



**ESTUDIO DEL TURISMO ACCESIBLE Y LA ATENCIÓN AL CLIENTE PARA  
PERSONAS CON DISCAPACIDAD FÍSICA EN HOSTERÍAS DEL CANTÓN QUITO.**

**POZO CAMACHO, ANDREA ESTEFANÍA Y QUIZHPI TULCHAN, CARMEN  
ARACELY**

**DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS ADMINISTRATIVAS Y DEL  
COMERCIO**

**CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA Y HOTELERA**

**TRABAJO DE TITULACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE  
INGENIERA EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA Y HOTELERA**

**ING. NASIMBA SUNTAXI, CRISTINA MARIBEL MGTR.**

**21 DE AGOSTO DEL 2020**



**DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS ADMINISTRATIVAS Y DEL  
COMERCIO  
CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA Y HOTELERA**

**CERTIFICADO DEL DIRECTOR**

Certifico que el trabajo de titulación, "**Estudio del turismo accesible y la atención al cliente para personas con discapacidad física en hosterías del cantón Quito**" fue realizado por las señoritas **Pozo Camacho, Andrea Estefanía y Quizhpi Tulchan, Carmen Aracely** el cual ha sido revisado y analizado en su totalidad por la herramienta de verificación de similitud de contenido; por lo tanto cumple con los requisitos legales, teóricos, científicos, técnicos y metodológicos establecidos por la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE Sede Latacunga, razón por la cual me permito acreditar y autorizar para que lo sustente públicamente.

Latacunga, 21 de agosto del 2020.

Firma:

**Ing. Nasimba Suntaxi, Cristina Maribel. Mgtr.**

C. C 1718649930

**URKUND****Document Information**

**Analyzed document** TESIS ANDREA POZO Y ARACELY QUIZHPI (1).docx (D78007014)  
**Submitted** 8/21/2020 3:33:00 AM  
**Submitted by** Cristina Nasimba  
**Submitter email** cmnasimba@espe.edu.ec  
**Similarity** 9%  
**Analysis address** cmnasimba.espe@analysis.arkund.com

**Sources included in the report**

**SA** **Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE / TESIS CAP I,II,II - APA 7ta (VALE).docx**  
Document TESIS CAP I,II,II - APA 7ta (VALE).docx (D77919452)  32  
Submitted by: cmnasimba@espe.edu.ec  
Receiver: cmnasimba.espe@analysis.arkund.com

**W** URL: <https://repositorio.espe.edu.ec/bitstream/21000/13191/1/T-ESPEL-ITH-0063.pdf>  2  
Fetched: 1/4/2020 5:21:27 AM





DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS ADMINISTRATIVAS Y DEL  
COMERCIO

CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA Y HOTELERA

RESPONSABILIDAD DE AUTORÍA

Nosotras, **Pozo Camacho, Andrea Estefanía** y **Quizhpi Tulchan, Carmen Aracely**, con cédulas de ciudadanía n° 171830340-5 y n° 171968631-1, declaramos que el contenido, ideas y criterios del trabajo de titulación: **Estudio del turismo accesible y la atención al cliente para personas con discapacidad física en hosterías del cantón Quito** es de nuestra autoría y responsabilidad, cumpliendo con los requisitos legales, teóricos, científicos, técnicos, y metodológicos establecidos por la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE Sede Latacunga, respetando los derechos intelectuales de terceros y referenciando las citas bibliográficas.

Latacunga, 21 de agosto del 2020.

Firma

.....  
**Pozo Camacho, Andrea Estefanía**

C.C.: 171830340-5

Firma

.....  
**Quizhpi Tulchan, Carmen Aracely**

C.C.: 171968631-1



DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS ADMINISTRATIVAS Y DEL  
COMERCIO  
CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA Y HOTELERA

AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN

Nosotras **Pozo Camacho, Andrea Estefanía** y **Quizhpi Tulchan, Carmen Arcely**, con cédulas de ciudadanía n° 171830340-5 y n° 171968631-1, autorizamos a la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE Sede Latacunga publicar el trabajo de titulación: Título: **Estudio del turismo accesible y la atención al cliente para personas con discapacidad física en hosterías del cantón Quito** en el Repositorio Institucional, cuyo contenido, ideas y criterios son de nuestra responsabilidad.

Latacunga, 21 de agosto del 2020.

Firma

.....  
**Pozo Camacho, Andrea Estefanía**

C.C.: 171830340-5

Firma

.....  
**Quizhpi Tulchan, Carmen Arcely**

C.C.: 171968631-1

## **DEDICATORIA**

A mi ejemplo de vida Rita Camacho; por ser una madre ejemplar, luchadora e invencible ante el mundo, que con su amor, sacrificio y apoyo incondicional me ayudado a cumplir mis metas, que, a pesar de las dificultades en nuestro camino, jamás me ha dejado caer, más bien me ha enseñado que la vida no es fácil, que tan solo nos queda luchar por nuestros sueños con esfuerzo, dedicación y porque siempre va a estar para darme su mano y verme llegar lejos. Gracias infinitas por ser mi mejor amiga y una madre extraordinaria, realmente todos mis triunfos y batallas vencidas con sacrificio son tuyas, porque tú has sido mi pilar de vida. Te amo mamá.

Andrea Pozo C.

## DEDICATORIA

El presente trabajo de investigación se lo dedico principalmente a Dios, por estar conmigo en cada paso que doy, siendo mi inspirador para continuar en este proceso de obtener uno de los anhelos más deseados de mi vida.

A mis padres, por ser un pilar fundamental de fortaleza y sabiduría en todos estos años, gracias a ustedes he logrado llegar hasta aquí y convertirme en lo que soy.

A mis amigos por estar siempre presentes, con su apoyo moral que me brindaron cuando más lo necesitaba, por extender su mano en situaciones difíciles a lo largo de esta etapa de mi vida.

A mis maestros quienes nunca desistieron al enseñarme y siempre depositar su confianza en mí, aportando a mi formación tanto profesional como ser humano.

Para ellos es esta dedicatoria, pues me han brindado motivación, colaboración y apoyo incondicional, para lograr culminar esta meta con éxito.

Quizhpi Aracely. T

## AGRADECIMIENTO

A Dios, por darme la vida, suficiente sabiduría, conocimiento para dar pasos firmes en la vida, ayudándome a tomar las mejores decisiones, por cuidar de mí y mi pequeña familia y por todas las bendiciones que he recibido a lo largo de mi vida.

A mis padres Rita y Renán, por ser mi apoyo incondicional, que con su amor, cariño y arduo trabajo me han brindado todo lo necesario para cumplir mis sueños. A mis abuelitos Anita y Nelson, por educarme con valores y formar mi carácter, ofreciéndome su amor incondicional, por cuidar de mí y nunca dejarme caer.

A mi hermano Lenin, por ser mi inspiración, mi fuerza, mis ganas de ser mejor, para poder ser un ejemplo para él, gracias por ser una bendición y darme los mejores momentos de mi vida. A mi tía Patricia, por ser mi ejemplo a seguir, estando junto a mí en las buenas y malas, brindándome su apoyo incondicional, porque más que una tía es una segunda mamá. A la familia Morales Villavicencio por brindarme su apoyo incondicional y convertirse en mi segunda familia, al Lic. Ismael Guanoluisa, por ser un excelente ser humano, que con sus consejos y conocimientos se han convertido en un gran amigo, gracias infinitas.

A mis amigos, en especial a Kerly, Lisbeth, Kevin, por brindarme los mejores cinco años de mi vida, por todos esos momentos compartidos junto a ustedes y convertirse en una gran familia, bendiciones y éxitos amigos.

A nuestra tutora, Ing. Cristina Nasimba, por haber confiado en nosotras, que, con su conocimiento, apoyo y más que nada paciencia se ha podido lograr un exitoso trabajo. Agradezco a aquellos profesionales que formaron parte de mi etapa académica que con sus conocimientos, paciencia y experiencia me han enseñado a ser una profesional de éxito, gracias.

Andrea Pozo C.



## AGRADECIMIENTO

Quisiera expresar mi agradecimiento a Dios, por bendecirme, para llegar a cumplir y hacer realidad este sueño anhelado.

Este trabajo ha sido una gran bendición en todo sentido y agradezco a mis padres, por haberme proporcionado la mejor educación y lecciones de vida para que esta meta sea cumplida.

Agradezco infinitamente a la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE Sede Latacunga, por brindarme todas las facilidades de estudiar, permitiéndome adquirir nuevos conocimientos tanto para el ámbito personal como profesional.

Este trabajo no habría sido posible sin la constancia y dedicación de nuestra directora de tesis, Ing. Cristina Nasimba quien, con sus conocimientos, paciencia, motivación y consejos como docente y amiga, ha logrado formarnos como personas e investigadoras de éxito.

Sin duda, el impulso investigativo también fue motivado por docentes, quienes durante mis estudios han aportado con mi formación académica y amigos quienes compartimos momentos inolvidables, enseñanzas y sobre todo por su amistad.

No ha sido sencillo el camino hasta ahora, son muchas personas las que han formado parte de mi vida a las que me encantaría agradecerles su amistad, apoyo, ánimo y sobre todo por compartir consejos en los momentos más difíciles de mi vida.

Quizhpi Aracely T.

**ÍNDICE DE CONTENIDOS**

CARATULA.....	1
CERTIFICADO DEL DIRECTOR .....	2
URKUND.....	3
RESPONSABILIDAD DE AUTORÍA .....	4
AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN.....	5
DEDICATORIA .....	6
AGRADECIMIENTO .....	8
ÍNDICE DE CONTENIDOS.....	10
ÍNDICE DE TABLAS.....	15
ÍNDICE DE FIGURAS.....	19
RESUMEN .....	22
ABSTRACT .....	23

**CAPÍTULO I****GENERALIDADES**

1.1. Antecedentes .....	24
1.2. Planteamiento del problema .....	27
1.3. Formulación del problema .....	29
1.4. Justificación e importancia.....	29
1.5. Objetivos.....	31
1.5.1. Objetivo general.....	31
1.5.2. Objetivos específicos.....	31
1.6. Hipótesis.....	31

	11
1.7. Variables de la Investigación .....	32
1.7.1. Variable independiente .....	32
1.7.2. Variable dependiente .....	32
 <b>CAPÍTULO II</b>	
<b>MARCO TEÓRICO</b>	
2.1 Turismo.....	33
2.2 Turismo Accesible .....	34
2.2.1. Beneficios del Turismo Accesible.....	39
2.2.2. Ventajas del Turismo Accesible .....	43
2.2.3. Beneficiarios del Turismo Accesible.....	45
2.2.4. Accesibilidad .....	48
2.2.5. Discapacidad.....	49
2.2.6. Personas con discapacidad física .....	50
2.2.7. Dispositivos de apoyo en la discapacidad física .....	54
2.2.8. Barreras del turismo accesible .....	63
2.2.9. Información turística en el turismo accesible .....	67
2.2.10. Indicadores para evaluar el turismo accesible .....	75
2.3 Atención al Cliente .....	85
2.3.1. Importancia de la atención al cliente .....	89
2.3.2. Elementos de atención al cliente .....	89
2.3.3. Fases de la atención al cliente .....	90
2.3.4. Modalidad de atención al cliente .....	93
2.3.5. Tipos de clientes.....	96
2.3.6. Normas generales de actuación según la tipología de clientes .....	97

	12
2.3.7. Principios en la atención al cliente .....	101
2.3.8. Atención al cliente en establecimientos hoteleros .....	103
2.3.9. Atención al cliente en personas con discapacidad .....	104
2.3.10. Los trabajadores y la atención al cliente .....	106
2.3.11. Instrumentos para medir la atención al cliente.....	115

### **CAPÍTULO III**

#### **MARCO METODOLÓGICO**

3.1 Metodología.....	132
3.2 Enfoque .....	133
3.3 Modalidad.....	134
3.4 Técnicas e instrumentos .....	135
3.5 Población y muestra.....	136
3.6 Análisis e interpretación de resultados.....	139
3.6.1 Análisis de los resultados de la variable independiente .....	139
3.6.2 Análisis de los resultados de la variable dependiente .....	189
3.7 Comprobación de la Hipótesis.....	216
3.7.1. Planteamiento de la Hipótesis .....	217
3.7.2. Construcción de variables .....	217
3.7.3. Grados de libertad .....	231
3.7.4. Nivel de significancia .....	233
3.7.5. Regla de decisión .....	233
3.7.6. Cálculo de la distribución Chi cuadrado.....	234
3.7.7. Decisión final.....	235

## CAPÍTULO IV

### PROPUESTA

4.1. Antecedentes de la propuesta .....	236
4.2. Presentación de la propuesta .....	237
4.3. Justificación .....	237
4.4. Diseño de la propuesta .....	238
4.5. Desarrollo de la guía didáctica.....	239
Índice de contenido.....	241
Antecedentes .....	245
Introducción.....	246
¿A quién está dirigida la guía? .....	247
Objetivo .....	247
Desarrollo de la Propuesta .....	248
1. Significado de los íconos de accesibilidad.....	248
2. ¿Qué es una hostería?.....	249
3. Turismo accesible e inclusivo.....	250
3.1. Importancia del turismo accesible e inclusivo .....	251
3.2. Beneficios del turismo accesible e inclusivo.....	252
3.3. Ventajas del turismo accesible e inclusivo .....	253
3.4. Beneficiarios.....	253
3.5. Personas con discapacidad física .....	253
4. ¿Qué es un proceso inclusivo?.....	254

5. Actividades turísticas inclusivas .....	255
6. ¿Qué es atención al cliente?.....	256
7. Protocolo de acción para las hosterías ante el COVID-19.....	257
8. Hosterías Cantón Quito.....	258
CONCLUSIONES .....	260
RECOMENDACIONES.....	262
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	263
ANEXOS .....	275

## ÍNDICE DE TABLAS

<b>Tabla 1</b> <i>Definiciones de turismo accesible según autores</i> .....	35
<b>Tabla 2</b> <i>Beneficios del Turismo Accesible</i> .....	40
<b>Tabla 3</b> <i>Grados de discapacidad</i> .....	48
<b>Tabla 4</b> <i>Causas de la discapacidad física</i> .....	51
<b>Tabla 5</b> <i>Clasificación de discapacidad física</i> .....	52
<b>Tabla 6</b> <i>Dispositivos de apoyo en la discapacidad física</i> .....	55
<b>Tabla 7</b> <i>Resumen de las principales barreras en el turismo accesible</i> .....	64
<b>Tabla 8</b> <i>Elementos de estudio de los indicadores de turismo accesible</i> .....	78
<b>Tabla 9</b> <i>Temas claves</i> .....	79
<b>Tabla 10</b> <i>Indicadores para el estudio de la accesibilidad</i> .....	82
<b>Tabla 11</b> <i>Definiciones de atención al cliente según autores</i> .....	86
<b>Tabla 12</b> <i>Fases de la atención al cliente</i> .....	91
<b>Tabla 13</b> <i>Modalidades de atención al cliente</i> .....	93
<b>Tabla 14</b> <i>Normas según su forma de actuar</i> .....	98
<b>Tabla 15</b> <i>Normas según su forma personalidad</i> .....	99
<b>Tabla 16</b> <i>Principios que permiten obtener mejoras en la empresa</i> .....	102
<b>Tabla 17</b> <i>Elementos clave en la organización en la atención al cliente</i> .....	108
<b>Tabla 18</b> <i>Medidas que debe ser adaptadas por el personal</i> .....	110
<b>Tabla 19</b> <i>Presentación del personal</i> .....	117
<b>Tabla 20</b> <i>Instalaciones</i> .....	120
<b>Tabla 21</b> <i>Modelo HOTELQUAL</i> .....	124
<b>Tabla 22</b> <i>Hosterías del cantón Quito</i> .....	136

<b>Tabla 23</b> <i>Hosterías del cantón Quito encuestadas</i> .....	140
<b>Tabla 24</b> <i>Hosterías del cantón Quito cerradas</i> .....	141
<b>Tabla 25</b> <i>Categoría de las hosterías</i> .....	142
<b>Tabla 26</b> <i>Pregunta 1</i> .....	143
<b>Tabla 27</b> <i>Pregunta 2</i> .....	145
<b>Tabla 28</b> <i>Pregunta 3</i> .....	147
<b>Tabla 29</b> <i>Pregunta 4</i> .....	149
<b>Tabla 30</b> <i>Pregunta 5</i> .....	150
<b>Tabla 31</b> <i>Pregunta 6</i> .....	152
<b>Tabla 32</b> <i>Pregunta 7</i> .....	154
<b>Tabla 33</b> <i>Pregunta 8</i> .....	156
<b>Tabla 34</b> <i>Pregunta 9</i> .....	158
<b>Tabla 35</b> <i>Pregunta 10</i> .....	159
<b>Tabla 36</b> <i>Pregunta 11</i> .....	161
<b>Tabla 37</b> <i>Pregunta 12</i> .....	163
<b>Tabla 38</b> <i>Pregunta 13</i> .....	165
<b>Tabla 39</b> <i>Pregunta 14</i> .....	167
<b>Tabla 40</b> <i>Pregunta 15</i> .....	169
<b>Tabla 41</b> <i>Pregunta 16</i> .....	171
<b>Tabla 42</b> <i>Pregunta 17</i> .....	173
<b>Tabla 43</b> <i>Pregunta 18</i> .....	175
<b>Tabla 44</b> <i>Pregunta 19</i> .....	177
<b>Tabla 45</b> <i>Pregunta 20</i> .....	179



<b>Tabla 46</b> <i>Pregunta 21</i> .....	181
<b>Tabla 47</b> <i>Pregunta 22</i> .....	183
<b>Tabla 48</b> <i>Pregunta 23</i> .....	185
<b>Tabla 49</b> <i>Pregunta 24</i> .....	187
<b>Tabla 50</b> <i>Discapacidad física</i> .....	189
<b>Tabla 51</b> <i>Tipo de dispositivo</i> .....	191
<b>Tabla 52</b> <i>Edad</i> .....	194
<b>Tabla 53</b> <i>Género</i> .....	195
<b>Tabla 54</b> <i>Número de personas con las que viaja</i> .....	197
<b>Tabla 55</b> <i>Visita a un establecimiento hotelero</i> .....	199
<b>Tabla 56</b> <i>Días de pernoctación</i> .....	200
<b>Tabla 57</b> <i>Objetivo de viaje</i> .....	202
<b>Tabla 58</b> <i>Resultados de la perspectiva del servicio recibido en alojamientos</i> ..	204
<b>Tabla 59</b> <i>Resultados de la expectativa del servicio en los alojamientos</i> .....	208
<b>Tabla 60</b> <i>Detalle de la dimensión con menor puntaje de la percepción</i> .....	214
<b>Tabla 61</b> <i>Detalle de la dimensión con menor puntaje de la expectativa</i> .....	215
<b>Tabla 62</b> <i>Condicionantes para el SI y NO</i> .....	218
<b>Tabla 63</b> <i>Construcción de la variable independiente</i> .....	219
<b>Tabla 64</b> <i>Variable independiente por categoría</i> .....	225
<b>Tabla 65</b> <i>Condicionantes para el SI y NO</i> .....	226
<b>Tabla 66</b> <i>Construcción de la variable dependiente</i> .....	227
<b>Tabla 67</b> <i>Variable dependiente por categoría</i> .....	231
<b>Tabla 68</b> <i>Grados de libertad</i> .....	232

<b>Tabla 69</b> <i>Cálculo de Chi-cuadrado</i> .....	234
--	-----

## ÍNDICE DE FIGURAS

<b>Figura 1</b> <i>Ventajas del Turismo Accesible</i> .....	44
<b>Figura 2</b> <i>Clasificación de las capacidades y enfermedades</i> .....	47
<b>Figura 3</b> <i>Barreras sociales</i> .....	66
<b>Figura 4</b> <i>Suministros de información sobre accesibilidad</i> .....	68
<b>Figura 5</b> <i>Documentos Digitales</i> .....	71
<b>Figura 6</b> <i>Contenido audiovisual</i> .....	72
<b>Figura 7</b> <i>Señalización</i> .....	75
<b>Figura 8</b> <i>Pasos en el proceso de la elaboración de los indicadores</i> .....	76
<b>Figura 9</b> <i>Eslabones de la cadena de valor de turismo accesible</i> .....	77
<b>Figura 10</b> <i>Elementos de la atención al cliente</i> .....	90
<b>Figura 11</b> <i>Por su forma de comportarse</i> .....	96
<b>Figura 12</b> <i>Por su carácter</i> .....	97
<b>Figura 13</b> <i>Reglas de oro para la atención al cliente con discapacidad</i> .....	106
<b>Figura 14</b> <i>Habilidades</i> .....	109
<b>Figura 15</b> <i>Modelo de las cinco gap</i> .....	126
<b>Figura 16</b> <i>Modelo de las cinco gap - Primera Gap</i> .....	127
<b>Figura 17</b> <i>Modelo de las cinco gap - Segunda Gap</i> .....	128
<b>Figura 18</b> <i>Modelo de las cinco gap - Tercera Gap</i> .....	129
<b>Figura 19</b> <i>Modelo de las cinco gap - Cuarta Gap</i> .....	130
<b>Figura 20</b> <i>Modelo de las cinco gap - Quinta Gap</i> .....	131
<b>Figura 21</b> <i>Categoría de las hosterías</i> .....	142
<b>Figura 22</b> <i>Pregunta 1</i> .....	144
<b>Figura 23</b> <i>Pregunta 2</i> .....	146
<b>Figura 24</b> <i>Pregunta 3</i> .....	148

<b>Figura 25</b> <i>Pregunta 4</i> .....	149
<b>Figura 26</b> <i>Pregunta 5</i> .....	151
<b>Figura 27</b> <i>Pregunta 6</i> .....	153
<b>Figura 28</b> <i>Pregunta 7</i> .....	155
<b>Figura 29</b> <i>Pregunta 8</i> .....	157
<b>Figura 30</b> <i>Pregunta 9</i> .....	158
<b>Figura 31</b> <i>Pregunta 10</i> .....	160
<b>Figura 32</b> <i>Pregunta 11</i> .....	162
<b>Figura 33</b> <i>Pregunta 12</i> .....	164
<b>Figura 34</b> <i>Pregunta 13</i> .....	166
<b>Figura 35</b> <i>Pregunta 14</i> .....	168
<b>Figura 36</b> <i>Pregunta 15</i> .....	170
<b>Figura 37</b> <i>Pregunta 16</i> .....	172
<b>Figura 38</b> <i>Pregunta 17</i> .....	174
<b>Figura 39</b> <i>Pregunta 18</i> .....	176
<b>Figura 40</b> <i>Pregunta 19</i> .....	178
<b>Figura 41</b> <i>Pregunta 20</i> .....	180
<b>Figura 42</b> <i>Pregunta 21</i> .....	182
<b>Figura 43</b> <i>Pregunta 22</i> .....	184
<b>Figura 44</b> <i>Pregunta 23</i> .....	186
<b>Figura 45</b> <i>Pregunta 24</i> .....	188
<b>Figura 46</b> <i>Discapacidad física</i> .....	190
<b>Figura 47</b> <i>Tipo de dispositivo</i> .....	193
<b>Figura 48</b> <i>Edad</i> .....	195
<b>Figura 49</b> <i>Género</i> .....	196

	21
<b>Figura 50</b> <i>Número de personas con las que viaja</i> .....	198
<b>Figura 51</b> <i>Visita a un establecimiento hotelero</i> .....	199
<b>Figura 52</b> <i>Días de pernoctación</i> .....	201
<b>Figura 53</b> <i>Objetivo de viaje</i> .....	203
<b>Figura 54</b> <i>Zona de aceptación de la hipótesis</i> .....	235
<b>Figura 55</b> <i>Código QR</i> .....	239
<b>Figura 56</b> <i>Portada</i> .....	240
<b>Figura 57</b> <i>Portada interna</i> .....	241
<b>Figura 58</b> <i>Significado de los íconos</i> .....	248
<b>Figura 59</b> <i>Hostería</i> .....	250
<b>Figura 60</b> <i>Turismo Accesible e Inclusivo</i> .....	251
<b>Figura 61</b> <i>Beneficios del Turismo Accesible e Inclusivo</i> .....	252
<b>Figura 62</b> <i>Dispositivos de apoyo en la discapacidad física</i> .....	254
<b>Figura 63</b> <i>Proceso Inclusivo</i> .....	255
<b>Figura 64</b> <i>Actividades turísticas inclusivas</i> .....	256
<b>Figura 65</b> <i>Atención al cliente</i> .....	257
<b>Figura 66</b> <i>Protocolo de acción para hosterías</i> .....	258
<b>Figura 67</b> <i>Hosterías cantón Quito</i> .....	259

## **RESUMEN**

El presente trabajo de investigación, muestra la situación de la atención al cliente para personas con discapacidad física en los alojamientos turísticos del cantón Quito con el fin de aportar al desarrollo del turismo accesible, en primer lugar, las personas con movilidad reducida son un segmento de mercado de gran relevancia en el sector turístico, la gran cantidad de personas que integran este segmento son considerados turistas potenciales. Con respecto a la fundamentación teórica se realizó una revisión bibliográfica, para sustentar la información de las variables de investigación turismo accesible y atención al cliente. A continuación, se genera el diagnóstico de variable independiente turismo accesible permitiendo analizar los indicadores de accesibilidad propuestos por la Organización Mundial de Turismo (2015), en las hosterías del cantón Quito. Así mismo, para la variable dependiente atención al cliente, se valoró el servicio recibido (expectativa y percepción), en relación a tres dimensiones como son: personal, instalaciones y organización planteados en el Modelo HOTELQUAL. Finalmente, se propone el diseño de una guía didáctica de inclusión y atención al cliente para personas con discapacidad física, cuyo contenido tiene como objetivo implementar actividades turísticas inclusivas en las hosterías del cantón Quito. La guía pretende ser una herramienta didáctica con procesos inclusivos, que aporte con la integridad social y disminuya las barreras de discriminación mejorando la calidad en la atención al cliente.

### **PALABRAS CLAVES:**

- **TURISMO ACCESIBLE**
- **ATENCIÓN AL CLIENTE**
- **ACCESIBILIDAD**
- **PERSONAS CON DISCAPACIDAD FÍSICA**

## **ABSTRACT**

The present research work, shows the situation of customer care for people with physical disabilities in the tourist accommodations in the canton of Quito, in order to contribute to the development of accessible tourism, first of all, people with reduced mobility are a relevant large market segment in the tourism sector, the large number of people who make up this segment, are considered potential tourists. Regarding the theoretical foundation, a bibliographic review was carried out to support the information of the research variables: accessible tourism and customer care.

Then the diagnosis of the independent variable accessible tourism is made, allowing the accessibility indicators proposed by the World Tourism Organization (2015) to be analyzed, in the inns of the canton of Quito. Likewise, for the dependent variable customer care, the service received by customers (expectation and perception) was valued, in relation to three dimensions such as: personnel, facilities and organization, proposed in by the "HOTELQUAL" model. Finally, the design of a didactic guide for inclusion and customer service for people with physical disabilities is proposed, the content of which aims to implement inclusive tourist activities in the inns of the canton of Quito. The guide aims to be a didactic tool with inclusive processes, which contributes to social integrity and reduces barriers to discrimination, improving the quality of customer service.

### **KEYWORDS:**

- **ACCESSIBLE TOURISM**
- **CUSTOMER CARE**
- **ACCESSIBILITY**
- **PEOPLE WITH PHYSICAL DISABILITIES**

## CAPÍTULO I

### GENERALIDADES

#### 1.1. Antecedentes

La Organización Mundial de Turismo en el año 2018 obtuvo alrededor de 1400 millones de turistas generando un 6% de incremento turístico a nivel mundial, lo cual indica que el sector turístico es una fuente de desarrollo y crecimiento económico para cada una de las regiones, donde se crea la necesidad de optar por una industria más sostenible y accesible para todas las personas que visitan cada uno de los países, buscando atender nuevas tendencias turísticas a nivel mundial creando experiencias únicas en el turista. (López, R. 2019, p. 13)

Según, la Organización de las Naciones Unidas (ONU), ha presentado una trayectoria importante con su labor de tal manera que ha podido brindar un reconocimiento para los derechos de las personas con discapacidad en donde se ha podido reflejar y destacar el liderazgo en las regulaciones internacionales para este tipo de personas. (ONU, 2017, p. 12)

Así mismo, ha venido trabajando desde la segunda guerra mundial en donde se produjo una gran cantidad de discapacidades, México fue el país pionero en hacer frente a este problema, en el año de 1950 se realizó un estudio de informes relativos acerca de las discapacidades físicas, así como también se elaboró un programa internacional para el bienestar de los ciegos, dando como resultado el estudio de programas de rehabilitación para cada tipo de discapacidad. (Portero, 2019, p. 10)



En 1971 se declara los derechos de retraso mental, que viene a ser uno de los primeros materiales que la ONU realiza para reconocer el derecho de las personas con discapacidad, en 1975 se declara los derechos de los minusválidos, en 1981 se reconoce el año internacional de personas con discapacidad, años más tarde en 1993 la Asamblea General adopta normas de igualdad de oportunidades para personas con discapacidad concluyendo con una legislación, que dio por terminada teóricamente la discriminación para personas con discapacidades. (ONU, 2017, p. 4)

Por otro lado, en Latinoamérica se maneja el turismo accesible y los países más interesados en este tema son: México, República Dominicana, Ecuador con un gran aporte para el desarrollo de un turismo para todos, dichos países tienen como objetivo fijar nuevas estrategias para poder fortalecer este tipo de turismo. Según las cifras de la Organización Mundial del Turismo (OMT), aseguran que los turistas con discapacidad viajan acompañados reflejando que por cada turista se atrae 1,5 millones de turistas adicionales.

Durante la primera jornada de la “Cumbre Iberoamericana de Turismo Accesible”, los países anteriormente mencionados tratan temas para fomentar un turismo para todos, por ende, varios asuntos se discuten con mayor énfasis como la movilidad para las personas que tienen discapacidad, el equipamiento que tienen los alojamientos, restaurantes y atractivos turísticos los cuales visitan al momento de viajar, todo ello provoca una desigualdad de condiciones. (Canalis, 2017, p. 1)

La Federación Nacional de Ecuatorianos con Discapacidad Física (FENEDIF), realiza la “IV Conferencia sobre el Turismo Accesible para América Latina y el Caribe”, con el objetivo de tratar temáticas sobre accesibilidad para la satisfacción del turista con

discapacidad, donde se sienta incluido en todas las actividades turísticas que brinda cada región, mejorando la calidad de vida de las personas y sus familias, realizando un turismo para todos como una herramienta estratégica de desarrollo y crecimiento en la industria turística. (FENEDIF, 2018, p. 5)

Para el Ecuador, el tema de accesibilidad se ha venido manejando con el apoyo del Consejo Nacional para la Igualdad de Discapacidades (CONADIS), la Federación Nacional de Ecuatorianos con Discapacidad Física (FENEDIF) y el Ministerio de Turismo, son las principales sociedades que han firmado convenios para el desarrollo del turismo accesible en Ecuador, buscando incluir a personas con discapacidad en todas las actividades turísticas, fortaleciendo la atención al cliente y la comunicación. (C. N. para la I. de D. CONADIS, 2016, p. 6)

El país está empezando a trabajar en este tema en donde solo el 60% de las entidades públicas se han dedicado a potencializar la accesibilidad para personas con discapacidad, haciendo énfasis en la información, alojamiento y las actividades de ocio, recreación para obtener un turismo accesible. (López, M. G. F., 2014, p. 13)

Por ello, Baños de Agua Santa fue el primer lugar del Ecuador en donde se trabajó el turismo accesible, en una entrevista el señor Alfonso Morales, reveló que este tipo de turismo es un desafío en las empresas públicas y privadas, con ello, se creó una ordenanza de movilidad para personas con discapacidad, ayudando a impulsar el turismo accesible dentro de la ciudad, siendo reconocida a nivel mundial como destino de excelencia. (Telégrafo, 2014, p. 5)

De igual manera, el Ministerio de Turismo, asume la responsabilidad de hacer respetar las políticas de responsabilidad y sostenibilidad en entidades públicas y

privadas, formando alianzas estratégicas que permitan mejorar los servicios brindados al turista con discapacidad, mediante un convenio que fortalezca los ejes establecidos en la “Agenda Nacional para la Igualdad de Discapacidades 2017-2021”, dando como resultado un país accesible. (Ministerio de Turismo, 2018, p. 6)

Por otro lado, es oportuno mencionar que la atención al cliente, tiene como finalidad brindar un buen servicio, en donde “el que siempre tiene la razón va a hacer el cliente”, el término está acuñado desde los años 90 en donde juega un papel importante dentro de las entidades, que buscan siempre posicionar al cliente y sus necesidades como centro del negocio.

