



UNIVERSIDAD DE ESPECIALIDADES ESPÍRITU SANTO

FACULTAD DE TURISMO Y HOTELERÍA

**ANÁLISIS DE LA DEMANDA DE TURISMO ACCESIBLE DE LA
CIUDAD DE GUAYAQUIL**

**TRABAJO DE TITULACIÓN QUE SE PRESENTA COMO REQUISITO
PREVIO A OPTAR EL GRADO DE INGENIERÍA EN GESTIÓN
TURÍSTICA Y HOTELERA**

NOMBRE DEL ESTUDIANTE:

CARLOS GABRIEL RIVAS CASTILLO

NOMBRE DEL TUTOR:

MSc.ANDRÉS PADILLA GALLEGOS

SAMBORONDÓN, FEBRERO, 2018

ANÁLISIS DE LA DEMANDA DE TURISMO ACCESIBLE DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL

Análisis de la demanda de turismo accesible de la ciudad de Guayaquil

Carlos Gabriel Rivas Castillo

Universidad Espíritu Santo

crivasc@uees.edu.ec

Facultad de Turismo y Hotelería, Universidad Espíritu Santo, Km 2.5 vía La Puntilla
Samborondón.

Resumen

El turismo accesible es uno de los nichos de la industria turística en constante crecimiento con prometedores índices de beneficios económicos a nivel internacional. Cabe destacar que hoy en día Ecuador forma parte de los países afiliados a la iniciativa “Turismo para todos” propuesta por la Organización Mundial de Turismo (OMT) en el año 2016; a partir de ello el país ha desarrollado estrategias y proyectos para impulsar ciudades como destinos accesibles. Debido a ello se ha considerado importante efectuar un trabajo de investigación que estudie la demanda de este segmento de mercado, ya que se tiene poco conocimiento del turista que practica esta modalidad turística, sus expectativas y su nivel de satisfacción. Para obtener ello se efectuaron 382 encuestas a turistas con discapacidad, sea temporal (cirugía, lesión, embrazo) o permanente (sensorial, física, intelectual), para obtener un perfil básico de los mismos el cual abarca aspectos socio demográficos, motivaciones, barreras, inconvenientes, preferencias y satisfacción. De ello se concluye que en su mayoría el turista pertenece al género masculino, cuenta con estudios secundarios, sus ingresos oscilan entre \$300 - \$700

ANÁLISIS DE LA DEMANDA DE TURISMO ACCESIBLE DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL

USD mensuales y poseen limitación permanente, siendo la de mayor prevalencia la sensorial (auditiva).

Palabras clave: Turismo accesible, inclusión, perfil del turista, preferencias, satisfacción, SERVQUAL.

Abstract

The accessible tourism is one of the segments of the tourist industry in constant growth with promising indexes of economic benefits worldwide. It is necessary to emphasize that nowadays Ecuador is part of the countries affiliated to the initiative " Tourism for all " proposed by the OMT in 2016, from this, the country has developed strategies and projects to stimulate cities of the country as accessible destinations. For which, it has been considered important to develop a research that studies the demand of this segment of market to offer a current outlook of the tourist who practice this tourist modality, their expectations and level of satisfaction. To achieve that, 382 surveys were carry out to tourists with disabilities temporary (surgery, injury, pregnancy) or permanent (physical, sensory, intellectual) to obtain a basic profile which includes aspects demographic information, motivations, barriers, inconvenient, preferences and satisfaction. It was thus concluded that tourists are mostly male, high school education, monthly incomes between \$300,000 - \$700,000 USD and permanent disability, being predominant the sensory disability (auditory).

Key words: Accessible Tourism, inclusion, tourist profile, preferences, satisfaction, SERVQUAL.

ANÁLISIS DE LA DEMANDA DE TURISMO ACCESIBLE DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL

Introducción

El turismo se sitúa entre los mercados con mayor crecimiento y demanda a nivel mundial; además, forma parte importante en la economía de varios países y promueve aspectos como la comunicación e intercambio cultural entre las personas. A su vez cabe destacar que esta industria tiene un sinnúmero de segmentos de mercado los cuales van desde lo más genérico a lo más especializado, dichos nichos/segmentos se acrecientan y diversifican a medida que el mercado lo demande, lo que conlleva a diseñar y destinar productos y/o servicios adaptados a las necesidades de dichos segmentos de mercado (WORLD TRAVEL AND TOURISM COUNCIL, 2017).

Entre las diferentes modalidades que la industria turística ofrece se encuentra el turismo accesible también conocido como inclusivo, el cual está diseñado y destinado a personas con necesidades especiales, entre las que destacan personas con discapacidad física, intelectual o sensorial. No obstante, la Organización Mundial del Turismo (OMT) y la Organización Mundial de Salud (OMS) indican que grupos como la tercera edad, personas que viajan con niños pequeños y mujeres embarazadas están considerados dentro este segmento debido a que requieren atención y servicios especiales debido a su condición (UNWTO, 2016).

La modalidad de turismo accesible/inclusivo tiene como punto de partida la aplicación del principio universal de la igualdad promovida por la Organización de las Naciones Unidas (ONU) que promueve la protección de las personas contra la discriminación. Aquello adquirió importancia en el ámbito turístico a partir de 1980 por la OMT en la Declaración de Manila, destacando el derecho al uso del tiempo libre y la

ANÁLISIS DE LA DEMANDA DE TURISMO ACCESIBLE DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL

creación de condiciones idóneas para así garantizar el acceso efectivo y sin discriminación al turismo (Van Horn & Isola, 2014).

Hoy en día el turismo accesible es una modalidad disponible en varios destinos del mundo como España, Canadá, Estados Unidos, Costa Rica, Chile, Australia, Sudáfrica, Bangkok, entre otros. Actualmente se suman más destinos a esta modalidad debido a los beneficios que ofrece, destacando potenciar el atractivo/destino en términos de calidad y competitividad (Michopoulou, Darcy, & Buhalis, 2015).

Con relación a cifras sobre el segmento de mercado las personas con discapacidad, de acuerdo a la OMT (2016), representan el 15% de la población mundial, lo cual se traduce aproximadamente en mil millones de personas, de las cuales casi la quinta parte experimentan dificultades al momento de acceder al turismo, a ello se atribuye condicionamientos como el envejecimiento de la población, accidentes e incremento de enfermedades crónicas.

A nivel regional, América Latina; aproximadamente 85 millones de personas sufre de algún tipo de discapacidad y en Ecuador la cifra correspondiente a este grupo es de 429.475 ecuatorianos, siendo el tipo de discapacidad de mayor prevalencia la física con el 46% (Consejo Nacional para la igualdad de Discapacidades , 2017). El presente trabajo de investigación busca realizar un análisis sobre la demanda del turismo accesible o inclusivo a través de la obtención de un perfil básico del turista con discapacidad ya que se ha documentado poco sobre el perfil de este mercado. La información permitirá obtener un panorama claro de la demanda y así determinar qué es lo se espera de la oferta.

ANÁLISIS DE LA DEMANDA DE TURISMO ACCESIBLE DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL

Revisión Literaria

El turismo cuenta con numerosas definiciones las cuales han propuesto diversos cambios en base al contexto/ámbito de formación. No obstante, el propuesto por la OMT (2008) es considerado válido, dado a la procedencia que tiene y los aspectos que este involucra, dicha definición indica que “El turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos a su entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios y otros” (Amparo, pág. 8). Para poder profundizar en el turismo accesible, es vital aclarar cuatro conceptos considerados claves que servirán como pauta para el desarrollo, estos son: turismo, discapacidad, accesibilidad y turismo accesible.

La discapacidad según la OMS (2017) “Abarca las deficiencias, las limitaciones de la actividad y las restricciones de la participación” (OMS, pág. 10). Cuando se menciona deficiencia se considera a las limitaciones que impiden efectuar tareas, que a su vez imposibilita su participación e inclusión; es decir, la discapacidad involucra el aspecto físico corporal y social (OMS, 2017).

Por otro lado la ONU en la Convención de las Naciones Unidas sobre los derechos de las personas con discapacidad, define la discapacidad como la interrelación de dos aspectos, la deficiencia como aspecto físico y el entorno social, el cual actúa como barrera limitante en la participación efectiva en la sociedad (Naciones Unidas, 2017).

En el contexto legal, se considera a una persona con discapacidad a aquella que tiene deficiencia física, mental o sensorial, independiente de la causa que la generó impidiendo la capacidad de desempeñarse en labores/actividades de la vida cotidiana

ANÁLISIS DE LA DEMANDA DE TURISMO ACCESIBLE DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL

(Asamblea Nacional Republica del Ecuador, 2012). Tomando lo anteriormente expuesto se define a una persona con discapacidad como aquella que se encuentra limitada al disfrute y plena participación en la sociedad por factores externos (entorno) e internos (sociales), siendo este último el más influyente (UNWTO, 2014).

En cuanto a los tipos de discapacidad, la OMS propone una Clasificación Internacional del Funcionamiento de la Discapacidad y Salud (CIF) en esta se diferencian las enfermedades corporales y las capacidades del ser humano. Las primeras se denominan factores contextuales, subdividiéndose en: factores ambientales (factores externos que influyen sobre la discapacidad y funcionamiento) y personales (influencia interna sobre el funcionamiento y la discapacidad) (OMS, 2017).

Las capacidades del ser humano hacen referencia a dos elementos que son: las funciones y estructuras corporales (aspecto fisiológico y anatómico) y las actividades y participación (ejecución de tareas y actividades) (World Health Organization, 2001).

Por otro lado la OMT presenta una clasificación más genérica tomando como base el CIF propuesto por la OMS, la cual clasifica las discapacidades en dos aspectos: la capacidad (física, sensorial e intelectual) y enfermedad (orgánica y mental). Destacando que la OMT considera a la tercera edad, embarazadas, familias con niños pequeños y a personas afectadas por circunstancias transitorias como parte de este grupo ya que requieren servicios especiales cuando viajan (UNWTO, 2014).

ANÁLISIS DE LA DEMANDA DE TURISMO ACCESIBLE DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL

| | |
|--------------------|---|
| Física | Hace referencia a la disminución parcial o total de la capacidad motriz independientemente del origen de la misma. Ejemplo personas en silla de ruedas, con muletas, bastones, etc. |
| Sensorial | Se refiere a la ausencia de la capacidad visual, auditiva y del habla que impiden un óptimo desarrollo de la comunicación y/o lenguaje. |
| Intelectual | Involucra la disminución superior de las funciones cerebrales que afectan aspectos corporales y motores. Ejemplo: movilidad, comprensión del lenguaje, percepción, movilidad, etc. |

Tabla #1: Tipos de discapacidad (OMT) 2014.

