978-84-283-2966-8
- Cooper, C., Fletcher, J., Fyall, A., Gilbert, D., & Wanhill, S. (2017). *Tourism: Principles and Practice* (6.^a ed.). Pearson.
- Draven. (2024, abril 26). ¿Qué es el turismo accesible o turismo inclusivo? Definición y ejemplos. *Estudiar Turismo*. <https://estudiarturismo.com/turismo-accesible-o-turismo-inclusivo/>
- Dzul Escamilla, M. (2013). *Diseño No-Experimental*. <https://repository.uaeh.edu.mx/bitstream/handle/123456789/14902>
- EN LAS GALÁPAGOS SE SOCIALIZÓ LA POLÍTICA PÚBLICA DE TURISMO ACCESIBLE – Ministerio de Turismo. (s. f.). <https://www.turismo.gob.ec/en-galapagos-se-socializo-la-politica-publica-de-turismo-accesible/>
- Fernández Alles, M. T. (2007). *Turismo accesible: Análisis de la accesibilidad hotelera en la provincia de Cádiz* [Http://purl.org/dc/dcmitype/Text, Universidad de Cádiz]. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/tesis?codigo=52057>
- Fred R, D., & Forest R, D. (2015). *Strategic management: A competitive advantage approach, concepts and cases*. New York: Pearson. http://archive.org/details/strategicmanagem0016eddavi_w6h0
- García Tamayo, R. A. (2022). *ATENCIÓN AL CLIENTE Y SU IMPORTANCIA EN LA IMAGEN TURÍSTICA DEL CANTÓN VENTANAS, AÑO 2022* [bachelorThesis, Quevedo]. <http://dspace.utb.edu.ec/handle/49000/13556>
- Glosario de términos de turismo | OMT. (s. f.). <https://www.unwto.org/es/glosario-terminos-turisticos>
- Intriago Bravo, J. O. (2018). *Plan de acción para el fortalecimiento del sector turístico productivo afectado por el terremoto del cantón Bolívar*. [bachelorThesis, Calceta: Espam]. <http://repositorio.espam.edu.ec/handle/42000/736>
- Jaén Díaz, M. (2010). *Predicción del rendimiento laboral a partir de indicadores de motivación, personalidad y percepción de factores psicosociales*. Universidad Complutense de Madrid, Servicio de Publicaciones. <https://hdl.handle.net/20.500.14352/47352>
- Jiménez Sánchez, G. J., & Jácome Zuñiga, E. G. (2018). Productividad en el Sector Turístico Hotelero de Milagro [bachelorThesis]. En *Repositorio de la Universidad Estatal de Milagro*. <https://repositorio.unemi.edu.ec/xmlui/handle/123456789/3900>
- Kotler, P., Bowen, J. T., Makens, J. C., & Baloglu, S. (2017). *Marketing for hospitality and tourism* (7.^a ed.). Pearson Education. chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://www.slithm.edu.lk/wp-content/uploads/2022/02/marketing_for_hospitalitytourism.pdf
- Lectong Vera, J. R. (2018). *Evaluación de los recursos turísticos para el desarrollo del turismo comunitario en la región costa norte de Manabí*. [bachelorThesis, Calceta: Espam]. <http://repositorio.espam.edu.ec/handle/42000/733>
- Libro verde de la accesibilidad en España: diagnóstico de situación y bases para elaborar un plan integral de supresión de barreras - SID. (s. f.). SID. <https://sid-inico.usal.es/documentacion/libro-verde-de-la-accesibilidad-en-espana->