Para ello, la Organización Internacional de Normalización o más conocida como norma ISO crea en 1946 los primeros estándares sobre la atención al cliente, para 1980 incentiva al personal de las empresas a capacitarse a través de cursos, seminarios, congresos en el tema de la estandarización de los procesos de atención al cliente y en 1990 en adelante surgen nuevas tecnologías que trabajan positivamente con estrategias de marketing para mejorar la atención al cliente. (Gutiérrez, 2015, p. 10)

Por lo tanto, es importante que la persona que preste el servicio a este segmento de mercado, brinde una atención eficiente al turista con discapacidad, tomando una actitud paciente, cálida, respetuosa, con la finalidad de que el cliente se sienta satisfecho con la atención prestada. (FENEDIF, 2019, p. 4)

## **1.2. Planteamiento del problema**

La atención al cliente va tomando gran importancia en las empresas, debido a que los clientes exigen siempre lo mejor en el servicio. Antes, la oferta se consideraba

limitada, pero con el desarrollo de los mercados, productos y servicios. El cliente se posicionó como una marca reconocida en el mercado con elementos diferenciadores y servicios personalizados, empezando a tomar fuerza y a ser un elemento clave para destacar y dar un valor agregado a las empresas. (Couso, 2005, p. 30)

Es por ello que, la atención al cliente es de gran beneficio para la empresa, donde los empleados son un factor clave para el éxito, por la interacción empleado con cliente, satisfaciendo sus necesidades automáticamente, creando lealtad y fidelización profunda con uno o más consumidores tanto familiares como conocidos, enfocándose en las preferencias del cliente. (Ruiz, E ; Grande, S, 2006, p. 18)

Del Toro Soto (2011), menciona que la calidad en los servicios *“ocupa un lugar primordial, convirtiéndose en un factor competitivo para las pequeñas y medianas empresas, propiciando que se utilicen instrumentos o herramientas que permitan garantizar la calidad de conseguir en forma estable, sistemática y continua su adecuada gestión”* (p. 12).

Hoy en día el mercado no solo exige calidad en los productos, también se enfoca en la calidad de la atención al cliente, desafortunadamente solo algunas empresas se enfocan en ello, una de ellas es el Hotel Quito by Sercotel, el cual se direcciona en ofrecer una experiencia única de descanso en su estadía, el contacto directo con el cliente es fundamental debido que la actitud es un determinante primordial para brindar un buen servicio en el turismo accesible. (Quito hotel, 2014, p. 1)

La insuficiente atención al cliente con discapacidad en los establecimientos hoteleros se ha venido presentando debido a que el personal no cuenta con parámetros y procedimientos claros para atender a este segmento de mercado. A sí mismo, el

incumplimiento de protocolos y normas de atención al cliente ha generado desconcierto en el usuario al momento de acudir a alojamientos de la provincia de Pichincha cantón Quito. Direccionando a la pérdida de ventas y clientes en el ámbito hotelero. Al ser un mercado potencial, es imprescindible innovar en el servicio aportando con capacitaciones que retroalimentan a una mejora continua.

### **1.3. Formulación del problema**

¿Cómo el turismo accesible influye en la atención al cliente de las personas con discapacidad física en las hosterías del cantón Quito?

### **1.4. Justificación e importancia**

La presente investigación tiene como objetivo aportar al conocimiento de los prestadores de servicios en cuanto a la correcta atención al cliente con discapacidad física cómo se manifiesta en los derechos humanos. El turismo es una actividad que puede realizar cualquier persona sin importar si tiene alguna discapacidad, entendiéndose desde un aspecto teórico contribuirá con información actualizada en lo que se refiere a turismo accesible y atención al cliente de las hosterías.

Por otro lado, en la parte práctica esta investigación se enfocada a la insuficiente atención al cliente con discapacidad, actualmente son pocos los propietarios de las hosterías que proyectan en recibir, contratar, capacitar al personal que labora en su establecimiento pensando en las necesidades y preferencias de todas las personas, varios alojamientos no solo se deben enfocar en ofrecer a un grupo determinado de personas, sino sensibilizar y crear un espacio para todos sin discriminación.

Por tal motivo, es importante realizar la investigación para aportar en el conocimiento de los prestadores de servicios de tal manera que se pueda eliminar la

barrera de discriminación en el mayor grado posible, para que todas las personas que tienen una discapacidad, puedan disfrutar del tiempo libre, igualdad e integración social.

Así también, la parte metodológica se desarrolla en función de los indicadores que presenta la Organización Mundial del Turismo (OMT), donde señala los aspectos para una correcta capacitación del personal en la atención del turista con discapacidad, aportando aun turismo para todos. Por otro lado, el modelo HOTEQUAL, servirá como apoyo y sustento para medir la satisfacción del cliente generando estrategias que permitan aportar a la mejora en el servicio del cliente con discapacidad física en establecimientos de alojamiento de los diferentes cantones de las provincias del país.

En cuanto a la relevancia social de la investigación, la OMT menciona que las principales preocupaciones que tiene el turista con discapacidad al momento de viajar es la atención recibida por parte del personal de alojamientos, alimentación y los prestadores de servicios que se ofertan en los diferentes atractivos turísticos. Es importante mencionar que el turismo accesible en los últimos años se ha convertido en una tendencia dentro del turismo, por ende, España se ha enfocado en ser un destino accesible lo cual le ha permitido generar grandes ingresos económicos y desarrollo turístico. (Hoyo, M; Valiente, G, 2010, p. 10)

Por otra parte, el Ecuador también se ha interesado por este tipo de turismo, en donde la primera ciudad en preocuparse por las personas con discapacidad ha sido Baños de Agua Santa creando un ambiente accesible con el apoyo de las entidades públicas y privadas. La ciudad de Guayaquil con la nueva alcaldesa Cynthia Viteri está trabajando en el transporte, parques, señalética, instalaciones para hacer de la localidad un espacio accesible. Otra de las ciudades es Quito con el centro de convenciones

Metropolitano de Quito (CCMQ), con certificación internacional de accesibilidad otorgada por el Global Universal Design Commission (GUDC). (Telégrafo, 2014, p. 1)

## **1.5. Objetivos**

### **1.5.1. Objetivo general**

Estudiar el turismo accesible y la atención al cliente para personas con discapacidad física en hosterías del cantón Quito.

### **1.5.2. Objetivos específicos**

- Definir los elementos conceptuales del turismo accesible y la atención al cliente en personas con discapacidad física con el propósito de sustentar el marco teórico de la investigación.
- Analizar las variables turismo accesible y atención al cliente en las hosterías del cantón Quito.
- Elaborar una propuesta para mejorar el turismo accesible en personas con discapacidad física en las hosterías del cantón Quito a través del código QR.

## **1.6. Hipótesis**

La atención al cliente de personas con discapacidad física aporta al desarrollo del turismo accesible en las hosterías del cantón Quito.

**1.7. Variables de la Investigación**

**1.7.1. Variable independiente**

Turismo Accesible

**1.7.2. Variable dependiente**

Atención al cliente.



## CAPÍTULO II

### MARCO TEÓRICO

Para poder abordar el Turismo Accesible las autoras consideran oportuno describir primero la definición de Turismo y sus diferencias entre visitante, turista y excursionista dentro del turismo internacional y nacional. Además, se brindarán temas relacionados con el Turismo Accesible.

#### **2. 1 Turismo**

Según la Organización Mundial de Turismo (citado en Nasimba, C M et al. 2019), se lo conoce al turismo como *“actividades que realizan varias personas durante sus viajes y estancias en diferentes lugares a los de su entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año por motivos de ocio, trabajo, negocios u otros”* (p. 2).

Naturalmente, todas las definiciones de turismo, incluso de las más antiguas, pueden proporcionar rastros sobre aspectos relevantes. La definición que se ha aceptado universalmente, se debe a dos profesores economistas suizos que fundaron el Instituto de Investigación de Turismo Walter Hunziker y Kart Krapf en plena II Guerra Mundial (1942): mencionan que es el conjunto de relaciones y fenómenos que se producen como consecuencia del desplazamiento y estancia temporal de personas fuera de su lugar de residencia, siempre que no estén motivados por razones lucrativas. (Cortada, 2006, p. 26)

Efectivamente a través de los conceptos mencionados el turismo es considerado como las actividades que realizan varias personas durante viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período menor a un año, sin fines lucrativos.

## **2. 2 Turismo Accesible**

La definición del turismo accesible ha experimentado una gran evolución durante los últimos 10 años, sin embargo, se puede definir como la supresión de las barreras al turismo realizado por personas con discapacidades. Según Rovira Beleta (citado en Guerrero 2018), arquitecto especialista en la supresión de barreras, conceptualiza al turismo accesible como aquel que se ocupa de la problemática de las barreras físicas, psíquicas, sensoriales que todavía se encuentran a la hora de hacer turismo, las personas que de alguna forma tienen dificultad para desplazarse o comunicarse, factores que comprometen la integración y participación de estos consumidores. (p. 108)

Según la Organización Mundial de Turismo (citado en Bueno, 2005) argumenta que el turismo accesible se refiere a la:

Adecuación de los entornos, productos y servicios turísticos de modo que permitan el acceso, uso y disfrute a todos los usuarios bajo los principios del Diseño Universal. Del mismo modo que el Turismo Accesible o Turismo para Todas las Personas, es el complejo de actividades originadas durante el tiempo libre orientado al turismo y ocio, al que pueden acceder todas las personas con independencia de sus capacidades, posibilitando la plena integración de quienes tienen capacidades distintas y obteniendo a través de ellas una plena satisfacción individual y social del usuario.(p. 22)

**Tabla 1**

*Definiciones de turismo accesible según autores*

<b>Autores</b>	<b>Definición</b>
<b>Picazo (2011)</b>	<p><i>“Cualquier circunstancia que afecte a la movilidad o a la comunicación de una persona la convierte en cliente con necesidades especiales. El mercado potencial del turismo accesible es más amplio de lo que a menudo se considera”</i> (Picazo, 2011, p. 122).</p>
<b>Chon &amp; Sparrowe (2001)</b>	<p>La accesibilidad es un factor clave del diseño de un hotel. El artículo III de la Ley de los Americanos con Incapacidades de 1990, exige que la industria de alojamiento se asegure de que los huéspedes incapacitados tengan las mismas posibilidades de acceso a los servicios de hospitalidad y alojamiento. (Chon, K; Sparrowe, 2001, p. 189)</p>
<b>Horeco (2005)</b>	<p>Se denomina turismo accesible aquel que permite a las personas con alguna discapacidad física o psíquica puedan disfrutar esta actividad de la misma forma que las personas sin ninguna minusvalía. El turismo accesible no solo es una cuestión de derechos sino también de economía, es decir, los empresarios turísticos podrían aumentar su rentabilidad si abrieran las puertas al turismo accesible. (Horeco, 2005, p. 65)</p>

---

Autores	Definición
<b>Ley Orgánica de Discapacidades (2012)</b>	<p>Artículo 44.- Turismo accesible. La autoridad nacional encargada del turismo en coordinación con los gobiernos autónomos descentralizados, deben vigilar la accesibilidad de las personas con discapacidad en las diferentes ofertas turísticas, brindando atención prioritaria, servicios con diseño universal, transporte y servicios adaptados para cada discapacidad. (Ley Organica de Discapacidades, 2012, p. 12)</p>
<b>Ministerio de Turismo (2019)</b>	<p>Es un aspecto fundamental para la inclusión social de las personas con discapacidad y un beneficio para la población en general, pues la construcción de espacios accesibles, permite una convivencia y participación equitativa.</p> <p>Hablar de accesibilidad se refiere a la garantía y exigibilidad de derechos, la cual se expresa a través de la eliminación de barreras arquitectónicas, urbanísticas, de transporte (accesibilidad en el entorno), así como, la eliminación de barreras de información y comunicación. (Ministerio de Turismo, 2019, p. 2)</p>

---

<b>Autores</b>	<b>Definición</b>
<b>Rubio (2017)</b>	<p>El turismo accesible no se debe ver tan solo como una necesidad “social”, que sin duda sería uno de los factores más importantes, enténdelo no solo como el bienestar del ser humano; sino también desde el punto de vista económico. Es decir, como una inversión, la cual crecerá debido al incremento de turistas, tanto discapacitados como no discapacitados. Se trata de crear un turismo por y para todos, donde los profesionales del turismo tienen mucho que aportar. La accesibilidad en el turismo se compone básicamente de cuatro factores socio-económicos; la empatía, la profesionalidad, el know-how y la accesibilidad. Como se puede observar, lo más importante es la accesibilidad ya que sin ella no se puede dar cabida a todos los turistas y es como el turismo accesible no es un tipo de turismo, sino que es un turismo inclusivo. (Rubio, 2017, p. 34)</p>
<b>Confederación Española de Personas con Discapacidad Física y Orgánica, COCEMFE (2016)</b>	<p>El turismo accesible garantiza el uso y disfrute del turismo por todas las personas que presentan alguna discapacidad física, psíquica o sensorial, teniendo como objetivo la lucha contra las desigualdades y la exclusión de las personas. Por lo tanto, el turismo accesible y turismo social hace posible la consecución de un verdadero turismo para todos. (COCEMFE, 2016, p. 1)</p>

Autores	Definición
<b>Antón et al. (2017)</b>	Se entiende como turismo accesible al conjunto de características de que debe disponer un entorno, producto o servicio para ser utilizable en condiciones de confort, seguridad e igualdad por todas las personas, en particular, por aquellas que tienen alguna discapacidad. La accesibilidad puede entenderse en relación con tres formas básicas de actividad humana que pueden estar sujetas a limitación como consecuencia de barreras de movilidad, comunicación y comprensión. (Antón, J et al., pp. 52-53)
<b>Hoyo &amp; Valiente (2010)</b>	Un turismo para todos, diseña, desarrolla actividades turísticas adecuadas para cualquier persona con independencia de sus condiciones físicas, facilitando la participación e integración en el conjunto de la sociedad. A esta concepción amplia e inclusiva, también se la denomina y reconoce como turismo accesible. (Hoyo, M; Valiente, 2010, p. 2)
<b>Plataforma Representativa Estatal de Personas con Discapacidad Física, PREDIF (2017)</b>	El turismo accesible implica la incorporación de medidas que posibiliten el acceso y disfrute de las infraestructuras, productos, entornos, servicios turísticos de manera normalizada, autónoma y segura. En otras palabras, no solo consiste en que una persona con discapacidad tenga un transporte y un hotel adecuado, también querrá comer, visitar museos, pasear por parques y sendas naturales o participar en actividades lúdicas. (PREDIF, 2017, p. 3)

Autores	Definición
<b>Alles (2009)</b>	<p>En la sociedad avanzada y en una economía moderna, la importancia de los turistas con discapacidad, en la última década ha creado una verdadera disciplina de estudio denominada turismo accesible, entendida como aquella que persigue la supresión de barreras al turismo.</p> <p>El Turismo para Todos, no se limita a la eliminación de barreras físicas, sino que tiene por objetivo lograr que los entornos turísticos puedan ser disfrutados en igualdad de condiciones por cualquier persona, discapacitada o no. Actualmente, ambos términos, turismo accesible y turismo para todos, se utilizan de manera indiferente, persiguiéndose en ambos casos que el turista que acude a un destino pueda moverse en él de manera autónoma, sin ayuda. (Alles, 2009, p. 4)</p>

*Nota:* Esta tabla muestra la definición de turismo accesible por diferentes autores.

### **2.2.1. Beneficios del Turismo Accesible**

El turismo está continuamente cambiando enfocándose en conocer los gustos del visitante, adelantándose a los cambios sociológicos y geopolíticos ofreciendo nuevas oportunidades de innovación en el negocio. Los turistas que aspiran y necesitan accesibilidad cuando viajan comienzan a ser un nicho de mercado importante, ofreciendo beneficios para aquellos destinos y empresas que se preparen para atenderlos. No obstante, el Plan de Acción del Comité Español de Representantes de

Personas con Discapacidad – CERMI (2005) y el Manual sobre Turismo Accesible para Todos (2012), propone múltiples beneficios que brindan al mercado del turismo accesible y son:

**Tabla 2**

*Beneficios del Turismo Accesible*

<b>Beneficios del Turismo Accesible</b>	
<b>Aumento de la cuota de mercado</b>	<p><i>“La captación de este segmento de mercado permitirá aumentar considerablemente la cuota de mercado actual, ayudando al incremento de los niveles de rentabilidad empresarial y posibilitando el aumento de los niveles de seguridad de cualquier empresa o destino” (Bueno, 2005, p. 28).</i></p>
<b>Mejora de la imagen corporativa</b>	<p>Está relacionada paralelamente a la seguridad y rentabilidad que se sitúa en la imagen. La imagen de los destinos turísticos no está en sus productos, sino en el disfrute emocional de un destino determinado. De esta manera, al brindar una imagen dirigida a cualquier persona sin ningún tipo de exclusión ayudará al desarrollo turístico del destino fomentando un turismo para todos. (Bueno, 2005, p. 28)</p>



---

**Beneficios del Turismo Accesible**

---

**Multiplicidad de  
clientes**

Desde un punto de vista turístico cada viaje realizado por una persona con discapacidad atrae a 0,5 acompañantes, debido a que la base de clientes suele ser más extensa, ya que incluye familias numerosas o grupos multigeneracionales. Con este dato se denomina al segmento de personas con discapacidad como "Multiclientes". (Bueno, 2005, p. 28)

**Reduce el fenómeno  
de la estacionalidad**

Llama la atención a turistas con discapacidad, los cuales pueden ayudar a combatir el fenómeno de la estacionalidad que experimentan varios destinos. Debido a que este segmento de personas con discapacidad no tiene responsabilidades laborales, algo que los proveedores de turismo en algunos países y destinos consideran brindando precios especiales y ofertas en periodos de temporada baja. (Bueno, 2005, p. 29)

---

<b>Beneficios del Turismo Accesible</b>	
<b>Los viajes, tanto a nivel internacional como a nivel doméstico</b>	Logrará que el sector turístico se posicione como una de las actividades importantes del mundo, mientras más personas viajen la demanda de la accesibilidad aumentará, diversificando las necesidades de los visitantes en todos los eslabones de la cadena contando con servicios accesibles para todos. (Organización Mundial del Turismo OMT, 2012, p. 24)
<b>La accesibilidad debe formar parte de todos los productos y ofertas turísticas</b>	Se convertirá finalmente la accesibilidad en la “corriente principal” por medio de la provisión de instalaciones y servicios con diseño universal. Existirá la necesidad de contar con servicios especializados para el segmento de visitantes con algún tipo de discapacidad generando una oportunidad presente en el mercado para nuevas ofertas de turismo con grandes niveles de accesibilidad y asistencia. (Organización Mundial del Turismo OMT, 2012, p. 24)
<b>Los destinos accesibles pueden contribuir a mejorar la calidad de vida de los habitantes de esos lugares</b>	Siendo la accesibilidad un factor muy relevante, las organizaciones pueden jugar un papel clave para el fomento y apoyo con iniciativas del Turismo Accesible, enfocándose en los beneficios para mejorar la calidad de los servicios. (Organización Mundial del Turismo OMT, 2012, p. 25)

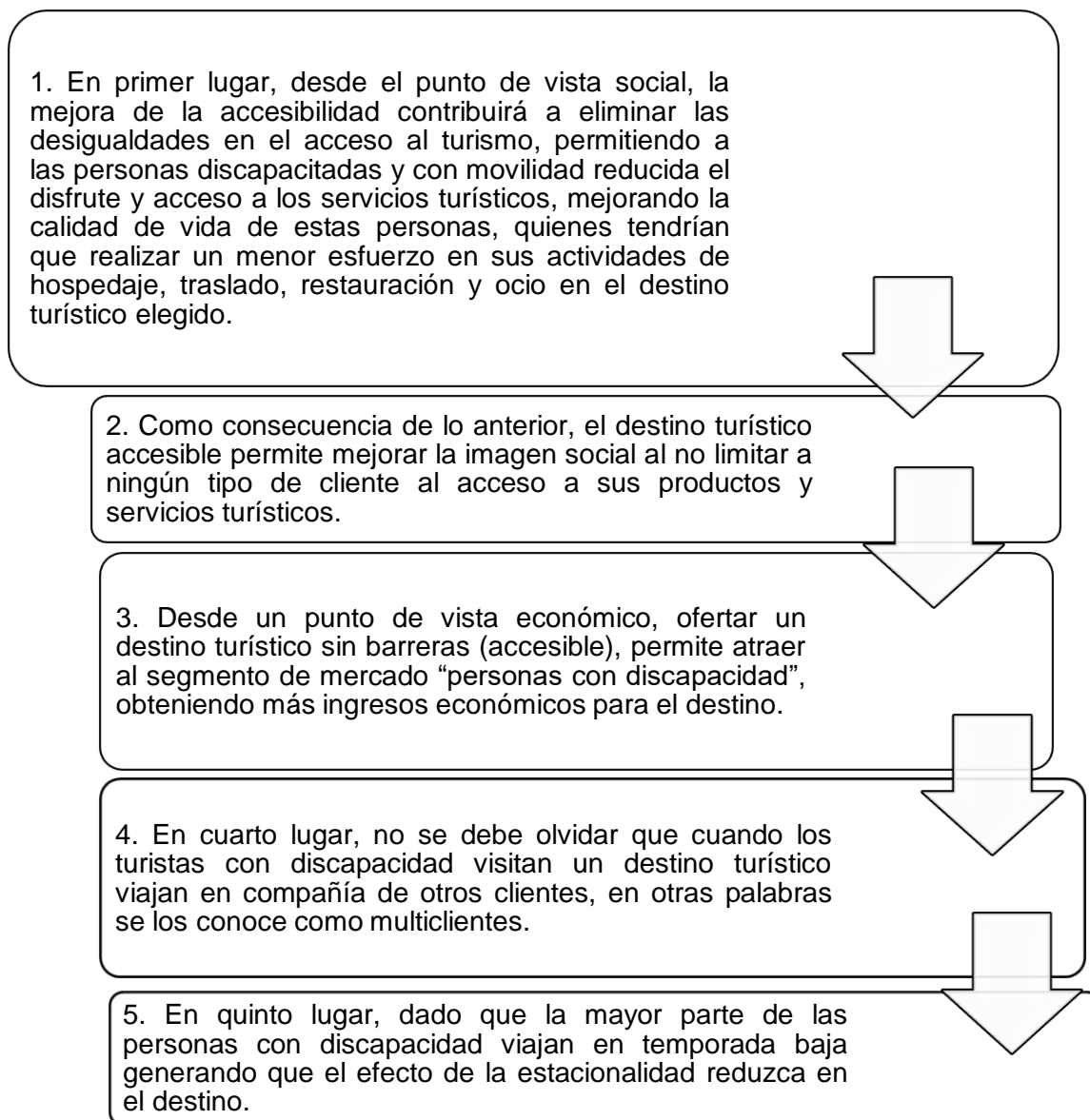
*Nota:* La tabla indica los beneficios del turismo accesible. Tomado del Plan de Acción del Comité Español de Representantes de Personas con Discapacidad – CERMI (2005) y el Manual sobre Turismo Accesible para Todos (2012).

### **2.2.2. Ventajas del Turismo Accesible**

El turismo accesible no se trata de una simple innovación académica. Alles M. (2009), menciona la relevancia que ha alcanzado en las dos últimas décadas creando una nueva forma de gestión en todas las empresas del sector turístico, dirigida a mejorar la accesibilidad de las personas con discapacidad, planteada no solo con interés lucrativo, sino con fines sociales por lo cual anuncia cinco ventajas:

## Figura 1

### *Ventajas del Turismo Accesible*



*Nota:* La figura representa las ventajas del turismo accesible. Tomado de *Turismo Accesible: Importancia de la accesibilidad para el sector turístico* (p.120), por Alles M., 2009.

### 2.2.3. Beneficiarios del Turismo Accesible

Los beneficiarios son las personas con discapacidad, que por barreras del entorno impide su participación plena, efectiva en la sociedad y el turismo.

Para comenzar, la Organización Mundial de la Salud OMS, (citado en la Organización Mundial de Turismo. 2015), reconoce que la discapacidad es compleja, dinámica, multidimensional y objeto de discrepancia, con la evolución que ha tenido el término ha generado cambios de una perspectiva individual y médica de la discapacidad a una perspectiva estructural y social. Lo que ha generado un desvío desde un “modelo médico” asistencialista a un “modelo social” más integrador, dando a conocer que las personas son consideradas discapacitadas por la sociedad más no por sus cuerpos.

El modelo médico de la discapacidad en muchos países, consideran la discapacidad solo como una enfermedad que causa una deficiencia u otra condición de la salud, que requiere la asistencia médica continua, bajo la forma de tratamiento individual por los profesionales. (OMT, 2015, p. 26)

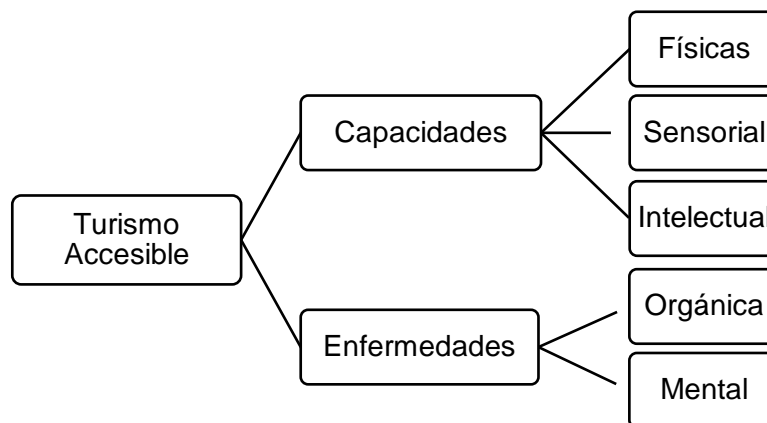
Para, la Convención de los Derechos de las Personas con Discapacidad (citado en la Organización Mundial de Turismo. 2015) menciona que *“las personas con discapacidad son aquellas que tienen deficiencias físicas, mentales, intelectuales o sensoriales por corto o largo plazo, mismas que, al relacionarse con diversas barreras, puedan frenar su participación plena y segura en la sociedad”* (p. 26).

Del mismo modo en el documento, Recomendaciones de la OMT por un Turismo Accesible para Todos (2013), lo define como *“toda persona a la que las barreras del entorno en que se encuentra y las barreras actitudinales obstaculizan su participación*

*plena y efectiva en la sociedad, en igual condiciones con los demás en viajes, alojamientos y otros servicios turísticos” (p. 4).*

La Organización Mundial de la Salud (2011), ha presentado un instrumento de clasificación llamado Clasificación Internacional de Funcionamiento, de la Discapacidad y Salud (CIF), proponiendo un lenguaje unificado y estandarizado que sirva como punto de referencia para describir la salud. La clasificación de los componentes se divide en: la primera diferencia entre las capacidades del ser humano (físicas, sensoriales e intelectuales) y la segunda en las enfermedades (del cuerpo y de la mente). (OMT, 2015, p. 27)

La clasificación es muy adoptada en los estudios de Turismo Accesible y necesidades de los turistas por lo que se presenta a continuación:

**Figura 2***Clasificación de las capacidades y enfermedades*

*Nota:* La figura representa la clasificación de las capacidades y enfermedades. Tomado del *Manual sobre Turismo Accesible para Todos* (p.27), por la Organización Mundial del Turismo, 2012.

Acotando con la información en la *Figura 2*, se puede mencionar que el desarrollo de las capacidades básicas del ser humano puede no realizarse plenamente o verse interrumpido por motivos como accidente u otras causas. En referencia a la discapacidad, esto significa que no tienen cura por mucho que los productos de apoyo y otras adaptaciones pueden facilitar su interacción en el entorno. También con respecto a los efectos de las enfermedades pueden disminuirse con la ayuda de tratamientos médicos, debido a que algunas enfermedades pueden provocar disminución de las capacidades de modo a que puede ser un motivo de discapacidad.

- **Grados de discapacidad**

Según el Consejo Nacional de Igualdad de Discapacidades CONADIS (2015), menciona en su guía para atención de personas con discapacidad en la salud rural, los diferentes grados de discapacidad:

**Tabla 3**

*Grados de discapacidad*

<b>Grado de discapacidad</b>	<b>Porcentaje</b>
Leve	1 a 24%
Moderada	25 a 49%
Grave	50 a 70%
Muy Grave o Severa	75% o más

*Nota:* La tabla indica los grados de discapacidad. Tomado del *Manual sobre Turismo Accesible para Todos Beneficios del Turismo Accesible* (p.17), por la Organización Mundial de Turismo, 2012.

#### **2.2.4. Accesibilidad**

Según el Consejo Nacional para la Igualdad de Discapacidades - CONADIS (2015), *“La accesibilidad es un aspecto fundamental para la inclusión social de las personas con discapacidad y beneficioso para la población general, pues se centra en la construcción de espacios accesibles promoviendo la participación de la sociedad en su conjunto”* ( p. 61).



Por otro lado, se le considera a la accesibilidad como un factor priorizado dentro del espacio físico. Para la Organización Mundial de Turismo - OMT (2017): *“La accesibilidad, la sostenibilidad y la participación equitativa conforma lo que se conoce como –turismo para todos-, el que fomenta una mejor calidad de vida de los residentes y las buenas experiencias para los visitantes dentro de los destinos turísticos”*. (p. 23)

Además, la Ley de Igualdad de Oportunidades, no Discriminación y Accesibilidad Universal (LIONDAU), anuncia que la accesibilidad es la *“condición que deben cumplir los entornos, procesos, bienes, productos y servicios, así como los objetos o instrumentos, herramientas, dispositivos, para ser comprensibles, utilizables y practicables por todas las personas”* (2011, p. 12).

### **2.2.5. Discapacidad**

Con el pasar de los años el concepto de discapacidad se ha modificado con los enfoques vigentes en cada época. En la actualidad, existen algunas definiciones que permiten entender la discapacidad:

La Organización Mundial de la Salud (citado en el Consejo Nacional de Igualdad de Discapacidades, 2015) plantea que, en el 2001, a través de la Clasificación Internacional del Funcionamiento, la Discapacidad y la Salud (CIF), define la discapacidad como *“un término que incluye, limitaciones en la actividad y la participación de las personas dentro de un entorno. Indicando los aspectos negativos de la interacción entre una persona con condición diferente en factores ambientales y personales distintos”* (p. 12).

La Convención Sobre los Derechos de las Personas con Discapacidad (citado en el Consejo Nacional de Igualdad de Discapacidades, 2015), aprobada por la ONU en

el año 2006 y por el Ecuador en el 2008 señala que la discapacidad es *“un concepto que ha resultado de la interacción de las personas con discapacidad, debido a las barreras actitudinales y al entorno que los rodea evitando su participación plena en la sociedad, sin igualdad de condiciones”* (p. 13).

### **2.2.6. Personas con discapacidad física**

Para la Organización Mundial de la Salud (2011), las personas con discapacidad física se definen como la persona que tiene disminución en la capacidad de movimiento o la dificultad para realizar actividades motoras convencionales ya sea de manera parcial o general. Se puede hacer una diferenciación entre personas usuarias de silla de ruedas y personas ambulantes.

El grupo de personas usuarias de sillas de ruedas se incluyen a todas las personas que hacen uso de ella porque no pueden caminar, debido a que requieren ayuda para la realización de varias actividades. Las necesidades que se presentan en las personas de silla de ruedas serán sobre todo de deambulación por los entornos y movilidad en los espacios.

De igual manera el grupo de personas ambulantes incluye a las personas con discapacidad física con dificultades para caminar con seguridad que requieren el uso de bastones o muletas para mantener el equilibrio. (OMT, 2015, p. 28)

- **Causas de la discapacidad física**

El Consejo Nacional de Igualdad de Discapacidades CONADIS (2015) y Basulto (2010), destacan diversas deficiencias que origina cualquier discapacidad física entre ellos se puede clasificar en las siguientes tablas:

**Tabla 4***Causas de la discapacidad física*

<b>Causas</b>	<b>Concepto</b>
<b>Genéticas</b>	Son transmitidas de padres a hijos.
<b>Congénitas</b>	Se refiere a las características o rasgos con los que nace un individuo y que no depende solo de factores hereditarios, sino que son adquiridos durante la gestación.
<b>Adquiridas</b>	Se puede ocasionar por algún accidente o enfermedades después del nacimiento.
<b>Temporales</b>	Se genera por deficiencias adquiridas a consecuencia de algún accidente que provoca una inmovilidad limitada y cuyo pronóstico de recuperación es predecible, considerando aspectos como la inmovilidad, terapia física, etc.
<b>Permanentes</b>	Aquellas cuyo diagnóstico no contempla mejoría independiente del tratamiento.

*Nota:* La tabla indica las causas de la discapacidad física. Tomado de la *Guía sobre discapacidades* (p.15), por el Consejo Nacional de Igualdad de Discapacidades, 2015.

Tomado de *Discapacidad física*, por Basulto, M, 2010.

- **Clasificación de discapacidades físicas**

**Tabla 5***Clasificación de discapacidad física*

<b>Clasificación de discapacidades física</b>	
<b>Sin afección cerebral</b>	<p><b>Secuelas de la poliomielitis:</b> Enfermedad infecciosa causada por un virus que ataca la médula espinal, produciendo graves dificultades para caminar.</p> <p><b>Lesión medular:</b> Daño presentado en la médula espinal ocasionado por una enfermedad o por un accidente y origina pérdida en algunos movimientos y/o sensibilidad, estas pérdidas se presentan por debajo del lugar donde ocurrió la lesión.</p>
<b>Motrices</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Paraplejia:</b> Lesión completa en el área dorsal produce parálisis completa en las piernas, pero no afecta a los brazos.</li> <li>• <b>Tetraplejia:</b> Lesión completa entre la vértebra cervical 4 (músculo de la parte superior del cuerpo deltoides, bíceps) y cervical 7 (tríceps) produce debilidad en los brazos y parálisis completas en las piernas.</li> </ul> <p><b>Espina bífida:</b> Anomalía congénita de la columna que impide caminar y controlar los esfínteres.</p>

---

**Clasificación de discapacidades física**

---

**Con afectación cerebral** **Miopatías:** Distrofia muscular progresiva. Enfermedad grave que afecta el tono, la fuerza y la movilidad de los músculos.