Fuente: Elaboración propia a partir del autor mencionado.

El término accesibilidad se considera como la peculiaridad que posibilita el ingreso a un espacio y hacer uso del mismo; es decir, entrar, transitar y salir, lo que conlleva a la participación de las personas en el desarrollo de actividades en un determinado entorno. Esta no se limita al aspecto tiempo-espacio, social y material, sino que incluye al económico, ya que la pobreza o escases de recursos económicos es un factor influyente y latente en la desigualdad (Ibarra Coronel & Panosso Netto, 2016).

Por último, es preciso conceptualizar Turismo accesible, el cual de acuerdo a la OMT, hace referencia a la adaptación de la oferta turística (llámese el entorno, producto

ANÁLISIS DE LA DEMANDA DE TURISMO ACCESIBLE DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL

o servicio) que permita su disfrute a la demanda respetando el principio del diseño universal¹ (UNWTO, 2016).

Inclusión de las personas con discapacidad como nicho de mercado en el sector turístico

La importancia por captar turistas con discapacidad crece en la industria turística. De acuerdo con proyecciones de la OMT, se espera que para el 2050 la población de la tercera edad aumente en un 22%, lo que se traduce en 2.000.000 de personas y oportunidades para el sector, debido a características como mayor tiempo para viajar, economía estable al momento de hacer turismo, entre otros (UNWTO, 2016).

Con respecto al mercado de personas con discapacidad cabe destacar los múltiples beneficios que este grupo ofrece al sector turístico, entre ellos el hecho de que en su mayoría los turistas con discapacidad viajan en grupos grandes, prefieren realizar sus viajes en temporada baja, factor que disminuye la estacionalidad en el destino que visiten, esto es más notable en destinos de sol y playa y por último los altos ingresos que genera por encima del turismo genérico (en el caso del continente Europeo). Además, cabe destacar que la aplicación de esta modalidad funciona como dinamizador del destino, ya que aporta al mejoramiento de la imagen aumentando su competitividad y contribuye a la fidelización de los turistas (UNWTO, 2014).

Turismo accesible: concepto, inicios, beneficios y barreras

¹ Hace referencia al diseño de productos, entornos, programas y servicios que puedan utilizar todas las personas, en la mayor medida posible, sin necesidad de adaptación ni diseño especializado.

ANÁLISIS DE LA DEMANDA DE TURISMO ACCESIBLE DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL

La inclusión del segmento de personas con discapacidad en el ámbito turístico adquirió importancia a partir de la declaración de Manila sobre el turismo en 1980 a partir de los artículos 4 y 10 los cuales hacen hincapié al derecho de ocio y recreación de las personas y al deber de la sociedad de crear las condiciones necesarias para que la práctica del turismo sea sin discriminación tomando como base la Declaración Universal de los Derechos Humanos de la ONU la cual habla promueve la igualdad de derechos (UNWTO, 2017).

A su vez el concepto de turismo accesible adquiere relevancia en 1989 a mano de la campaña “*Tourism for all*” (Turismo para Todos) a partir del Informe de Mary Baker; quien define como una forma de turismo que adopta su oferta distinta para que pueda ser disfrutada por todo tipo de persona, independientemente de su discapacidad o edad. Dicha campaña se presentó como un manual de los avances obtenidos en el ámbito accesible y a su vez recomendaciones para adaptar la industria turística a este nicho de mercado, teniendo como objetivo principal la inclusión e integración social de este grupo. Ante el notorio cambio del turismo mundial en relación al accesible, la OMT presenta una publicación en 1991 titulada “Turismo Accesible a los minusválidos en los 90’s” el cual plantea las barreras que el turismo enfrenta y propone las pautas de actuación en relación a la infraestructura por parte de los ofertantes turísticos (Soriano, 2017).

Entre 2005 – 2011 surgieron publicaciones relevantes como “Hacia un Turismo Accesible para todos” por la OMT, posterior a ello la ONU reconoce los derechos a la recreación y esparcimiento de las personas con discapacidad. Entre 2011 – 2012 la OMT firma un acuerdo con la fundación Organización Nacional de Ciegos Españoles

ANÁLISIS DE LA DEMANDA DE TURISMO ACCESIBLE DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL

(ONCE) para la conjunta cooperación en la inclusión de las personas con discapacidad al turismo (UNWTO, 2014).

En los últimos años el turismo accesible ha ido creciendo paulatinamente, con ello han surgido diferentes declaraciones y resoluciones de organizaciones reguladoras de la actividad turística con la finalidad de dar a conocer que es la accesibilidad, su importancia, que criterios abarca y a su vez dar pauta e incentivar la aplicación de la accesibilidad en los destinos (Soriano, 2017).

Entre los beneficios que el turismo accesible ofrece se encuentra los detallados a continuación estipulados a partir del “Manual de Turismo Accesible para Todos” publicado por la OMT, 2014:

ANÁLISIS DE LA DEMANDA DE TURISMO ACCESIBLE DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL

| | |
|---|---|
| Efecto multiplicador de clientes | Las posibilidades de que una persona con discapacidad viaje acompañado o en grupo es muy alta, lo cual favorecería económicamente a la industria. |
| Disminuye la estacionalidad | Las personas con discapacidad prefieren viajar en temporada baja debido a factores como comodidad y menor aglomeración de turistas. |
| Aumenta la cuota de mercado | Al ser el turismo accesible un nicho de mercado en crecimiento, el lograr fidelizar permitiría aumentar la rentabilidad tanto de la oferta como del destino. |
| Mejora de la imagen del destino | El ofrecer un destino como accesible potencia un destino por la versatilidad y lo diferencia de la competencia ya que las personas con discapacidad se inclinan por destinos que respondan a sus necesidades. |
| Proporciona satisfacción a los clientes | Contribuye a la mejora del servicio y experiencia del turista accesible. |

Tabla #2: Beneficios del turismo accesible, OMT (2014).

Fuente: Elaboración propia a partir del autor mencionado.

ANÁLISIS DE LA DEMANDA DE TURISMO ACCESIBLE DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL

En lo que respecta a las barreras en el turismo accesible cabe señalar que hace referencia a las dificultades y/o problemas que impiden el disfrute de la actividad turística como tal. Estas barreras se presentan en dos aspectos: el entorno y lo social. Las barreras del entorno se refieren al aspecto físico; es decir, lo arquitectónico e infraestructura debido a que los diferentes espacios no suelen estar diseñados para el prototipo de hombre no estándar (persona con discapacidad). Las barreras sociales hacen referencia al trato que este grupo recibe por parte de la sociedad lo cual en la mayoría de casos resultan incluso más limitantes que las mismas barreras del entorno (Soriano, 2017) .

| Tipo de barreras | Items |
|-----------------------------|---|
| Barreras del entorno | Reservación Transporte (para acceder/salir al destino y desplazarse dentro de él) Alojamiento Comunicación |
| Barreras Sociales | Falta de formación e inducción del personal |

Tabla #3: Barreras del turismo accesible, Soriano (2017).

Fuente: Elaboración propia a partir del autor mencionado.

En lo que corresponde al ámbito de aplicación de la accesibilidad en el destino para personas con discapacidad la OMT indica que esta debe estar presente en toda la cadena turística; es decir, en cada producto y/o servicio. A continuación, se detallan los elementos de la cadena del turismo:

ANÁLISIS DE LA DEMANDA DE TURISMO ACCESIBLE DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL

| Elemento | Descripción |
|---|--|
| Gestión del destino turístico | Hace referencia al desarrollo de estrategias de turismo accesible por parte de los entes gestores del destino. Así como al desarrollo de instalaciones, infraestructura, transporte y telecomunicación accesible. |
| Información y publicidad turística | Información clara y detallada de la accesibilidad del destino y sus instalaciones, además de facilitar contactos con los proveedores del servicio y centros médicos. Respecto a los medios de reserva, estos deben disponer de accesibilidad y anunciar servicios destinados para este segmento. |
| Entornos urbanos y arquitectónicos | Señala siete aspectos: Plazas de aparcamiento, comunicación, señalización, desplazamiento horizontal, desplazamiento vertical (ascensores, escaleras y rampas), servicios higiénicos públicos y precios. |
| Medios de transporte | Involucra no solo las terminales terrestres y aeroportuarias sino también lo relacionado al transporte en sí y carreteras. |
| Alojamiento, A&B, eventos | Hace referencia a los establecimientos hoteleros, restaurantes y salas de eventos. |
| Actividades culturales | Incluye museos, teatros, cines, etc. |
| Otras actividades y/o eventos | Hace referencia a zonas verdes, playas, acceso a instalaciones deportivas y transporte disponible para movilizarse dentro del establecimiento y sus alrededores. |

Tabla #4: Elementos de la cadena turística.

Fuente: Elaboración propia a partir de (UNWTO, 2014)

ANÁLISIS DE LA DEMANDA DE TURISMO ACCESIBLE DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL

Características y comportamiento de los turistas con discapacidad a nivel mundial

Las características y comportamiento de las personas con discapacidad han sido motivo de estudio en varias publicaciones entre ellas se destacan las más relevantes:

De acuerdo al Observatorio de Accesibilidad Universal de Turismo en España (2017) el mercado accesible viaja en grupos, de 2 a 3 veces al año en la época de verano siendo su motivación las vacaciones/ocio, gestionan su viaje por internet, siendo el principal medio de transporte el propio entre los criterios más importantes al momento de elegir un destino destacan el servicio al cliente, información de la accesibilidad del destino y la accesibilidad a nivel arquitectónico de las instalaciones.

En la publicación de Pinto “Turismo para discapacitados en el Perú” se determinó que entre los comportamientos de este segmento destacan el hecho de que viajan en grupos (acompañados por familiares y/o amigos), prioritariamente se inclinan por destinos europeos seguidos por destinos latinoamericanos como Brasil y Costa Rica, viajan en temporada baja y gestionan sus viajes mediante agencias de viajes (2016).

Por otro lado Flores (2014) en su publicación “Optimization of Hotel Reception and Accommodation Service Management for Guests with Disabilities” señala que más de la mitad de los turistas con discapacidad en Rusia se alojan en hoteles, moteles o posadas, su gasto promedio es de \$241 por visita, entre los criterios de elección está la hospitalidad, servicio al cliente y tienen en cuenta las opiniones de otros turistas con discapacidad al momento de elegir un destino.