- diagnostico-de-situacion-y-bases-para-elaborar-un-plan-integral-de-supresion-de-barreras/
- Lino Reyes, K. M. (2022). *ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN TURÍSTICA PARA LA PARROQUIA PUERTO CAYO DEL CANTÓN JIPIJAPA* [bachelorThesis, Jipijapa-Unesum]. <http://repositorio.unesum.edu.ec/handle/53000/4239>
- Macas Saritama, Y. A., & Luna Cumbicus, G. M. (2010). *ANÁLISIS DE RENTABILIDAD ECONÓMICA Y FINANCIERA Y PROPUESTA DE MEJORAMIENTO EN LA EMPRESA COMERCIALIZADORA Y EXPORTADORA DE BIOACUÁTICOS “COEXBI S.A” DEL CANTON HUAQUILLAS EN LOS PERIODOS CONTABLES 2008—2009*. [bachelorThesis]. <https://dspace.unl.edu.ec//handle/123456789/1388>
- Maldonado, S. G., Sánchez Ruiz, J., Castro Iturralde, G., Beltrami, M., Carrasco, M., Granda Maldonado, S., Sánchez Ruiz, J., Castro Iturralde, G., Beltrami, M., & Carrasco, M. (2021). Accesibilidad en los establecimientos hoteleros: Caso de estudio Loja, Ecuador. *Conrado*, 17(81), 436-442.
- Mankiw, G. (2017). *Principios De Economía* (7.^a ed.). Cengage Learning. <http://archive.org/details/mankiwprincipiosdeeconomia7maedicion2017>
- Manual de turismo accesible «Turismo para Todos»* (with MINCIT, FONTUR, & CIDCCA). (2019). <chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcgclefindmkaj/https://www.mincit.gov.co/getattachment/minturismo/calidad-y-desarrollo-sostenible/turismo-accesible/manual-de-turismo-accesible-turismo-para-todos/17-08-21-manual-turismo-para-todos-turismo-mincit.pdf.aspx>
- Manual sobre Turismo Accesible para Todos: Principios, herramientas y buenas prácticas Módulo III: Principales áreas de intervención | UN Tourism. (s. f.). <https://www.unwto.org/archive/global/publication/manual-sobre-turismo-accesible-para-todos-principios-herramientas-y-buenas-practicas-m-0>
- Manual Sobre Turismo Accesible Para Todos: Principios, herramientas y buenas prácticas. Módulo I: Turismo Accesible – definición y contexto. (s. f.). ENAT. <https://www.accessibletourism.org/?i=enat.en.reports.1670>
- Martínez Gonzáles, J. A. (2010). *MARKETING TURÍSTICO Y GESTIÓN DEL PRODUCTO*. 3(8). <https://www.eumed.net/rev/curydes/08/jamg3.htm>
- Mejía, V. C. (2006). *Diccionario Económico Financiero*. Universidad De Medellín.
- Morales, O. (s. f.). *FUNDAMENTOS DE LA INVESTIGACIÓN DOCUMENTAL Y LA MONOGRAFÍA*.
- OMT. (2010). *Directrices para la gestión de establecimientos turísticos accesibles*. OMT. <https://www.unwto.org/>
- OMT. (2016). *Turismo para todos: Promover la accesibilidad universal* (1.^a ed.). <chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcgclefindmkaj/https://observatorio2030.com/sites/default/files/2019-07/Turismo%20para%20todos.%20promover%20la%20accesibilidad%20universal.pdf>
- Pamela. (2021, julio 25). Fichas 8 y 9 | Turismo y Alojamientos Accesibles. *Corporación Ciudad Accesible*. <https://www.ciudadaccesible.cl/fichas-accesibles-n8-y-n9-turismo-y-alojamientos-accesibles/>