**Escoliosis:** Ocasiona graves desviaciones de la columna vertebral.

**Malformaciones congénitas:** Deformaciones o ausencia de partes del cuerpo humano.

**Parálisis cerebral infantil:** Falta de coordinación motora que le dificulta caminar, o graves dificultades para la destreza manual.

**Accidente cerebrovascular:** Es la pérdida de las funciones cerebrales ocasionado por la interrupción del flujo sanguíneo al cerebro.

**Hemiparesia:** Disminución del movimiento que afecta a un lado del cuerpo sin llegar a la parálisis.

**Hemiplejias:** Parálisis que afecta a un lado del cuerpo.

**Traumatismo craneoencefálico:** Secuelas de graves golpes en la cabeza que ocasiona alteraciones cognitivas y motrices.

---

---

### Clasificación de discapacidades física

---

<b>Por Enfermedad</b>	<p><b>Enfermedad cardio respiratoria:</b> Enfermedades graves del corazón y los pulmones que afectan su capacidad de realizar actividades que requieren esfuerzo físico o con necesidad de oxígeno permanente.</p> <p><b>Inmunodeficiencia adquirida:</b> Se encuentran las enfermedades como VIH/SIDA.</p> <p><b>Cáncer con evidencias de metástasis:</b> Cáncer en etapas avanzadas.</p> <p><b>Enfermedad renal:</b> Graves enfermedades del riñón que requieren diálisis.</p>
<b>Mixtas</b>	<p><b>Plurideficiencias:</b> Restricciones de la motricidad, cognición, sensorial y la comunicación.</p> <p><b>Secuelas por hospitalización:</b> Es una disminución de capacidad o función que queda luego de una lesión ocasionada en un hospital.</p>

---

*Nota:* La tabla indica la clasificación de la discapacidad física. Tomado de la *Guía sobre discapacidades* (p.15), por el Consejo Nacional de Igualdad de Discapacidades, 2015.

Tomado de *Discapacidad física*, por Basulto, M, 2010.

#### 2.2.7. Dispositivos de apoyo en la discapacidad física

El Consejo Nacional de Igualdad de Discapacidades (2015), considera importante ofrecer una presentación completa de los productos o dispositivos de apoyo, seleccionando como los más apropiados para las personas con discapacidad física.

**Tabla 6***Dispositivos de apoyo en la discapacidad física*

<b>Dispositivos de apoyo en Discapacidad Física (Movilidad)</b>		
<b>Área</b>	<b>Nombre de producto (Código ISO)</b>	<b>Explicación</b>
<b>Muletas</b>	<b>1 Muletas auxiliares 12.03.12</b>	Dispositivo que proporciona apoyo al caminar, tienen un apoyo horizontal almohadillado que se coloca pegado a la parte superior del cuerpo, junto a la axila.
	<b>2 Muletas de codo 12.03.06</b>	Dispositivos, regulables en altura, que proporcionan apoyo al caminar, tienen un apoyo semicircular para el antebrazo por debajo del codo, una empuñadura horizontal, una sola pata y una contera (regatón).
<b>Bastones</b>	<b>3 Bastones 12.03.03</b>	Dispositivo ajustable o no ajustable para movilidad, con una empuñadura.

---

**Dispositivos de apoyo en Discapacidad Física (Movilidad)**


---

<b>Área</b>	<b>Nombre de producto (Código ISO)</b>	<b>Explicación</b>
<b>Bastones</b>	<b>4</b>  <b>Bastones de tres y cuatro patas</b>  <b>12.03.16</b>	Dispositivo que proporciona apoyo al caminar, tienen una sola caña que se bifurca en tres o más patas, cada una de las cuales terminan en una contera (regatón).
<b>Andadores</b>	<b>5</b>  <b>Andadores</b>  <b>12.06.03</b>	Estructuras de ayuda para mantener la estabilidad y el equilibrio al caminar o al estar de pie, con cuatro conteras (regatón) o dos conteras (regatón) y dos ruedas.
	<b>6</b>  <b>Andadores con ruedas</b>  <b>12.06.06</b>	Estructuras de ayuda para mantener la estabilidad y el equilibrio al caminar que tienen empuñaduras y tres o más ruedas (con o sin asiento).
<b>Sillas de ruedas</b>	<b>7</b>  <b>Sillas de ruedas manuales – modelo básico para usuarios activos</b>  <b>12.22.03</b>	Son destinadas a ser autopropulsadas por los usuarios empujando aros o ruedas. Se pueden utilizar en interior / exterior y en diversos tipos de terreno.

---



---

**Dispositivos de apoyo en Discapacidad Física**

Área	Nombre de producto (Código ISO)	Explicación	
Sillas de ruedas	8	Sillas de ruedas controladas por asistente	Solo para uso en interior y limitado en exterior, empujado por un asistente.
	9	Sillas de ruedas manuales modelo intermedio / avanzado  12.22.03	Sillas de ruedas manuales con soporte postural ajustable a las necesidades individuales del usuario.
	10	Sillas de ruedas de deporte  12.22.03	Sillas de ruedas ligeras para deporte.
	11	Sillas de ruedas eléctricas  12.23.06	Sillas de ruedas alimentadas por baterías.
	12	Sillas de ruedas eléctricas con control postural  12.23.06	Sillas de ruedas eléctricas con soporte para postura manejadas por baterías.

---

---

**Dispositivos de apoyo en Discapacidad Física**


---

Área	Nombre de producto (Código ISO)	Explicación
Ortesis de miembro inferior	13 <b>Triciclos</b>	Triciclos de tres ruedas para una mayor movilidad, y, sobre todo, para el uso al aire libre.
Ortesis de miembro inferior	14 <b>Ortesis de pie</b> <b>06.12.03</b>	Ortesis que abarca total o parcialmente el pie. Se incluyen, plantillas e insertos ortopédicos, almohadillas, apoyos para el arco, taloneras, protector de talón.
Ortesis de miembro inferior	15 <b>Calzado para pie diabético/neuropático</b> <b>06.33.30</b>	Zapatos ortopédicos que ayudan a reducir o distribuyen el apoyo sobre los tejidos para prevenir lesiones en un pie diabético.
Ortesis de miembro inferior	16 <b>Zapatos o calzado ortopédicos</b> <b>06.33.30</b>	Calzado diseñado para tratar o compensar alteraciones estructurales o funcionales de la pierna, el tobillo y el pie de una persona.

---

---

**Dispositivos de apoyo en Discapacidad Física**

Área	Nombre de producto (Código ISO)	Explicación
		Dispositivos utilizados para el tratamiento del pie zambo, una anomalía congénita frecuente que afecta a los músculos y huesos del pie.
	17 <b>Férulas de abducción de pie/Férulas para pie zambo</b>	
	18 <b>Ortesis de tobillo y pie 06.12.06</b>	Ortesis que abarca la articulación del tobillo de forma total o parcial en el pie.
	19 <b>Ortesis de rodilla 06.12.09</b>	Ortesis que abarca y ayuda a estabilizar la articulación de la rodilla.
	20 <b>Ortesis de rodilla, tobillo y pie 06.12.12</b>	Ortesis que abarca la rodilla, la articulación del tobillo y del pie.
<b>Ortesis de miembro superior</b>	21 <b>Férulas de mano (sujeción/inmovilización de muñeca) 06.06.12</b>	Usadas para estabilizar (inmovilizar) la muñeca y la mano con la posición deseada para descanso de las articulaciones, tendones, ligamentos o mantener una cierta alineación de los huesos.

---

---

**Dispositivos de apoyo en Discapacidad Física**


---

Área	Nombre de producto (Código ISO)		Explicación
Ortesis de miembro superior	22	Ortesis estáticas de muñeca y mano 06.06.12	Ortesis que abarca las articulaciones de la muñeca y la mano para ayudar con una posición funcional de la mano y prevenir deformidades de la muñeca y de la mano.
	23	Cabestrillos para el hombro	Un cabestrillo es una banda que ayuda a sostener un brazo lesionado.
Ortesis de columna vertebral	24	Ortesis dorso-lumbo-sacras 06.03.09	Ortesis que abarca de forma total o parcial las regiones: dorsal, lumbar y sacro-iliaca del tronco.
	25	Ortesis cervicales 06.03.12	Ortesis que abarcan total o parcialmente la región cervical de la columna.

---

---

**Dispositivos de apoyo en Discapacidad Física**

Área	Nombre de producto (Código ISO)	Explicación
Prótesis de miembro inferior	<b>Prótesis de miembro inferior por debajo de la rodilla</b> <b>06.24.09</b>	Dispositivo que reemplaza parte del miembro inferior, entre la articulación de la rodilla y la articulación del tobillo, después de una amputación o en casos de deficiencia de la extremidad (incluye prótesis transtibiales, prótesis de pies y prótesis parciales del pie).
27	<b>Prótesis de miembro inferior por encima de la rodilla</b> <b>06.24.15</b>	Dispositivo que reemplaza parte del miembro inferior, entre la articulación de la cadera y rodilla, después de una amputación o en casos de deficiencia de la extremidad, prótesis para desarticulación de rodilla y prótesis para desarticulación de cadera.

---

---

**Dispositivos de apoyo en Discapacidad Física**


---

Área	Nombre de producto (Código ISO)	Explicación
<b>Prótesis de miembro superior</b>	<b>28</b> <b>Prótesis trans – humerales (por encima del codo)</b>  <b>06.18.15</b>	Dispositivo que reemplaza parte del miembro superior, entre las articulaciones del hombro y el codo, después de una amputación o en diferentes casos la deficiencia de la extremidad.
	<b>29</b> <b>Prótesis trans radiales (por debajo del codo) de miembro superior</b>  <b>06.18.09</b>	Dispositivo que reemplaza parte del miembro superior, entre las articulaciones del hombro y el codo, después de una amputación o en diferentes casos de deficiencia de la extremidad.

---

*Nota:* La tabla indica los dispositivos de apoyo en discapacidad física. Tomado de la *Guía sobre discapacidades* (p.19-21), por el Consejo Nacional de Igualdad de Discapacidades, 2015.

### 2.2.8. Barreras del turismo accesible

El Manual sobre Turismo Accesible para Todos (2015), menciona varias barreras que dificultan y en muchos casos imposibilitan el acceso, disfrute de la infraestructura en los servicios turísticos. Entre las dificultades que aparecen se destaca los siguientes:

- **Barreras del Entorno**

- a. **Planificación y reservas:** El acceso a la información y sobre todo la conexión a Internet juega un papel muy importante en los viajes y el turismo, ofreciendo la oportunidad de explorar y reservar experiencias de viajes considerando la información del producto comparando cada detalle y los precios. Una actividad donde las personas mayores y las personas con discapacidad pueden ser fácilmente marginadas por la brecha digital. (p. 42)
- b. **Infraestructura y transportes:** El transporte es todavía un obstáculo importante para muchas personas con discapacidad, debido a que no han tenido en cuenta los parámetros de Diseño para Todos en las infraestructuras de transporte como estaciones o aeropuertos, por lo que se genera barreras y dificultades para la movilidad de las personas. (p. 43)
- c. **Edificaciones:** Los edificios pueden presentar barreras en los espacios, debido a que no presentan niveles adecuados de accesibilidad, por lo que algunas personas tendrán dificultades para acceder y utilizar los mismos. (p. 44)
- d. **Comunicación:** Las barreras en la comunicación es cuando no se ofrece información en formatos accesibles para todos o alternativos, con mensajes claros y concisos. (p. 44)

- e. **Destino:** Se refiere al entorno al que se pretende viajar, recogiendo toda la información que ofrece la biodiversidad de cada lugar. (p. 45)

**Tabla 7**

*Resumen de las principales barreras en el turismo accesible*

<b>Barreras del entorno</b>	
<b>Planificación y reservas</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Páginas web no accesibles</li> <li>• Agencias de viajes: Entorno no accesible y falta de formación del personal</li> </ul>
<b>Transporte</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Traslado al punto de origen desde el domicilio</li> <li>• Acceso a las terminales de transporte y al interior del medio de transporte</li> </ul>
<b>Edificación</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ausencia de servicios adaptados: aseos, sistema de información, emergencias, etc.</li> <li>• Acceso e inferior del establecimiento turístico: habitaciones, zonas comunes, aseos, zonas de ocio, deportivas, etc.</li> </ul>
<b>Comunicación</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Acceso e interior de otros atractivos turísticos</li> <li>• Señalización apropiada</li> <li>• Sistemas alternativos para transmitir información</li> <li>• Recorrido por el entorno urbano y rural del destino.</li> </ul>
<b>Destino</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ingreso a los recursos turísticos naturales y culturales</li> <li>• Actividades de ocio y recreación.</li> </ul>

*Nota:* La tabla indica las barreras del entorno en el turismo accesible. Tomado del *Manual sobre Turismo Accesible para Todos Principios, Herramientas y Buenas Prácticas* (p. 45), por la Organización Mundial de Turismo, 2015.



- **Barreras sociales**

El Manual sobre Turismo Accesible para Todos (2015), menciona que las barreras sociales son aquellas que se relacionan con los factores vinculantes a la sociedad y al tratamiento que esta hace de la discapacidad y de las cuestiones referentes a la accesibilidad. Estas dificultades son mucho más limitantes y discriminatorias ya que la sociedad hacia la accesibilidad desconoce en el trato. A continuación, se presenta las más importantes:

**Figura 3***Barreras sociales***Falta de formación en las empresas de ámbito turístico**

La barrera social más destacada es el trato directo hacia las personas con discapacidad y necesidades especiales. El personal que labora en el ámbito turístico, no se encuentra preparado para recibir demandas diferentes, y a pesar de que en ocasiones cuentan con los medios para cubrir esta demanda se quedan desorientados por el desconocimiento de su existencia o uso.

**Falta de concienciación sobre la accesibilidad:**

La falta de conocimiento de las necesidades relacionadas con la accesibilidad se muestra no solo en las personas que tratan directamente con el público, sino también en la carencia de políticas y estrategias encaminadas a fomentar la accesibilidad en los servicios turísticos. Sin embargo, es necesario contar con estrategias coordinadas que fijen pasos y prioridades a seguir, los objetivos y medidas a tomar.

**Barreras actitudinales**

Los efectos de esta barrera pueden llegar desde la insatisfacción por parte del cliente que ha invertido su dinero en una experiencia turística como cualquier otra persona hasta las situaciones de preocupación, desilusión e incluso de ansiedad al disminuir toda la posibilidad de sentimiento de libertad.

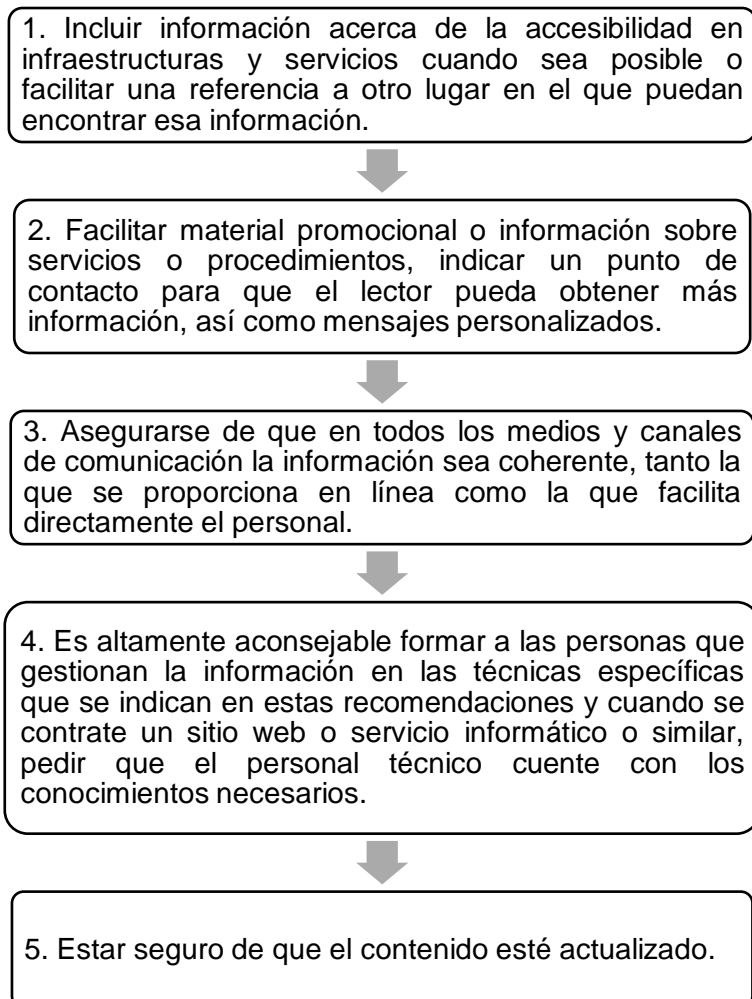
*Nota:* La figura representa las barreras sociales del turismo accesible. Tomado de *El Manual sobre Turismo Accesible para Todos* (pp.46-47), por Organización Mundial del Turismo, (2015).

## **2.2.9. Información turística en el turismo accesible**

### **a. Suministros para la información turística**

No obstante, en el documento de Recomendaciones de la OMT sobre la accesibilidad de la información turística (2015), plantea un diseño adecuado para los negocios. En donde, estudios numerosos han revelado que la accesibilidad y la facilidad de uso de los sitios web, pueden tener un efecto decisivo en los clientes que hacen una consulta o una compra.

Para suministrar la información accesible se ha planeado cinco elementos esenciales para que los turistas puedan fiarse de la información que obtienen:

**Figura 4***Suministros de información sobre accesibilidad*

*Nota:* La figura representa los suministros de información sobre accesibilidad. Tomado del *Manual sobre Turismo Accesible para Todos Recomendaciones de la OMT sobre la accesibilidad de la información turística* (pp. 8-9), por la Organización Mundial de Turismo, 2015.

## **b. Material impreso**

El material impreso en el ámbito turístico se centra en la promoción, información sobre servicios tales como procedimientos o menús y otros contenidos. Las siguientes recomendaciones ayudarán a incrementar la legibilidad y lectura de todo el documento, con el fin de encontrar mejor los contenidos que le interesan al cliente.

### **1. Disposición**

- Presentar la información con una estructura organizada con frases cortas o una idea por frase. Utilizar un lenguaje claro y sencillo, evitando abreviaturas para que la información sea fácil de entender.
- Justificar los textos y añadir espacios entre las palabras.
- Evitar dividir las palabras entre dos líneas. Si el texto está dividido en columnas, adecuar distancia el uno con el otro. Dejar espacio suficiente entre las líneas, facilitando la lectura. (OMT, 2015, p. 9)

### **2. Fuentes**

- Usar una fuente de un tamaño mínimo 12 puntos, siendo recomendable utilizar un tamaño de 14 puntos.
- La fuente sans serif tiene finales sencillos, con remates y trazos de ornamentación, por lo tanto, son más fáciles de leer. (OMT, 2015, p. 10)

### **3. Contraste y color**

- El texto es más sencillo de leer cuando hay suficiente contraste en el texto y el fondo. Es recomendable utilizar texto negro sobre un fondo blanco o amarillo. El contraste es mayor cuando se utilizan colores oscuros.

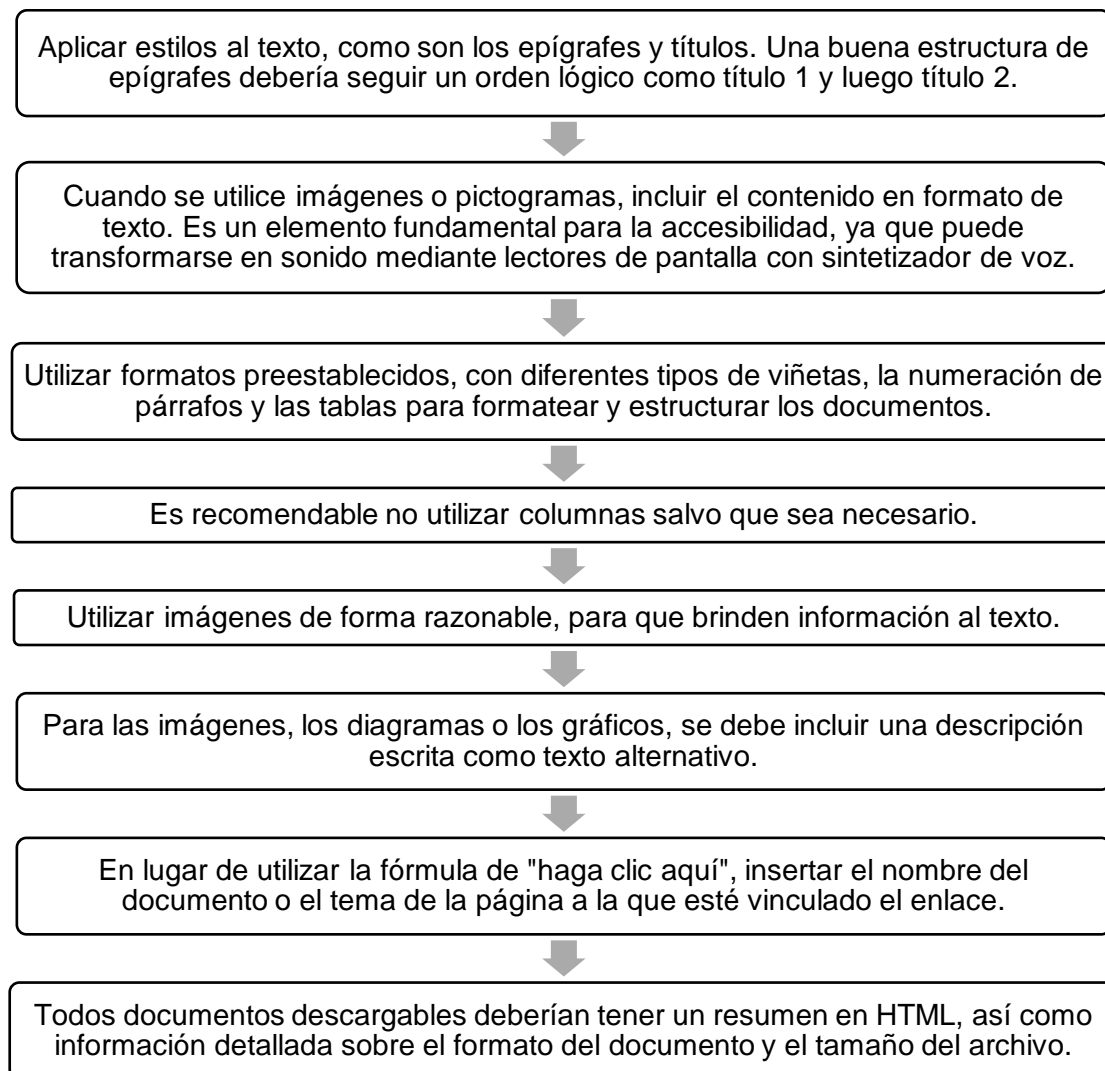
- Un fondo llano es mejor que un fondo estampado. No es recomendable imprimir sobre materiales con brillo, debido a que se dificulta la lectura. (OMT, 2015, p. 10)

#### **4. Formatos alternativos**

- Considerar el material impreso en formatos alternativos tales como letra grande con una fuente entre 16 y 20 puntos, braille o formato audio.
- Suministrar el material de fácil lectura, para personas con dificultad de aprendizaje y también para personas con un conocimiento limitado del idioma.
- Incluir un código de barras QR o BIDI (códigos de respuesta rápida utilizados para dar un acceso fácil a la información) en el material impreso permitiendo a los clientes acceder a la información.
- Las organizaciones deben estar abiertas para trabajar con los usuarios conociendo sus necesidades y proporcionar el formato de apoyo adecuado. (OMT, 2015, p. 11)

#### **c. Documentos digitales**

Para el sector turístico se utilizan documentos digitales los cuales ayudan a transmitir gran cantidad de información. En todo documento enviado es importante asegurar que el público conozca los contenidos que puede descargar. Estas recomendaciones sirven para elaborar documentos en diferentes formatos.

**Figura 5***Documentos Digitales*

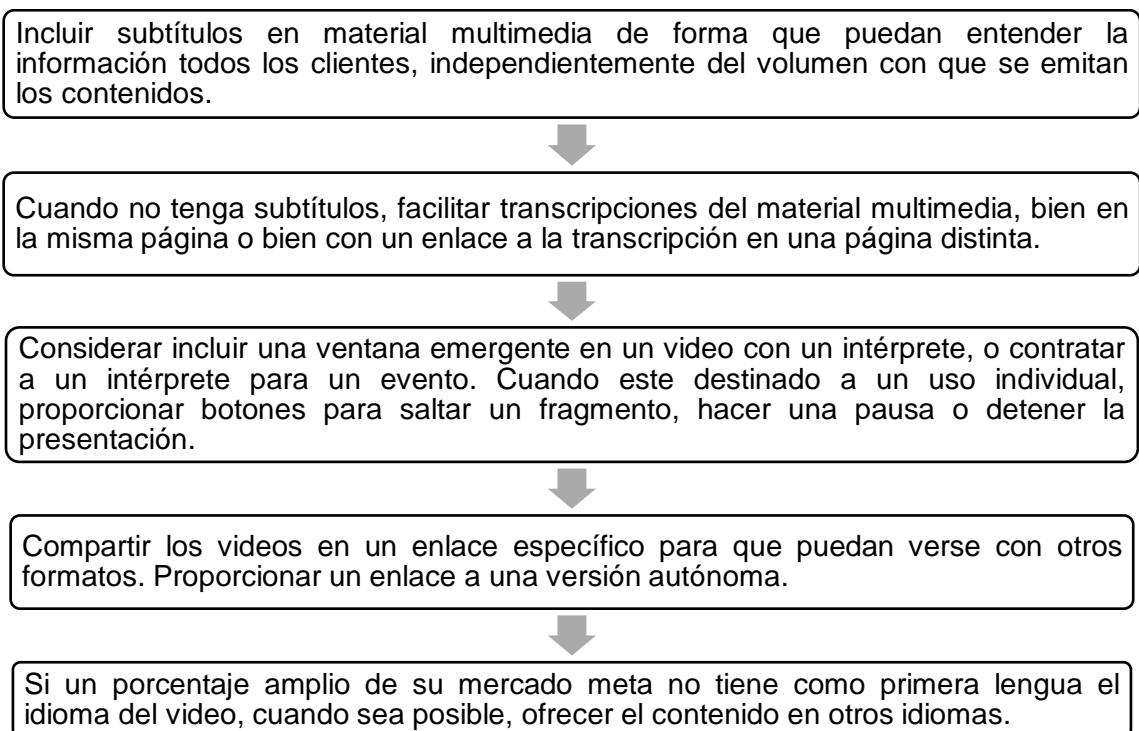
*Nota:* La figura representa los documentos digitales sobre la accesibilidad. Tomado del *Manual sobre Turismo Accesible para Todos Recomendaciones de la OMT sobre la accesibilidad de la información turística* (p.11), por la Organización Mundial de Turismo, 2015.

#### d. Contenidos audiovisuales

Puede aparecer en diversas formas la información, como videos introductorios en lugares de interés, guías de audio y video o letreros luminosos que dan información. Estas recomendaciones aseguran que no se prive la información a las personas con discapacidad.

#### Figura 6

##### *Contenido audiovisual*



*Nota:* La figura representa los contenidos audiovisuales sobre la accesibilidad. Tomado del *Manual sobre Turismo Accesible para Todos Recomendaciones de la OMT sobre la accesibilidad de la información turística* (p. 13), por la Organización Mundial de Turismo, 2015.



## e. Sitios web

El internet y la tecnología de la web desempeñan un papel importante en el turismo, puesto que dan acceso a un mayor número de productos y servicios turísticos de diferentes partes del mundo. Para el desarrollo de cualquier página o aplicación web, debería seguirse las doce orientaciones que se proponen a continuación, organizada en cuatro principios:

### 1. **Perceptibles:** que pueden usarse libremente de la capacidad del cliente.

- Proporcionar textos alternativos para contenidos no textuales.
- Facilitar subtítulos y otras alternativas para elementos multimedia.
- Crear contenidos que puedan presentarse de diferentes formas, incluso con tecnologías de apoyo.
- Hacer más fácil que los usuarios vean y oigan el contenido.

### 2. **Manejables:** con alternativas de navegación utilizables.

- Hacer que toda funcionalidad sea accesible a través de un teclado.
- Brindar a los usuarios el suficiente tiempo para leer y usar el contenido.
- No usar contenidos que causen crisis epilépticas.
- Ayudar a los clientes a navegar y encontrar los contenidos fácilmente.

### 3. **Comprensible:** con interfaces y contenidos claros y fáciles de entender.

- Hacer el texto legible y comprensible.
- Crear contenidos cuya apariencia y funcionamiento sean predecibles.
- Ayudar a los usuarios a evitar y corregir errores.

**4. Robusto:** con contenido que puedan utilizarse de manera fiable a través de una amplia variedad de dispositivos.

- Maximizar la compatibilidad con las herramientas de usuarios actuales y futuras. (OMT, 2015, pp. 14-16)

#### **f. Aplicaciones**

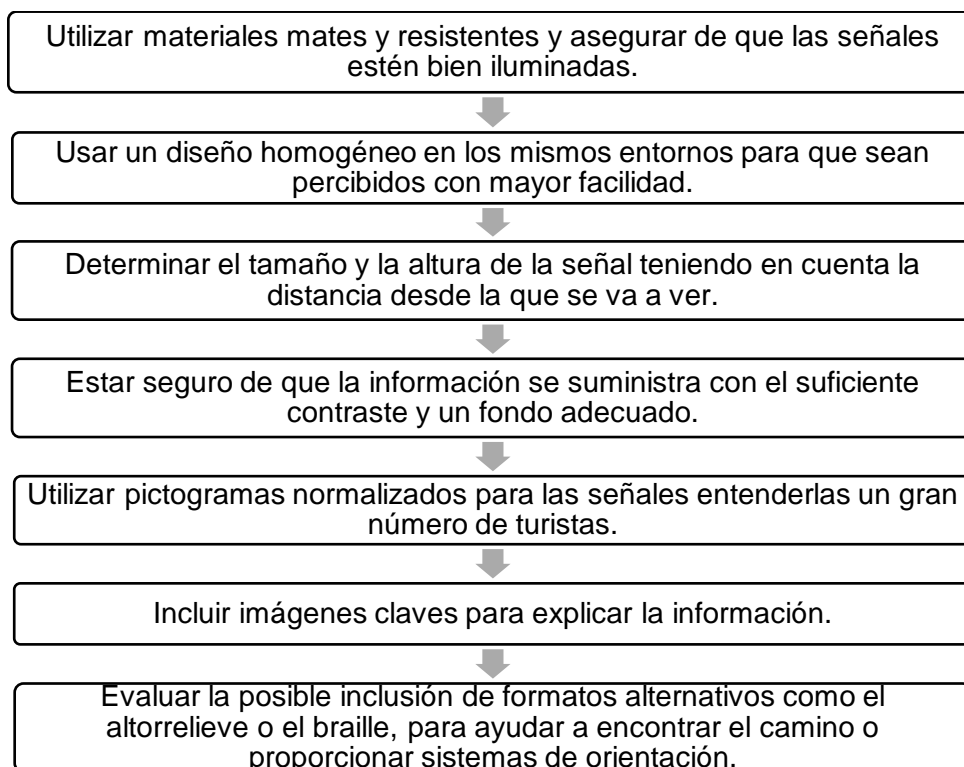
Las “APP” turísticas son aplicaciones informáticas para prestar diferentes servicios por móvil relacionados con los medios de transporte o los destinos. Algunas de las aplicaciones ofrecen sistemas de orientación para ayudar a los turistas a encontrar su camino en una ciudad y son muy populares para suministrar información. (OMT, 2015, p. 16)

#### **g. Señalización**

La señalización es una herramienta que permite orientarse sin ayuda. Es importante diseñar la señalización de acuerdo a las necesidades de acceso. Aunque no hay una norma internacional sobre la señalización, existen algunas recomendaciones útiles resumidas en el módulo II del Manual sobre turismo accesible para todos: Principios, herramientas y buenas prácticas.

## Figura 7

### Señalización



*Nota:* La figura representa la señalización sobre la accesibilidad. Tomado del *Manual sobre Turismo Accesible para Todos Recomendaciones de la OMT sobre la accesibilidad de la información turística* (p. 18), por la Organización Mundial de Turismo, 2015.