Por último haciendo referencia a una publicación nacional de Sánchez (2014) titulada “Análisis de la situación actual del turismo accesible para personas con

ANÁLISIS DE LA DEMANDA DE TURISMO ACCESIBLE DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL

discapacidad en el centro histórico de la ciudad de Quito como destino turístico” el perfil del turista indica que en su mayoría cuentan con discapacidad motriz, el 80% frecuentan viajar siendo su motivación el ocio/entretenimiento, en sus desplazamientos tienen dificultades debido a la poca o nula accesibilidad de los destinos turísticos, lo cual conlleva a que desistan en realizar viajes, entre los segmentos que reflejan poca satisfacción es en el servicio al cliente debido a la falta de capacitación del personal.

Contexto normativo legal para las personas con discapacidad y sus derechos al ocio y recreación

En un contexto normativo legal mediante la convención sobre los Derechos de las personas con discapacidad, la ONU promovió la protección de los derechos de las personas con discapacidad en el artículo 9 el cual señala la eliminación de los obstáculos que impiden el acceso y goce a entornos físicos, comunicación e información. Posteriormente en el artículo 30 hace énfasis especial a la participación de este grupo en la recreación y esparcimiento (Gujardo Galvan, Garcia Garcia, & Sanchez Villareal, 2012).

La accesibilidad en Ecuador tuvo sus inicios en 2009 a raíz de una evaluación a nivel de infraestructura y arquitectónica para turistas con capacidad dirigida por la Federación Nacional de Ecuatorianos con Discapacidad Física (FENEDIF), dicha evaluación tuvo como resultado la elaboración de una de las primeras guías de turismo accesible la cual presentaba sitios accesibles aptos para la visita de este mercado (El Telegrafo , 2013).

ANÁLISIS DE LA DEMANDA DE TURISMO ACCESIBLE DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL

La implementación del turismo accesible en Ecuador se dio en septiembre del 2016 en la novena edición de la Conferencia Sudamericana sobre Inversiones en Hotelería y Turismo mediante la adhesión del Ministerio de Turismo a la propuesta impulsada por la OMT “Turismo para todos” la cual busca la inclusión social de las personas con discapacidad al turismo (Ministerio de Turismo , 2016).

Para ello se llevo a cabo un convenio entre el Consejo Nacional para la Igualdad de Discapacidades (CONADIS) y la Federación Nacional de Ecuatorianos con Discapacidad Física (FENEDIF) donde Esmeraldas, Imbabura, Orellana y Manabí fueron las provincias incluidas en esta iniciativa a través de la capacitación de los prestadores de servicio mediante una plataforma virtual desarrollada por la FENEDIF la cual permite acceso a la legislación turística e información complementaria sobre servicio (Ministerio de Turismo , 2016).

En el ámbito normativo nacional en relación al derecho de personas con discapacidad y su disfrute del turismo, ocio y recreación en un contexto legal, la ley orgánica de discapacidades señala en el capítulo segundo, sección cuarta De la cultura, deporte, recreación y turismo, artículo 44, que las entidades reguladoras de la actividad en conjunto con los gobiernos autónomos descentralizados velarán por la atención prioritaria, accesibilidad de la oferta e infraestructura turística (Asamblea Nacional Republica del Ecuador, 2012).

ANÁLISIS DE LA DEMANDA DE TURISMO ACCESIBLE DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL

Metodología

Tipo y diseño de la investigación

Para cumplir con los objetivos previamente establecidos, se partió del método cuantitativo con un enfoque exploratorio – descriptivo, debido a que se estudia y cuantifica un fenómeno social y a partir de ello construir o verificar conceptos, teorías e hipótesis de manera concreta y medible (Binda & Balbastre-Benavent, 2013).

Diseño de la herramienta de recolección de información

En la presente investigación se empleó como herramientas de recolección la encuesta (ver anexo A). El diseño de la encuesta consta de 4 apartados: Datos socio demográficos (A), Sobre el perfil del turista (B), sobre los inconvenientes cuando planifican un viaje (C) y sobre sus preferencias y satisfacción (D).

El apartado A abarca datos básicos como la residencia, edad, sexo, ingresos, nivel de estudios, tipo de limitación, entre otros. El apartado B envuelve aspectos como la motivación, temporada, frecuencia y duración de los desplazamientos, tipo de destinos que frecuenta, si viajan solos o acompañados, gasto promedio y que rubros conllevan mayor inversión. La parte C presenta un mix entre las barreras que enfrenta el turista al momento de planificar el viaje, así como los criterios que contempla al momento de elegir un destino y los servicios que presentan una dificultad al momento de contratar. Por último, la parte D está diseñada bajo la metodología SERVQUAL adaptada a las necesidades de la investigación, el diseño consta de 5 dimensiones como lo propone la metodología original; no obstante, las dimensiones fueron readaptadas

ANÁLISIS DE LA DEMANDA DE TURISMO ACCESIBLE DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL

siendo estas: información, transporte, infraestructura, servicios y personal. Cada dimensión cuenta con ítems que oscilan entre 3 -12 donde son sometidos a evaluación bajo una escala de Likert del 1 – 5 en relación con el nivel de importancia (donde 1 representa nada importante a 5 representa muy importante) y al nivel de satisfacción (donde 1 representa nada satisfecho a 5 representa muy satisfecho).

Población de estudio y selección de la muestra

Para el presente trabajo de investigación se escogió como población de estudio a las personas que cumplan uno de los siguientes criterios:

- Tener algún tipo de discapacidad
- Pertenecer a la tercera edad (60 años o más)
- Tener necesidades especiales (embarazo, discapacidad temporal)

Para determinar la muestra a encuestar se tomó como universo la población con discapacidad en la ciudad de Guayaquil en base al último censo realizado en el país 68.527 personas (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2010). Al conocer el tamaño del universo se aplicó la fórmula para calcular la muestra de una población finita la cual dio como resultado 382 encuestas. Se realizaron 30 encuestas piloto y posteriormente se procedió a efectuar las encuestas durante el mes de noviembre del presente año en: Consejo Nacional para la Igualdad de Discapacidades (CONADIS), Asociación de Hemipléjicos, Parapléjicos y Cuadripléjicos del Guayas (Asopléjica), Parque Simón Bolívar, Parque Centenario, Asilo San José y el centro de la ciudad de Guayaquil.

ANÁLISIS DE LA DEMANDA DE TURISMO ACCESIBLE DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL

$$n = \frac{N\sigma^2 Z^2}{(N-1)e^2 + \sigma^2 Z^2}$$

$$n = \frac{68.527 (0,5)^2 (1,96)^2}{(68.527 - 1)(0,05)^2 + (0,5)^2 (1,96)^2}$$

$$n = \frac{658.133,308}{(68.527)(2,5) + (0,5)^2 (1,96)^2}$$

$$n = \frac{658.133,308}{171.3175 + 0.9604}$$

$$n = \frac{658.133,308}{172.2779} = 382$$

Procesamiento de datos

Para procesar la información obtenida del levantamiento de información se utilizó como herramienta el programa estadístico SPSS v12 y Microsoft Excel 2017, para la posterior tabulación, análisis y presentación de los resultados.

ANÁLISIS DE LA DEMANDA DE TURISMO ACCESIBLE DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL

Análisis de resultados

| DATOS SOCIODEMOGRAFICOS | | |
|--------------------------------|------------------------------------|-------------------|
| | | Porcentaje |
| Género | Masculino | 59,40% |
| | Femenino | 40,60% |
| Procedencia | Guayaquil | 63,1% |
| | Durán | 13,4% |
| | Samborondon | 5,2% |
| | Nacional | 14,1% |
| | Extranjero | 4,2% |
| Edad | 18 - 24 años | 3,1% |
| | 25 - 34 años | 8,6% |
| | 35 - 44 años | 9,9% |
| | 45 - 54 años | 20,9% |
| | 55 - 64 años | 33,0% |
| | Más de 64 años | 24,3% |
| Nivel de estudios | Sin estudios | 4,2% |
| | Primaria | 20,7% |
| | Secundaria | 47,4% |
| | Universidad (Tercer nivel) | 22,5% |
| | Postgrado/Doctorado (Cuarto Nivel) | 5,2% |
| Ocupación | Estudiante | 5,5% |
| | Independiente | 41,6% |
| | Empleado dependiente | 25,4% |
| | Jubilado | 19,4% |
| | Desempleado | 8,1% |
| Ingresos | \$300- \$700 | 54,2% |
| | \$700 - \$1000 | 27,7% |
| | \$1000 - \$1500 | 11,8% |
| | Más de \$1500 | 6,3% |
| Tipo de limitación | Limitación temporal | 43,5% |
| | Embarazo | 11,5% |
| | Proceso medico | 20,7% |
| | Enfermedad transitoria | 12,8% |
| | Limitación permanente | 56,5% |
| | Física/motora | 23,8% |
| | Sensorial | 27,5% |
| | Intelectual | 3,7% |

Tabla #5: Datos socio demográficos de los encuestados.

Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados obtenidos.

ANÁLISIS DE LA DEMANDA DE TURISMO ACCESIBLE DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL

Con relación a los datos sociodemográficos de la muestra, la tabla #5 indica que en cuanto al género de los encuestados el 59,40% corresponde al sexo masculino y el restante 40,60% pertenece al femenino. Respecto a la procedencia con un destacable 63,10% se obtuvo que la mayoría de los encuestados pertenecen a la ciudad de Guayaquil; en lo que corresponde al rango de edad el 33% de la muestra se ubican entre los 55 – 64 años; en relación a la formación académica el 47,4% de los encuestados indicó contar con educación secundaria. En lo que compete a la ocupación o situación laboral y a los ingresos mensuales el 41,6% indicó ser trabajador dependiente con ingresos mensuales que van de entre \$300 - \$700 USD (54,2%). Por último, en lo referente al tipo de limitación de los encuestados, el 56,5% indicó tener limitación permanente siendo la limitación sensorial (27,5%) la de mayor predominancia.