- Pasaco González, B. S. (2022). *La calidad global de la experiencia turística como transformadora del estilo de vida y sus efectos en la calidad de vida del turista y su intención de comportamiento* [doctoralThesis]. <https://dehesa.unex.es:8443/handle/10662/15561>
- Ponce, G. I. A., Indacochea, A. A. Á., Alvarado, S. M. Z., & Vélez, J. B. V. (2021). La calidad del servicio hotelero y su incidencia en la satisfacción al cliente en la zona urbana del cantón Portoviejo. *RECIAMUC*, 5(2), Article 2. [https://doi.org/10.26820/reciamuc/5.\(2\).abril.2021.366-381](https://doi.org/10.26820/reciamuc/5.(2).abril.2021.366-381)
- Ramírez Carvajal, J. M. (2019). *Propuesta para la implementación de señalética especializada interpretativa para personas con discapacidad auditiva y visual en la Casa Museo Ma. Augusta Urrutia*. <https://repositorio.puce.edu.ec/handle/123456789/21411>
- Ramírez Mendoza, R. E., & Traverso Cabrera, M. R. (2019). *Efectos de la actividad turística en la identidad cultural de la comunidad Bora de la ciudad de Iquitos, año 2018*. <https://repositorio.unapiquitos.edu.pe/handle/20.500.12737/7498>
- Rodríguez, M., & Mendivelso, F. (2018). Diseño de investigación de Corte Transversal. *Revista Médica Sanitas*, 21, 141-146. <https://doi.org/10.26852/01234250.20>
- Rosario, B. D., & Manuel, J. (2011). *La calidad del servicio en la industria hotelera*. <https://accedacris.ulpgc.es/jspui/handle/10553/5516>
- Sánchez, M. T. P., & Justicia, M. D. L. (2005). Barreras de acceso al medio físico de los estudiantes con discapacidad motora de la Universidad de Granada. *Electronic Journal of Research in Educational Psychology*, 3(3), 121-132.
- Sánchez Sánchez, J. D. (2018). *Estudio para la definición del lucro privado en profesionales liberales como un derecho humano y propuesta de la inconstitucionalidad del impuesto de renta a personas físicas con actividad lucrativa en Costa Rica en el 2018*. <https://repositorio.ulatina.ac.cr/handle/20.500.12411/2140>
- SANDOVAL, Y. L. R., & DUITAMA GUERRERO, H. H. (2015). *PROPUESTA DE MEJORA EN LA SATISFACCION DEL SERVICIO AL CLIENTE PARA PERSONAS CON DISCAPACIDAD FISICA EN CENTRO DE ATENCION Y VENTAS [UNIVERSIDAD LIBRE]*. <https://repository.unilibre.edu.co/bitstream/handle/10901/9937/para%20imprimir%20ma%C3%B1ana%20%281%29.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Santillana. (2024, 5 abril). *Tecnologías de Accesibilidad y Asistencia: Innovación al Servicio de Todos. Congreso de Educación Inclusiva*. <https://educacioninclusiva.santillana.com/tecnologias-de-accesibilidad-y-asistencia-innovacion-al-servicio-de-todos/>
- Solomon, M. R. (with Internet Archive). (2018). *Consumer behavior: Buying, having, and being*. Harlow, England : Pearson. http://archive.org/details/consumerbehavior0000solo_n4t7
- Staff, E. T. (2023, 3 enero). *Marketing Turístico de Philip Kotler [PDF]*. Entorno Turístico. <https://www.entornoturistico.com/marketing-turistico-philip-kotler-pdf/>
- Tomalá Mejillón, J. R. (2022). *Proyecto de inversión turístico* [bachelorThesis, La Libertad: Universidad Estatal Península de Santa Elena, 2022.]. <https://repositorio.upse.edu.ec/handle/46000/8751>

- TURINVO* | *Guías interactivas de turismo inclusivo*. (s. f.). Recuperado 30 de mayo de 2024, de <https://turinvo.es/>
- Varela Gaibor, V. H. (2021). *Análisis de la accesibilidad turística en huéspedes con movilidad reducida del Hotel Camino Real del cantón Montalvo* [bachelorThesis, BABAHOYO: UTB, 2021]. <http://dspace.utb.edu.ec/handle/49000/9965>
- Vasquez Reyes, R. A. (2019). Marketing mix y la rentabilidad económica en la empresa inversiones Flores Paucar, Chancay 2018. *Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión*. <https://repositorio.unjpsc.edu.pe/handle/20.500.14067/3444>
- Veintimilla Cifuentes, E. P. (2018). *Descripción de las motivaciones de los excursionistas que visitan Puerto El Morro* [bachelorThesis, Universidad Casa Grande. Facultad de Administración y Ciencias Políticas]. <http://dspace.casagrande.edu.ec:8080/handle/ucasagrande/1680>
- Villa Espinoza, P. D., & Vinueza Maldonado, M. G. (2023). *Definición de la estructura de mercado de las agencias de viajes duales por medio del análisis del excedente económico en la ciudad de Cuenca, Ecuador*. <http://dspace.ucuenca.edu.ec/handle/123456789/43288>
- Villavicencio, M. W. C. (2024). Turismo accesible: Mejora de la experiencia para personas con discapacidades. *Ciencias Sociales y Económicas*, 8(1), Article 1. <https://doi.org/10.18779/csye.v8i1.745>
- Yomona Cruz, C. M. V. (2022). Importancia de la atención al cliente en el área de recepción en pandemia la COVID-19, Hotel Kamana 2021. *Repositorio Académico USMP*. <https://repositorio.usmp.edu.pe/handle/20.500.12727/10392>