### 2.2.10. Indicadores para evaluar el turismo accesible

Se generó un acuerdo de colaboración tripartito entre la Organización Mundial del Turismo (OMT), LA Fundación ONCE y la Red Europea para Turismo Accesible ENAT, firmado en el 2012, en el cual se desarrolla el “Manual sobre Turismo Accesible para todos: Principios, herramientas y buenas prácticas”, documento que propone

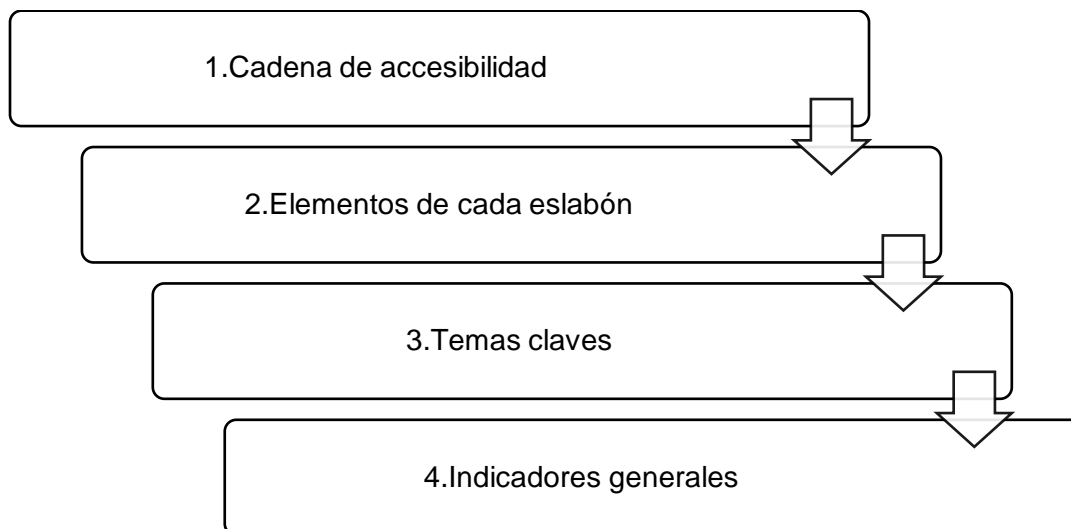
directrices para lograr la accesibilidad en los destinos de la manera más eficiente y planificada posible.

Con respecto al Manual consta de cinco módulos, en esta investigación se tomó como referencia el módulo IV en donde menciona que los indicadores aplicados a la accesibilidad en el turismo, son conjuntos de información utilizados en la medición de accesibilidad para mejorar las decisiones de planificación, desarrollo y gestión del turismo. (Organización Mundial del Turismo OMT, 2015, p. 21)

Existen cuatro pasos para el proceso de elaboración de los indicadores generales que son:

### Figura 8

*Pasos en el proceso de la elaboración de los indicadores*



*Nota:* La figura representa el proceso de la elaboración de los indicadores. Tomado del *Manual sobre Turismo Accesible para Todos: Principios, herramientas y buenas prácticas* (p. 21), por la Organización Mundial de Turismo, 2015.

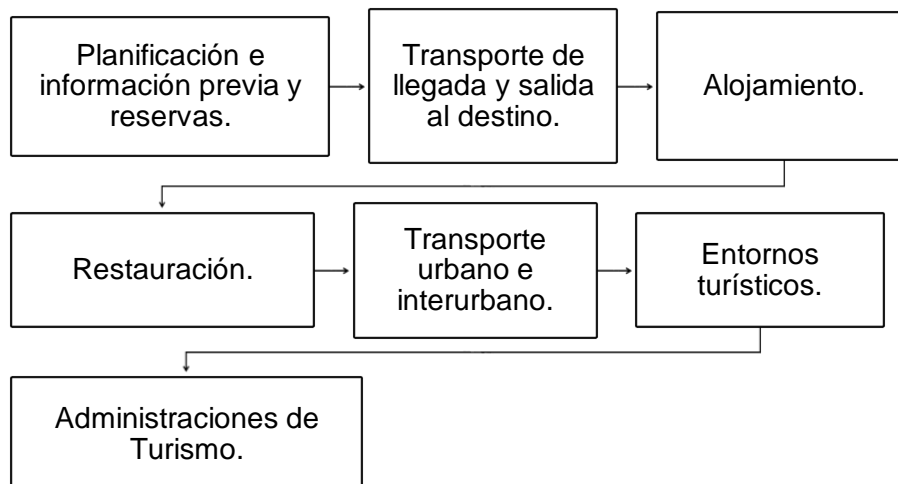
Los indicadores propuestos son parte de un enfoque de destinos, haciendo hincapié a la importancia de la colaboración, evaluación continua, comunicación efectiva y perspectiva holística.

## 1. Cadena de accesibilidad

La Organización Mundial de Turismo (2015), menciona que la cadena de accesibilidad en el turismo es global y transversal, generando compromiso a una multitud de agentes y actores de distinta naturaleza. Se compone de ocho áreas de intervención o eslabones con el fin de cubrir todas las áreas que se pretende utilizar en función de una experiencia turística. (p. 22)

### Figura 9

*Eslabones de la cadena de valor de turismo accesible*



*Nota:* La figura representa los eslabones de la cadena de valor del turismo accesible.

Tomado del *Manual sobre Turismo Accesible para Todos: Principios, herramientas y buenas prácticas* (p. 22), por la Organización Mundial de Turismo, 2015.

## 2. Elementos de cada eslabón

Para cada eslabón de la cadena de accesibilidad se ha definido elementos claves de estudio, como se detalla en la Tabla 7.

**Tabla 8**

*Elementos de estudio de los indicadores de turismo accesible*

Eslabón de la cadena	Elementos
<b>Planificación, información previa y reservas</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Páginas web de información y reservas.</li> <li>● Agencias de viajes.</li> </ul>
<b>Transporte de llegada / salida al destino</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Infraestructura de transporte (aeropuertos, estaciones de tren, autobús interurbano y terminales marítimas).</li> <li>● Material móvil (vehículos de transporte).</li> <li>● Operadores de transportes (aerolíneas, compañías ferroviarias o navieras).</li> </ul>
<b>Alojamiento</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Hoteles, establecimientos similares y empresas hoteleras.</li> </ul>
<b>Restauración</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Establecimientos de restauración y empresas de restauración.</li> </ul>
<b>Transporte urbano e interurbano en el destino</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Infraestructura y servicios de estaciones (marquesinas y postes).</li> <li>● Material móvil (autobús, metro, tranvía).</li> <li>● Operadores de transporte.</li> </ul>

<b>Eslabón de la cadena</b>	<b>Elementos</b>
<b>Entornos turísticos</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Entornos turísticos.</li> </ul>
<b>Recursos turísticos</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Recursos turísticos.</li> </ul>
<b>Administraciones públicas de turismo</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Administraciones (nacionales, regionales, locales) de turismo, organizaciones de gestión de destinos, ayuntamientos, concejalías regionales de turismo u otros gestores de destinos turísticos.</li> </ul>

*Nota:* La tabla indica los elementos de estudio de los indicadores del turismo accesible.

Tomado del *Manual sobre Turismo Accesible para Todos: Principios, herramientas y buenas prácticas* (p. 22), por la Organización Mundial de Turismo, 2015.

### 3. Temas claves

Se determinaron varios temas claves para la evaluación de accesibilidad para cada eslabón, siendo los más comunes:

**Tabla 9**

*Temas claves*

<b>Temas claves</b>	<b>Definición</b>
<b>Acceso (A)</b>	Se refiere a las maneras usuales que se tienen de llegar, identificar y entrar a un edificio o vehículo.

Temas claves	Definición
<b>Aseos (As)</b>	Se refiere a la posibilidad de utilizar los servicios higiénicos de un lugar, incluyendo la disponibilidad de usos (públicos y privados) y la adaptabilidad de los mismos.
<b>Estancias (E)</b>	Se refiere a los espacios de uso común o privado en el que los clientes van a desarrollar alguna actividad. Incluye distintos tipos de estancias como salas de espera, recepción, salas, habitaciones, auditorios, etc.
<b>Gestión (G)</b>	Este concepto hace referencia a los procesos que garantizan que la accesibilidad no es puntual, que se mantendrá a lo largo del tiempo y que se desarrollará mediante un proceso de mejora continua. Para ello se mide la responsabilidad de la entidad u organización, la gestión de los recursos (materiales y humanos), la existencia de una herramienta de mejora continua y la medición de valores como la satisfacción del cliente.
<b>Información y comunicación</b>	Hace referencia a la disponibilidad de elementos que den a conocer lo que sucede en nuestro entorno. Puede tratarse desde paneles informativos, alarmas, sistemas de megafonía, programas específicos para personas con necesidades especiales entre otros.
<b>(I):</b>	Hace referencia a la posibilidad de desenvolverse de manera autónoma por el espacio. Incluye aspectos como itinerarios horizontales y verticales.
<b>Movilidad (M)</b>	



Temas claves	Definición
<b>Personal (P)</b>	Se refiere a la parte de recursos humanos que se emplea en la prestación de servicios. En este apartado se incluye la formación recibida, así como los servicios que dependen directamente del personal empleado.
<b>Servicios (Se)</b>	En este apartado se incluyen los elementos inherentes a los distintos ámbitos y que se prestan en calidad de atención al público. En este apartado pueden incluirse cosas tan diversas como la frecuencia de viajes en transporte o la disponibilidad de menús especiales en restaurantes.

*Nota:* La tabla indica los temas claves para evaluar la accesibilidad de cada eslabón.

Tomado del *Manual sobre Turismo Accesible para Todos: Principios, herramientas y buenas prácticas* (p. 23), por la Organización Mundial de Turismo, 2015.

#### 4. Indicadores generales

Se considera la cuarta y la última fase, donde se detallan objetivos que pretenden alcanzar en el estudio de cada eslabón de la cadena de accesibilidad, describiendo los contenidos que se pueden analizar en cada uno de los elementos, los indicadores deben componer una serie de subindicadores basados en parámetros de acuerdo a la legislación y normativa de cada lugar. (OMT, 2015, p. 24)

Según la OMT plantea indicadores para el estudio de la accesibilidad como son: acceso, gestión, información y comunicación, movilidad, personal, servicios. Sin

embargo, para la evaluación del turismo accesible se tomó en cuenta solo los siguientes indicadores que serán útiles para la investigación:

**Tabla 10**

*Indicadores para el estudio de la accesibilidad*

<b>Módulo IV: Indicadores para el estudio de la accesibilidad en el turismo IV</b>	
<b>3. Alojamiento</b>	
<b>Indicadores</b>	
	Porcentaje de alojamientos que cuentan con protocolo de evacuación específicos para personas con discapacidad
<b>G</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Un protocolo de evacuación específico para personas con discapacidad es un conjunto de actuaciones secuenciadas a realizar en situaciones de emergencia que debe estar incluido en el plan de emergencias y evacuación del alojamiento.</li> </ul>
	Porcentaje de alojamientos en los que existe un sistema de gestión de la accesibilidad
<b>G</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Un sistema de gestión de la accesibilidad es un instrumento de planificación que asegurará la normalización de las personas con discapacidad en la definición de sus servicios, en sus estrategias y planes de gestión.</li> </ul>

---

**Módulo IV: Indicadores para el estudio de la accesibilidad en el turismo IV****3. Alojamiento****Indicadores**

---

Porcentaje de alojamientos que tenga un certificado de accesibilidad

**G**

- Que un alojamiento disponga de un certificado en accesibilidad supone que la accesibilidad de sus infraestructuras, de su web y/o de su servicio ha sido verificada por una entidad reconocida como independiente de las partes interesadas y ha manifestado la conformidad del alcance sometido a certificación con los requisitos definidos en normas o en especificaciones técnicas.

Porcentaje de alojamientos que cuentan con información y documentación accesible (carta de servicios, menús, tarjetas/llaves de las habitaciones, plano de evacuación, etc.)

**I**

- ☐ Que un alojamiento tenga documentación accesible se refiere a la existencia de información básica del alojamiento, usos y servicios a su disposición, etc. en formatos accesibles a disposición de los usuarios o clientes.
-

---

**Módulo IV: Indicadores para el estudio de la accesibilidad en el turismo IV****3. Alojamiento****Indicadores**

---

Porcentaje de alojamientos cuyo personal cuenta con formación en atención a personas con discapacidad.

- P**
- Que el personal de los alojamientos tenga formación en atención a personas con discapacidad se refiere a que ha recibido cursos en relación a esta materia y/o dispone de experiencia en el trato a personas con discapacidad.

Porcentaje de alojamientos con habitaciones accesibles para personas con movilidad reducida

- Se**
- Una habitación accesible comprende habitualmente un espacio de descanso y otro higiénico-sanitario que reúne las condiciones necesarias de diseño y dotación específica para ser utilizado por los clientes u otros usuarios con discapacidad.

Porcentaje de alojamientos con otros servicios accesibles (cafetería, restaurante, sala de reuniones, gimnasio, spa, piscina, etc.)

- Se**
- Qué otros usos o servicios del alojamiento sean accesibles significa que reúnen las condiciones necesarias de diseño y dotación específica para ser utilizado por los clientes, turistas u otros usuarios con discapacidad.
-

---

**Módulo IV: Indicadores para el estudio de la accesibilidad en el turismo IV****3. Alojamiento****Indicadores**

---

Porcentaje de alojamientos, entre los que prestan servicio de restauración, que se adaptan a las necesidades nutricionales especiales de sus usuarios

**Se**

- Un menú especial es aquel que se ajusta a las necesidades de viajeros que tienen algún tipo de alergia o intolerancia alimentaria.

---

Comentario: Para la evaluación del turismo accesible se tomará los indicadores de G = Gestión; I = Información y comunicación; P = Personal; Se = Servicios.

*Nota:* La tabla muestra los indicadores para el estudio de la accesibilidad. Tomado del *Manual sobre Turismo Accesible para Todos: Principios, herramientas y buenas prácticas* (pp.55-57), por la Organización Mundial de Turismo, 2015.

**2.3 Atención al Cliente**

Para poder abordar la atención al cliente las autoras consideran oportuno describir la definición e importancia, los elementos, fases, modalidad, tipos de clientes, normas generales de actuación en los establecimientos hoteleros para personas con discapacidad, los cuales brindan elementos claves en la organización de la atención al cliente.

**Tabla 11***Definiciones de atención al cliente según autores*

<b>Autores</b>	<b>Definición</b>
<b>Garcia (2000)</b>	Garantizar una buena atención al cliente es producto de un trabajo eficaz, rápido y profesional. Se aleja de la inercia y monotonía pues cada huésped es un cliente único con necesidades específicas. Para cubrir dichas necesidades, es necesario que exista una comunicación fluida a través de canales previamente establecidos entre los distintos departamentos del hotel. (García, 2000, p. 24)
<b>Dorado &amp; Cerra (2004)</b>	<i>“La atención al cliente depende de una serie de variables que, perfectamente interrelacionadas, lograrán sensibilizar al personal para que sea capaz de transmitir el respeto y la consideración, para que la empresa hotelera brinde una buena atención a sus clientes”</i> (Dorado, J; Cerra, A, 2004, p. 249).
<b>Ford &amp; Heaton (2001)</b>	<i>“La atención al cliente busca entender y cumplir estas expectativas antes de que los clientes lleguen al hotel, de modo que todo esté preparado para que cada cliente disfrute de una experiencia agradable”</i> (Ford ; Heaton, 2001, p. 9).

---

Autores	Definición
<b>Torres (2007)</b>	La atención al cliente es el conjunto de prestaciones que el cliente espera como consecuencia de la imagen, el precio y la reputación del producto o servicio que recibe, encaminadas a identificar las necesidades de los clientes en la compra para satisfacerlas. (Torres, 2007, p. 6)
<b>Prieto (2004)</b>	La gestión de la atención al cliente es, por tanto, el conjunto de actividades desarrolladas por las organizaciones con orientación al mercado, encaminadas a identificar las necesidades de los clientes en la compra para satisfacerlas, logrando de este modo cubrir sus expectativas y, por tanto, crear o incrementar la satisfacción de nuestros clientes. (Prieto, 2004, p. 20)
<b>Domínguez (2014)</b>	La atención al cliente es el centro neurálgico (asunto importante o decisivo) de la Unidad formativa: se analiza al cliente, sus características sociodemográficas, psicosociales, sus preferencias, los procesos de compra de los bienes y servicios que demanda y la atención comercial que debe recibir de manera óptima en sus relaciones de compra-venta con la empresa. (Domínguez, E, 2014, p. 7)
<b>Casermeiro (2014)</b>	La atención al cliente se ha convertido en un elemento fundamental de diferenciación, ya que el actual mercado se ha vuelto extremadamente competitivo y los bienes y servicios ofertados son cada vez más parecidos entre sí. Una buena atención al cliente puede llegar a marcar la diferencia. (Casermeiro, 2014, p. 28)

---

Autores	Definición
<b>Mendivil (2013)</b>	La atención al cliente o usuario, es aquella actividad laboral enclavada en los servicios postventa de las empresas u organizaciones, que se dedican a recoger y resolver sugerencias, reclamaciones y quejas de aquellas personas que ya son clientes o usuarios. (Mendivil, 2013, p. 10)
<b>Causco (2010)</b>	La atención al cliente se puede entender como todo aquel servicio que proporcionan las empresas (tanto las que prestan servicios como las que comercializan productos) a sus clientes, cuando estos necesitan. Además, es una forma de hacer las cosas ya que afecta a la totalidad de la organización tanto en la forma de atender al público externo (clientes) como al público interno (trabajadores, accionistas, etc.). (Causco, 2010, p. 40)

*Nota:* La tabla indica las definiciones de atención al cliente por diferentes autores.

La atención al cliente es el conjunto de actividades desarrolladas por organizaciones orientadas al mercado, mismas que están enfocadas a identificar las necesidades y deseos de los clientes en la compra de un producto o servicio con el fin de satisfacerlas, de tal manera que se cumplan las expectativas del cliente. (Brown, 1992, p. 100)



Por otro lado, Maldonado, C & Hernández G., (citado en Nasimba, C; Cabezas, E, 2018), mencionan que la calidad del servicio es una “herramienta fundamental para lograr un óptimo aprovechamiento del recurso humano, elevar su productividad, mejorar la imagen del negocio y ganar nuevos clientes”. (p. 3)

### **2.3.1. Importancia de la atención al cliente**

En relación con Torres (2007), la atención al cliente se ha convertido en una importante ventaja competitiva para las empresas actuales, permitiendo mantenerse en el mercado, crecer y adquirir rentabilidad, de la misma forma atrae a los clientes creando confianza suficiente para que el cliente vuelva a solicitar los productos y servicios ofertados por la empresa, además la estrategia de marketing está enfocado en conocer al cliente, sus necesidades y expectativas de tal modo que adapte sus productos y servicios, tomando en consideración el cuidado de la interacción durante todo el ciclo del servicio. (p. 50)

### **2.3.2. Elementos de atención al cliente**

Para Pastrana (2015), la empresa es aquella que *“recibe visitas de clientes, para hacer compras, consultas, reclamar, etc. Cualquier motivo que les acerca a la empresa, tienen derecho a una buena acogida y atención que depende de tres factores: entorno, organización y personal”*. (Pastrana, 2015, p. 367)

**Figura 10***Elementos de la atención al cliente*

<b>Elementos de la atención al cliente</b>		
<b>El Entorno</b>	<b>Organización</b>	<b>Personal</b>
<p><b>Lo componen los elementos físicos y su acondicionamiento:</b></p> <p>Aparcamiento, edificio, accesos, sala de acogida o visitas, mobiliario, condiciones físicas de las que depende el confort (limpieza, iluminación, temperatura, música ambiental, etc.).</p>	<p>Es el conjunto de componentes intangibles que se emplea para atender a la clientela y hacer posible que todos los mecanismos funcionen adecuadamente.</p>	<p>La atención personal puede eclipsar otros elementos (el entorno y la organización). Si el cliente percibe un trato excelente por parte del personal, puede llegar a olvidarse de la incomodidad del entorno. Por lo contrario, todo lujo o confort del lugar físico lo echará en el olvido si percibe actitudes descorteses o groseras. Por eso es importante que la empresa tenga una orientación al cliente.</p>

*Nota:* La figura representa los elementos de la atención al cliente. Tomado de *Comunicación empresarial y atención al cliente* (p. 367), por Pastrana, 2015, Madrid, España: Editex S.A.

### **2.3.3. Fases de la atención al cliente**

Para Pastrana (2015), las fases de la atención al cliente son: la acogida, seguimiento, gestión y la despedida.

**Tabla 12***Fases de la atención al cliente*

<b>Fase</b>	<b>Características</b>
<b>Acogida</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Para el cliente, la persona que le atiende es la empresa, la imagen que se transmite es la imagen corporativa.</li> <li>• El cliente espera un trato cordial y amable. Ser simpáticos, recuerde sonreír al momento de estar con el cliente.</li> <li>• Saludar de manera afectuosa y cordial hace más agradable el reencuentro.</li> <li>• Tomar nota de su caso, para transmitirlo a la persona que tiene que resolver, así el cliente no tendrá que volver a contar todos los pormenores.</li> <li>• Identificar de manera rápida cual es el motivo de su visita o su llamada.</li> <li>• Evitar que tenga que hacer largas filas.</li> <li>• Informarle de quien le atenderá, cuanto deberá esperar y por qué. Lo más frecuente de la espera es no saber por qué se espera y cuánto tiempo se va a esperar.</li> </ul>
<b>Seguimiento</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Si la espera se prolonga, atenderle de vez en cuando y preguntarle si necesita algo; es importante que percibirá que no se le va a abandonar, hacerle sentir importante.</li> </ul>

Fase	Características
<b>Gestión</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• La persona que atiende, gestiona y resuelve, tendrá que actuar como el mejor de los anfitriones, con amabilidad, cortesía y hospitalidad.</li> <li>• Pensar que un cliente se pone en contacto con la empresa (aún más en el caso de las visitas), es porque necesita algo; se tiene que satisfacer la necesidad del cliente.</li> <li>• Un cliente nunca es una molestia o interrupción.</li> <li>• Dar atención personalizada, llamarle por su nombre, con respeto, demostrarle que es único y como tal es importante.</li> <li>• Una vez resuelto (o no) el caso, hay que cerrar la entrevista y despedirse.</li> <li>• Conviene verificar su grado de satisfacción, no siempre se pueden resolver los casos como el cliente desea, pero siempre hay que transmitir que se hace todo lo posible para complacer.</li> </ul>
<b>Despedida</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Disculparse en los casos en que no se puede resolver el asunto a su plena satisfacción.</li> <li>• Siempre, en todos los casos, agradecer su atención y el esfuerzo de llamar o de visitarnos.</li> </ul>

---

*Nota:* La tabla indica las fases de la atención al cliente. Tomado de *Comunicación empresarial y atención al cliente* (pp. 370-371), por Pastrana, 2015, Madrid, España: Editex S.A.

### 2.3.4. Modalidad de atención al cliente

García (2000), menciona en su libro recepción y atención al cliente “*las dos modalidades de atención al cliente que son: contacto directo y el contacto no directo*”.

**Tabla 13**

*Modalidades de atención al cliente*

Modalidad	Descripción
<p style="text-align: center;"><b>Contacto Directo</b></p> <p style="text-align: center;">Es la comunicación más personal y rica en matices, por cuanto que es directa con el cliente.</p>	<p style="text-align: center;"><b>Comunicación verbal</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ El interlocutor se debe sentir cómodo.</li> <li>✓ Enviar mensajes sencillos, que se entiendan con factibilidad.</li> <li>✓ Que no se alargue la conversación más de lo debido.</li> <li>✓ Evitar la utilización de expresiones vulgares.</li> <li>✓ Utilizar, a ser posible, el nombre del cliente.</li> <li>✓ No mantener al mismo tiempo otras conversaciones paralelas.</li> </ul>

---

Modalidad	Descripción
<b>Comunicación no verbal</b>	
	<ul style="list-style-type: none"><li>✓ El entorno y ambiente donde se va a desarrollar la comunicación deberá ser lo más acogedora posible.</li><li>✓ La apariencia física, debe ser intachable, entendiéndose como:<ul style="list-style-type: none"><li>• El aseo personal.</li><li>• El estado emocional.</li><li>• Una sonrisa natural.</li><li>• Una mirada expresiva.</li><li>• Mirar de frente y a los ojos, mostrando seguridad.</li><li>• No hacer gestos que incomoden al cliente.</li><li>• El tono de voz, se ha de hablar vocalizado y con naturalidad.</li></ul></li></ul>

---

Modalidad	Descripción
<p style="text-align: center;"><b>Contacto no directo</b></p> <p style="text-align: center;">No es una comunicación tan expresiva. como lo anterior, pues no se refuerza con la presencia física de los interlocutores.</p>	<p><b>Contacto por teléfono</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Hablar con claridad, articulando bien.</li> <li>✓ No dar más información que la precisa.</li> <li>✓ Escuchar, sintetizar lo más importante de la conversación.</li> <li>✓ Pedir aclaraciones así no se entiende correctamente el mensaje, incluso que repita si es necesario.</li> <li>✓ Presentarse al iniciar la conversación y utilizar formas de cortesía en la despedida, utilizando, a ser posible, el nombre del interlocutor.</li> <li>✓ Ocuparse de hablar con el cliente. Si se comete otra acción, como organizar otro tipo de trabajo, se corre el riesgo que el cliente lo note y se disguste.</li> </ul> <p><b>Contacto escrito</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Definir el contenido del mensaje.</li> <li>✓ Diseñar el documento antes de redactar.</li> <li>✓ Ser precisos en los términos, resultando la información más relevante.</li> </ul>

Modalidad	Descripción
	✓ Dar una perspectiva positiva al escrito.
	✓ No cometer faltas de ortografía.
	✓ Cuidar el contenido.

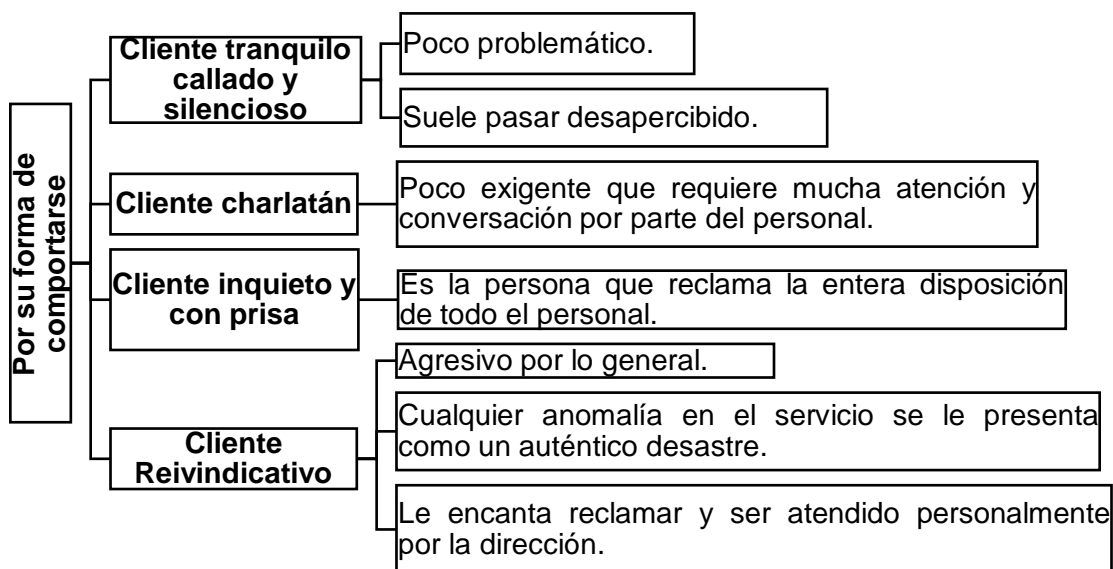
*Nota:* La tabla indica las modalidades de la atención al cliente. Tomado de *Recepción y atención al cliente* (pp.32-34), por García, S.L, 2000, Madrid: Thomson Paraninfo.

### 2.3.5. Tipos de clientes

Según García (2000), menciona que “*cada cliente de un establecimiento hotelero se le considera único y diferente, ofreciéndole un trato diferenciado, por su actitud y comportamiento*”, se los puede clasificar en:

**Figura 11**

*Por su forma de comportarse*

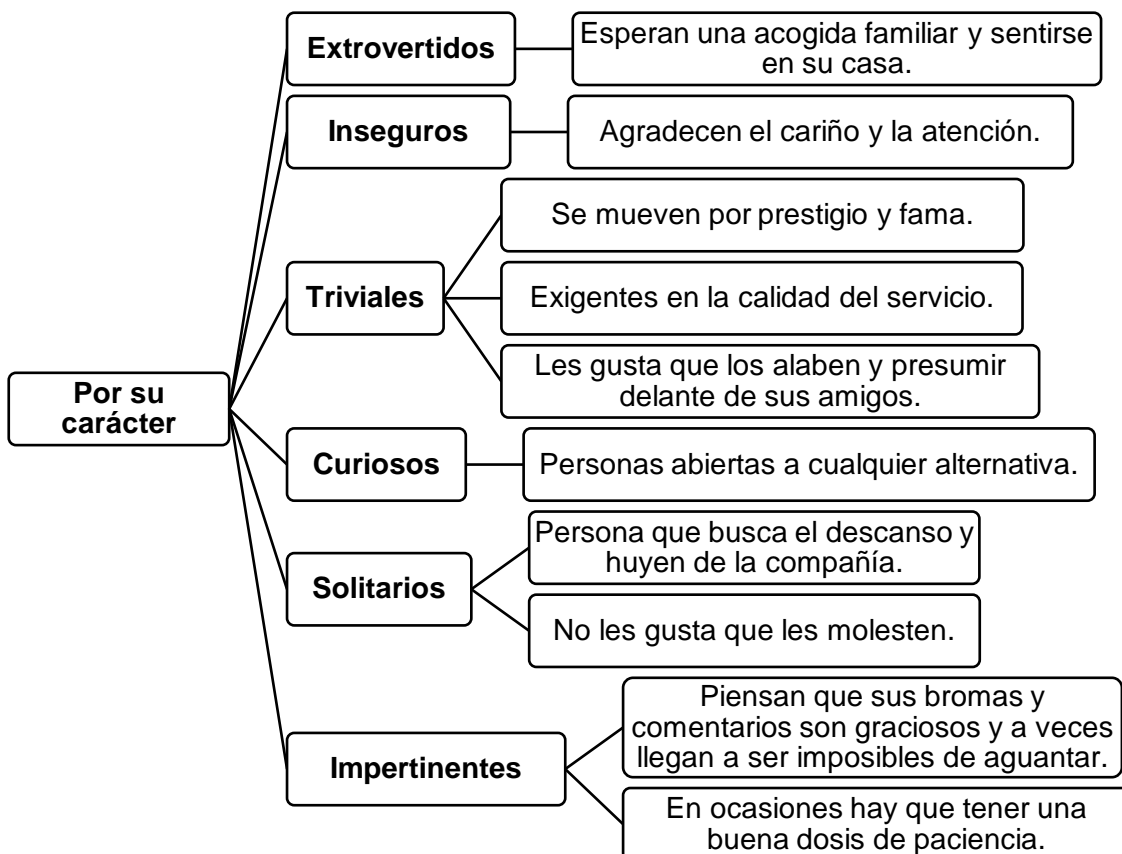


*Nota:* La figura representa los tipos de clientes por su forma de comportarse. Tomado de *Recepción y atención al cliente* (p. 34), por García, S.L, 2000, Madrid: Thomson Paraninfo.



**Figura 12**

*Por su carácter*



*Nota:* La figura representa los tipos de clientes por su carácter. Tomado de *Recepción y atención al cliente* (p. 35), por García, S.L, 2000, Madrid: Thomson Paraninfo.

### 2.3.6. Normas generales de actuación según la tipología de clientes

Para Dorado & Cerra (2004), los clientes de un establecimiento son “*distintos entre sí, por lo tanto, no responden o reaccionan de la misma forma ante la atención recibida del personal ofreciendo un trato personalizado al cliente*” (p. 262).

Para ello, existen algunas normas planteadas por los autores de cómo actuar según el cliente que visite el establecimiento.

**Tabla 14**

*Normas según su forma de actuar*

<b>Ciente</b>	<b>Característica</b>
<b>Desconfiado</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Va buscando calidad en el servicio, suele actuar de forma muy prudente y precavida hasta conformarse la idea del establecimiento.</li> <li>- Con él se debe cumplir rigurosamente todos los trámites.</li> <li>- Para este tipo de cliente, la recepción e información que reciba del mostrador es decisiva, ya que mediatiza frecuentemente la futura actitud ante el establecimiento.</li> </ul>
<b>Locuaz</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- No suele ser un cliente muy exigente al momento del servicio.</li> <li>- Lo que demanda es charlar con el personal y que lo escuchen, dado su carácter no suele escuchar mucho.</li> <li>- Suele ser un cliente difícil, ya que generalmente se trata de individuos insatisfechos y poco considerados.</li> </ul>
<b>Con prisa</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Normalmente, son muy sensibles a la acogida, que debe ser rápida y perfecta dando la impresión de estar a su disposición en todo momento.</li> </ul>

<b>Cliente</b>	<b>Característica</b>
<b>Reflexivo</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Suele ser un cliente sosegado, algo lento y dudoso, pero muy versátil al estudiar sus decisiones.</li> <li>- Con este tipo de cliente conviene ser claro y veraz en toda la información que se le transmita a su llegada, pues no les gusta las contradicciones.</li> <li>- Se muestra muy activo.</li> </ul>
<b>Enfadado</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Se mueve de un lado para otro y su actitud es agresiva.</li> <li>- Hay que dejarlo que se desahogue e intentar solucionar lo más rápidamente posible el problema.</li> </ul>

*Nota:* La tabla indica las normas generales de actuación según la tipología de clientes.

Tomado de *Recepción y atención al cliente* (p.262), por Dorado, J.A & Cerra, J, 2004, Madrid: SÍNTESIS S.A.