ANÁLISIS DE LA DEMANDA DE TURISMO ACCESIBLE DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL

| Motivo del viaje | Porcentaje |
|---|------------|
| Vacaciones, recreo y ocio | 38,2% |
| Disfrutar de la vida nocturna y diversión | 13,9% |
| Visita a familiares o amigos | 28,0% |
| Educación y formación | 4,5% |
| Negocios y/o trabajo | 7,6% |
| Salud | 3,1% |
| Religión | 2,1% |
| Compras | 2,1% |
| Tránsito | 0,3% |
| Histórico cultural | 0,3% |
| Frecuencia con la que viaja | |
| | Porcentaje |
| Semanalmente | 8,1% |
| 1 vez al mes | 20,4% |
| Al menos 1 vez al año | 33,0% |
| Entre 2 - 3 veces al año | 26,7% |
| Más de 3 veces al año | 11,8% |
| Duración del viaje | |
| | Porcentaje |
| Excursión por el día | 22,3% |
| Entre 2 - 3 días | 49,5% |
| Entre 4 - 7 días | 13,6% |
| Más de 1 semana | 6,8% |
| 1 mes | 3,7% |
| Más de 1 mes | 4,2% |

Tabla #6: Motivo del viaje, frecuencia con la que viaja y duración del viaje

Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados obtenidos.

Respecto a las motivaciones de desplazamiento de la muestra, el 38,2% indicó efectuar sus desplazamientos por vacaciones, recreación y ocio mientras que el 28% indicó viajar por visitar a familiares y/o amigos, en lo referente a la frecuencia y duración de los desplazamientos, el 33% de los encuestados indicó viajar al menos 1 vez al año, teniendo dichos desplazamientos una duración de entre 2 – 3 días (49,5%).

ANÁLISIS DE LA DEMANDA DE TURISMO ACCESIBLE DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL

| Época del año en la que viaja | |
|-------------------------------|------------|
| | Porcentaje |
| Invierno | 20,9% |
| Verano | 34,6% |
| Ferriados | 44,5% |
| Preferencia por destinos | |
| | Porcentaje |
| Nacionales | 88,2% |
| Extranjeros | 11,8% |
| Tipo de turismo que consume | |
| | Porcentaje |
| Sol y playa | 30,9% |
| Naturaleza | 27,2% |
| Culturales - artísticos | 12,6% |
| Salud | 7,6% |
| Rural - ecoturismo | 3,1% |
| Gastronómico | 10,5% |
| Negocios | 6,8% |
| Deportivo | 1,3% |

Tabla #7: Época del año en la que viaja, preferencia por destino y tipo de turismo que consume

Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados obtenidos.

Como se manifiesta en la tabla #7, el 44% de los encuestados efectúan sus desplazamientos en feriados, siendo los destinos nacionales (88,2%) los de predominante preferencia, entre ellos destacan Playas (10,7%), Cuenca (7,3%), Manabí (7,1%) y Quito (6,8%). Correspondiente al tipo de turismo por el que se inclina la muestra, se obtuvo que el 30,9% optan por destinos de sol y playa.

ANÁLISIS DE LA DEMANDA DE TURISMO ACCESIBLE DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL

| Número de personas que lo acompañan | |
|--|------------|
| | Porcentaje |
| 1 persona | 29,8% |
| 2 personas | 31,9% |
| 3 o mas | 38,2% |
| ¿Quién se encarga de la gestión del viaje? | |
| | Porcentaje |
| Yo mismo | 69,1% |
| Un amigo | 6,0% |
| Un familiar | 20,7% |
| Otro | 4,2% |
| Medio/canal por el cual gestiona su viaje | |
| | Porcentaje |
| Agencias de viajes online | 5,0% |
| Agencias de viajes físicas | 9,9% |
| Por su cuenta | 85,1% |

Tabla #8: Sobre la gestión del viaje.

Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados obtenidos.

De acuerdo con los datos mostrados en la tabla #8, se manifiesta que el 38,2% de la muestra viajan acompañados por 3 o más personas: en relación a la gestión del viaje se obtuvo que el 69,1% de los encuestados organizan su viaje por sí mismos y el 85,1% no hace uso de agencias de viajes físicas u online para la contratación de paquetes y/o servicios.

ANÁLISIS DE LA DEMANDA DE TURISMO ACCESIBLE DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL

| Gasto promedio cuando viaja | | | | |
|---|------------|------------|------------|------------|
| | Porcentaje | | | |
| Menos de \$50 | 13,1% | | | |
| Entre \$50 - \$100 | 32,2% | | | |
| Entre \$100 - \$200 | 26,7% | | | |
| Entre \$200 - \$300 | 16,0% | | | |
| Entre \$300 - \$400 | 11,3% | | | |
| Más de \$400 | 0,8% | | | |
| Rubros en lo que más gasta cuando viaja | | | | |
| | Porcentaje | Porcentaje | Porcentaje | Porcentaje |
| | 1 | 2 | 3 | 4 |
| Alojamiento | 36,1% | 30,1% | 17,5% | 16,2% |
| Restauración | 17,0% | 27,2% | 32,5% | 23,3% |
| Transporte | 22,0% | 27,7% | 31,2% | 19,1% |
| Actividades y/o recreación | 24,9% | 14,9% | 18,8% | 41,4% |

Tabla #9: Gasto promedio y rubros en los que más gasta el turista.

Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados obtenidos.

Con relación al factor gasto se pudo obtener que los encuestados en su mayoría gasten en sus desplazamientos entre \$50 - \$100 USD (32,2%), siendo los rubros en los que más invierten en orden de prioridad: alojamiento, transporte, restauración y actividades y/o recreación.

| Medio de transporte que usa | |
|----------------------------------|------------|
| | Porcentaje |
| Carro propio | 28,3% |
| Avión | 12,8% |
| Bus - transporte interprovincial | 58,9% |
| Tipo de hospedaje que usa | |
| | Porcentaje |
| Hoteles | 41,9% |
| Alojamiento privado | 42,9% |
| Apartamento | 8,1% |
| Otro | 7,1% |

Tabla #10: Medio de transporte y tipo de hospedaje que usa

Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados obtenidos.

Respecto a las preferencias de medio de transporte de la muestra, un predominante 58,9% indicó viajar en Bus – transporte interprovincial y el 42,9% señaló

ANÁLISIS DE LA DEMANDA DE TURISMO ACCESIBLE DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL

hospedarse en alojamientos privados (casas de amigos y/o familiares) durante sus desplazamientos.

| ¿Ha dejado de visitar algún destino turístico por no contar con accesibilidad para personas con discapacidad? | |
|--|-------|
| Si | 13,9% |
| No | 86,1% |

Tabla #11: ¿Ha dejado de visitar algún destino turístico por no contar con accesibilidad para personas con discapacidad?

Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados obtenidos.

Por último, en relación con el perfil del turista, se preguntó a la muestra de estudio si habían dejado de visitar algún destino turístico por la carencia de accesibilidad al mismo a lo cual el 86,1% indicó que la ausencia de accesibilidad y facilidades para este segmento no es una limitante para dejar de visitar un destino.

| Problemas/inconvenientes cuando planifica y viaja | | |
|--|-----------|-----------|
| | Si | No |
| Reserva | | |
| Falta de información de la accesibilidad del destino | 35,3% | 64,7% |
| Website no accesible | 42,1% | 57,9% |
| Falta de formación del personal | 20,9% | 79,1% |
| Transporte | | |
| Desplazamiento | 18,3% | 81,7% |
| Acceso a las terminales de transporte | 31,4% | 68,6% |
| Acceso y salida del medio de transporte | 39,5% | 60,5% |
| Destino | | |
| Acceso dentro del establecimiento turístico | 19,1% | 80,9% |
| Desplazamiento en el entorno físico del destino | 18,3% | 81,7% |
| Acceso a los recursos turísticos (naturales, culturales, etc.) | 20,7% | 79,3% |
| Actividades de ocio y disfrute | 30,6% | 69,4% |
| Infraestructura de accesibilidad del destino | 25,7% | 74,1% |

Tabla #12: Problemas/inconvenientes cuando viaja.

Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados obtenidos.

ANÁLISIS DE LA DEMANDA DE TURISMO ACCESIBLE DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL

En lo que concierne a las barreras que enfrentan los turistas cuando organizan su viaje y se desplazan al destino escogido, con diferencias porcentuales significativas, se obtuvo que los encuestados no presenten inconvenientes en ninguna de las etapas de organización de su viaje.

| Servicios que presentan más dificultades al momento de viajar | | | | | | |
|---|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| Transporte | 17,8% | 13,1% | 24,6% | 18,6% | 10,7% | 15,2% |
| Atractivos turísticos | 10,7% | 22,8% | 22,5% | 22,0% | 9,7% | 12,3% |
| Alojamiento | 27,5% | 17,3% | 13,6% | 14,4% | 14,9% | 12,3% |
| Alimentación | 15,7% | 19,9% | 18,1% | 19,9% | 14,1% | 12,3% |
| Agencias de viaje | 12,3% | 17,3% | 11,3% | 14,9% | 32,2% | 12,0% |
| Acceso a la información | 16,0% | 13,1% | 9,4% | 10,5% | 18,3% | 32,7% |

Tabla #13: Servicios que presentan dificultades cuando viaja.

Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados obtenidos.

Correspondiente a los servicios que presentan inconvenientes en los desplazamientos de los turistas, se pidió a los encuestados que prioricen según su criterio obteniendo que el alojamiento es el servicio que mayor dificultad presenta, seguido de este se sitúan los atractivos turísticos, transporte, alimentación, agencias de viajes y por último el acceso a la información.

ANÁLISIS DE LA DEMANDA DE TURISMO ACCESIBLE DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL

| Criterios que toma en cuenta cuando elige un destino | | |
|---|-----------|-----------|
| | Si | No |
| Accesibilidad al destino (Rampas de acceso con pendiente adecuada, ascensor) | 23,3% | 76,7% |
| Trato recibido por parte de los proveedores del servicio | 37,2% | 62,8% |
| Información disponible sobre la accesibilidad del destino (<i>accesos, movilidad, plazas de aparcamiento, aseos, existencia de información en formatos alternativos, disposición de productos de apoyo, etc.</i>) | 18,6% | 81,4% |
| Movilidad dentro de las instalaciones y establecimientos | 18,6% | 81,4% |
| Precio | 50,3% | 49,7% |
| Interés turístico del destino | 33,8% | 66,2% |
| Condiciones climáticas | 27,7% | 72,3% |
| Recomendación y opiniones de otros turistas | 19,6% | 80,4% |
| Seguridad en el destino | 32,2% | 67,8% |
| Cobertura médica en el destino | 19,9% | 80,1% |

Tabla #14: Criterios que toma en cuenta cuando elige un destino.

Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados obtenidos.

Como se indica en la tabla #14 el único criterio predominante al momento de escoger un destino turístico según los encuestados es el precio (50,3%), el trato recibido por parte de los prestadores del servicio (37,2%) y el interés turístico del destino (33,8%) y el criterio que menos toman en cuenta es la información disponible sobre la accesibilidad del destino (18,6%), la movilidad dentro de las instalaciones (18,6%) y la recomendación y opiniones de otros turistas (19,6%).