ANEXOS

Anexo 1: Instrumento Variable Independiente



**UNIVERSIDAD
NACIONAL DE
CHIMBORAZO**

**Universidad Nacional de Chimborazo
Facultad de Ciencias Políticas y Administrativas
Carrera de Turismo**



Encuesta

Encuesta N°: _____ **Fecha de encuesta:** _____ **Encuestador:** _____

Dirigida a: Prestadores de servicio.
Objetivo de la Encuesta: El objetivo de la encuesta es evaluar la situación actual de la accesibilidad y la inclusión en dichos establecimientos turísticos de alojamiento, identificar posibles áreas de mejora y obtener sugerencias para promover un turismo más inclusivo y accesible para todas las personas.
Confidencialidad de los participantes: La presente encuesta garantiza la confidencialidad total de los datos recopilados, respetando el anonimato de los participantes. El investigador se compromete a salvaguardar la privacidad de cada individuo involucrado en el estudio.
Instrucciones: 1. Seleccione la casilla correspondiente con una marca (X) que represente su perspectiva respecto al tema planteado. 2. Tenga en cuenta la escala, donde el número 1 indica una calificación más baja y el número 5 representa la calificación más alta.

INFORMACIÓN GENERAL

Género:	Masculino		Femenino		Otros	
----------------	-----------	--	----------	--	-------	--

Edad:	
--------------	--

Nivel de Instrucción:	Primaria		Secundaria		Técnico/ Tecnológico		Tercer Nivel		Cuarto Nivel	
------------------------------	----------	--	------------	--	-------------------------	--	--------------	--	--------------	--

INFORMACIÓN ESPECÍFICA

N°	ITEMS	1 Totalmente en desacuerdo	2 En desacuerdo	3 Neutro	4 De acuerdo	5 Totalmente de acuerdo
ESTABLECIMIENTOS TURÍSTICOS INCLUSIVOS						
Inclusión turística						
1	Está de acuerdo en que los productos y servicios turísticos inclusivos ofrecidos en el cantón Guano cumplen con las necesidades del turista.					

2	Existe una amplia variedad de productos y servicios turísticos para elegir.					
3	El entorno presenta barreras físicas que dificultan el acceso y la movilidad para turistas con discapacidades.					
4	La experiencia turística presenta barreras que dificultan la participación y la comprensión de turistas con discapacidades.					
5	Se brindan iguales oportunidades laborales para todos los colaboradores, independientemente de la discapacidad que tengan.					
6	Los turistas son tratados y valorados de igual forma, sin importar su discapacidad.					
Actividad Turística						
7	El turismo inclusivo se ha convertido en una actividad lucrativa que genera beneficios económicos significativos.					
8	Podría convertirse el turismo inclusivo en una actividad lucrativa que genera beneficios económicos significativos.					
9	Existe gran dificultad en el desplazamiento de turistas discapacitados hacia el destino.					
10	Existe gran dificultad en el desplazamiento de turistas discapacitados hacia los atractivos turísticos a nivel cantonal.					
11	Considera que el cantón tiene atractivos y facilidades turísticas que motiven la visita de turistas discapacitados.					
12	Considera que el cantón ofrece productos y servicios turísticos que motiven la visita de turistas discapacitados.					
Rentabilidad económica						
13	Considera que, al tener mayores ingresos económicos por el turismo inclusivo, los colaboradores incrementarían una mayor productividad .					
14	Al incorporar productos y servicios de turismo inclusivo se logrará					

	mayor productividad en el establecimiento.					
15	Los beneficios ofrecidos por el establecimiento hacia los turistas discapacitados son atractivos y satisfacen sus necesidades.					
16	Considera que el crecimiento del turismo inclusivo generará mayores beneficios a los colaboradores del establecimiento.					
17	Considera que las inversiones turísticas inclusivas pueden generar una alta rentabilidad.					
18	La inversión en infraestructuras turísticas inclusiva es esencial para mejorar la competitividad de un destino y atraer a más turistas.					