### **Tabla 15**

*Normas según su forma personalidad*

<b>Personalidad</b>	<b>Característica</b>
<b>Sociales</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Buscar en un establecimiento la posibilidad de encontrar un ambiente familiar y nuevas amistades.</li> <li>- Requieren una acogida afable, un trato cordial, como si no fuera la primera vez que visitan el hotel.</li> </ul>

---

Personalidad	Característica
<b>Tímidos</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Brindarles seguridad y afecto al momento de su llegada.</li><li>- Buscan un trato cariñoso desde el momento de la acogida.</li><li>- Darles la bienvenida por su nombre, ser conocidos durante la estancia por los empleados del hotel y sentirse integrados en un ambiente familiar suele ser resultados muy positivos.</li><li>- Se sienten motivados por el deseo de prestigio social y de pertenencia a un grupo privilegiado, eligen los lugares de pernoctación por la fama y renombre que tengan.</li></ul>
<b>Mundanos</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Son, por lo tanto, muy receptivos al tipo de acogida y a los detalles mostrados por el personal de recepción.</li><li>- Muy exigentes con la calidad y el confort, aprecian un buen servicio y trato preferencial.</li><li>- Clientes afables, simpáticos y abiertos a todo tipo de contacto.</li></ul>
<b>Curiosos</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Buscan un ambiente moderno y novedoso, valorando las acogidas joviales en las que se les transmite gran cantidad de información.</li></ul>

---

Personalidad	Característica
<b>Individuales</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ocupan sus vacaciones al reposo, deporte, gastronomía, lectura y descanso.</li> <li>- Desean es estar solos, consigo mismos y que no les agobien con ofertas o servicios complementarios.</li> </ul>

*Nota:* La tabla indica las normas generales según su personalidad. Tomado de *Recepción y atención al cliente* (p.263), por Dorado, J.A & Cerra, J, 2004, Madrid: SÍNTESIS S.A.

### **2.3.7. Principios en la atención al cliente**

Según Dorado & Cerra (2004), menciona que la empresa que está orientada a mejorar el servicio, conoce las necesidades y expectativas de los clientes, de tal manera que la política de atención esté destinada a satisfacer sus necesidades o superar sus expectativas, por lo tanto, una mayor calidad en el servicio prestado tiende a incrementar su grado de satisfacción con respecto a la oferta de la empresa y produciendo una experiencia de compra que favorece su fidelización con productos y servicios. En la atención al cliente se establecen principios que permiten obtener mejoras en la empresa:

**Tabla 16**

*Principios que permiten obtener mejoras en la empresa*

---

<b>Principios que permiten obtener mejoras en la empresa</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• El cliente es el que valora la calidad en la atención que percibe, de otra manera cualquier sugerencia o consejo de un cliente es fundamental para la mejora del producto o servicio que oferta la empresa.</li> <li>• Toda acción es la presentación del servicio y debe estar dirigida a lograr la plena satisfacción en el cliente, de tal manera que esta satisfacción debe garantizarse en la calidad, tiempo y precio</li> <li>• El diseño de los productos y servicios que se brinda debe satisfacer plenamente las necesidades de los clientes garantizando la competitividad de la empresa, con el fin de permanecer en el mercado orientándose en las exigencias y expectativas del cliente con respecto a la producción de la misma.</li> <li>• La oferta y demanda de un producto o servicio debe estar equilibrado de acuerdo a las necesidades de los clientes.</li> <li>• El servicio no se brinda a un cliente indistinto sino a una persona o grupo y como tal debe tratarse. Esto permite que la atención al cliente sea más personalizada y los hace sentir especiales.</li> <li>• Las políticas de atención al cliente van acompañadas de una política de calidad, de otra manera los clientes poseen derechos de conocer qué puede esperar del productos o servicios brindado por la empresa.</li> </ul>

---

*Nota:* La tabla indica los principios que permiten obtener mejoras en la empresa.

Tomado de *Recepción y atención al cliente* (p.8), por Dorado, J.A & Cerra, J, 2004,

Madrid: SÍNTESIS S.A.

La calidad de atención, debe sustentarse en políticas, normas y procedimientos que involucren a todas las personas del establecimiento, asimismo, cada empresa debe desarrollar su propia estrategia de calidad en el servicio teniendo en cuenta el sector que opera y tipo de negocio que desarrolla. Además, para cada segmento de mercado debe diseñarse un nivel de servicio adecuado, que debe satisfacer todo el segmento de mercado que debe atender la empresa. (Dorado, J; Cerra, J, 2004, p. 262)

### **2.3.8. Atención al cliente en establecimientos hoteleros**

Para Dorado & Cerra (2004), menciona que *“una buena atención al cliente empieza desde el departamento de recepción debido a que es corazón del hotel”*.

Los hoteles que trabajan con grupos deben disponer de un sistema rápido y operativo garantizando todas las operaciones del grupo, especialmente el check-in y equipajes, para no demorar el acceso a las habitaciones y no aglomerar a los huéspedes en el vestíbulo.

- ***Desde el punto de vista de los clientes:***

- ✓ Tener preparado la bienvenida o registro para que entregue el guía.
- ✓ Entrega de llaves en sobres nominales en el lugar próximo a la recepción, pero no el mismo mostrados.
- ✓ Habilitar una zona en el vestíbulo o bar para su recepción hasta que se les registre, darles una copa de bienvenida.
- ✓ Instalaciones de paneles o pizarras donde se anuncien las actividades del grupo.

- ✓ Servicio de desayuno en la habitación sin recargo para dar una buena imagen del establecimiento.
- ✓ Servicio de comedor. Si algún grupo viene con un régimen alimenticio, debe instalarse sin dar la impresión de que se la aparca en un lugar aparte y se le reserve un servicio masificado.
- ✓ Crédito en las distintas dependencias para no ser diferentes al resto de los huéspedes. (Dorado, J; Cerra, J, 2004, p. 265)

### **2.3.9. Atención al cliente en personas con discapacidad**

Según el Ministerio de Turismo (2019), da a conocer la atención que debe tener una persona con discapacidad física en el hotel. A continuación, se desglosa las áreas con las que tiene contacto este huésped.

#### ✓ **Recepcionista**

- Disponga de un espacio accesible, para la atención, dependiendo de la discapacidad física, considerando factores como la altura (personas de talla baja, en sillas de ruedas) según requiera el cliente.
- Mantenga un diálogo normalizado, natural y personalizado.
- Al momento del registro provea el apoyo necesario si el cliente lo requiere. (Ministerio de Turismo, 2019, pp. 4-5)

#### ✓ **Botones**

- Maneje un diálogo neutral y protocolario.
- Diríjase directa y amablemente hacia el turista con discapacidad.
- Si desconoce la forma de apoyarlo, solicite sus instrucciones directamente.



- Al pasar un obstáculo o gradas, girar la silla de ruedas y ascender o descender por sus ruedas traseras. (Ministerio de Turismo, 2019, pp. 4-5)

✓ **Camareras**

- Previo a la ejecución de su trabajo, confirme la predisposición del huésped para brindar su apoyo.
- No aleje sus herramientas de apoyo o ayudas técnicas del área en la que fueron colocados.
- Disponga los útiles de limpieza del huésped de forma accesible.
- Asegúrese de ofrecer su apoyo de la manera que el turista lo solicita, conservando las correspondientes normas protocolarias.
- Consulte al turista con discapacidad si los enseres de la habitación no obstaculizan su circulación dentro de la misma.  
(Ministerio de Turismo, 2019, pp. 4-5)

✓ **Cajeras**

- Disponga de un área accesible, para la atención al turista.
- Facilite el acceso de los instrumentos necesarios para realizar las transacciones. (Ministerio de Turismo, 2019, pp. 4-5)

### Figura 13

#### *Reglas de oro para la atención al cliente con discapacidad*



1. Esfuérzate en conocer al cliente con discapacidad y sus necesidades, la empatía es la clave de la atención eficiente.
2. Ten una actitud positiva y muéstrate cortés.
3. Considera tu imagen personal como parte del servicio.
4. No digas "no", busca una solución.
5. Muestra disponibilidad por atender y ayudar a los clientes.
6. Escucha con atención y exprésate con claridad.
7. Convierte las quejas en oportunidades para mejorar.
8. Respeta a tus compañeros y trabaja en equipo.
9. Interésate en aprender y mejorar habilidades y conocimientos.
10. Conoce bien el entorno en el que te encuentras.
11. Explica con claridad las políticas del establecimiento donde trabajas.

*Nota:* La figura representa las reglas de oro para la atención al cliente con discapacidad.

Tomado de la *Guía de sensibilización para las personas con discapacidad* (p. 3), por el Consejo Nacional Para la Igualdad de Discapacidades (CONADIS), 2019.

#### **2.3.10. Los trabajadores y la atención al cliente**

Una empresa debe trabajar bajo la filosofía establecida por la entidad con el fin de brindar un servicio de calidad, el cliente es el elemento estrella, aunque las personas que laboran dentro de la organización son responsables de cumplir con los estándares

de la empresa. Se espera que los trabajadores conozcan su labor, brindando un trato agradable que satisfaga las necesidades del cliente. (Dorado, J; Cerra, J, 2004, pp. 14-15)

Para ello, los factores que contribuyen a que los trabajadores sean efectivos en la atención al cliente son: la autoestima, habilidades y la tolerancia, debido a las interacciones entre cliente y trabajador evitando una sobrecarga en el empleado.

Los altos mandos de las organizaciones deben estimular al personal que labora, para brindar un buen servicio al cliente, de tal forma que cubra sus necesidades, logrando fidelidad en los clientes.

En base al autor mencionado, el factor humano es el recurso más importante que tiene la organización, siendo el soporte del esfuerzo que realizan los trabajadores al momento de brindar el servicio, cumpliendo con las necesidades del cliente. El objetivo de cualquier entidad es superar las expectativas que tiene el cliente con un valor agregado.

#### **a. Elementos claves en la organización en la atención al cliente**

Según Torres (2007), menciona que los elementos claves son: el ciclo del servicio y los momentos críticos, los mismos que se debe tomar en cuenta antes de diseñar la organización de la atención al cliente.

**Tabla 17***Elementos clave en la organización en la atención al cliente*

<b>Elementos claves en la organización</b>	
<b>El ciclo del servicio</b>	Es la secuencia de acontecimientos repetidos durante la prestación del servicio, en el cual diferentes personas intentan satisfacer las necesidades y expectativas del cliente en cada punto.
<b>Los momentos críticos</b>	Si no se manejan de manera adecuada, producen descontento y desconfianza en el cliente y como resultado surge la pérdida de fidelidad del cliente para la empresa.  Los mismos pueden variar según a la actividad que se dedique la empresa, ya sea por su naturaleza, negocio, producto, etc.

*Nota:* La tabla indica los elementos claves en la organización en la atención al cliente.

Tomado de *Calidad total en la atención al cliente* (p.104), por Torres, V.C,2007, Madrid: Ideas propias.

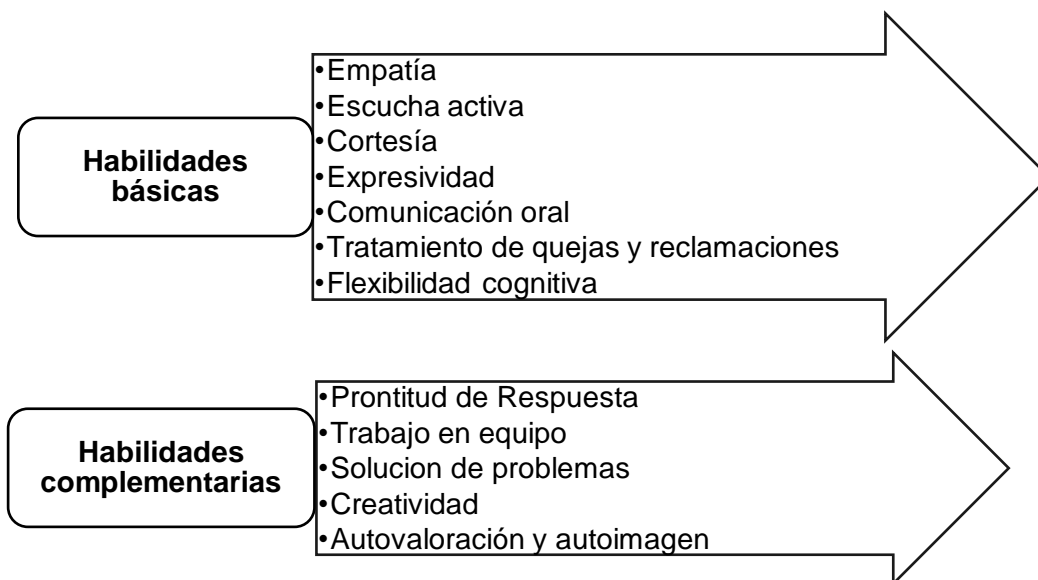
### **b. La evaluación del personal**

El perfil del personal que trabaja en la atención al cliente debe poseer un buen nivel de habilidades en cuanto a la interacción con las personas que le rodean. Entre ellas, destaca la competencia, profesionalismo, confiabilidad, higiene personal, empatía, capacidad de escucha activa y excelente comunicación eficaz.

Para Prieto (2004), la evaluación del personal debe ir orientada a detectar las siguientes habilidades.

**Figura 14**

*Habilidades*



*Nota:* La figura representa las habilidades del personal. Tomado de *Atención al cliente* (p. 196), por Prieto, A., 2004, Madrid, España: Ediciones Pirámide.

### **c. Competencias y profesionalismo**

Para una adecuada atención al cliente el personal debe tener competencias, habilidades, de tal manera que, pueda desempeñar sus actividades con profesionalismo, para ello a continuación se presenta algunas características que merece tener el profesional que labora en el establecimiento.

**Tabla 18***Medidas que debe ser adaptadas por el personal*

<b>Medida</b>	<b>Descripción</b>
<b>Apariencia</b>	<p>La apariencia que tiene el personal es inmediata ante la vista del cliente, la cual no se puede controlar, es un “flash” que provoca inmediatamente en el cerebro del cliente una presentación del tipo de establecimiento en el que se encuentra.</p> <p>El problema radica en que este primer “flash” va a condicionar y mediatizar su estancia a partir de ese momento que tuvo contacto directo entre el personal y el cliente.</p> <p>La imagen, que surge del propio establecimiento, puede notarse de manera positiva o negativa ante la observación del cliente. Es la persona que se encarga de crear un estereotipo de la entidad al decodificar e interpretar la información recibida desde que pisa el establecimiento hasta el momento que se marcha.</p>

<b>Medida</b>	<b>Descripción</b>
<b>Atención puntual</b>	<p>En la atención puntual es importante practicar la empatía, esto quiere decir la imagen que provoca el personal de la recepción en el cliente o huésped para ello hay tres parámetros que el emisor debe respetar para poder llegar al receptor:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Tener claro que el cliente es primero.</li><li>• Atender rápidamente y siempre de pie (abstenerse de fumar, mascar chicle, etc.).</li></ul> <p>En el caso de que el recepcionista esté ocupado es conveniente hacérselo notar al cliente ya sea con un gesto, ademán o de preferencia de forma oral. De esta manera el cliente comprenderá la situación en la que se encuentra el personal y el cliente tendrá la paciencia de esperar hasta ser atendido, pero se debe tomar en cuenta que el cliente es prioridad, así que, es mejor atenderlo de inmediato.</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Dejar el trabajo que se esté haciendo, siempre que no se trate de la atención de otro cliente.</li></ul>

Medida	Descripción
<b>Amabilidad</b>	<p>Es decir, que el personal debe siempre mantener una actitud comunicativa y sincera ante el cliente. La amabilidad juega un papel importante en la acogida del cliente, este elemento sirve para romper el hielo que suponen los primeros segundos de toda comunicación interpersonal (no hay nada mejor para saludar que una palabra alegre). Existe una teoría de los cuatro minutos según la cual, en un proceso comunicativo, el interlocutor que denomina la situación es aquel que en los primeros cuatro minutos controla a su oponente.</p> <p>Para ello, resulta muy ventajoso intentar una atención personalizada (la dulce música al oír el sonido de tu nombre) que relajara al huésped, así como saber escuchar y respetar sus opiniones.</p>



Medida	Descripción
<b>Actitud Servicial</b>	<p>Incluso superando las propias competencias, para facilitar a los clientes todo tipo de información que el cliente solicite para mantenerse informado de todos los servicios con los que cuenta el establecimiento.</p> <p>Mantener una actitud servicial, permite al trabajador mantener una mentalidad positiva en su área de trabajo, conformando un excelente equipo de trabajo, teniendo como resultado una buena atención al cliente.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● En la recepción: Este tipo de información ha de ser transmitida de forma clara para que pueda ser comprendida por el cliente.</li> <li>● De los departamentos del establecimiento, ubicación, horarios, etc.</li> <li>● Los servicios complementarios o adicionales del hotel que pueden hacer la estancia del huésped más agradable e incluso darle un valor agregado al establecimiento.</li> <li>● Sobre la parte externa del establecimiento, indicar los lugares de interés y forma o sistema de acceso a los mismos, de tal manera que el huésped pueda recorrer las instalaciones sin ningún problema.</li> </ul>

Medida	Descripción
<b>Adaptabilidad</b>	<p>Es la habilidad de adaptarse a trabajar de manera eficaz en las distintas áreas que cuenta el establecimiento hotelero, desenvolviéndose en las diversas situaciones que se le presente y formando un ambiente de trabajo agradable. Se enfoca en entender, valorar las diferentes posturas, puntos de vista de las personas que trabajan en el medio aceptando sin problema los cambios o responsabilidades que le sean asignados.</p> <p>También hace referencia a la flexibilidad en la hora de proceder, desarrollando el trabajo eficazmente, pues en la medida en que el cliente se sienta compensado ante sus demandas su actitud será más positiva con respecto al establecimiento.</p> <p>En este sentido de adaptabilidad requiere:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Mostrar una actitud positiva, colaborativa hacia el huésped.</li> <li>● Ponerse siempre en el lugar del huésped; así, por ejemplo, si un cliente habitual no encuentra su documentación a la hora de registrarse en el sistema de reservas, es preferible acomodarlo y realizar el registro del huésped con posterioridad, una vez hallada la documentación.</li> </ul>

*Nota:* La tabla indica las medidas que deben ser adaptadas por el personal para tener competencia y profesionalismo. Tomado de *Recepción y atención al cliente* (pp.220-251), por Dorado, J.A & Cerra, J, 2004, Madrid: SÍNTESIS S.A.

### 2.3.11. Instrumentos para medir la atención al cliente

#### 1. Modelo HOTELQUAL

El modelo HOTELQUAL es diseñado para medir la calidad de los servicios de un establecimiento hotelero, basado en tres dimensiones que son: personal, instalaciones y organización. Las cuales permiten verificar el correcto funcionamiento del hotel.

Para Fernández (2013) el modelo HOTELQUAL es:

Dirigido a las empresas turísticas, por lo que surge el modelo HOTELQUAL, como una herramienta para medir la satisfacción del cliente en los establecimientos de alojamiento, la dinámica de este modelo es similar con la cual trabaja el modelo de servqual.

La puntuación de ambos modelos se calcula mediante la diferencia entre la puntuación de la percepción y expectativa, de tal manera, que el resultado debe dar cero ( $\text{percepción} = \text{expectativa}$ ), con ello se logrará tener un cliente satisfecho y que la calidad del hotel sea buena, en caso de ser negativo ( $\text{percepción} < \text{expectativa}$ ), se obtiene un cliente insatisfecho y por tanto la calidad del hotel es mala y si el resultado es positivo ( $\text{percepción} > \text{expectativa}$ ), se está ante un cliente muy satisfecho y supera la calidad del hotel, obteniendo un cliente fidelizado. (pp. 79-80)

Según el experto y auditor en la gestión de la calidad Altozano (2013), hace referencia al modelo HOTELQUAL como *“una herramienta que permite al cliente dar una ponderación de los servicios del hotel, cumpliendo sus expectativas, a través de un*

*cuestionario, con los resultados obtenidos del establecimiento mejorando la calidad del servicio” (p. 2).*

Así mismo, Almeida, Redin, & Castilla (2006), mencionan que el modelo HOTELQUAL es:

Una herramienta para la medición de la satisfacción del cliente, que es aplicable para la calidad percibida en los servicios de alojamiento. De esta forma, para el sector de los servicios de alojamiento, se han encontrado tres dimensiones fundamentales: evaluación del personal, instalaciones, funcionamiento y la organización del servicio. Estas dimensiones constituyen la base de la escala HOTELQUAL que cuenta con veinte variables, algunas coinciden con el modelo servqual, pero otras se han adaptado al servicio concreto del alojamiento. (pp. 292-293)

De acuerdo a las definiciones de los autores, el modelo HOTELQUAL es una herramienta que permite medir los servicios que brinda el sector hotelero al momento de ofertar alojamiento, lo cual permite al huésped poner una calificación al servicio percibido en el establecimiento, basándose en las dimensiones del personal, instalaciones y organización.

#### **a. Personal**

Según Suárez (2017), la evaluación del personal *recae “en los clientes, valorando el grado de esfuerzo del personal, disponibilidad de dirección, confianza y discreción transmitida por la fuerza de trabajo y competencias del personal para conocer las necesidades del cliente” (p. 12).*

Por otro lado, Martínez (2004), realiza un resumen de los aspectos más relevantes con los que debe contar el personal para tener una buena presentación ante el cliente.

**Tabla 19**

*Presentación del personal*

Aspectos	Características
<b>Cuerpo limpio</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• El personal debe bañarse diariamente antes de comenzar las labores.</li> <li>• Utilizar un desodorante discreto pero efectivo.</li> <li>• Pedir a los trabajadores que se cambien de ropa interior</li> <li>• Mantener una correcta postura tanto al caminar como al permanecer parado.</li> </ul>
<b>Postura</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Conservar el cuerpo recto con los hombros hacia atrás lo que disminuye la fatiga y mejora la apariencia.</li> <li>• De preferencia debe estar libre de grasa, pero con apariencia limpia y brillante.</li> </ul>
<b>Cabello</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• En caso del personal femenino se debe exigir el uso de una red que sujete el peinado o por lo menos, que el cabello esté bien recogido y se utiliza un fijador de cabello.</li> </ul>

Aspectos	Características
<b>Manos y uñas</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Para el personal masculino se pide un corte de cabello no demasiado largo y siempre bien arreglado.</li> </ul> <p data-bbox="716 562 1401 657">Nota: en algunos establecimientos hoteleros se tiene prohibido el bigote y la patilla larga.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• El lavado de las manos será frecuente más aún cuando se hayan tocado equipos sucios, ido a sanitarios, manejado dinero y otras tantas actividades.</li> <li>• Las uñas se deben conservar limpias y recortadas.</li> <li>• Para el personal femenino está permitido el uso de barnices de color rosa claro.</li> </ul>
<b>Dientes</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Los empleados deberán asearse los dientes antes de entrar a trabajar y con mayor razón después de alimentarse o fumar.</li> </ul>
<b>Calcetines</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Los colores claros o diferentes al color del pantalón del uniforme están prohibidos.</li> <li>• Se recomienda el uso de colores oscuros o definitivamente el color correcto para los calcetines es el negro.</li> </ul>

Aspectos	Características
<b>Joyería</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Las joyas no deben interferir en el desarrollo de las labores, tales como brazaletes, aretes grandes, anillos voluminosos, ya que ocasionalmente provocan accidentes.</li> <li>• Normalmente, se autoriza el uso de argolla de matrimonio y reloj.</li> <li>• Preferentemente limpio, planchado y con los botones completos.</li> </ul>
<b>Uniforme</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Características deseables de los uniformes: confortables, agradable a la vista, material lavable, colores firmes.</li> <li>• El material debe ser ligero para no promover la excesiva transpiración, el color será de uso exclusivo y diferente a otros del mismo hotel.</li> <li>• En la mayoría de los hoteles que cuentan con el servicio de lavandería (Valet), el lavado y reparación son prestaciones con que cuentan los empleados.</li> <li>• Los hoteles que no cuentan con el servicio de lavandería, los empleados son responsables de presentarse a trabajar con uniforme limpio y completo.</li> </ul>

*Nota:* La tabla indica la presentación del personal. Tomado de la *Dirección de alimentos y bebidas en los hoteles* (p.287), por Martínez, J, 2004, México. D. F: LIMUSA S.A.

## b. Instalaciones

Según Suárez (2017), la evaluación de las instalaciones se basa en que *“los clientes someten a juicio, el estado de dependencias, confortabilidad y seguridad de estas”*.

**Tabla 20**

*Instalaciones*

<b>Servicios básicos de las instalaciones</b>	<b>Características</b>
<b>La recepción</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Es la primera impresión con la que el cliente tiene contacto directo, en este caso, debe permanecer en correcto funcionamiento, limpio, para que el huésped tenga una buena imagen del hotel.</li> <li>• El personal, siempre debe estar pulcro, con buena apariencia y actitud positiva.</li> <li>• La sala de espera debe ser cómoda para el huésped.</li> </ul>
<b>Limpieza</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Las habitaciones, baños, espacios comunes, sábanas, toallas, cortinas o alfombras u otros lugares que forman parte de las instalaciones del hotel deben permanecer perfectamente limpios para el uso del cliente.</li> </ul>



---

<b>Servicios básicos de las instalaciones</b>	<b>Características</b>
<b>La cama</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Detectar manchas u olores extraños en las instalaciones hacen que el cliente se sienta insatisfecho.</li><li>• Debe ser confortable y con sábanas delicadas.</li><li>• Es primordial enfocarse en la calidad del descanso para el huésped.</li><li>• El hotel elegido por el cliente deberá tener internet gratis, no solo en las zonas comunes, sino también en las habitaciones.</li></ul>
<b>El wifi</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Una mala conectividad de internet ocasiona molestias en el huésped.</li></ul> <p>Una conexión excesivamente lenta es un motivo suficiente para que el cliente califique al hotel con un mal servicio.</p>
<b>El baño</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• El aseo del baño es el aspecto más valorado por parte del huésped al momento de calificar la estadía en el hotel.</li><li>• Sus instalaciones deben ser mejor que las de su casa.</li></ul>

---

<b>Servicios básicos de las instalaciones</b>	<b>Características</b>
<b>La seguridad</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Las toallas, salidas de baño, secador de cabello, toalla de manos, amenities, otorgan al hotel cierta categoría.</li> <li>• El huésped se siente tranquilo cuando sale de la habitación y al regresar encuentra todo en su sitio, es precisamente una buena referencia de la calidad del hotel.</li> <li>• Disponer de cajas de seguridad en las habitaciones para que el cliente guarde sus objetos personales son detalles valorados por el huésped.</li> <li>• Una decoración agradable no solo en la habitación, sino en el vestíbulo y el resto de espacios comunes con los que cuenta el hotel hacen sentir bien al huésped.</li> </ul>
<b>Ambiente agradable</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• La iluminación.</li> <li>• Aire acondicionado.</li> <li>• Servicios extras como: piscina, gimnasio, terraza, salón, forman aspectos importantes al momento de generar un criterio positivo en el huésped.</li> </ul>

*Nota:* La tabla indica los servicios básicos de las instalaciones. Tomado de la *Dirección de alimentos y bebidas en los hoteles* (p.287), por Martínez, J, 2004, México. D. F:

LIMUSA S.A.

### **c. Organización**

Para Suárez (2017), la evaluación que se realiza en la organización surge de que *“el consumidor turístico evaluará la organización del personal, gestión de los datos y la rapidez y el orden a la hora de realizar un servicio”*. (p. 1)

Por otra parte, Gallego (2012), menciona que la organización es:

Un sistema social que permite alcanzar determinados objetivos, bajo la colaboración coordinada de los miembros, en un ambiente de estabilidad y con un clima que permite mejorar la eficiencia y eficacia de todos. En toda organización un factor importante es el recurso humano, mismo que permite desarrollar diferentes actividades que debe cumplir una empresa para satisfacer las necesidades del cliente y los objetivos de la entidad. (p. 65)

En conclusión, la organización viene a ser el conjunto de personas que integra la empresa, teniendo objetivos y metas que cumplir siguiendo el proceso administrativo de planificar, organizar, dirigir y controlar, las actividades planteadas por la entidad, de tal manera que pueda tener una empresa organizada logrando la fidelización del cliente.

**Tabla 21***Modelo HOTELQUAL*

<b>Dimensión</b>	<b>Variable</b>
<b>Personal</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• El personal debe estar dispuesto a ayudar a los clientes.</li> <li>• Los colaboradores se deben preocupar por resolver los problemas del cliente.</li> <li>• El personal debe conocer y se debe esforzar por conocer las necesidades de cada cliente.</li> <li>• El personal debe ser competente y profesional.</li> <li>• Siempre hay personal disponible para proporcionar al cliente información cuando lo necesita.</li> <li>• El personal es confiable.</li> <li>• El personal tiene un aspecto limpio y aseado.</li> <li>• Las diferentes dependencias e instalaciones resultan agradables.</li> <li>• Las dependencias y equipamiento del edificio están bien conservados.</li> </ul>
<b>Instalaciones</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Las instalaciones son confortables y acogedoras (uno se siente a gusto en ellas).</li> <li>• Las instalaciones son seguras (cumplen con las normas de seguridad).</li> <li>• Las instalaciones están limpias.</li> </ul>

Dimensión	Variable
<b>Organización</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se consigue fácilmente información sobre los diferentes servicios que solicita el cliente.</li> <li>• Se actúa con discreción y se respeta la intimidad del cliente.</li> <li>• Siempre hay alguna persona de la dirección a disposición del cliente para cualquier problema que pueda surgir.</li> <li>• Los diferentes servicios funcionan con rapidez.</li> <li>• Los datos y la información sobre la estancia del cliente son correctos.</li> <li>• Se resuelve de forma eficaz cualquier problema que pueda tener el cliente.</li> <li>• El cliente es el más importante (lo más importante son los intereses del cliente).</li> <li>• Se presta el servicio según las condiciones pactadas.</li> </ul>

*Nota:* La tabla indica el modelo HOTELQUAL. Tomado de *Gestión de la Calidad de los procesos turísticos* (p.292), por Almeida, M; Redin, L; Castilla, J.,2006, Madrid: Síntesis.

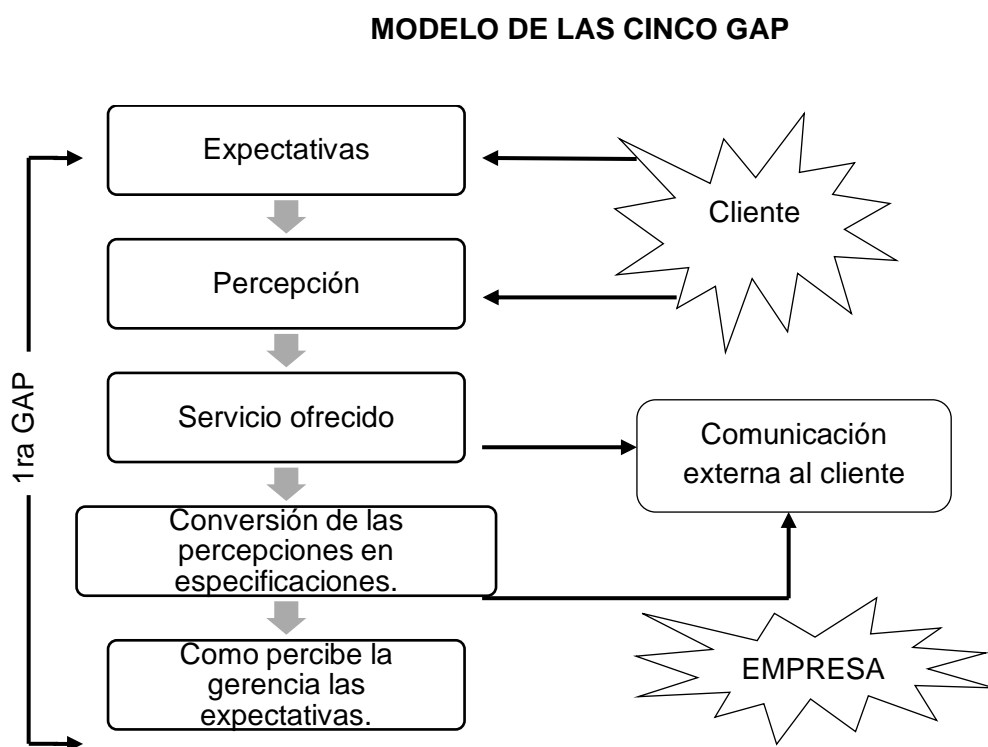
## 2. Modelo de las cinco gap (brechas)

Según Cobra (2000), define:

Una gap o brecha entre la expectativa del cliente frente a un servicio y su percepción del mismo puede causar diferencias e insatisfacciones. La primera gap se produce entre la expectativa que un cliente tiene, en razón con el servicio, y la percepción de las expectativas de los clientes que tiene el gerente de la empresa. (p. 131)

**Figura 15**

*Modelo de las cinco gap*



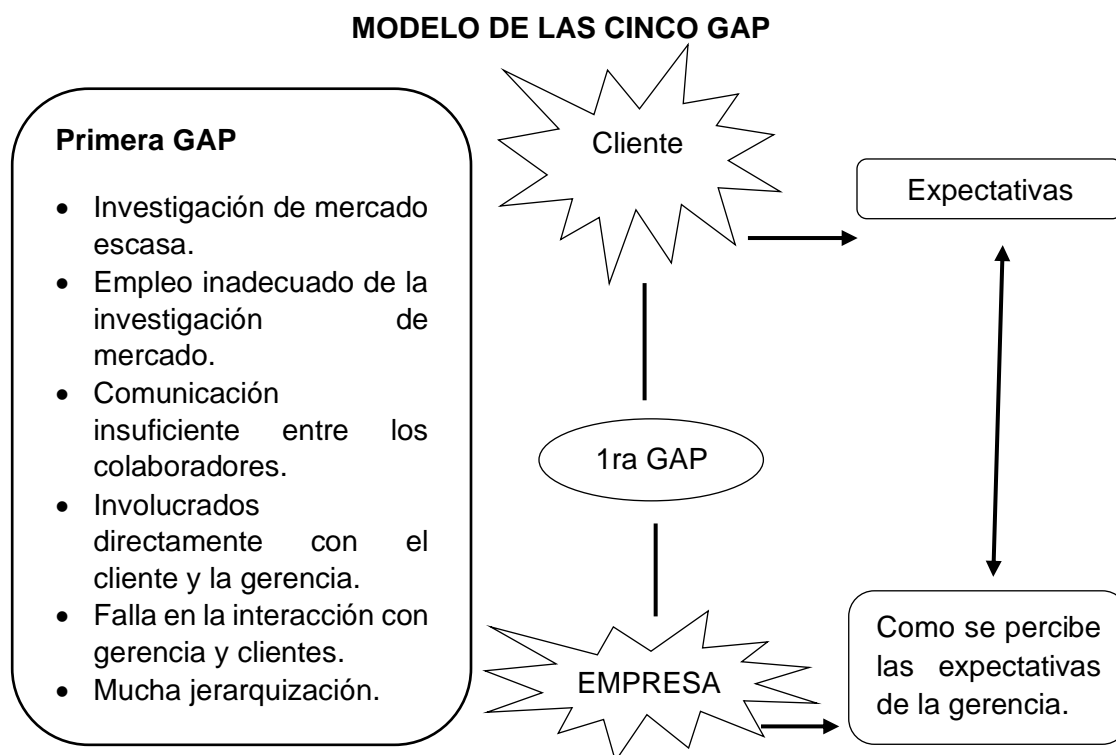
*Nota:* La figura representa el modelo de las cinco gap. Tomado de *Estrategias para turismo, finanzas, salud y comunicación* (p. 131), por Cobra, M., 2000, Colombia, Bogotá: Mc Graw Hill.