ANÁLISIS DE LA DEMANDA DE TURISMO ACCESIBLE DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL

Sobre la preferencia & satisfacción

Para poder determinar los criterios importantes y no importantes de los encuestados se procedió a calcular el *top two box*² de cada ítem, posterior a ello se procedió a calcular el promedio por cada dimensión y así obtener el *valor de prueba*³ a partir del cual se determina si el ítem es importante o no importante, satisfecho o no satisfecho.

| DIMENSION INFORMACION | | |
|--|-------------|---------------|
| | Top two box | Imp./No Imp. |
| Accesibilidad de las páginas web de los operadores turísticos | 63,6% | No importante |
| Información correcta y actualizada del destino | 64,9% | No importante |
| Presentación de la información en formatos accesibles | 66,0% | Importante |
| Espacios de información turística especializada para personas con discapacidad | 66,3% | Importante |
| Presencia de guías especializados en el destino e intérpretes del lenguaje | 69,4% | Importante |
| | 66,0% | |

Tabla #15: Importancia: Dimensión información.

Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados obtenidos.

Como se indica en la tabla #15 en relación con la importancia que la dimensión Información tiene para los encuestados se pudo determinar a partir del valor de prueba (66,0%) que los ítems importantes para este segmento son en orden de prioridad: “Presentación de la información en formatos accesibles”, seguido de “Espacios de información turística especializada” y “Presencia de guías especializados en el destino”.

² Resultado de la suma de las opciones “importante = 4” y “muy importante = 5” de cada ítem por segmento.

³ Se obtiene del cálculo del promedio por cada dimensión

ANÁLISIS DE LA DEMANDA DE TURISMO ACCESIBLE DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL

| DIMENSION TRANSPORTE | | |
|---|-------------|---------------|
| | Top two box | Imp./No Imp. |
| Medios de transporte adecuadamente equipados/adaptados para personas con discapacidad | 72,2% | Importante |
| Presencia de rampas y pasillos amplios para transitar en silla de ruedas | 73,3% | Importante |
| Ubicación cercana de las plazas de parqueo a las entradas principales | 64,9% | No importante |
| | 70,1% | |

Tabla #16: Importancia: Dimensión transporte.

Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados obtenidos.

A partir del valor de prueba (70,1%) la tabla #16 refleja que los ítems de importancia para la muestra correspondientes a la dimensión transporte son “Medios de transporte adaptados y equipados para personas con discapacidad” y “Presencia de rampas y pasillos amplios”.

| DIMENSION INFRAESTRUCTURA | | |
|---|-------------|---------------|
| | Top two box | Imp./No Imp. |
| Rampas amplias, con pendiente adecuada, pavimento antideslizante y pasamanos | 71,7% | Importante |
| Ascensores con facilidades como botonera en braille, relieve y sintetizador de voz anunciando la planta | 66,2% | No importante |
| Pasillos y puertas amplias, con altura adecuada de los seguros e interruptores | 70,1% | Importante |
| Iluminación suficiente | 74,9% | Importante |
| Mobiliario ergonómico | 66,0% | No importante |
| Adecuada distribución del mobiliario | 65,7% | No importante |
| Facilidad para desplazarse entre el entorno urbano y rural del destino | 65,9% | No importante |
| Facilidad para desplazarse a los recursos turísticos y genéricos | 69,1% | Importante |
| Baños adaptados y espaciosos | 71,0% | Importante |
| Presencia de plazas de parqueo reservados para este segmento | 69,4% | Importante |
| Sistema de alarmas vibro táctiles o lumínicas, timbres o audio guías | 69,4% | Importante |
| Señalización de instalaciones con tamaño y contraste adecuados | 68,1% | No importante |
| Distribución de mobiliario de descanso accesible | 66,0% | No importante |
| | 68,7% | |

Tabla #17: Importancia: Dimensión infraestructura.

Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados obtenidos.

ANÁLISIS DE LA DEMANDA DE TURISMO ACCESIBLE DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL

Al analizar la dimensión infraestructura a partir del valor de prueba (68,7%) se pudo determinar que los ítems de importancia para el segmento accesible son: “Iluminación suficiente”, “Rampas amplias con pendiente adecuada, suelo antideslizante”, “Baños adaptados y espaciosos”, “Pasillos y puertas amplias, con altura adecuada de seguros e interruptores”, “Presencia de plazas de parqueo”, “Sistema de alarmas vibro táctiles o lumínicas” y “Facilidad para desplazarse a los recursos turísticos”.

| DIMENSION SERVICIOS | | |
|---|-------------|---------------|
| | Top two box | Imp./No Imp. |
| Orientación sobre instalaciones | 71,4% | No importante |
| Transporte accesible | 71,4% | No importante |
| Disponibilidad de asistencia y cuidado medico | 77,5% | Importante |
| Interpretación de lenguaje de señas | 74,3% | Importante |
| | 73,7% | |

Tabla #18: Importancia: Dimensión servicios.

Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados obtenidos.

ANÁLISIS DE LA DEMANDA DE TURISMO ACCESIBLE DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL

A partir del valor de prueba (73,7%) obtenido para la dimensión servicios, se pudo determinar que los ítems importantes por los encuestados son: “Disponibilidad de asistencia y cuidado médico” e “Interpretación del lenguaje de señas”.

| DIMENSION PERSONAL | | |
|--|-------------|---------------|
| | Top two box | Imp./No Imp. |
| Personal preparado para atención a personas discapacitadas | 78,5% | Importante |
| Capacidad de comprender las necesidades del turista | 79,6% | Importante |
| Conocimiento sobre la discapacidad del cliente y sus necesidades | 76,7% | No importante |
| Trato adecuado a los clientes | 79,9% | Importante |
| Personal dispuesto a ayudar a los turistas | 75,1% | No importante |
| Recibir pronta atención y/o respuesta ante algún requerimiento o reclamo | 80,3% | Importante |
| | 78,4% | |

Tabla #19: Importancia: Dimensión personal.

Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados obtenidos.

Como indica la tabla #19 en relación con la dimensión personal, se pudo determinar a partir del valor de prueba (78,4%) que los ítems de importancia para los encuestados son: “Recibir pronta atención y/o respuesta”, “Trato adecuado a los clientes”, “Capacidad de comprender las necesidades del turista” y “Personal preparado para atender a personas con discapacidad”.

ANÁLISIS DE LA DEMANDA DE TURISMO ACCESIBLE DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL

A continuación, se presentará el análisis de las dimensiones de satisfacción:

| DIMENSION INFORMACION | | |
|--|-------------|------------------|
| | Top two box | Satis./No Satis. |
| Accesibilidad de las páginas web de los operadores turísticos | 30,9% | No satisfecho |
| Información correcta y actualizada del destino | 35,4% | Satisfecho |
| Presentación de la información en formatos accesibles | 34,3% | Satisfecho |
| Espacios de información turística especializada para personas con discapacidad | 32,7% | No satisfecho |
| Presencia de guías especializados en el destino e intérpretes del lenguaje | 38,0% | Satisfecho |
| | 34,3% | |

Tabla #20: Satisfacción: Dimensión información.

Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados obtenidos.

La tabla #20 presenta el nivel de satisfacción en relación a la dimensión información determinado a partir del valor de prueba (34,3%), lo cual permitió determinar los ítems que presentan satisfacción por parte de los encuestados los cuales son: “Presencia de guías especializados”, “Presentación de la información en formatos accesibles” e “Información correcta y actualizada del destino”.

| DIMENSION TRANSPORTE | | |
|---|-------------|------------------|
| | Top two box | Satis./No Satis. |
| Medios de transporte adecuadamente equipados/adaptados para personas con discapacidad | 38,8% | Satisfecho |
| Presencia de rampas y pasillos amplios para transitar en silla de ruedas | 38,0% | Satisfecho |
| Ubicación cercana de las plazas de parqueo a las entradas principales | 30,9% | No satisfecho |
| | 35,9% | |

Tabla #21: Satisfacción: Dimensión transporte.

Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados obtenidos.

Correspondiente a la dimensión transporte se pudo determinar a partir del valor de prueba (35,9%) que los ítems que presentan satisfacción son: “Medios de transporte equipados/adaptados” y “Presencia de rampas y pasillos amplios”.

ANÁLISIS DE LA DEMANDA DE TURISMO ACCESIBLE DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL

| DIMENSION INFRAESTRUCTURA | | |
|---|-------------|------------------|
| | Top two box | Satis./No Satis. |
| Rampas amplias, con pendiente adecuada, pavimento antideslizante y pasamanos | 41,5% | Satisfecho |
| Ascensores con facilidades como botonera en braille, relieve y sintetizador de voz anunciando la planta | 36,7% | No satisfecho |
| Pasillos y puertas amplias, con altura adecuada de los seguros e interruptores | 38,3% | No satisfecho |
| Iluminación suficiente | 46,5% | Satisfecho |
| Mobiliario ergonómico | 37,5% | No satisfecho |
| Adecuada distribución del mobiliario | 38,6% | No satisfecho |
| Facilidad para desplazarse entre el entorno urbano y rural del destino | 39,1% | No satisfecho |
| Facilidad para desplazarse a los recursos turísticos y genéricos | 39,2% | No satisfecho |
| Baños adaptados y espaciosos | 42,6% | Satisfecho |
| Presencia de plazas de parqueo reservados para este segmento | 41,2% | Satisfecho |
| Sistema de alarmas vibro táctiles o lumínicas, timbres o audio guías | 39,6% | Satisfecho |
| Señalización de instalaciones con tamaño y contraste adecuados | 38,8% | No satisfecho |
| Distribución de mobiliario de descanso accesible | 33,5% | No satisfecho |
| | 39,5% | |

Tabla #22: Satisfacción: Dimensión infraestructura.

Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados obtenidos.

Tomando como valor de prueba (39,5%) para la dimensión infraestructura, se pudo obtener que los ítems que presentan satisfacción a criterio de la muestra son: “Iluminación suficiente”, “Baños adaptados y espaciosos”, “Presencia de plazas de parqueo” y “Sistema de alarmas vibro táctiles o lumínicas”.

| DIMENSION SERVICIOS | | |
|---|-------------|---------------|
| | Top two box | Imp./No Imp. |
| Orientación sobre instalaciones | 36,4% | No satisfecho |
| Transporte accesible | 39,4% | No satisfecho |
| Disponibilidad de asistencia y cuidado medico | 44,1% | Satisfecho |
| Interpretación de lenguaje de señas | 38,3% | No satisfecho |
| | 39,6% | |

Tabla #23: Satisfacción: Dimensión servicios.

Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados obtenidos.

ANÁLISIS DE LA DEMANDA DE TURISMO ACCESIBLE DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL

En lo que compete a la dimensión servicios se pudo obtener a partir del valor de prueba (39,6%) que el único ítem que cumple las expectativas de los encuestados es “Disponibilidad de asistencia y cuidado médico”.

| DIMENSION PERSONAL | | |
|--|-------------|---------------|
| | Top two box | Imp./No Imp. |
| Personal preparado para atención a personas discapacitadas | 43,6% | No satisfecho |
| Capacidad de comprender las necesidades del turista | 42,8% | No satisfecho |
| Conocimiento sobre la discapacidad del cliente y sus necesidades | 42,6% | No satisfecho |
| Trato adecuado a los clientes | 46,0% | Satisfecho |
| Personal dispuesto a ayudar a los turistas | 46,8% | Satisfecho |
| Recibir pronta atención y/o respuesta ante algún requerimiento o reclamo | 48,9% | Satisfecho |
| | 45,1% | |

Tabla #24: Satisfacción: Dimensión personal.

Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados obtenidos.

A partir del valor de prueba (45,1%) de la dimensión personal se pudo determinar que los ítems que cumplen las expectativas del segmento son: “Recibir pronta atención y/o respuesta”, “Personal dispuesto a ayudar” y “Trato adecuado a los clientes”.

Contrastando la información obtenida tanto para preferencias como para satisfacción se pudo obtener las dimensiones que son de importancia para el turista y aquellas que cumplen con las expectativas de los mismos, es decir, aquellas con las que se encuentran satisfechos.

ANÁLISIS DE LA DEMANDA DE TURISMO ACCESIBLE DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL

| IMPORTANCIA | | |
|---------------------------|-------|---------------|
| Dimensión | | |
| Dimensión Información | 66,0% | No importante |
| Dimensión Transporte | 70,1% | No importante |
| Dimensión Infraestructura | 68,7% | No importante |
| Dimensión Servicios | 73,7% | Importante |
| Dimensión Personal | 78,4% | Importante |
| Valor de prueba | 71,4% | |

Tabla #25: Dimensiones importantes.

Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados obtenidos.

| SATISFACCION | | |
|---------------------------|-------|---------------|
| Dimensión | | |
| Dimensión Información | 34,3% | No satisfecho |
| Dimensión Transporte | 35,9% | No satisfecho |
| Dimensión Infraestructura | 39,5% | Satisfecho |
| Dimensión Servicios | 39,6% | Satisfecho |
| Dimensión Personal | 45,1% | Satisfecho |
| Valor de prueba | 38,9% | |

Tabla #26: Dimensiones que cumplen expectativas de los turistas.

Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados obtenidos.

Para ofrecer un mejor contraste de las preferencias y satisfacción se procedió a situar en una misma tabla los ítems que son de gran importancia para los encuestados y en otra columna los ítems que cumplen las expectativas de los mismos. De lo cual se pudo obtener que en su mayoría los ítems que eran de importancia cumplían con los requerimientos de los usuarios, es decir, se sentían satisfechos en relación con ellos; no obstante, cabe destacar que los ítems restantes que eran de importancia para la muestra carecían de satisfacción.

ANÁLISIS DE LA DEMANDA DE TURISMO ACCESIBLE DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL

| | IMPORTANCIA | SATISFACCION |
|-----------------|--|---|
| DIMENSIONES | ITEMS | |
| INFORMACION | Presentación de la información en formatos accesibles | Presentación de la información en formatos accesibles |
| | Espacios de información turística especializada | |
| | Presencia de guías especializados en el destino | Presencia de guías especializados |
| TRANSPORTE | Medios de transporte adaptados y equipados para personas con discapacidad | Medios de transporte equipados/adaptados |
| | Presencia de rampas y pasillos amplios | Presencia de rampas y pasillos amplios |
| INFRAESTRUCTURA | Iluminación suficiente | Iluminación suficiente |
| | Rampas amplias con pendiente adecuada, suelo antideslizante | |
| | Baños adaptados y espaciosos | Baños adaptados y espaciosos |
| | Pasillos y puertas amplias, con altura adecuada de seguros e interruptores | |
| | Presencia de plazas de parqueo | Presencia de plazas de parqueo |
| | Sistema de alarmas vibro táctiles o lumínicas | Sistema de alarmas vibro táctiles o lumínicas |
| | Facilidad para desplazarse a los recursos turísticos | |
| SERVICIO | Disponibilidad de asistencia y cuidado médico | Disponibilidad de asistencia y cuidado médico |
| | Interpretación del lenguaje de señas | |
| PERSONAL | Recibir pronta atención y/o respuesta | Recibir pronta atención y/o respuesta |
| | Trato adecuado a los clientes | Trato adecuado a los clientes |
| | Capacidad de comprender las necesidades del turista | |
| | Personal preparado para atender a personas con discapacidad | |

Tabla #27: Dimensiones importantes para los turistas y que cumplen con las expectativas.

Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados obtenidos.

Respecto a los ítems por dimensión que son de importancia para los encuestados destacaron por la dimensión información: el cómo se presenta la información, puntos de información turística y la presencia de guías especializados, de los cuales el primer y tercer ítem mencionado presentaron un nivel de satisfacción alto. En la dimensión transporte los ítems que son importantes para los encuestados fueron: medios de transportes adaptados y presencia de rampas y pasillos amplios los cuales presentaron un nivel de satisfacción alto. Correspondiente a infraestructura aspectos como iluminación, presencia de rampas, baños adaptados, parqueo, alarmas vibro táctiles y la facilidad de desplazamiento fueron los ítems valorados como importantes de los cuales solo cumplen con las expectativas la iluminación, baños adaptados, parqueaderos y sistema de alarmas. En relación al servicio la disponibilidad de asistencia médica e interpretación de lenguaje de señas fueron los aspectos valorados por los encuestados

ANÁLISIS DE LA DEMANDA DE TURISMO ACCESIBLE DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL

como importantes, siendo el primer ítem mencionado el único que cumple con las expectativas. Por último, en la dimensión personal los ítems relevantes para la muestra fueron: recibir pronta atención, recibir un trato adecuado, la empatía y la presencia de personal capacitado para atender a este nicho siendo los dos primeros ítems los únicos que cumplen con la expectativa de los encuestados.

Conclusiones

En base a la revisión literaria y a los resultados obtenidos mediante las encuestas efectuadas se concluye:

El turismo accesible es un segmento en constante crecimiento con un alto potencial no solo a nivel internacional, ya que Ecuador se está adentrando paulatinamente en este nicho, lo cual es notable mediante las iniciativas del sector en adaptar la infraestructura y servicios a este mercado en destinos estratégicos del país.

El turismo accesible ofrece múltiples beneficios al destino, cabe destacar que estos van más allá del aspecto económico ya que impulsan la competitividad y mejoran la imagen del destino.

Sobre el perfil del turista accesible

En base a los resultados obtenidos de las encuestas contrastado con las características y comportamientos de los turistas del segmento accesible expuestos en el marco teórico, se puede determinar que los turistas de este nicho oscilan entre los 50 -75 años de edad, la motivación de viaje predominante en este segmento es

ANÁLISIS DE LA DEMANDA DE TURISMO ACCESIBLE DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL

vacaciones, recreación y ocio, dichos desplazamientos oscilan 1 a 3 veces al año, en su mayoría viajan en grupo (de preferencia amigos y/o familiares), prefieren viajar en temporada baja y se inclinan por destinos de sol y playa; no obstante, haciendo referencia a la organización y gestión del viaje el turista nacional señala que contratan servicios por su cuenta mientras que el turista accesible extranjero lo hace mediante páginas web.

En reacción al gasto promedio se concluyó que los rubros en los que más invierte el turista es alojamiento y transporte siendo su gasto promedio entre \$50 - \$100. En relación con el medio de desplazamiento el turista accesible se moviliza por bus y tiende a alojarse en alojamientos privados

Sobre las preferencias e inconvenientes del desplazamiento

El segmento accesible toma en cuenta al momento de elegir un destino aspectos como la hospitalidad, servicio al cliente, la accesibilidad del destino a nivel arquitectónico y de infraestructura; no obstante, el turista nacional señala que el factor predominante es el precio y en comparación con el turista extranjero este no da importancia a las opiniones de otros usuarios.

El turista accesible no percibe problemas o inconvenientes cuando planifica sus desplazamientos; no obstante, el alojamiento es el servicio que mayor dificultad presenta, seguido de este se sitúan los atractivos turísticos, transporte, alimentación, agencias de viajes y por último el acceso a la información.

ANÁLISIS DE LA DEMANDA DE TURISMO ACCESIBLE DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL

Sobre las preferencias y satisfacción

Para el turista accesible las dimensiones que representan mayor importancia y que a su vez influyen en su experiencia turística son la Dimensión Servicio y Dimensión Personal. A su vez las mismas cumplen con las expectativas del mismo; es decir, se da la presencia de la relación expectativa y satisfacción. Cabe destacar que a pesar de que la dimensión infraestructura no es tan relevante para este mercado se pudo determinar que esta también cumple con las expectativas de los mismos.

Recomendaciones

Se recomienda a las entidades gestoras de la actividad realizar la aplicación de estrategias que contribuyan al óptimo crecimiento del destino para poder potenciarlo como un país apto para el disfrute de turismo accesible ya que actualmente las acciones vigentes son deficitarias.

Se recomienda la alianza entre las instituciones públicas y privadas ya que la notoria discrepancia de criterios no contribuye con el desarrollo de la industria turística accesible y no permite cumplir con lo expuesto en el Plan Nacional del Buen Vivir 2017-2021.

Realizar un estudio periódico del perfil de este turista para tener un actual conocimiento de la evolución y cambios de este nicho; además, permitirá contrastar lo que la oferta espera (expectativas) con lo que recibe (satisfacción) para así poder desarrollar estrategias y lineamientos para la mejora de la calidad del servicio.

ANÁLISIS DE LA DEMANDA DE TURISMO ACCESIBLE DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL

Capacitación a los prestadores de servicios y toda persona involucrada en la cadena de servicio, ya que el país carece la cultura de servicio. Hay que tener en cuenta que en la industria turística la satisfacción del cliente va más allá del aspecto físico (infraestructura y superestructura) sino que el servicio al cliente es un importante y determinante factor que influye de gran manera en la experiencia del turista.