Anexo 2: Instrumento Variable Dependiente



UNIVERSIDAD
NACIONAL DE
CHIMBORAZO

Universidad Nacional de Chimborazo
Facultad de Ciencias Políticas y Administrativas
Carrera de Turismo



Encuesta

Encuesta N°: _____ Fecha de encuesta: _____ Encuestador: _____

Dirigida a: Turistas
Objetivo de la Encuesta: Evaluar la satisfacción y percepción de los turistas con respecto a su experiencia en la ciudad/destino turístico, con el fin de identificar áreas de mejora y oportunidades para potenciar el atractivo turístico y la calidad de los servicios ofrecidos.
Confidencialidad de los participantes: La presente encuesta garantiza la confidencialidad total de los datos recopilados, respetando el anonimato de los participantes. El investigador se compromete a salvaguardar la privacidad de cada individuo involucrado en el estudio.
Instrucciones: 1. Seleccione la casilla correspondiente con una marca (X) que represente su perspectiva respecto al tema planteado. 2. Tenga en cuenta la escala, donde el número 1 indica una calificación más baja y el número 5 representa la calificación más alta.

INFORMACIÓN GENERAL

Género:	Masculino		Femenino		Otros	
----------------	-----------	--	----------	--	-------	--

Edad:	
--------------	--

Nivel de Instrucción:	Primaria		Secundaria		Técnico/ Tecnológico		Tercer Nivel		Cuarto Nivel	
------------------------------	----------	--	------------	--	-------------------------	--	--------------	--	--------------	--

INFORMACIÓN ESPECÍFICA

N°	ITEMS	1 Totalmente en desacuerdo	2 En desacuerdo	3 Neutro	4 De acuerdo	5 Totalmente de acuerdo
----	-------	----------------------------------	-----------------------	-------------	--------------------	-------------------------------

ATENCION AL CLIENTE

Expectativas

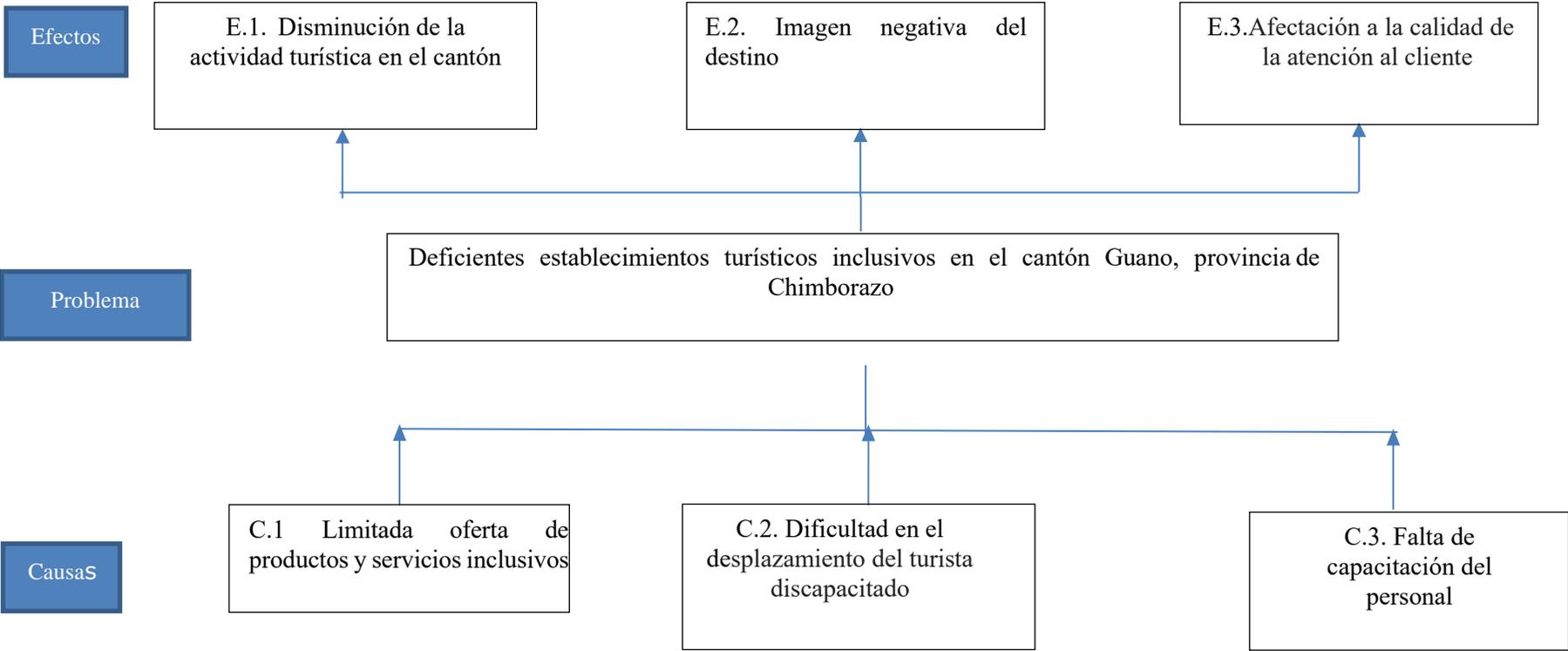
1	La creencia del turista sobre la seguridad en el destino turístico es un factor determinante en su decisión de viajar.					
2	Considera que las creencias de los turistas sobre la atención al cliente han cambiado a lo largo del tiempo					
3	La información sobre los atractivos turísticos del					