### a. Primera gap

Cuando se realiza una investigación de mercado incompleta acerca de las expectativas de los clientes, la gerencia de la empresa no puede tener una percepción correcta, en consecuencia, cuando una investigación del mercado se lleva a cabo de manera inapropiada, provoca fallas en la atención del cliente. Esta brecha puede acentuarse si la comunicación es inadecuada entre los trabajadores de la empresa que se involucran directamente con los clientes. (Cobra, 2000, pp. 131-132)

**Figura 16**

*Modelo de las cinco gap - Primera Gap*



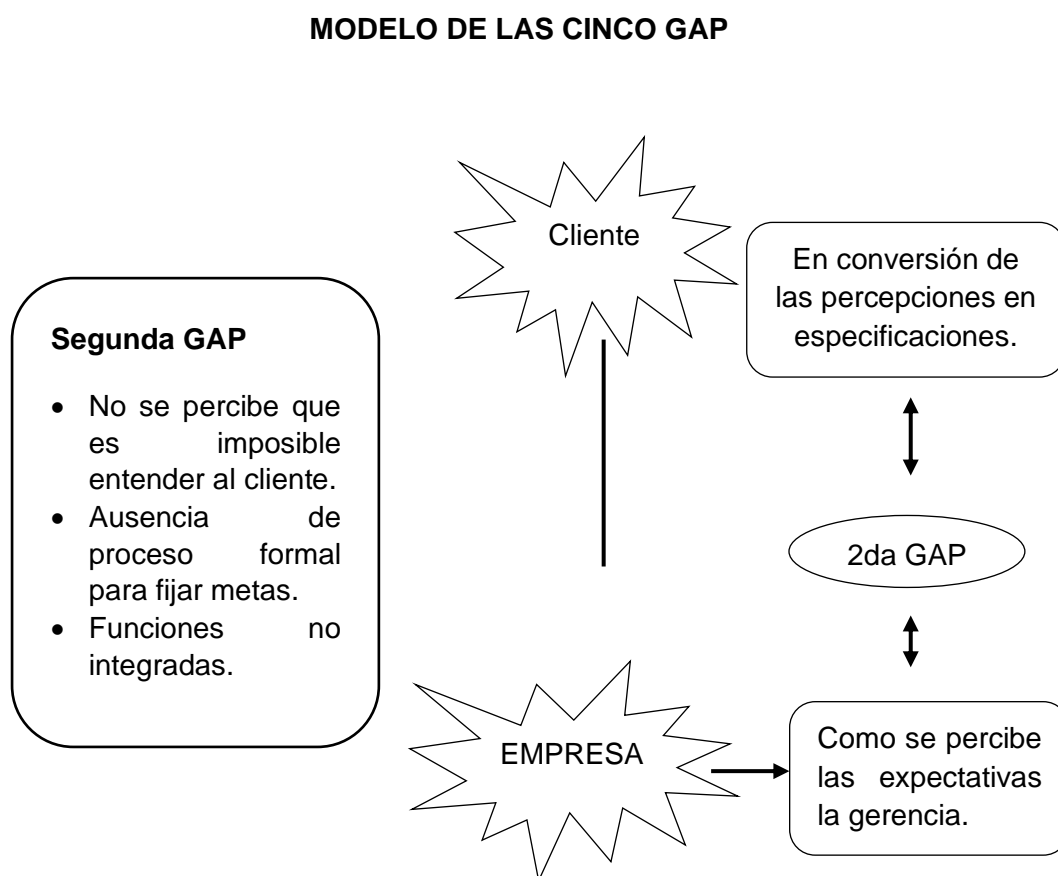
*Nota:* La figura representa el modelo de la primera gap. Tomado de *Estrategias para turismo, finanzas, salud y comunicación* (pp. 131-132), por Cobra, M., 2000, Colombia, Bogotá: Mc Graw Hill.

## b. Segunda gap

Según Cobra (2000), la segunda gap surge “cuando el gerente de una empresa de servicios no está familiarizado con los clientes, puede tener una percepción distorsionada de sus expectativas. Es decir, la empresa puede estar prometiéndolo algo que no está cumpliendo”. (Cobra, 2000, p. 132)

**Figura 17**

*Modelo de las cinco gap - Segunda Gap*



*Nota:* La figura representa el modelo de la segunda gap. Tomado de *Estrategias para turismo, finanzas, salud y comunicación* (p.132), por Cobra, M., 2000, Colombia, Bogotá: Mc Graw Hill.



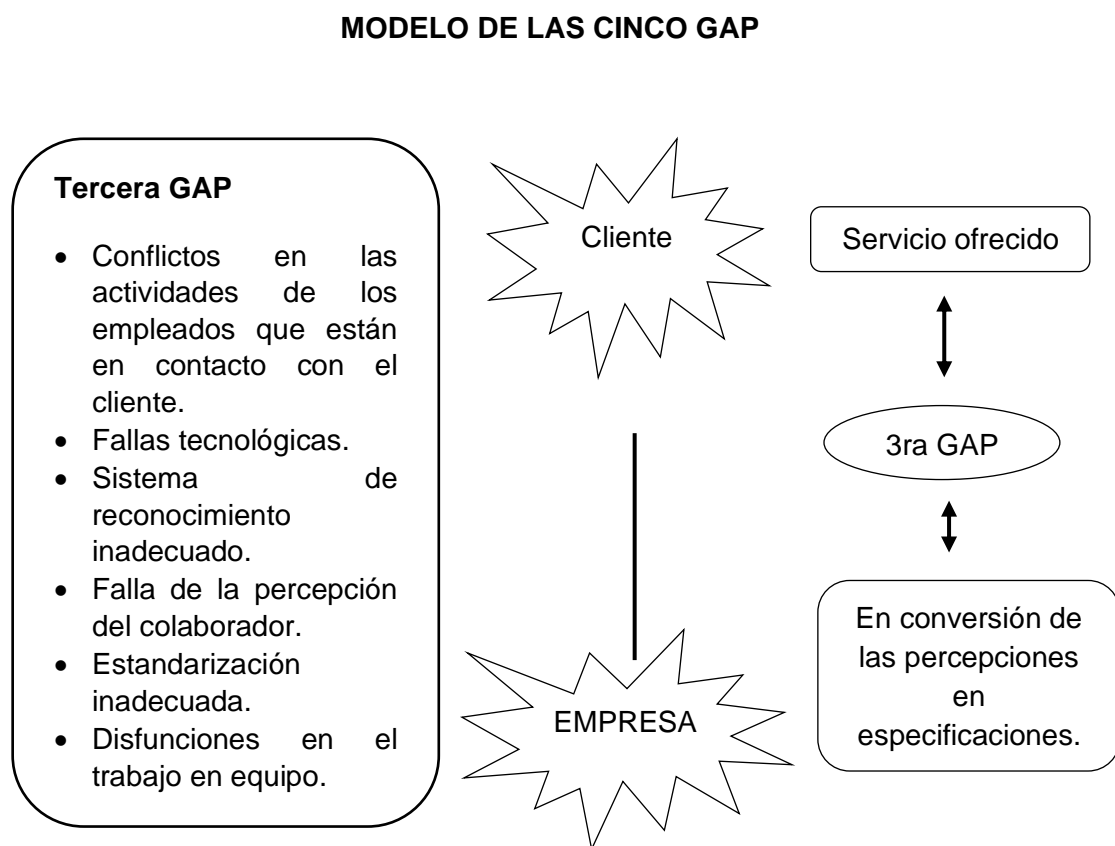
### c. Tercera gap

Para Cobra (2000), la tercera gap hace referencia a “*las fallas en los servicios prestados por los empleados de la empresa hacia los clientes dan resultados fallas tecnológicas. Las fallas de percepción tienden a provocar insatisfacción en los clientes*”.

(Cobra, 2000, p. 133)

### Figura 18

Modelo de las cinco gap - Tercera Gap



*Nota:* La figura representa el modelo de la tercera gap. Tomado de *Estrategias para turismo, finanzas, salud y comunicación* (p. 133), por Cobra, M., 2000, Colombia, Bogotá: Mc Graw Hill.

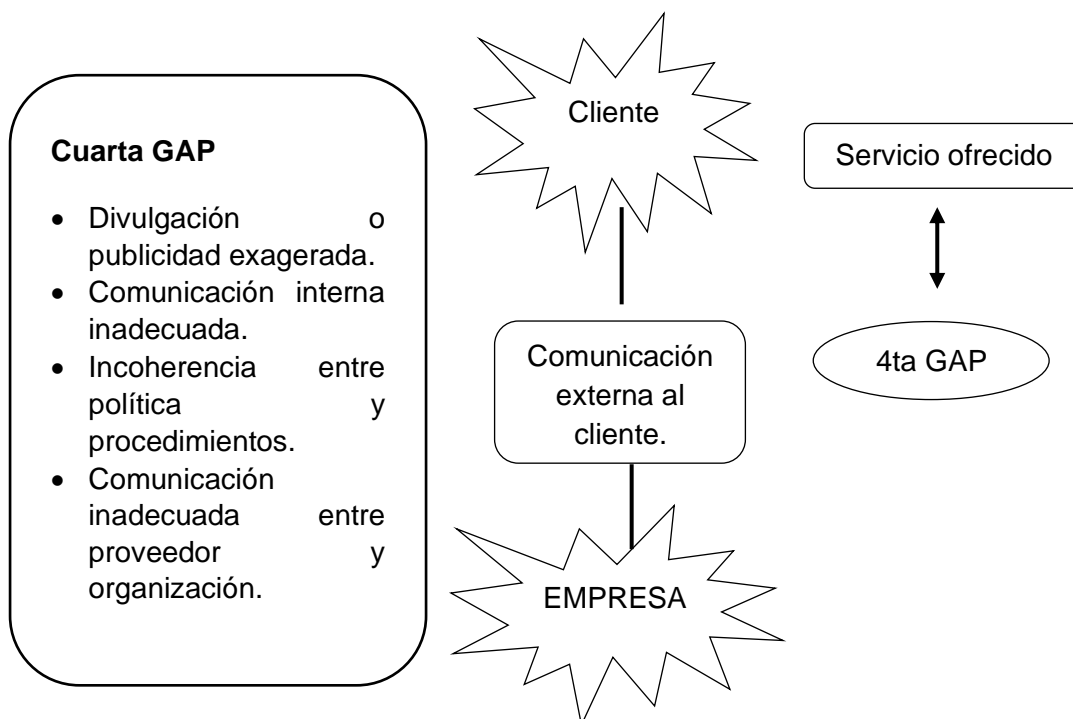
#### d. Cuarta gap

Según Cobra (2000), la cuarta gap “se presenta cuando la comunicación o publicidad del servicio ofrecido puede configurarse publicidad engañosa, castigada por la ley de defensa al consumidor”. (Cobra, 2000, pp. 133-134)

#### Figura 19

Modelo de las cinco gap - Cuarta Gap

#### MODELO DE LAS CINCO GAP



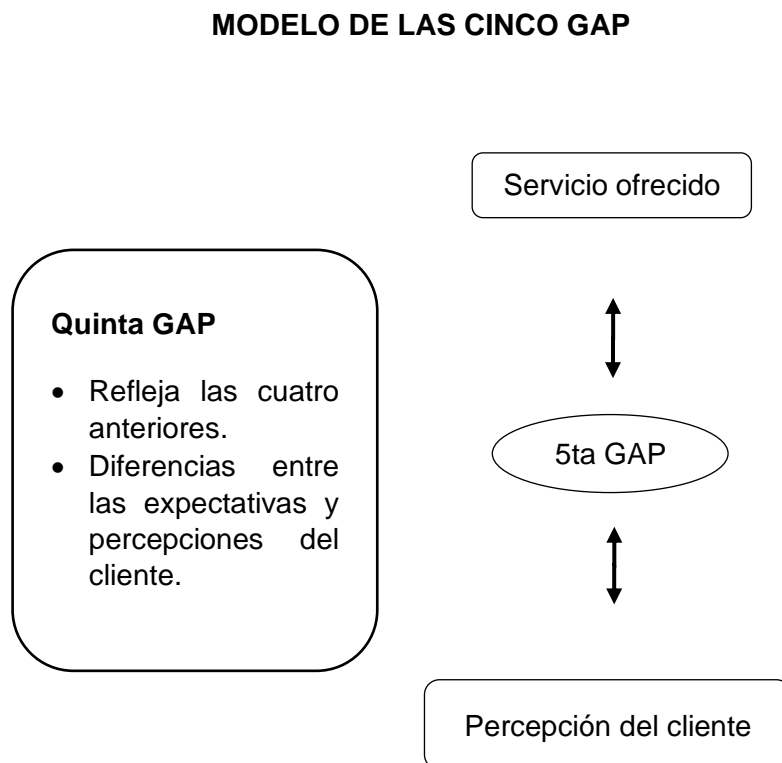
*Nota:* La figura representa el modelo de la cuarta gap. Tomado de *Estrategias para turismo, finanzas, salud y comunicación* (pp. 133-134), por Cobra, M., 2000, Colombia, Bogotá: Mc Graw Hill.

### e. Quinta Gap

Para Cobra (2000), la quinta gap “refleja las diferencias entre las expectativas del cliente con relación al servicio que está adquiriendo y su percepción respecto al desempeño”. (Cobra, 2000, p. 134)

#### Figura 20

Modelo de las cinco gap - Quinta Gap



*Nota:* La figura representa el modelo de la quinta gap. Tomado de *Estrategias para turismo, finanzas, salud y comunicación* (p. 134), por Cobra, M., 2000, Colombia, Bogotá: Mc Graw Hill.

## CAPÍTULO III

### MARCO METODOLÓGICO

El capítulo III contiene el diagnóstico sobre el turismo accesible y atención al cliente, el mismo que proporciona información actual del cantón Quito mediante el uso de la metodología de la OMT (2015) y el modelo HOTELQUAL de Fernández (2013); que permitió elaborar herramientas para la recolección de datos tanto cualitativos como cuantitativos, los mismos que aportan al presente estudio los fundamentos necesarios para desarrollar posteriormente una propuesta acorde a la investigación. Los objetivos del presente capítulo son: analizar las variables turismo accesible y atención al cliente para personas con discapacidad física en las hosterías del cantón Quito.

#### 3.1 Metodología

Para la metodología de la investigación, va a estar enfocada en los indicadores para el estudio de la accesibilidad en el turismo, planteados por la Organización Mundial de Turismo (2015), con su manual de Turismo Accesible en el módulo IV, brindando puntos relevantes como la metodología, indicadores, áreas de intervención y un enfoque de cómo valorar la accesibilidad en un establecimiento, aportando datos relevantes para la construcción de la investigación.

Sin embargo, también para la medición de la atención al cliente se tomará en cuenta el modelo HOTELQUAL. El modelo HOTELQUAL propone medir la satisfacción del cliente, este modelo utiliza 3 dimensiones (personal, organización e instalaciones),

elementos claves para lograr identificar si una empresa brinda una adecuada atención al cliente.

Las metodologías permitirán conocer el diagnóstico actual que tienen las hosterías del cantón Quito en cuanto a la atención del cliente en personas con discapacidad física.

### **3.2 Enfoque**

El enfoque cualitativo según Sampieri (2014), es examinar la forma en que los individuos perciben y experimentan los fenómenos que los rodean, profundizando en sus puntos de vista, interpretaciones y significados, es recomendable cuando el tema de estudio ha sido poco explorado o no se ha hecho investigación al respecto en ningún grupo social específico. (p. 10)

Así como también, se utiliza un enfoque cuantitativo *siendo “la recolección de datos a través de fuentes primarias, probando hipótesis, confía en la medición numérica, para establecer con exactitud patrones de comportamiento en una población”* (Sampieri, 2014, p. 10).

Para la realización del estudio se partirá de un enfoque de carácter cualitativo debido que permite evidenciar la postura de las hosterías frente al turismo accesible y el cuantitativo permite evaluar de una forma concluyente respecto a la variable atención al cliente en los establecimientos hoteleros del cantón Quito.

### 3.3 Modalidad

Según Gallardo (1999), el análisis de la información en el proceso investigativo, depende del enfoque y tipo de investigación que se haya seleccionado, como también de los objetivos planteados. Por ello los tipos de investigación utilizados son:

- **Descriptiva**

El objetivo de la investigación descriptiva, es:

Establecer una descripción completa del fenómeno o situación. Por lo que, esta mide las características, observa la configuración y los procesos que componen los fenómenos, para describir su realidad. Además de que permite al investigador recopilar datos mediante un cuestionario u otra técnica previamente diseñada, sin modificar el entorno ni el fenómeno donde se recoge la información, que posteriormente se presentará en forma de gráfica o tabla.

(Arias, 2006, p. 104)

- **Bibliográfica**

Por otro lado, la investigación es bibliográfica ayudando al sustento del marco teórico a través de *“datos secundarios, obtenidos básicamente por documentos escritos correspondientes a: libros, revistas, etc.”* (Sampieri, 2014, p. 100).

- **Exploratorio**

Según Sampieri (2014), menciona que los estudios exploratorios tienen como objeto familiarizar al investigador con temas desconocidos. Este tipo de investigación aborda campos novedosos donde el problema, necesita ser aclarado y delimitado, sirve para desarrollar métodos a utilizar en estudios más profundos. (p. 26)

- **De campo**

Según Arias F. (2006), la investigación de campo es aquella *que “consiste en la recolección de datos directos sobre la realidad donde ocurren hechos o conocidos como fuentes primarias, sin manipular o alterar la información obtenida por los investigadores”* (p. 110).

Se hará uso de la modalidad descriptiva y bibliográfica como fuente secundaria para dar mayor soporte y relevancia a la información de la investigación, así como también, la investigación de campo y exploratoria como fuente primaria de la indagación en donde se podrá recolectar la información de la temática a investigar.

### **3.4 Técnicas e instrumentos**

De acuerdo con Hernández Sampieri (2014), menciona que la investigación bibliográfica depende fundamentalmente de la información que se obtiene o se consulta en documentos, es decir todo material al que se puede acudir como fuente de referencia, sin que se altere su naturaleza o sentido, de tal manera aportan información, testimonio de una realidad o un acontecimiento, las mismas que se aplicarán a los representantes administrativos. Se indica asimismo que para realizar la investigación se establecen algunas técnicas, como es la encuesta la cual servirá como instrumento principal para el levantamiento de información. (p. 38)

En cuanto a la definición que da el autor Bernal (2010), a la encuesta que está definida como *“la técnica de recolección, que se fundamenta en un cuestionario o conjunto de preguntas que se preparan con el propósito de obtener información de las personas”* (p. 50).

Del mismo modo es importante definir y mencionar a la fuente de información que viene definida como el conjunto de documentos que contiene datos útiles, de tal manera ayuda a la recolección en una investigación. Para ello, es necesario definir las fuentes primarias que viene caracterizado por la construcción y recolección que el investigador debe realizar, a través del contacto directo con el objeto de estudio.

En la investigación se realizará la encuesta, al ser una herramienta basándose en los indicadores de la accesibilidad en el turismo propuestos por la Organización Mundial de Turismo en su manual de Turismo Accesible módulo IV y el modelo HOTELQUAL, siendo un aporte relevante para la construcción del instrumento que permitirá la obtención de datos relevantes para el desarrollo de la investigación.

### 3.5 Población y muestra

Para la variable de turismo accesible se toma en cuenta la población según el Catastro del Ministerio de Turismo (2020) y la Federación Hotelera del Ecuador AHOTEC, en donde se encuentra un total de 30 hosterías registradas en el cantón Quito:

**Tabla 22**

*Hosterías del cantón Quito*

<b>Nombre del establecimiento</b>	<b>Categoría</b>
Guayllabamba	3 estrellas
Quinta La Constanza	3 estrellas
Hostería Guaytara	4 estrellas



<b>Nombre del establecimiento</b>	<b>Categoría</b>
Kinde Raymi	3 estrellas
Rukka Lodge	3 estrellas
Castillo Del Valle	4 estrellas
La Ponderosa	3 estrellas
Mapali	3 estrellas
Casa Del Viajero	4 estrellas
Hostería Casa María	3 estrellas
Shantidham	4 estrellas
Alemana	3 estrellas
Quinta Paraíso	3 estrellas
Quinta Mi Refugio El Tablero	3 estrellas
Quinta Santa Teresa	3 estrellas
Posada Mirolindo	4 estrellas
Hostería Ecológica Sumak Pakari	3 estrellas
El Perro Vago	3 estrellas
San Jorge	3 estrellas
Nayón Xtreme Valley Naxtreval S.A.	5 estrellas
Hostería Mi Huasipungo Tababela	4 estrellas
Yumbo Spa And Resort	4 estrellas
Hostería Rincón De Puembo	5 estrellas
La Belle Vue Eco Lodge	4 estrellas
Hotelera Cardiniis	4 estrellas

Nombre del establecimiento	Categoría
Airport Garden	3 estrellas
San Carlos Tababela	3 estrellas
La Casa Del Colibrí	3 estrellas
Hostería San Alfonso	3 estrellas

*Nota:* La tabla indica las hosterías del cantón Quito. Tomado del *Catastro del Ministerio de Turismo*, por el MINTUR, 2020.

Para la variable de atención al cliente se tomará en cuenta las estadísticas establecidas por el Consejo Nacional para la Igualdad de Discapacidades (2020), en donde se encuentran registrados 29 019 personas con discapacidad física en la provincia de Pichincha cantón Quito, a continuación, se presenta el cálculo de la muestra:

$$n = \frac{NZ^2pq}{d^2(N-1) + Z^2pq}$$

n= tamaño de la muestra

Z= valor Z de la curva normal (1,96)

p= probabilidad de éxito (0,50)

q= probabilidad de fracaso (0,50)

N= población (29019)

d= error muestral (0,05)

$$n = \frac{(29019)(1,96)^2(0,50)(0,50)}{(0,05)^2(29019 - 1) + (1,96)^2(0,50)(0,50)}$$

$$n = 380$$

Bajo este contexto para el levantamiento de información se utilizó un instrumento enfocado en el modelo HOTELQUAL, que se ve reflejado en una encuesta aplicándola a 380 personas con discapacidad física, misma que servirá para la evaluar la atención al cliente de los establecimientos hoteleros.

### **3.6 Análisis e interpretación de resultados**

Para la recolección de datos fue necesario aplicar una encuesta estructurada a las hosterías del Cantón Quito. Con la finalidad de conseguir datos suficientes que ayuden a conocer su situación actual, respecto a la atención al cliente que ofrecen a personas con discapacidad física, tomando como base a los indicadores de accesibilidad propuestos por la Organización Mundial de Turismo en su Manual de Turismo Accesible módulo IV y el modelo HOTELQUAL siendo de gran relevancia para la construcción del instrumento lo que, permitió obtener datos relevantes para el desarrollo de la investigación, la información reposa en el CAPÍTULO II: Indicadores para evaluar el turismo accesible e instrumento para medir la atención al cliente.

#### **3.6.1 Análisis de los resultados de la variable independiente**

En cuanto a los resultados de la variable independiente se puede manifestar que de las 30 hosterías registradas en el Catastro del Ministerio de Turismo (2020) y la Federación Hotelera del Ecuador AHOTEC, solo 25 establecimientos hoteleros del cantón Quito llenaron la encuesta vía Google drive, se hizo uso de este medio para

precautelar la seguridad de los prestadores de servicios y de las investigadoras ante la pandemia COVID-19. Por otro lado, las 5 hosterías restantes no contestaron la encuesta debido a que afirmaron que tuvieron que cerrar las instalaciones, por problemas económicos, personales que produjo la pandemia COVID-19. A continuación se presenta la tabla de las hosterías del cantón Quito que ayudaron con la información para la investigación:

**Tabla 23**

*Hosterías del cantón Quito encuestadas*

<b>Nombre del establecimiento</b>	<b>Categoría</b>
Guayllabamba	3 estrellas
Kinde Raymi	3 estrellas
Rukka Lodge	3 estrellas
Casa De Campo Tababela	5 estrellas
Castillo Del Valle	4 estrellas
La Ponderosa	3 estrellas
Mapali	3 estrellas
Casa Del Viajero	4 estrellas
Alemana	3 estrellas
Quinta Paraíso	3 estrellas
Nayón Xtreme Valley Naxtreval S.A.	5 estrellas
Yumbo Spa And Resort	4 estrellas
Hostería Rincón De Puenbo	5 estrellas

<b>Nombre del establecimiento</b>	<b>Categoría</b>
La Belle Vue Eco Lodge	4 estrellas
Hotelera Cardiniis	4 estrellas
Airport Garden	3 estrellas
San Carlos Tababela	3 estrellas
La Casa Del Colibrí	3 estrellas
Hostería San Alfonso	3 estrellas

*Nota:* La tabla indica las hosterías del cantón Quito. Tomado del *Catastro del Ministerio de Turismo*, por el MINTUR, 2020.

#### **Tabla 24**

*Hosterías del cantón Quito cerradas*

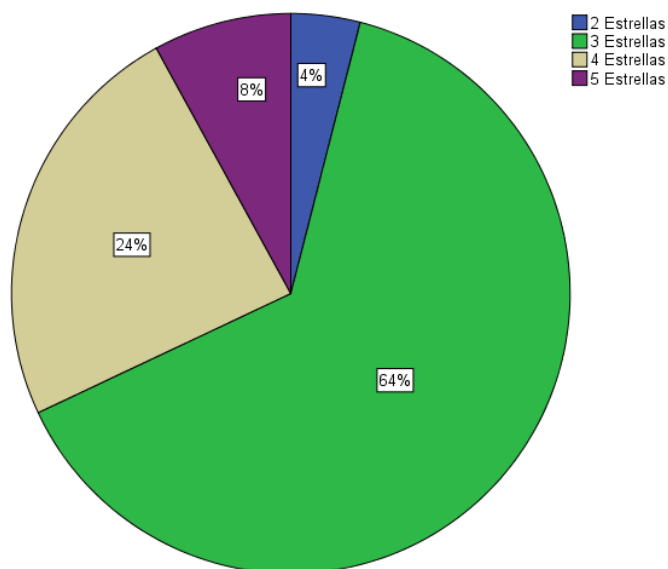
<b>Nombre del establecimiento</b>	<b>Categoría</b>
Hostería Quinta La Constanza	3 estrellas
Hostería Guaytara	4 estrellas
Hostería Casa María	3 estrellas
Hostería Shantidham	4 estrellas
Hostería Posada Mirolindo	4 estrellas

*Nota:* La tabla indica las hosterías del cantón Quito. Tomado del *Catastro del Ministerio de Turismo*, por el MINTUR, 2020.

**Tabla 25***Categoría de las hosterías*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
<b>2 estrellas</b>	1	4,0%	4,0%	4,0
<b>3 estrellas</b>	16	64,0%	64,0%	68,0
<b>4 estrellas</b>	6	24,0%	24,0%	92,0
<b>5 estrellas</b>	2	8,0%	8,0%	100,0
<b>Total</b>	25	100,0%	100,0%	

*Nota:* La tabla indica el tipo de categoría que tiene cada hostería del cantón Quito.

**Figura 21***Categoría de las hosterías.*

*Nota:* La figura representa el tipo de categoría que tiene cada hostería del cantón Quito.

**Análisis e interpretación:** Del total de las hosterías encuestadas se puede mencionar que el 64% de los establecimientos son de categoría 3 estrellas, mientras que el 24% representa a 4 estrellas, seguido por el 8% de 5 estrellas, finalmente el 4% son de 2 estrellas.

### Pregunta 1

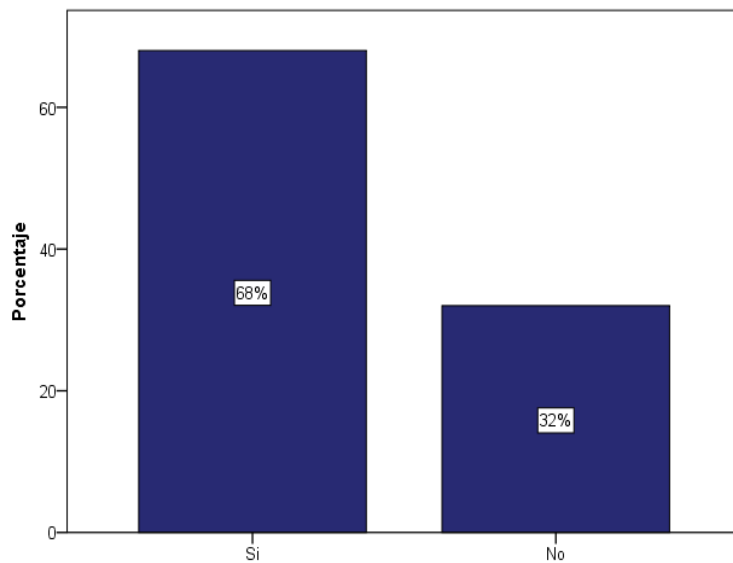
**¿Conoce acerca del turismo accesible?**

**Tabla 26**

*Pregunta 1*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
	<b>Si</b>	17	68,0	68,0	68,0
<b>Válidos</b>	<b>No</b>	8	32,0	32,0	100,0
	<b>Total</b>	25	100,0	100,0	

*Nota:* La tabla indica el conocimiento que las hosterías tienen acerca del turismo accesible.

**Figura 22***Pregunta 1*

*Nota:* La figura representa el conocimiento que las hosterías tienen acerca del turismo accesible.

**Análisis e interpretación:** De acuerdo a los resultados obtenidos se visualiza que el 68% de los establecimientos conocen acerca del turismo accesible, es decir que se han preparado y dominan la temática de un turismo para todos, mientras que el 32% desconoce totalmente este término.



**Pregunta 2**

Según su criterio, señale los beneficios más relevantes del turismo accesible para su establecimiento hotelero.

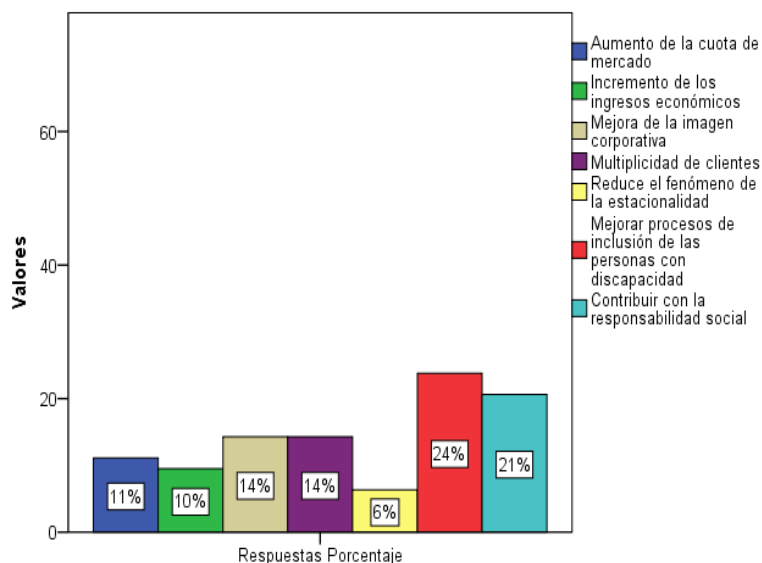
**Tabla 27***Pregunta 2*

	Respuestas		Porcentaje de casos
	N.º	Porcentaje	
<b>Aumento de la cuota de mercado</b>	7	11,1%	41,2%
<b>Incremento de los ingresos económicos</b>	6	9,5%	35,3%
<b>Mejora de la imagen corporativa</b>	9	14,3%	52,9%
<b>Multiplicidad de clientes</b>	9	14,3%	52,9%
<b>Reduce el fenómeno de la estacionalidad</b>	4	6,3%	23,5%
<b>Mejorar procesos de inclusión de las personas con discapacidad</b>	15	23,8%	88,2%
<b>Contribuir con la responsabilidad social</b>	13	20,6%	76,5%
<b>Total</b>	63	100,0%	370,6%

*Nota:* La tabla indica los beneficios más relevantes que tiene el turismo accesible para los establecimientos hoteleros del cantón Quito.