ANÁLISIS DE LA DEMANDA DE TURISMO ACCESIBLE DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL

Referencias bibliográficas

Amparo, S. (2008). *Introducción al turismo*.

Asamblea Nacional Republica del Ecuador. (25 de Septiembre de 2012). *Ley Orgánica de discapacidades*. Obtenido de <http://www.wipo.int/edocs/lexdocs/laws/es/ec/ec024es.pdf>

Binda, N. U., & Balbastre-Benavent, F. (2013). Investigación cuantitativa e investigación cualitativa: buscando las ventajas de las diferentes metodologías de investigación. *Revista de Ciencias económicas*, 31(2), 179-187.

Bravo Pinto, H. F. (2016). *Turismo para discapacitados en el Perú*. Obtenido de http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/123456789/6993/BRAVO_PINTO_HILARIO_TURISMO_DISCAPACITADOS.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Consejo Nacional para la igualdad de Discapacidades . (24 de Noviembre de 2017). *Estadísticas de Discapacidad*. Obtenido de Consejo Nacional para la igualdad de Discapacidades : <http://www.consejodiscapacidades.gob.ec/estadistica/index.html>

Ecuador Noticias . (4 de Julio de 2011). Recuperado el 4 de Abril de 2017, de <http://www.ecuadornoticias.com/2011/07/la-ruta-del-spondylus-o-ruta-del-sol.html>

El Telegrafo . (27 de Septiembre de 2013). *El "turismo accesible" permite la inclusión de discapacitados*. Obtenido de El Telegrafo : <http://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/sociedad/4/el-turismo-accesible-permite-la-inclusion-de-discapacitados>

Flores, M. (2014). Optimization of Hotel Reception and Accommodation Service Management for Guests with Disabilities. *Review of Disability Studies: An International Journal*, 2(2).

Guajardo Galvan, F., Garcia Garcia, A. L., & Sanchez Villareal, I. (2012). *Evaluación de la accesibilidad de la industria turística de Monterrey: Un primer paso hacia el turismo accesible*. Obtenido de Universidad de Monterrey: file:///F:/TRABAJO/000144602_LTU.pdf

Ibarra Coronel, J. J., & Panosso Netto, A. (2016). Artículos científicos sobre turismo para personas con discapacidad en revistas Iberoamericanas de turismo. Una propuesta de categorización. *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 14(1).

Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (2010). Recuperado el 9 de Abril de 2017, de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/censo-de-poblacion-y-vivienda/>

Michopoulou, E., Darcy, S. A., & Buhalis, D. (2015). Accessible tourism futures: the world we dream to live in and the opportunities we hope to have. *Journal of Tourism Futures*, 1(3), 179-188.

ANÁLISIS DE LA DEMANDA DE TURISMO ACCESIBLE DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL

- Ministerio de Turismo . (27 de Septiembre de 2016). *Ecuador impulsa Turismo accesible para todos, con la firma de convenio* . Obtenido de Ministerio de Turismo : <http://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2017/01/BP-291.pdf>
- Naciones Unidas. (6 de Noviembre de 2017). *Convención sobre los derechos de las personas con discapacidad*. Obtenido de Naciones Unidas: <http://www.un.org/esa/socdev/enable/documents/tccconvs.pdf>
- Observatorio de Accesibilidad Universal de Turismo en España. (2017). *Observatorio de Accesibilidad Universal de Turismo en España*. Madrid: ILUNION.
- OMS. (06 de Noviembre de 2017). *Organizacion Mundial de la Salud*. Obtenido de Organizacion Mundial de la Salud: <http://www.who.int/topics/disabilities/es/>
- Sanchez Mayorga, J. M. (Julio de 2014). *Análisis de la situación actual del turismo accesible para personas con discapacidad en el centro histórico de la ciudad de Quito como destino turístico*. Obtenido de Universidad Tecnologica Equinoccial: http://repositorio.ute.edu.ec/bitstream/123456789/13502/1/58182_1.pdf
- Soriano, L. I. (2017). El Turismo Accesible como respuesta a una Oportunidad de Mercado en El Salvador. *TEORÍA Y PRAXIS*(30), 85-99.
- UNWTO. (2014). *Manual sobre turismo accesible para todos: Alianzas publico-privadas y buenas practicas* . Obtenido de Organizacion Mundial del Turismo : http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/pdf/accesible_aa_manual_turismo_accesible_omt_final.pdf
- UNWTO. (2014). *Manual sobre Turismo Accesible para Todos: Principios, herramientas y buenas prácticas. Módulo I: Turismo Accesible – Definición y contexto*. Obtenido de Accessible Tourism: <http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/docpdf/manualturismoaccesmoduloi27ene015acc.pdf>
- UNWTO. (2014). *Recomendaciones de la OMT por un turismo accesible para todos* . Obtenido de Accessible Tourism: <http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/docpdf/accessibilityes.pdf>
- UNWTO. (2016). *Turismo Accesible para Todos: Una oportunidad a nuestro alcance*. Obtenido de Organizacion Mundial del Turismo : <http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/docpdf/turismoaccesiblewebaccesible.pdf>
- UNWTO. (6 de Noviembre de 2017). *Declaración de Manila sobre el turismo mundial - Manila (Filipinas), octubre 1980*. Obtenido de World Tourism Organization: <http://www.e-unwto.org/doi/abs/10.18111/unwtodeclarations.1980.6.6.1>
- Van Horn, L., & Isola, J. A. (2014). Toward a global history of inclusive travel. *Review of Disability Studies: An International Journal*, 2(2).

ANÁLISIS DE LA DEMANDA DE TURISMO ACCESIBLE DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL

World Health Organization. (2001). *Clasificación internacional del funcionamiento de la discapacidad y de la salud: CIF: versión abreviada.*

WORLD TRAVEL AND TOURISM COUNCIL. (Diciembre de 2017). *TRAVEL & TOURISM ECONOMIC IMPACT 2017 WORLD*. Obtenido de TRAVEL & TOURISM ECONOMIC IMPACT 2017 WORLD: <https://www.wttc.org/-/media/files/reports/economic-impact-research/regions-2017/world2017.pdf>

ANÁLISIS DE LA DEMANDA DE TURISMO ACCESIBLE DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL

Anexos

ANEXO A



ANÁLISIS DE LA OFERTA Y DEMANDA TURÍSTICA ACCESIBLE DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL

Buenos días/tardes, soy estudiante de la Universidad de Especialidades Espíritu Santo de Guayaquil, estoy realizando un estudio sobre el perfil del turista accesible de la ciudad de Guayaquil. Es importante señalar que toda la información obtenida será usada sólo para los objetivos de la presente investigación. Agradecemos su participación.

A. DATOS SOCIO-DEMOGRÁFICOS

| | | | | |
|--|--|---|---|--|
| A1. Sexo <input type="checkbox"/> Hombre <input type="checkbox"/> Mujer | A2. Procedencia <input type="checkbox"/> Guayaquil <input type="checkbox"/> Duran <input type="checkbox"/> Samborondón <input type="checkbox"/> Provincia (_____) <input type="checkbox"/> Extranjero (_____) | A3. Edad <input type="checkbox"/> 18 – 24 años <input type="checkbox"/> 25 – 34 años <input type="checkbox"/> 35 – 44 años <input type="checkbox"/> 45 – 54 años <input type="checkbox"/> 55 – 64 años <input type="checkbox"/> Más de 64 años | | |
| A4. Nivel Educación <input type="checkbox"/> Sin estudios <input type="checkbox"/> Primaria <input type="checkbox"/> Secundaria <input type="checkbox"/> Universidad (3er nivel) <input type="checkbox"/> Posgrado (4to nivel) | A5. Situación Laboral <input type="checkbox"/> Estudiante <input type="checkbox"/> Independiente <input type="checkbox"/> Empleado dependiente <input type="checkbox"/> Jubilado (a) <input type="checkbox"/> Desempleado(a) | A6. Nivel de ingresos mensuales <input type="checkbox"/> \$300 - \$700 dólares <input type="checkbox"/> \$700 - \$1000 dólares <input type="checkbox"/> \$1000 - \$1500 dólares <input type="checkbox"/> +\$1500 dólares | | |
| A7. Tipo de limitación <table style="width: 100%;"> <tr> <td style="width: 50%; vertical-align: top;"> <input type="checkbox"/> Limitación temporal <input type="checkbox"/> Embarazo <input type="checkbox"/> Proceso medico <input type="checkbox"/> Enfermedad transitoria </td> <td style="width: 50%; vertical-align: top;"> <input type="checkbox"/> Limitación permanente <input type="checkbox"/> Fisica/motora <input type="checkbox"/> Sensorial <input type="checkbox"/> Intelectual </td> </tr> </table> | | | <input type="checkbox"/> Limitación temporal <input type="checkbox"/> Embarazo <input type="checkbox"/> Proceso medico <input type="checkbox"/> Enfermedad transitoria | <input type="checkbox"/> Limitación permanente <input type="checkbox"/> Fisica/motora <input type="checkbox"/> Sensorial <input type="checkbox"/> Intelectual |
| <input type="checkbox"/> Limitación temporal <input type="checkbox"/> Embarazo <input type="checkbox"/> Proceso medico <input type="checkbox"/> Enfermedad transitoria | <input type="checkbox"/> Limitación permanente <input type="checkbox"/> Fisica/motora <input type="checkbox"/> Sensorial <input type="checkbox"/> Intelectual | | | |