	cantón guano cumple con sus necesidades					
4	La información turística ofrecida por los prestadores de servicio es confiable y precisa					
5	Considera que existe información actualizada de establecimientos turísticos inclusivos en el cantón Guano					
6	Considera que los prestadores de servicio deben contar con una amplia experiencia en el sector para garantizar una correcta atención a los turistas.					
7	El establecimiento turístico se preocupa por brindarle la mejor experiencia en los servicios ofrecidos.					
Estrategias						
8	Considera que los establecimientos poseen un plan de acción para correcta atención del turista discapacitado.					
9	Cree que es importante contar con un plan de acción resiliente en el turismo inclusivo.					
10	Los servicios turísticos ofrecidos en el destino están diseñados para satisfacer las necesidades y expectativas del mercado turístico actual					
11	El destino turístico se adapta a las tendencias del mercado turístico , ofreciendo experiencias innovadoras y atractivas.					
12	Considera que el personal del destino turístico está capacitado para atender a turistas discapacitados					
13	El destino turístico ofrece infraestructura adaptada para satisfacer las necesidades de los turistas con discapacidad.					

Satisfacción						
14	La percepción que tiene sobre la calidad de los productos y servicios turísticos recibida fue satisfactoria					
15	Los establecimientos turísticos visitados le dejaron una percepción positiva					
16	Un buen rendimiento por parte de los prestadores de servicio atraería a una gran cantidad de turistas					
17	Considera que el rendimiento del personal del establecimiento cumple con los estándares de calidad					
18	El establecimiento turístico ha cumplido con sus expectativas como cliente, brindándole productos o servicios acorde a lo prometido o esperado.					
19	Las expectativas generadas por el destino turístico cumplieron con sus necesidades y satisfacciones.					

Anexo 3: Árbol de Problemas

TEMA: “Establecimientos turísticos inclusivos y Atención al cliente en el cantón Guano, provincia de Chimborazo.



Anexo 4: Matriz de Operacionalización de Variables

VARIABLE	DEFINICIÓN	DIMENSIONES O CATEGORÍAS	DEFINICIÓN	INDICADORES	MÉTODO, TÉCNICA E INSTRUMENTO
VARIABLE INDEPENDIENTE ESTABLECIMIENTOS TURÍSTICOS INCLUSIVOS	El turismo inclusivo es el turismo que permite la igualdad de oportunidades, de todas las personas, para desarrollar la totalidad de las acciones que componen la actividad turística de una manera segura, cómoda, autónoma y normalizada, y que además trata de buscar también la rentabilidad económica, buscando beneficiar tanto a la persona con discapacidad como a las empresas. (Autismomadrid, 2013)	Inclusión turística	Según la OMT (2014), el turismo inclusivo o turismo para todos no se limita a la eliminación de barreras físicas, sensoriales o de la comunicación, si no que tiene por finalidad lograr que los entornos, productos y servicios turísticos, puedan ser disfrutados en igualdad de condiciones por cualquier persona con o sin discapacidad. El término turismo inclusivo tiene varios sinónimos en diferentes países sin haberse acordado uno en común, así se denomina entre otros: turismo accesible, Turismo adaptado, turismo para todos, turismo sin barreras (BFT), turismo de fácil acceso, turismo universal. (OMT, 2014).	Productos y Servicios turísticos Barreras Igualdad	MÉTODO. Recolección de datos Observación TÉCNICA Encuesta HERRAMIENTAS Cuestionario
		Actividad turística	Es el conjunto de acciones, actividades, relaciones y fenómenos causados por el desplazamiento y permanencia de personas fuera de su lugar habitual de	Actividad lucrativa Desplazamiento Motivación	