### Figura 23

#### Pregunta 2



*Nota:* La figura representa los beneficios más relevantes que tiene el turismo accesible para los establecimientos hoteleros del cantón Quito.

**Análisis e interpretación:** Del total de los establecimientos encuestados que conocen acerca del turismo accesible mencionan que los beneficios más relevantes para su empresa son la inclusión de las personas con discapacidad de tal manera que se puede contribuir con una responsabilidad social, permitiendo una multiplicidad de clientes y mejorando su imagen corporativa. Por otro lado, manifiestan que con el aumento de la cuota de mercado genera un incremento de ingresos económicos a sus hosterías y por último reducen el fenómeno de estacionalidad que hace referencia al comportamiento del consumidor al momento de ser atendido por parte del personal.

**Pregunta 3**

¿Qué tipos de discapacidad conoce?

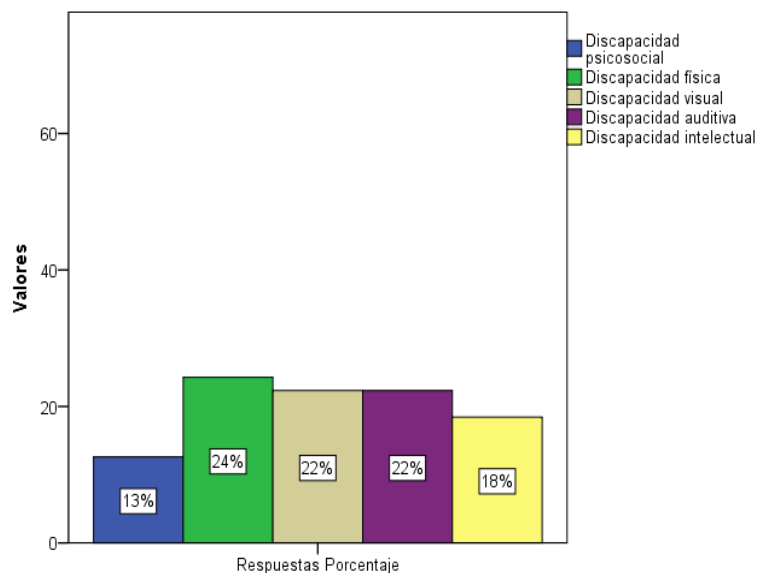
**Tabla 28***Pregunta 3*

	Respuestas		Porcentaje de casos
	N.º	Porcentaje	
<b>Discapacidad psicosocial</b>	13	12,6%	52,0%
<b>Discapacidad física</b>	25	24,3%	100,0%
<b>Discapacidad visual</b>	23	22,3%	92,0%
<b>Discapacidad auditiva</b>	23	22,3%	92,0%
<b>Discapacidad intelectual</b>	19	18,4%	76,0%
<b>Total</b>	103	100,0%	412,0%

*Nota:* La tabla indica los tipos de discapacidad que conocen las hosterías del cantón Quito.

## Figura 24

### Pregunta 3



*Nota:* La figura representa los tipos de discapacidad que conocen las hosterías del cantón Quito.

**Análisis e interpretación:** De acuerdo al total de las hosterías encuestas se puede visualizar que todas conocen acerca de la discapacidad física, mientras que solo 23 establecimientos se familiarizan con la discapacidad visual y auditiva, por otro lado, se observa que solo 19 de ellos tienen conocimiento de la capacidad intelectual, finalmente un pequeño porcentaje entiende la discapacidad psicosocial.

#### Pregunta 4

¿Conoce qué es la discapacidad física?

Tabla 29

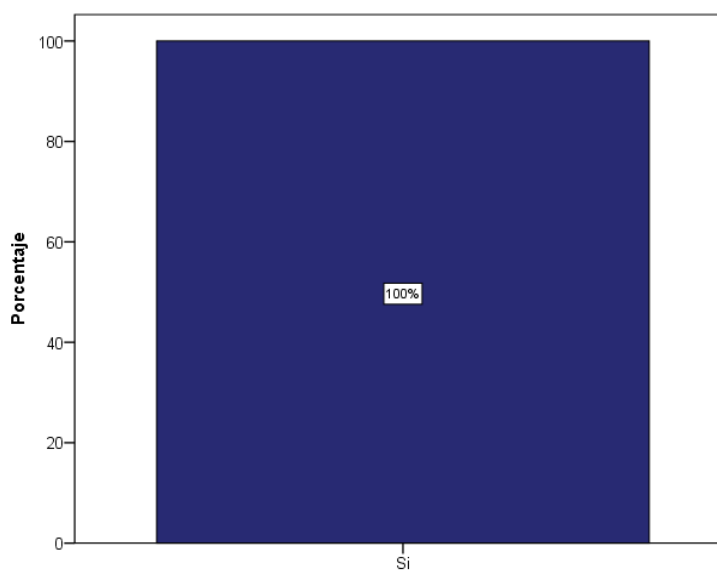
Pregunta 4

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
<b>Si</b>	25	100,0	100,0	100,0

*Nota:* La tabla indica el conocimiento de las hosterías sobre la discapacidad física.

Figura 25

Pregunta 4



*Nota:* La figura representa el conocimiento de las hosterías sobre la discapacidad física.

**Análisis e interpretación:** Del total de encuestados se puede observar y verificar que todos los establecimientos se familiarizan con la discapacidad física, teniendo un alto conocimiento de la misma.

### Pregunta 5

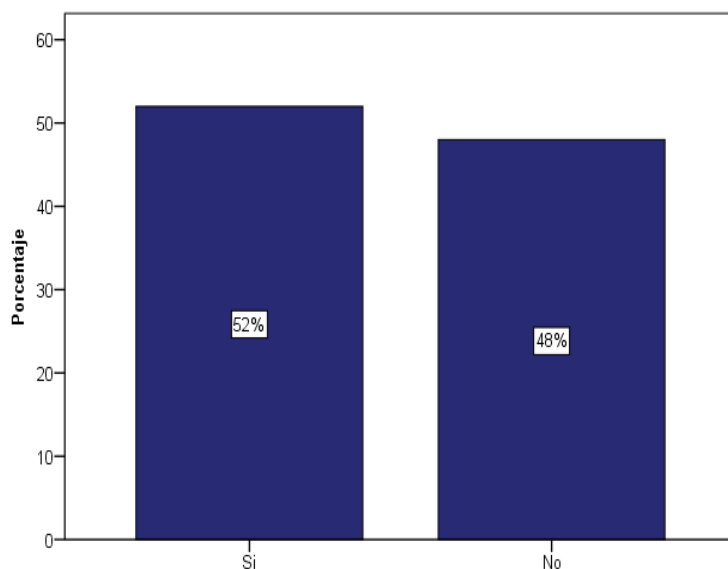
**¿Su personal se ha capacitado en algún curso en atención al turista con discapacidad?**

**Tabla 30**

*Pregunta 5*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
<b>Válidos</b>	<b>Si</b>	13	52,0	52,0	52,0
	<b>No</b>	12	48,0	48,0	100,0
	<b>Total</b>	25	100,0	100,0	

*Nota:* La tabla indica las capacitaciones tomadas por el personal de las hosterías referentes a la atención a los turistas con discapacidad.

**Figura 26***Pregunta 5*

*Nota:* La figura representa las capacitaciones tomadas por el personal de las hosterías referentes a la atención a los turistas con discapacidad.

**Análisis e interpretación:** De los resultados obtenidos se encontró que solo 13 hosterías han capacitado a su personal en la temática atención al cliente del turista con discapacidad, dichas capacitaciones lo han realizado de forma virtual a través de la plataforma CONADIS y también por medio de capacitaciones que oferta el MINTUR, mientras que los 12 restantes manifiestan que su personal no se ha capacitado en ningún curso de atención al cliente con discapacidad.

**Pregunta 6**

¿Con qué frecuencia capacita al personal de su empresa?

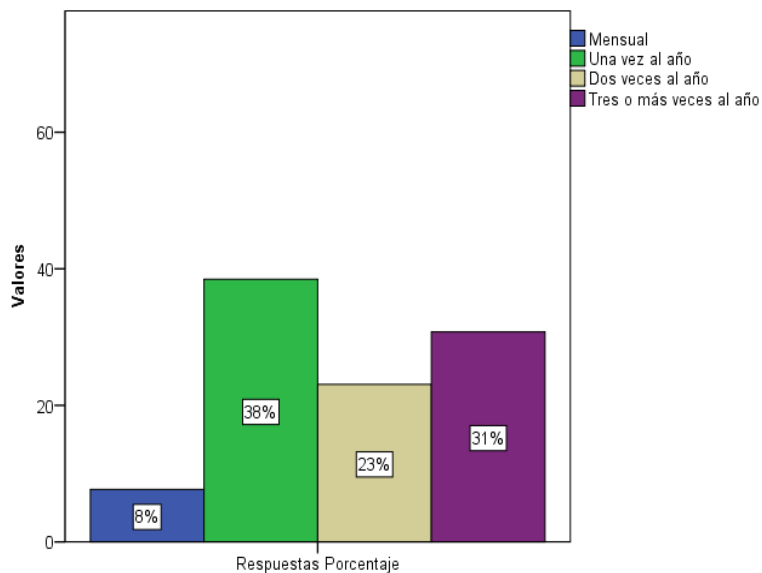
**Tabla 31**

*Pregunta 6*

	Respuestas		Porcentaje de casos
	N.º	Porcentaje	
<b>Mensual</b>	1	7,7%	7,7%
<b>Una vez al año</b>	5	38,5%	38,5%
<b>Dos veces al año</b>	3	23,1%	23,1%
<b>Tres o más veces al año</b>	4	30,8%	30,8%
<b>Total</b>	13	100,0%	100,0%

*Nota:* La tabla indica la frecuencia que la empresa capacita a su personal.



**Figura 27***Pregunta 6*

*Nota:* La figura representa la frecuencia que la empresa capacita a su personal.

**Análisis e interpretación:** De los establecimientos que capacitan al personal en la temática de atención al cliente con discapacidad, manifiestan 5 hosterías que basta tener una capacitación al año para que sus colaboradores adquieran conocimiento de la temática, así mismo, 4 de ellas están de acuerdo en capacitar a su personal más de tres veces al año, en donde sus trabajadores puedan tener un conocimiento actualizado de como atender al cliente con discapacidad, por otro lado, 3 establecimientos concuerdan en capacitar al personal hasta dos veces al año, finalmente tan solo una hostería menciona que es necesario capacitar al personal mensualmente para tener un mejor desempeño laboral de los trabajadores en sus puestos de trabajo.

**Pregunta 7**

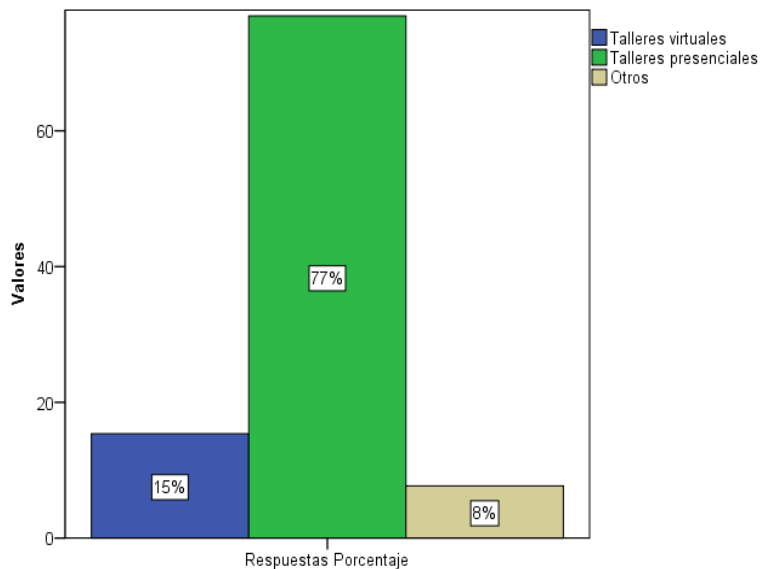
¿Las capacitaciones al personal se las realiza mediante?

**Tabla 32**

*Pregunta 7*

	Respuestas		Porcentaje
	N.º	Porcentaje	de casos
<b>Talleres virtuales</b>	2	15,4%	15,4%
<b>Talleres presenciales</b>	10	76,9%	76,9%
<b>Otros</b>	1	7,7%	7,7%
<b>Total</b>	13	100,0%	100,0%

*Nota:* La tabla indica el método que la empresa utiliza para impartir las capacitaciones a su personal.

**Figura 28***Pregunta 7*

*Nota:* La figura representa el método que la empresa utiliza para impartir las capacitaciones a su personal.

**Análisis e interpretación:** De las 13 hosterías que exigen a su personal capacitarse en atención al cliente con discapacidad, 10 de ellas optan por hacer talleres presenciales en donde puedan interactuar sus colaboradores, en cambio, 2 hosterías mencionan que la mejor opción para capacitar a su personal es de manera virtual por comodidad de sus trabajadores, finalmente solo una hostería prefiere utilizar otros mecanismos para capacitar a su personal.

**Pregunta 8**

**¿Cuántas personas trabajan en su establecimiento hotelero?**

**Tabla 33**

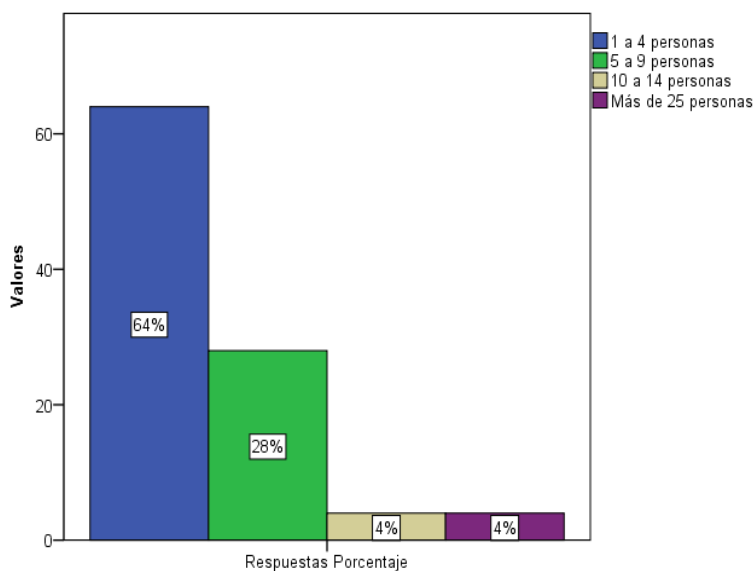
*Pregunta 8*

	Respuestas		Porcentaje de casos
	N.º	Porcentaje	
<b>1 a 4 personas</b>	16	64,0%	64,0%
<b>5 a 9 personas</b>	7	28,0%	28,0%
<b>10 a 14 personas</b>	1	4,0%	4,0%
<b>Más de 25 personas</b>	1	4,0%	4,0%
<b>Total</b>	25	100,0%	100,0%

*Nota:* La tabla indica el número de colaboradores que tiene cada hostería del cantón Quito.

## Figura 29

### Pregunta 8



*Nota:* La figura representa el número de colaboradores que tiene cada hostería del cantón Quito.

**Análisis e interpretación:** En cuanto al número de personas que laboran en las hosterías se puede visualizar en la tabla que 16 hosterías tienen de 1 a 4 trabajadores, mientras que 7 alojamientos poseen de 5 a 9 colaboradores, finalmente 2 de los establecimientos tienen entre 10 a 25 personas, mismas que se encargan de la parte operativa y administrativa.

### Pregunta 9

¿Cuántas personas con discapacidad trabajan en su empresa?

**Tabla 34**

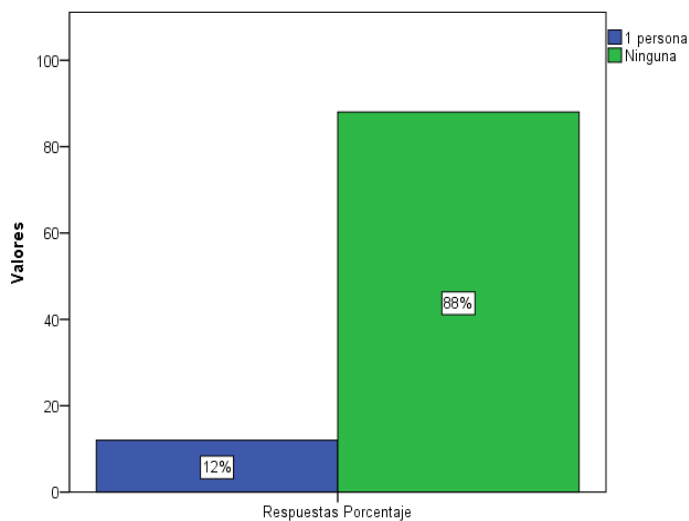
*Pregunta 9*

	Respuestas		Porcentaje de casos
	N.º	Porcentaje	
<b>1 persona</b>	3	12,0%	12,0%
<b>Ninguna</b>	22	88,0%	88,0%
<b>Total</b>	25	100,0%	100,0%

*Nota:* La tabla indica el número de personas con discapacidad que laboran en las hosterías del cantón Quito.

**Figura 30**

*Pregunta 9*



*Nota:* La figura representa el número de personas con discapacidad que laboran en las hosterías del cantón Quito.

**Análisis e interpretación:** De acuerdo a la encuesta aplicada a los establecimientos hoteleros, indican que de las 25 hosterías tan solo 3 de ellas han contratado a personas con discapacidad para que formen parte de su equipo de trabajo, mismas que tienen discapacidad física y auditiva.

### Pregunta 10

**¿El personal de su establecimiento cuenta con información de contacto sobre los servicios complementarios que pueda requerir una persona con discapacidad?**

**Tabla 35**

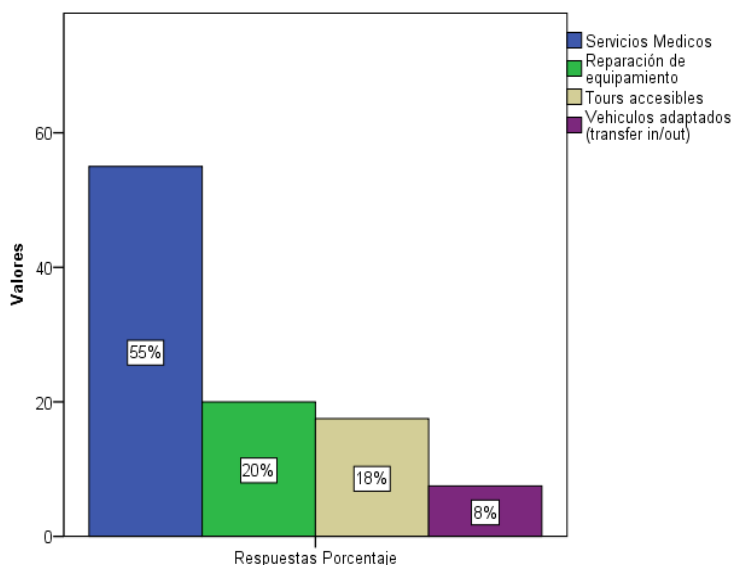
*Pregunta 10*

	Respuestas		Porcentaje de casos
	N.º	Porcentaje	
<b>Servicios Médicos</b>	22	55,0%	88,0%
<b>Reparación de equipamiento</b>	8	20,0%	32,0%
<b>Tours accesibles</b>	7	17,5%	28,0%
<b>Vehículos adaptados (transfer in/out)</b>	3	7,5%	12,0%
<b>Total</b>	40	100,0%	160,0%

*Nota:* La tabla indica si el establecimiento brinda a su personal información de contacto sobre los servicios complementarios que pueda requerir una persona con discapacidad.

### Figura 31

#### Pregunta 10



*Nota:* La figura representa si el establecimiento brinda a su personal información de contacto sobre los servicios complementarios que pueda requerir una persona con discapacidad.

**Análisis e interpretación:** En lo que se refiere a la información de contacto sobre los servicios complementarios que pueda requerir una persona con discapacidad, el 55% (22 hosterías) consideran importante para el cliente el servicio médico y el 20% (8 hosterías) están preparadas para la reparación de equipamiento (dispositivos de apoyo que las personas con discapacidad física utilizan para su movilización).

Por otro lado, el 18% (7 hosterías) brinda como servicio complementario tours accesibles con todas las medidas adecuadas para el turista con discapacidad, en donde, pueda disfrutar del recorrido ofertado y para finalizar el 8% (3 hosterías) poseen



vehículos adaptados para realizar el transfer in/out, si las personas con discapacidad lo requieren.

### Pregunta 11

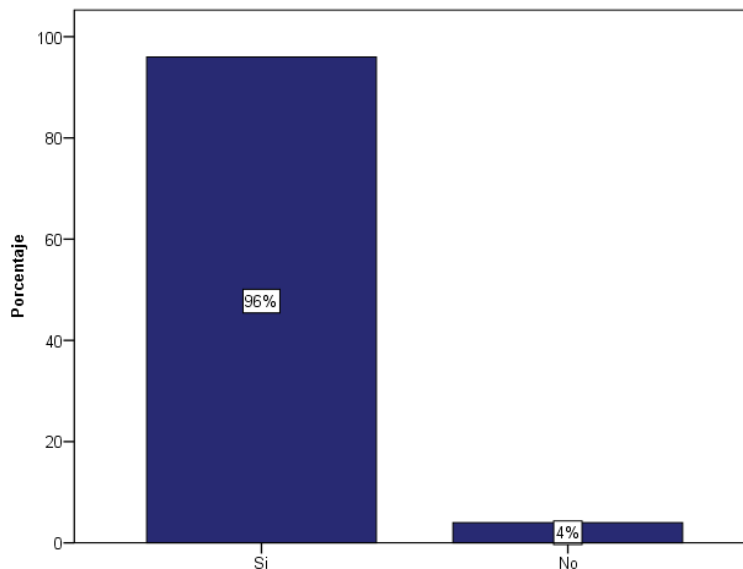
**Su establecimiento cuenta con habitaciones para personas con discapacidad**

**Tabla 36**

*Pregunta 11*

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Porcentaje válido</b>	<b>Porcentaje acumulado</b>
<b>Si</b>	24	96,0	96,0	96,0
<b>No</b>	1	4,0	4,0	100,0
<b>Total</b>	25	100,0	100,0	

*Nota:* La tabla indica si las hosterías cuentan con habitaciones para personas con discapacidad.

**Figura 32***Pregunta 11*

*Nota:* La figura representa si las hosterías cuentan con habitaciones para personas con discapacidad.

**Análisis e interpretación:** Del total de los establecimientos encuestados refleja que 24 de ellos poseen habitaciones adaptadas bajo los parámetros del Ministerio de Turismo siendo la entidad que verifica la accesibilidad de las habitaciones para personas con discapacidad ofertadas por las hosterías. Por otro lado, dichas hosterías cuentan con al menos una habitación accesible con todos los requerimientos que pueda necesitar una persona con discapacidad creando una estadía confortable para el cliente.

**Pregunta 12**

**¿Su establecimiento cuenta con servicios accesibles (cafetería, restaurante, sala de reuniones, gimnasio, spa, piscina, etc.), para usuarios con discapacidad?**

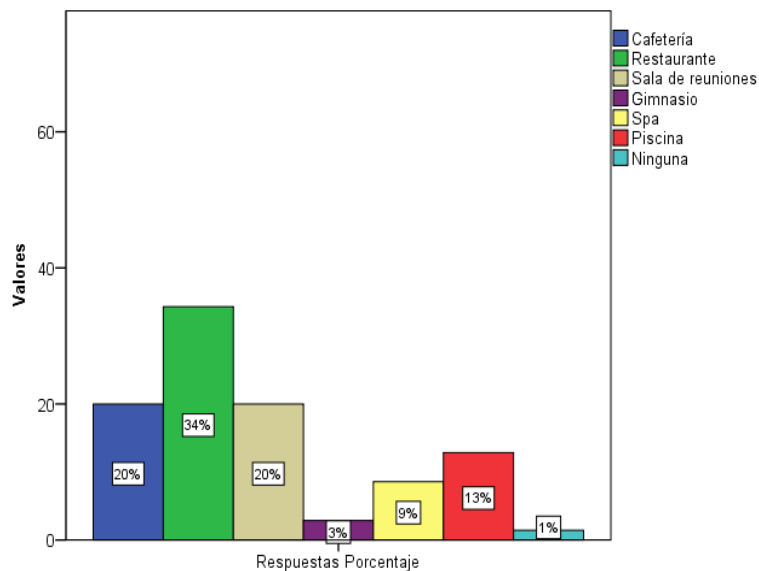
**Tabla 37***Pregunta 12*

	Respuestas		Porcentaje de casos
	N.º	Porcentaje	
<b>Cafetería</b>	14	20,0%	56,0%
<b>Restaurante</b>	24	34,3%	96,0%
<b>Sala de reuniones</b>	14	20,0%	56,0%
<b>Gimnasio</b>	2	2,9%	8,0%
<b>Spa</b>	6	8,6%	24,0%
<b>Piscina</b>	9	12,9%	36,0%
<b>Ninguna</b>	1	1,4%	4,0%
<b>Total</b>	70	100,0%	280,0%

*Nota:* La tabla indica si el establecimiento cuenta con servicios accesibles para usuarios con discapacidad.

### Figura 33

#### Pregunta 12



*Nota:* La figura representa si el establecimiento cuenta con servicios accesibles para usuarios con discapacidad.

**Análisis e interpretación:** Según los datos obtenidos el 34% de los encuestados (24 hosterías) tienen el área de restaurante adaptada para recibir a los clientes con discapacidad, así mismo, el 20% (14 hosterías) han adecuado el área de la cafetería y sala de reuniones para el disfrute accesible de estas áreas. El 13% (9 hosterías) refleja que han hecho una piscina accesible para la recreación segura y disfrute del cliente, mientras que, el 9% (6 hosterías), mencionan que las instalaciones del spa están adecuadas de forma accesible donde el cliente puede relajarse durante su estadía, así también, el 3% (2 hosterías) posee un gimnasio accesible en el cual el cliente puede acceder sin ningún problema hacer una rutina de ejercicios. Para finalizar el 1% (1 hostería) manifiesta que no tiene ninguna área adecuada para personas con discapacidad.

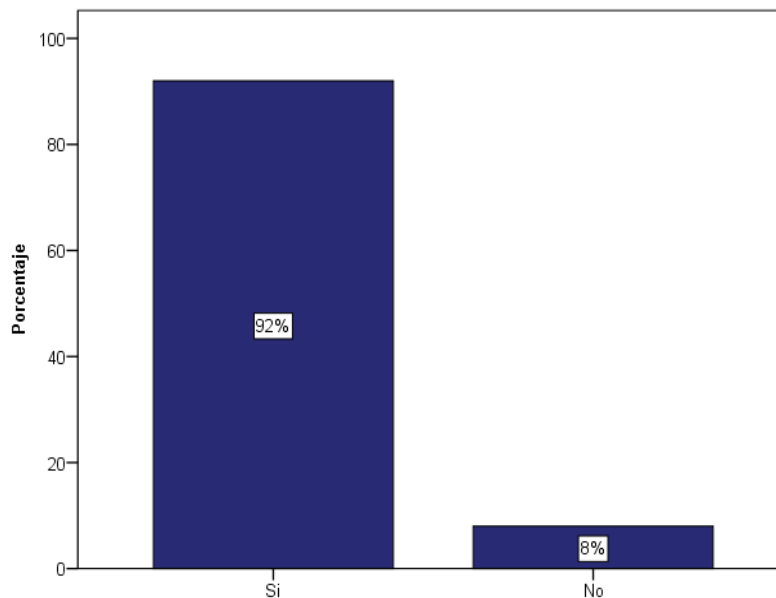
**Pregunta 13**

**¿El servicio de restaurante que ofrece su establecimiento se adapta a las medidas de bioseguridad y las necesidades especiales de sus usuarios?**

**Tabla 38***Pregunta 13*

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Porcentaje válido</b>	<b>Porcentaje acumulado</b>
<b>Si</b>	23	92,0	92,0	92,0
<b>No</b>	2	8,0	8,0	100,0
<b>Total</b>	25	100,0	100,0	

*Nota:* La tabla indica si el establecimiento maneja las medidas de bioseguridad en el servicio de restaurante acoplándose a las necesidades de sus usuarios.

**Figura 34***Pregunta 13*

*Nota:* La figura representa si el establecimiento maneja las medidas de bioseguridad en el servicio de restaurante acoplándose a las necesidades de sus usuarios.

**Análisis e interpretación:** Del total de las encuestas realizadas con un 98% (23 hosterías), mencionan que el servicio de restaurante se adapta a las medidas de bioseguridad y las necesidades especiales de sus usuarios, teniendo como resultado clientes satisfechos con el servicio adquirido en el establecimiento de alojamiento, mientras que, el 2% (2 hosterías) informa que el servicio de restaurante y las medidas de bioseguridad aún no se han establecido en la hostería, pero están trabajando en ello para mejorar la estadía de sus clientes.

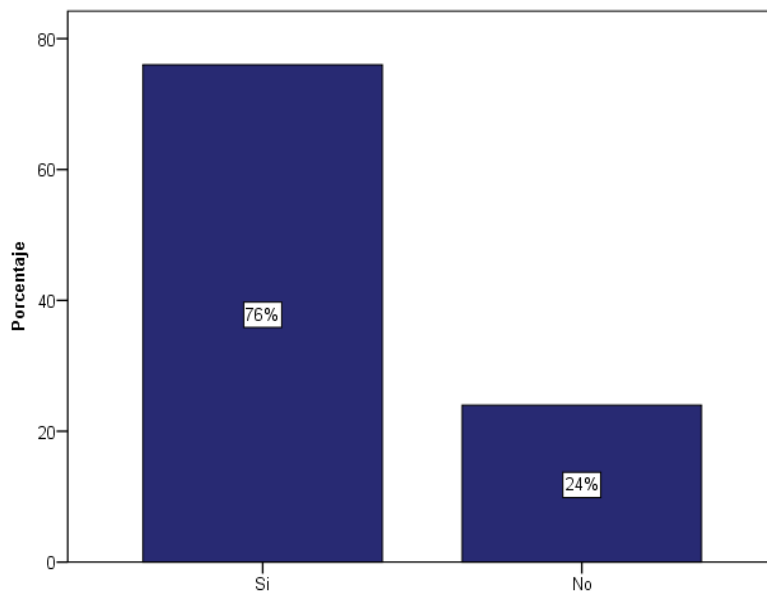
**Pregunta 14**

**¿Cuenta su establecimiento con un protocolo de evacuación específico para personas con discapacidad?**

**Tabla 39***Pregunta 14*

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Porcentaje válido</b>	<b>Porcentaje acumulado</b>
<b>Si</b>	19	76,0	76,0	76,0
<b>No</b>	6	24,0	24,0	100,0
<b>Total</b>	25	100,0	100,0	

*Nota:* La tabla indica si el establecimiento cuenta con un protocolo de evacuación específico para personas con discapacidad.

**Figura 35***Pregunta 14*

*Nota:* La figura representa si el establecimiento cuenta con un protocolo de evacuación específico para personas con discapacidad.

**Análisis e interpretación:** 19 de las 25 hosterías encuestadas, aseguran tener un protocolo de evacuación específico para personas con discapacidad, dicha información se encuentra en su protocolo de evacuación establecido por cada entidad en la sección de discapacidad, en donde se puede observar los pasos que debe seguir el personal en caso de emergencia. Por otra parte, 6 hosterías confirman no tener un protocolo de evacuación para personas con discapacidad.



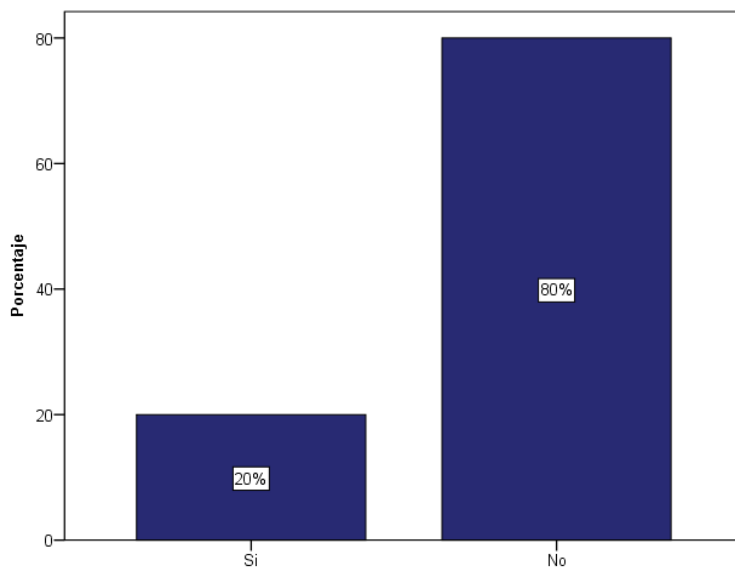
**Pregunta 15**

**¿Su establecimiento cuenta con una o varias certificaciones de accesibilidad?**

**Tabla 40***Pregunta 15*

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Porcentaje válido</b>	<b>Porcentaje acumulado</b>
<b>Si</b>	5	20,0	20,0	20,0
<b>No</b>	20	80,0	80,0	100,0
<b>Total</b>	25	100,0	100,0	

*Nota:* La tabla indica cuantas certificaciones tienen el establecimiento referente a la accesibilidad.