B. SOBRE EL PERFIL DEL TURISTA

| | | | | | | | | | |
|--|---|--|--|---|---|--|-----------------------------------|---|------------------------------------|
| B1. Motivo de su viaje <input type="checkbox"/> Vacaciones, Recreo <input type="checkbox"/> Disfrutar de la vida nocturna y diversión <input type="checkbox"/> Visitas a familiares y amigos <input type="checkbox"/> Educación y formación <input type="checkbox"/> Negocios y motivos profesionales <input type="checkbox"/> Salud y atención medica <input type="checkbox"/> Religión y peregrinaciones <input type="checkbox"/> Compras <input type="checkbox"/> Transito <input type="checkbox"/> Histórica cultural | B2. Frecuencia con la que viaja <input type="checkbox"/> Semanalmente <input type="checkbox"/> 1 vez al mes <input type="checkbox"/> Al menos 1 vez al año <input type="checkbox"/> Entre 2 – 3 veces al año <input type="checkbox"/> Más de 3 veces al año | | | | | | | | |
| B3. Duración del viaje <input type="checkbox"/> Ida y vuelta <input type="checkbox"/> Entre 2 – 3 días <input type="checkbox"/> Entre 4 – 7 días <input type="checkbox"/> Más de una semana <input type="checkbox"/> 1 mes <input type="checkbox"/> Mas de 1 mes | B4. Época del año en la que generalmente viaja <input type="checkbox"/> Invierno <input type="checkbox"/> Verano <input type="checkbox"/> Feriados | | | | | | | | |
| B5. Generalmente cuando viaja se inclina por destinos <input type="checkbox"/> Nacionales ¿Cuál? _____ <input type="checkbox"/> Extranjeros ¿Cuál? _____ | B6. Que tipos de turismo suele consumir <table style="width: 100%;"> <tr> <td><input type="checkbox"/> Sol y Playa</td> <td><input type="checkbox"/> Rural - ecoturismo</td> </tr> <tr> <td><input type="checkbox"/> Naturaleza</td> <td><input type="checkbox"/> Gastronomico</td> </tr> <tr> <td><input type="checkbox"/> Culturales – Artísticos</td> <td><input type="checkbox"/> Negocios</td> </tr> <tr> <td><input type="checkbox"/> Salud</td> <td><input type="checkbox"/> Deportivo</td> </tr> </table> | <input type="checkbox"/> Sol y Playa | <input type="checkbox"/> Rural - ecoturismo | <input type="checkbox"/> Naturaleza | <input type="checkbox"/> Gastronomico | <input type="checkbox"/> Culturales – Artísticos | <input type="checkbox"/> Negocios | <input type="checkbox"/> Salud | <input type="checkbox"/> Deportivo |
| <input type="checkbox"/> Sol y Playa | <input type="checkbox"/> Rural - ecoturismo | | | | | | | | |
| <input type="checkbox"/> Naturaleza | <input type="checkbox"/> Gastronomico | | | | | | | | |
| <input type="checkbox"/> Culturales – Artísticos | <input type="checkbox"/> Negocios | | | | | | | | |
| <input type="checkbox"/> Salud | <input type="checkbox"/> Deportivo | | | | | | | | |
| B7. ¿Cuántas personas generalmente le acompañan cuando practica turismo? <input type="checkbox"/> 1 <input type="checkbox"/> 2 <input type="checkbox"/> 3 o mas | B8. ¿Quién suele encargarse de la gestión del viaje? <input type="checkbox"/> Yo mismo <input type="checkbox"/> Un amigo <input type="checkbox"/> Un familiar <input type="checkbox"/> Otro _____ | | | | | | | | |
| B9. ¿Por qué medio/canal suele contratar su viaje? <input type="checkbox"/> Agencias de viajes online <input type="checkbox"/> Agencias de viaje <input type="checkbox"/> Por su cuenta | B10. Generalmente ¿cuál es su gasto promedio cuando viaja? <table style="width: 100%;"> <tr> <td><input type="checkbox"/> Menos de \$50 dólares</td> <td><input type="checkbox"/> Entre \$300 - \$400 dólares</td> </tr> <tr> <td><input type="checkbox"/> Entre \$50 - \$100 dólares</td> <td><input type="checkbox"/> Más de \$400 dólares</td> </tr> <tr> <td><input type="checkbox"/> Entre \$100 - \$200 dólares</td> <td></td> </tr> <tr> <td><input type="checkbox"/> Entre \$200- \$300 dólares</td> <td></td> </tr> </table> | <input type="checkbox"/> Menos de \$50 dólares | <input type="checkbox"/> Entre \$300 - \$400 dólares | <input type="checkbox"/> Entre \$50 - \$100 dólares | <input type="checkbox"/> Más de \$400 dólares | <input type="checkbox"/> Entre \$100 - \$200 dólares | | <input type="checkbox"/> Entre \$200- \$300 dólares | |
| <input type="checkbox"/> Menos de \$50 dólares | <input type="checkbox"/> Entre \$300 - \$400 dólares | | | | | | | | |
| <input type="checkbox"/> Entre \$50 - \$100 dólares | <input type="checkbox"/> Más de \$400 dólares | | | | | | | | |
| <input type="checkbox"/> Entre \$100 - \$200 dólares | | | | | | | | | |
| <input type="checkbox"/> Entre \$200- \$300 dólares | | | | | | | | | |

ANÁLISIS DE LA DEMANDA DE TURISMO ACCESIBLE DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL

| | |
|---|---|
| B11. Priorice del 1 al 4 según su criterio los rubros en los que más gasta cuando viaja <input type="checkbox"/> Alojamiento <input type="checkbox"/> Restauración <input type="checkbox"/> Transporte <input type="checkbox"/> Actividades y recreación | B12. Medio de transporte que suele usar en sus desplazamientos <input type="checkbox"/> Carro propio <input type="checkbox"/> Avión <input type="checkbox"/> Bus - Transporte interprovincial |
| B13. ¿Donde suele alojarse cuando viaja? <input type="checkbox"/> Hoteles <input type="checkbox"/> Alojamiento privado (familiar o amigo) <input type="checkbox"/> Apartamento <input type="checkbox"/> Otro _____ | B14. ¿Ha dejado de visitar algún destino turístico por no contar con accesibilidad para personas con discapacidad? <input type="checkbox"/> Si <input type="checkbox"/> No |

C. SOBRE SUS PREFERENCIAS E INCONVENIENTES DURANTE SU DESPLAZAMIENTO

C1. Señale los problemas/inconvenientes que generalmente se presentan cuando planifica su viaje

| | | |
|-------------------|--|--|
| Reserva | Falta de información de la accesibilidad del destino | |
| | Website no accesible | |
| | Falta de formación del personal en las agencias de viajes. | |
| Transporte | Desplazamiento | |
| | Acceso a las terminales de transporte | |
| | Acceso y salida del medio de transporte | |
| Destino | Acceso dentro del establecimiento turístico | |
| | Desplazamiento en el entorno físico del destino | |
| | Acceso a los recursos turísticos (naturales, culturales, etc.) | |
| | Actividades de ocio y disfrute | |
| | Infraestructura de accesibilidad del destino | |

C2. Priorice del 1 al 6 según su criterio cuál de los siguientes servicios presenta más dificultades en el momento que viaja

| | |
|-----------------------|--|
| Transporte | |
| Atractivos turísticos | |
| Alojamiento | |
| Alimentación | |
| Agencias de viaje | |
| Acceso de información | |

C3. Señale los criterios que toma en cuenta cuando elige un destino

| | |
|---|--|
| Accesibilidad al destino (Rampas de acceso con pendiente adecuada, Ascensor) | |
| Trato recibido por parte de los proveedores del servicio | |
| Información disponible sobre la accesibilidad del destino (<i>accesos, movilidad, plazas de aparcamiento, aseos, existencia de información en formatos alternativos, disposición de productos de apoyo, etc.</i>) | |
| Movilidad dentro de las instalaciones y establecimientos | |
| Precio | |
| Interés turístico del destino | |
| Condiciones climáticas | |
| Recomendación y opiniones de otros turistas | |
| Seguridad en el destino | |
| Cobertura médica en el destino | |

ANÁLISIS DE LA DEMANDA DE TURISMO ACCESIBLE DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL

D) SOBREE SUS PREFERENCIAS & SATISFACCION

En relacion a sus preferencias indique del 1 al 5 la importancia que los siguientes items tienen para usted cuando viaja. En la segunda columna en base a su ultima experiencia turística indique del 1 al 5 el nivel de satisfaccion obtenido **NIVEL DE IMPORTANCIA: (1=NADA IMPORTANTE, 2=POCO IMPORTANTE, 3= MODERADAMENTE IMPORTANTE, 4= IMPORTANTE, 5= MUY IMPORTANTE) *SATISFACCIÓN: (1=MUY INSATISFECHO 2=INSATISFECHO, 3= INDIFERENTE, 4= SATISFECHO, 5= MUY SATISFECHO)*

| Dimensiones e ítems | NIVEL DE IMPORTANCIA | SATISFACCION (de acuerdo a su última experiencia) |
|---|----------------------|--|
| D1. INFORMACION | | |
| Accesibilidad de las páginas web de los operadores turísticos | | |
| Información correcta y actualizada del destino, paquetes turísticos con características de accesibilidad. | | |
| Presentación de la información en diversos formatos accesibles (braille, señales visuales, teléfono de texto, mapas táctiles, etc.) | | |
| Espacios de información turística especializada para personas con discapacidad | | |
| Presencia de guías especializados en el destino e intérpretes del lenguaje | | |
| D2. TRANSPORTE | | |
| Medios de transporte adecuadamente equipados/adaptados | | |
| Presencia de rampas y pasillos amplios para transitar en silla de ruedas | | |
| Ubicación cercana de las plazas de parqueo a las entradas principales | | |
| D3. INFRAESTRUCTURA | | |
| Rampas amplias, con pendiente adecuada, pavimento antideslizante y pasamanos | | |
| Ascensores con facilidades como botonera en braille, relieve y sintetizador de voz anunciando la planta | | |
| Pasillos y puertas amplias, con altura adecuada de los seguros e interruptores | | |
| Iluminación suficiente | | |
| Mobiliario ergonómico | | |
| Adecuada distribución del mobiliario para proveer un desplazamiento cómodo | | |
| Facilidad para desplazarse entre el entorno urbano y rural del destino | | |
| Facilidad para desplazarse a los recursos turísticos y genéricos | | |
| Baños adaptados y espaciosos (sistemas de aviso de emergencia, duchas teléfono, sillas de ducha y alfombras antideslizantes, etc.) | | |
| Presencia de plazas de parqueo reservados para este segmento | | |
| Sistema de alarmas vibro táctiles o lumínicas, timbres o audio guías | | |
| Señalización de instalaciones con tamaño y contraste adecuados | | |
| Distribución de mobiliario de descanso accesible | | |
| D4. SERVICIOS | | |
| Orientación sobre instalaciones | | |
| Transporte accesible | | |
| Disponibilidad de asistencia y cuidado medico | | |
| Interpretación de lenguaje de señas | | |
| C5. PERSONAL | | |
| Personal preparado para atención a personas discapacitadas | | |
| Capacidad de comprender las necesidades del turista | | |
| Conocimiento sobre la discapacidad del cliente y sus necesidades | | |
| Trato adecuado a los clientes | | |
| Personal dispuesto a ayudar a los turistas | | |
| Recibir pronta atención y/o respuesta ante algún requerimiento o reclamo | | |