			residencia, en tanto que no estén motivados por una actividad lucrativa principal, permanente o temporal. (Hunziker y Kraft).		
		Rentabilidad económica	La rentabilidad económica incluye, según Aguirre et al. (1997) el cálculo de un margen que evalúa la productividad de las ventas para generar beneficios, así como también de una rotación, la cual mide la eficacia con que se gestiona la inversión neta de la empresa.	Productividad Beneficios Inversión	
VARIABLE	DEFINICIÓN	DIMENSIONES O GATEGORÍAS	DEFINICIÓN	INDICADORES	MÉTODO, TÉCNICA E INSTRUMENTO
VARIABLE DEPENDIENTE ATENCION AL CLIENTE	Según Humberto serna (2006) "el servicio al cliente es el conjunto de estrategias que una compañía diseña para satisfacer, mejor que sus competidores, las necesidades y expectativas de sus clientes externos".	Expectativas	Kim, Jun y Walker (2018): "Las expectativas turísticas son un conjunto de ideas y creencias que los turistas tienen sobre lo que pueden esperar de un destino turístico. Estas expectativas se derivan de la información previa al viaje, la publicidad, las recomendaciones de amigos y familiares, y las experiencias anteriores" (p. 413).	Creencias Información Experiencia	MÉTODO. Recolección de datos Observación TÉCNICA Encuesta HERRAMIENTAS Cuestionario
		Estrategias	Tavitiyaman, Qu et al. (2019) define las estrategias turísticas como: "planes de acción que se basan en la	Plan de acción Mercados turísticos	

			investigación y el análisis de los mercados turísticos para establecer objetivos y tácticas que permitan el crecimiento y la sostenibilidad de los destinos turísticos" (p. 55).	Destinos turísticos	
		Satisfacción	Según Philip Kotler (1994), la satisfacción es "el nivel de sensación de placer o desagrado que se deriva de comparar el rendimiento percibido de un producto en relación con las expectativas del comprador".	Percepción Rendimiento Expectativas	

Elaborado por: Brayan Broncano, 2023

Anexo 5: Matriz de Consistencia

PROBLEMA	OBJETIVO	HIPÓTESIS	VARIABLES/ DIMENSIONES	METODOLOGÍA
¿Cómo se relacionan los establecimientos turísticos inclusivos y la atención al cliente en el cantón Guano, provincia de Chimborazo?	GENERAL: Analizar si existe relación entre establecimientos turísticos inclusivos y atención al cliente en el cantón Guano, provincia de Chimborazo.	GENERAL: Existe relación entre los establecimientos turísticos inclusivos y la atención al cliente en el cantón Guano, Provincia de Chimborazo.	Variable Independiente Establecimientos turísticos inclusivos Dimensiones Inclusión turística Actividad turística Rentabilidad económica	Tipo de investigación: Documental Descriptiva Diseño de investigación: Transversal No experimental
Específicos: ¿Cuál es la relación entre inclusión turística y la atención al cliente en el cantón Guano, provincia de Chimborazo?	Específicos: Determinar si existe relación entre inclusión turística y la atención al cliente en el cantón Guano, provincia de Chimborazo.	Específicos: Existe relación entre inclusión turística y la atención al cliente en el cantón Guano, provincia de Chimborazo.	Variable Dependiente Atención al cliente Dimensiones Expectativa Estrategia Satisfacción	Tipo de investigación: Documental Descriptiva Diseño de investigación: Transversal No experimental
¿Cuál es la relación entre la actividad turística y la atención al cliente en el cantón Guano, provincia de Chimborazo?	Determinar si existe relación entre actividad turística y la atención al cliente en el cantón Guano, provincia de Chimborazo.	Existe relación entre actividad turística y la atención al cliente en el cantón Guano, provincia de Chimborazo.		
¿Cuál es la relación entre rentabilidad económica y la atención al cliente en el cantón Guano, provincia de Chimborazo?	Determinar si existe relación entre rentabilidad económica y la atención al cliente en el cantón Guano, provincia de Chimborazo.	Existe relación entre rentabilidad económica y la atención al cliente en el cantón Guano, provincia de Chimborazo.		

Elaborado por: Brayan Broncano, 2023

Anexo 6: Evidencias fotográficas

Encuestas aplicadas



Elaborado por: Broncano Brayan, (2024)



Elaborado por: Broncano Brayan, (2024)



Elaborado por: Broncano Brayan, (2024)