**Figura 36***Pregunta 15*

*Nota:* La figura representa cuantas certificaciones tienen el establecimiento referente a la accesibilidad.

**Análisis e interpretación:** De los establecimientos encuestados solo 5 indican que tienen el certificado de accesibilidad para su empresa hotelera, dicha certificación se les ha otorgado por cumplir con un lugar accesible, las entidades que concedieron las certificaciones son: el Ministerio de Turismo, cuerpo de bomberos, brindando sellos inclusivos y plan de acción para personas con discapacidad. Así mismo, las 20 hosterías restantes no cuentan con ningún certificado de accesibilidad, ya que desconocen que existe o en otros casos no cumplen con los parámetros establecidos para recibir la certificación.

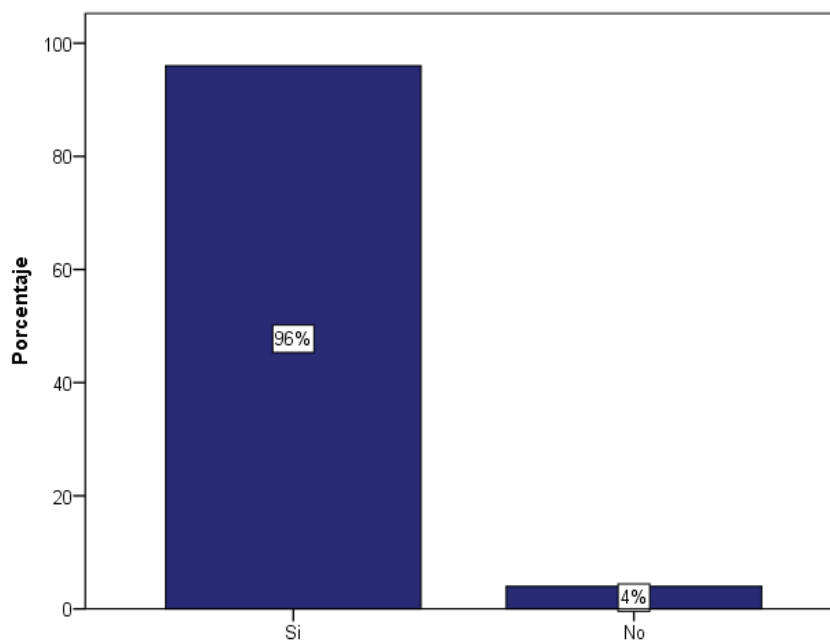
**Pregunta 16**

**¿Alienta a sus trabajadores a mejorar sus habilidades y actitudes en la atención al cliente con discapacidad?**

**Tabla 41***Pregunta 16*

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Porcentaje válido</b>	<b>Porcentaje acumulado</b>
<b>Si</b>	24	96,0	96,0	96,0
<b>No</b>	1	4,0	4,0	100,0
<b>Total</b>	25	100,0	100,0	

*Nota:* La tabla indica si los establecimientos promueven a sus trabajadores a mejorar la atención al cliente con discapacidad perfeccionando sus habilidades y actitudes.

**Figura 37***Pregunta 16*

*Nota:* La figura representa si los establecimientos promueven a sus trabajadores a mejorar la atención al cliente con discapacidad perfeccionando sus habilidades y actitudes.

**Análisis e interpretación:** De los resultados obtenidos se encontró que 24 hosterías alientan a sus trabajadores a mejorar sus habilidades y actitudes en la atención al cliente con discapacidad, como recompensa a la mejora interna de la empresa brindan incentivos al personal, motivándolos con reconocimientos, vacaciones, celebran los avances profesionales que tiene su equipo de trabajo, brindan bonos y seleccionan al mejor empleado del mes.

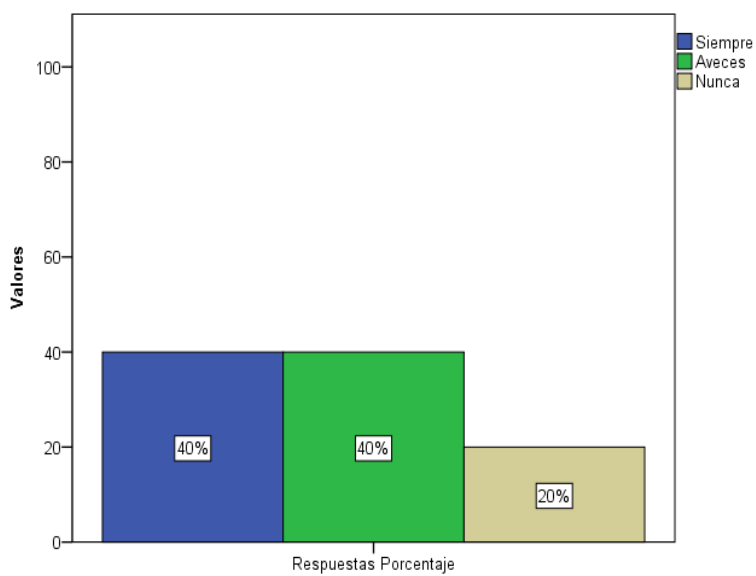
**Pregunta 17**

**Fomenta con sus empleados temas de turismo accesible para la mejora interna de la empresa.**

**Tabla 42***Pregunta 17*

	Respuestas		Porcentaje de casos
	N.º	Porcentaje	
<b>Siempre</b>	10	40,0%	40,0%
<b>A veces</b>	10	40,0%	40,0%
<b>Nunca</b>	5	20,0%	20,0%
<b>Total</b>	25	100,0%	100,0%

*Nota:* La tabla indica si la empresa promueve capacitaciones sobre temas de turismo accesible para mejorar el ambiente interno de la empresa.

**Figura 38***Pregunta 17*

*Nota:* La figura representa si la empresa promueve capacitaciones sobre temas de turismo accesible para mejorar el ambiente interno de la empresa.

**Análisis e interpretación:** De los establecimientos encuestados solo 10 hosterías fomentan el tema de turismo accesible de tal manera que les permite la mejora interna dentro del establecimiento, así como también, tienen un mejor desenvolvimiento al momento de atender al cliente con discapacidad. Por otro lado, 10 alojamientos mencionan que solo a veces comparten el tema de turismo accesible, accediendo a un conocimiento básico de cómo tratar con personas con discapacidad, por último, tan solo 5 hosterías admiten que nunca fomentan la temática de turismo accesible.

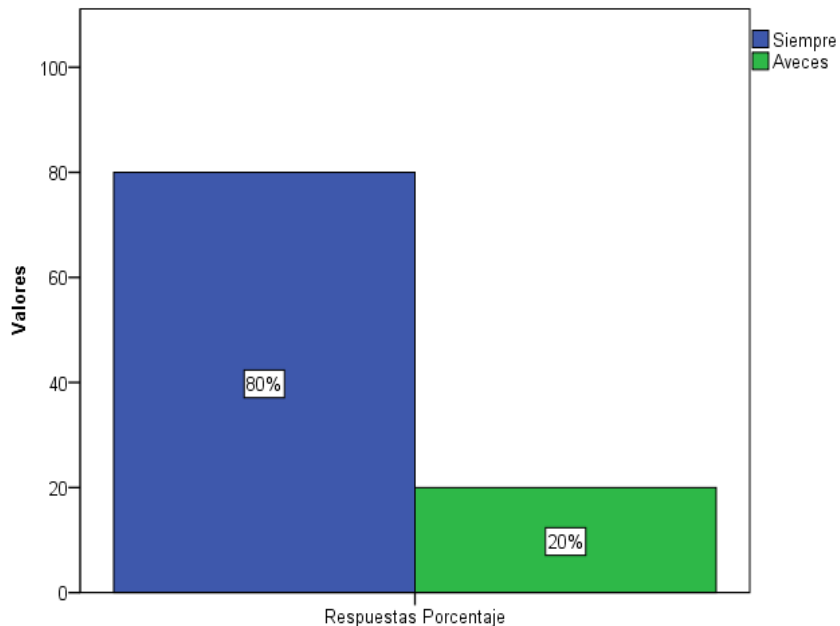
**Pregunta 18**

**Admite y da solución su empresa a reclamaciones de sus clientes con discapacidad.**

**Tabla 43***Pregunta 18*

	Respuestas		Porcentaje de casos
	N.º	Porcentaje	
<b>Siempre</b>	20	80,0%	80,0%
<b>A veces</b>	5	20,0%	20,0%
<b>Total</b>	25	100,0%	100,0%

*Nota:* La tabla indica si el personal de la empresa se encuentra capacitado en brindar soluciones a reclamos de clientes con discapacidad.

**Figura 39***Pregunta 18*

*Nota:* La figura representa si el personal de la empresa se encuentra capacitado en brindar soluciones a reclamos de clientes con discapacidad.

**Análisis e interpretación:** Según las encuestas realizadas a los establecimientos el 80% de las hosterías siempre dan solución a las quejas de las personas con discapacidad, ya que consideran a todos los clientes importantes y deben ser atendidos de la mejor manera para fidelizar al cliente y vuelva a hospedarse en su establecimiento. Finalmente, un 20% de las hosterías manifiestan que solo a veces dan soluciones a los problemas que hayan tenido los huéspedes con discapacidad al momento de visitar el alojamiento.



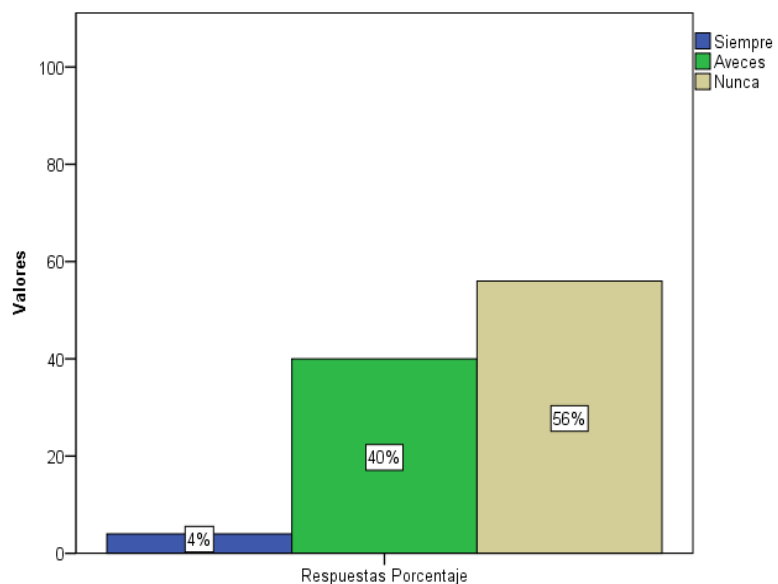
**Pregunta 19**

**Brinda su empresa apoyo económico a proyectos relacionados con el turismo accesible.**

**Tabla 44***Pregunta 19*

	Respuestas		Porcentaje de casos
	N.º	Porcentaje	
<b>Siempre</b>	1	4,0%	4,0%
<b>A veces</b>	10	40,0%	40,0%
<b>Nunca</b>	14	56,0%	56,0%
<b>Total</b>	25	100,0%	100,0%

*Nota:* La tabla indica si la empresa ha participado económicamente en proyectos relacionados con el turismo accesible.

**Figura 40***Pregunta 19*

*Nota:* La figura representa si la empresa ha participado económicamente en proyectos relacionados con el turismo accesible.

**Análisis e interpretación:** En cuanto al apoyo económico que las hosterías brindan a proyectos relacionados con el turismo accesible, se puede visualizar que solo el 4% (1 hostería) manifiesta apoyar siempre a estos proyectos, mientras que el 40% (10 hosterías) menciona que solo a veces contribuye económicamente a proyectos de turismo accesible y el 56% (14 hosterías) confirma que nunca ha apoyado a este tipo de proyectos.

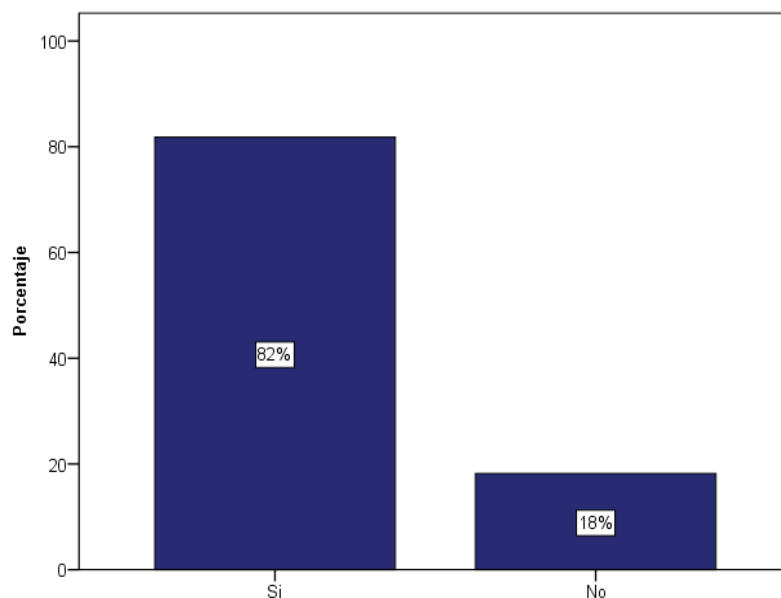
**Pregunta 20**

**Hace partícipes a sus clientes, colaboradores, proveedores y otras partes interesadas a mejorar la inclusión social en su empresa.**

**Tabla 45***Pregunta 20*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
	<b>Si</b>	9	36,0	81,8	81,8
<b>Válidos</b>	<b>No</b>	2	8,0	18,2	100,0
	<b>Total</b>	11	44,0	100,0	
<b>Perdido</b>	<b>Sistema</b>	14	56,0		
	<b>Total</b>	25	100,0		

*Nota:* La tabla indica si la empresa hace partícipes a sus clientes, colaboradores, proveedores y otras partes interesadas, a ser participen con la inclusión social.

**Figura 41***Pregunta 20*

*Nota:* La figura representa si la empresa hace partícipes a sus clientes, colaboradores, proveedores y otras partes interesadas, a ser partícipes con la inclusión social.

**Análisis e interpretación:** De las 11 hosterías que brindan apoyo económico a los proyectos relacionados con turismo accesible, solo 9 de ellas hacen partícipes a sus clientes, colaboradores, proveedores y otras partes interesadas a mejorar la inclusión social en su empresa y del turismo accesible, mientras que solo 2 hosterías prefieren no involucrar a nadie en esta temática.

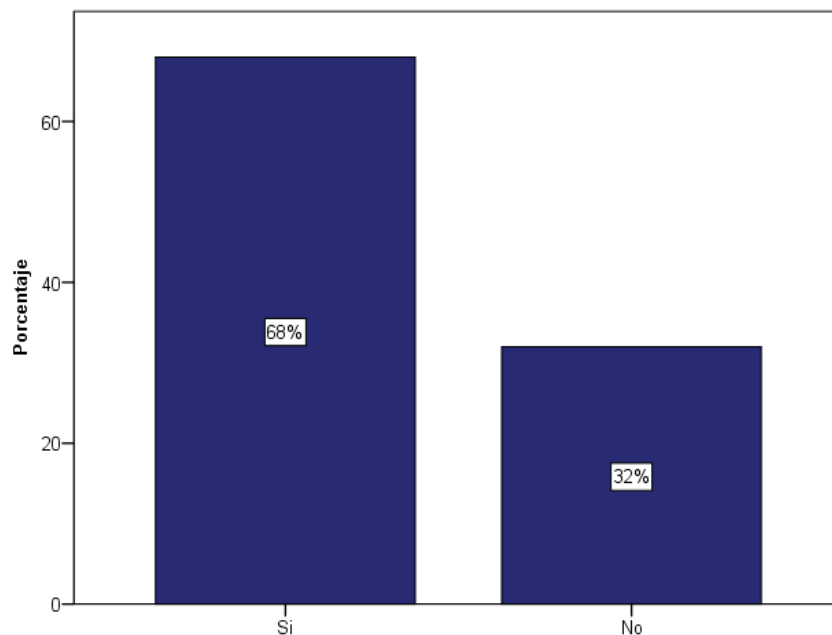
**Pregunta 21**

**Existe un protocolo que garantiza la ejecución de medidas adecuadas ante la pandemia COVID-19.**

**Tabla 46***Pregunta 21*

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Porcentaje válido</b>	<b>Porcentaje acumulado</b>
<b>Si</b>	17	68,0	68,0	68,0
<b>No</b>	8	32,0	32,0	100,0
<b>Total</b>	25	100,0	100,0	

*Nota:* La tabla indica si las empresas manejan un protocolo que garantiza la ejecución de medidas adecuadas ante la pandemia COVID-19.

**Figura 42***Pregunta 21*

*Nota:* La figura representa si las empresas manejan un protocolo que garantiza la ejecución de medidas adecuadas ante la pandemia COVID-19.

**Análisis e interpretación:** De los resultados obtenidos en las encuestas realizadas se refleja que un 68% de las hosterías cuentan con un protocolo que garantiza la ejecución de medidas adecuadas ante la pandemia, lo cual permite brindar un mejor servicio al momento de atender a sus clientes, pero el 32% no cuenta con un protocolo para la pandemia COVID-19.

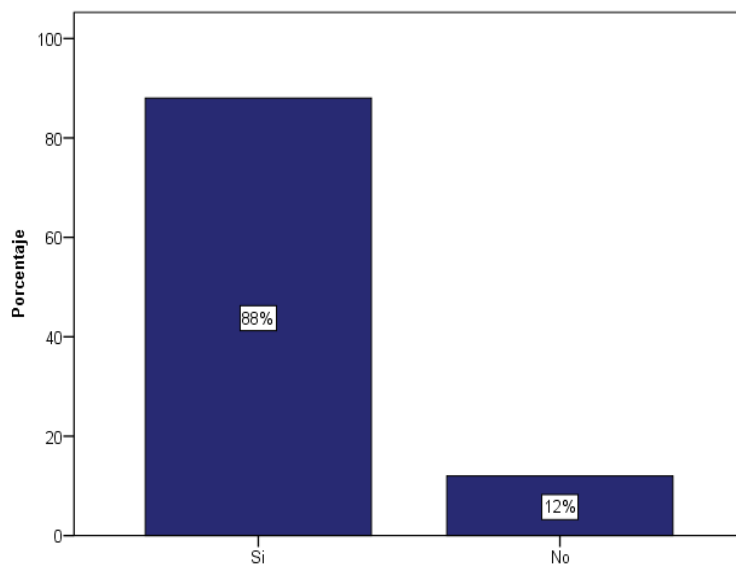
**Pregunta 22**

**Ha tomado su empresa las medidas adecuadas de bioseguridad para proporcionar suficiente protección a sus empleados en materia de seguridad, salud, protección e inclusión social frente a la pandemia COVID-19.**

**Tabla 47***Pregunta 22*

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Porcentaje válido</b>	<b>Porcentaje acumulado</b>
<b>Si</b>	22	88,0	88,0	88,0
<b>No</b>	3	12,0	12,0	100,0
<b>Total</b>	25	100,0	100,0	

*Nota:* La tabla indica si los establecimientos hoteleros toman medidas adecuadas de bioseguridad para proporcionar suficiente protección a sus empleados en materia de seguridad, salud, protección e inclusión social frente a la pandemia COVID-19.

**Figura 43***Pregunta 22*

*Nota:* La figura representa si los establecimientos hoteleros toman medidas adecuadas de bioseguridad para proporcionar suficiente protección a sus empleados en materia de seguridad, salud, protección e inclusión social frente a la pandemia COVID-19.

**Análisis e interpretación:** De acuerdo a los establecimientos encuestados se observa que el 88% de las hosterías se han preocupado por tomar medidas adecuadas de bioseguridad para proporcionar protección a sus empleados en cuanto a la seguridad, salud, protección e inclusión social frente a la pandemia COVID-19. Pero, el 12% de las hosterías encuestadas aún no han tomado medidas de bioseguridad.



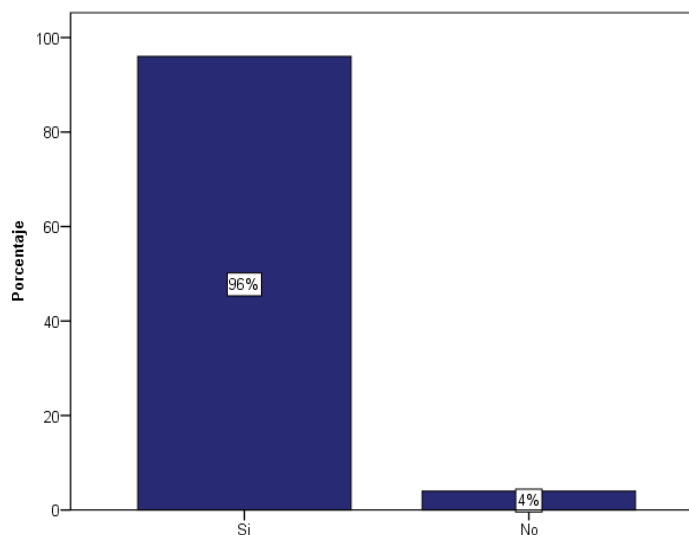
**Pregunta 23**

**Alienta a sus colaboradores para que participen en actividades de esterilización dentro del establecimiento hotelero.**

**Tabla 48***Pregunta 23*

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Porcentaje válido</b>	<b>Porcentaje acumulado</b>
<b>Si</b>	24	96,0	96,0	96,0
<b>No</b>	1	4,0	4,0	100,0
<b>Total</b>	25	100,0	100,0	

*Nota:* La tabla indica si la empresa motiva a sus colaboradores para que participen en actividades de esterilización dentro del establecimiento hotelero.

**Figura 44***Pregunta 23*

*Nota:* La figura representa si la empresa motiva a sus colaboradores para que participen en actividades de esterilización dentro del establecimiento hotelero.

**Análisis e interpretación:** De acuerdo a los resultados de las encuestas se puede manifestar que la mayoría de ellas están alentando a sus colaboradores para que participen en actividades de esterilización dentro del establecimiento, realizando la limpieza adecuada de habitaciones, baños, restaurante, etc. Por otro lado, tan solo 1 de las 25 hosterías aún no toma medidas de esterilización para su establecimiento.

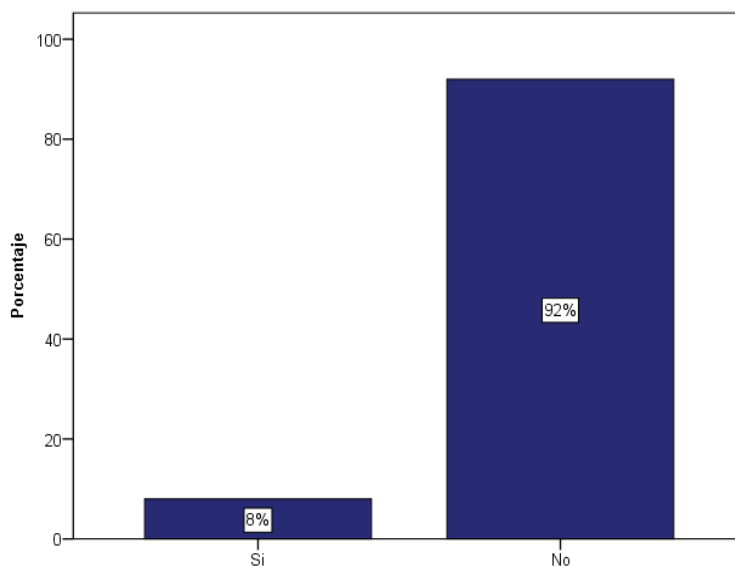
**Pregunta 24**

**¿La página web de su empresa cuenta con formato accesible para personas con discapacidad e información para prevenir contagios de la pandemia COVID-19?**

**Tabla 49***Pregunta 24*

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Porcentaje válido</b>	<b>Porcentaje acumulado</b>
<b>Si</b>	2	8,0	8,0	8,0
<b>No</b>	23	92,0	92,0	100,0
<b>Total</b>	25	100,0	100,0	

*Nota:* La tabla indica si la empresa maneja una página web con formato accesible para personas con discapacidad en la información para prevenir contagios de la pandemia COVID-19.

**Figura 45***Pregunta 24*

*Nota:* La figura representa si la empresa maneja una página web con formato accesible para personas con discapacidad en la información para prevenir contagios de la pandemia COVID-19.

**Análisis e interpretación:** De acuerdo a las encuestas aplicadas el 8% de las hosterías afirman tener una página web accesible y con información adecuada para prevenir contagios de la pandemia COVID-19, pero en su gran mayoría con un 92% de las hosterías manifiestan que su página no es accesible y no cuenta con información acerca de la pandemia COVID-19.

### 3.6.2 Análisis de los resultados de la variable dependiente

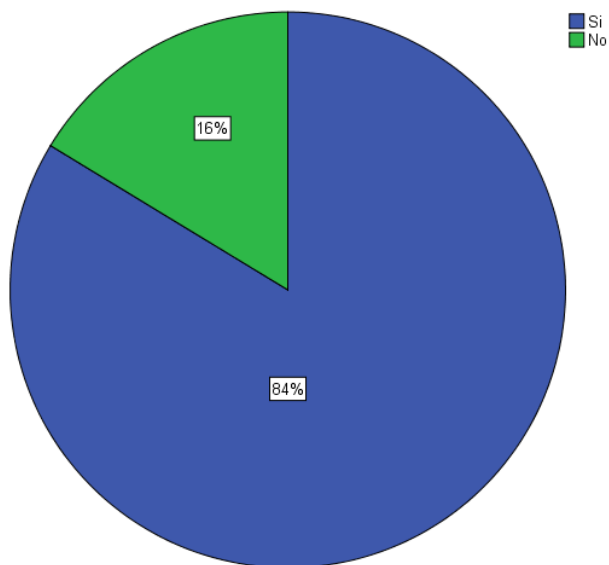
Para el análisis de la variable dependiente se encuestó con éxito a 380 personas con discapacidad física del cantón Quito, para ello, se tuvo un acercamiento a través de una encuesta digital mediante Google drive, se utilizó esta medida para obtener resultados, debido que el instrumento fue aplicado durante la pandemia COVID-19, por lo que, se tenía que velar por la seguridad de las personas encuestadas e investigadoras.

**Tabla 50**

*Discapacidad física*

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Porcentaje válido</b>	<b>Porcentaje acumulado</b>
Si	318	83,7	83,7	83,7
No	62	16,3	16,3	100,0
Total	380	100,0	100,0	

*Nota:* La tabla indica el número de personas que tienen discapacidad física.

**Figura 46***Discapacidad física*

*Nota:* La figura representa el número de personas que tienen discapacidad física.

**Análisis e interpretación:** Del total de las personas encuestadas se puede mencionar que el 84% tienen discapacidad física, mientras que el 16% son representantes o cuidadores de una persona con discapacidad.

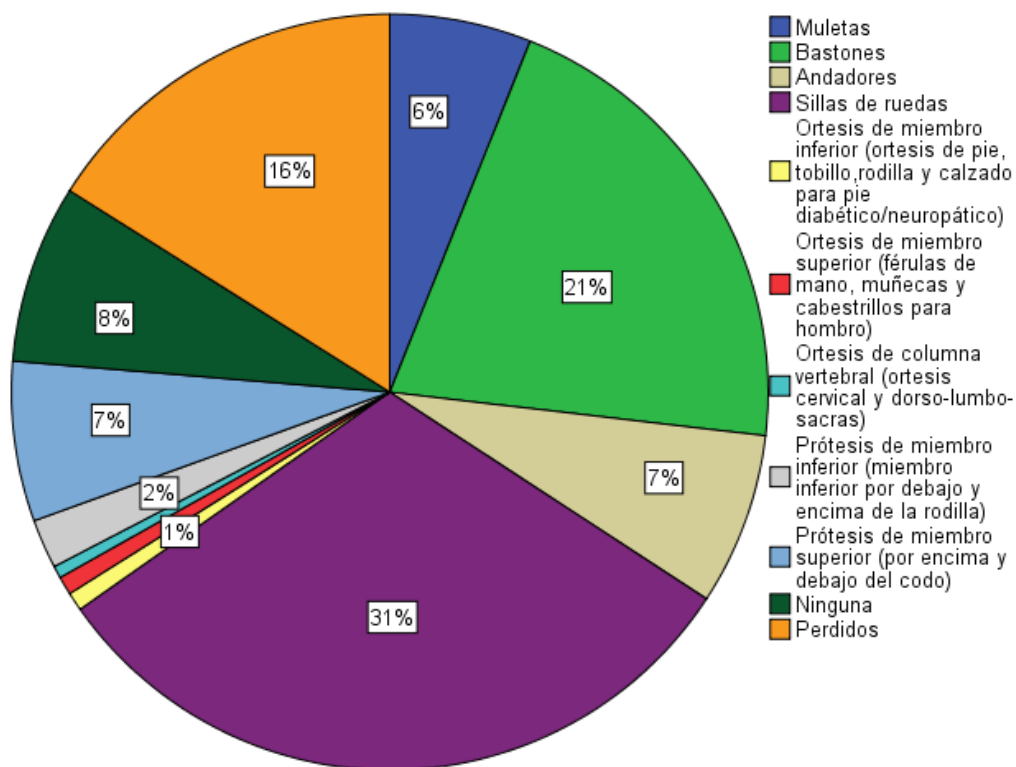
**Tabla 51***Tipo de dispositivo*

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Porcentaje válido</b>	<b>Porcentaje acumulado</b>
<b>Muletas</b>	23	6,1	7,2	7,2
<b>Bastones</b>	79	20,8	24,8	32,0
<b>Andadores</b>	28	7,4	8,8	40,8
<b>Sillas de ruedas</b>	118	31,1	37,0	77,7
<b>Ortesis de miembro inferior</b>	3	0,8	0,9	78,7
<b>Ortesis de miembro superior</b>	3	0,8	0,9	79,6
<b>Ortesis de columna vertebral</b>	2	0,5	0,6	80,3

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
<b>Prótesis de miembro inferior</b>	8	2,1	2,5	82,8
<b>Prótesis de miembro superior</b>	26	6,8	8,2	90,9
<b>Ninguna</b>	29	7,6	9,1	100,0
<b>Total</b>	319	83,9	100,0	
<b>Perdidos</b>				
<b>Sistema</b>	61	16,1		
<b>Total</b>	380	100,0		

*Nota:* La tabla indica los diferentes dispositivos que las personas con discapacidad física hacen uso para su movilidad.



**Figura 47***Tipo de dispositivo*

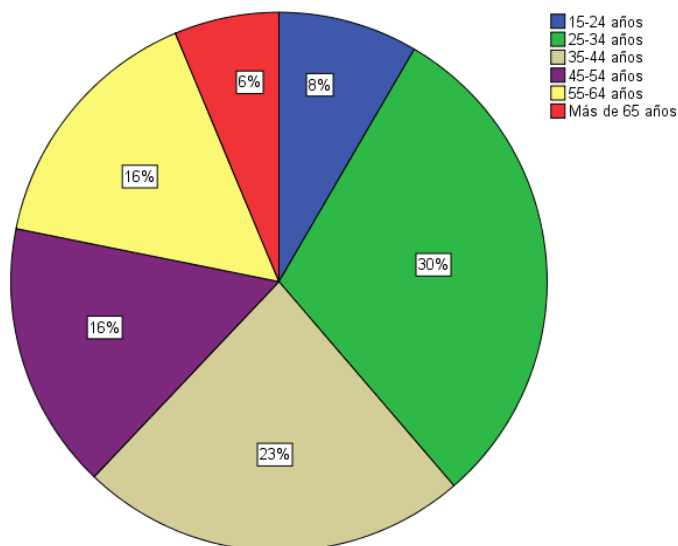
*Nota:* La figura representa los diferentes dispositivos que las personas con discapacidad física hacen uso para su movilidad.

**Análisis e interpretación:** Del total de las personas con discapacidad física el 31% utilizan como dispositivo prioritario para su movilidad a la silla de ruedas, seguido por los bastones con un 21%, por otro lado, el 16% representa a los cuidadores de personas con discapacidad física, dicho porcentaje refleja el 6% de personas que no utilizan un dispositivo de apoyo, mientras que el 4% usan silla de ruedas y andadores, finalmente el 1% maneja muletas, bastones y prótesis de miembro inferior.

**Tabla 52***Edad*

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Porcentaje válido</b>	<b>Porcentaje acumulado</b>
<b>15-24 años</b>	32	8,4	8,4	8,4
<b>25-34 años</b>	115	30,3	30,3	38,7
<b>35-44 años</b>	89	23,4	23,4	62,1
<b>45-54 años</b>	61	16,1	16,1	78,2
<b>55-64 años</b>	59	15,5	15,5	93,7
<b>Más de 65 años</b>	24	6,3	6,3	100,0
<b>Total</b>	380	100,0	100,0	

*Nota:* La tabla indica la edad de cada representante que se le realizó la encuesta.

**Figura 48***Edad*

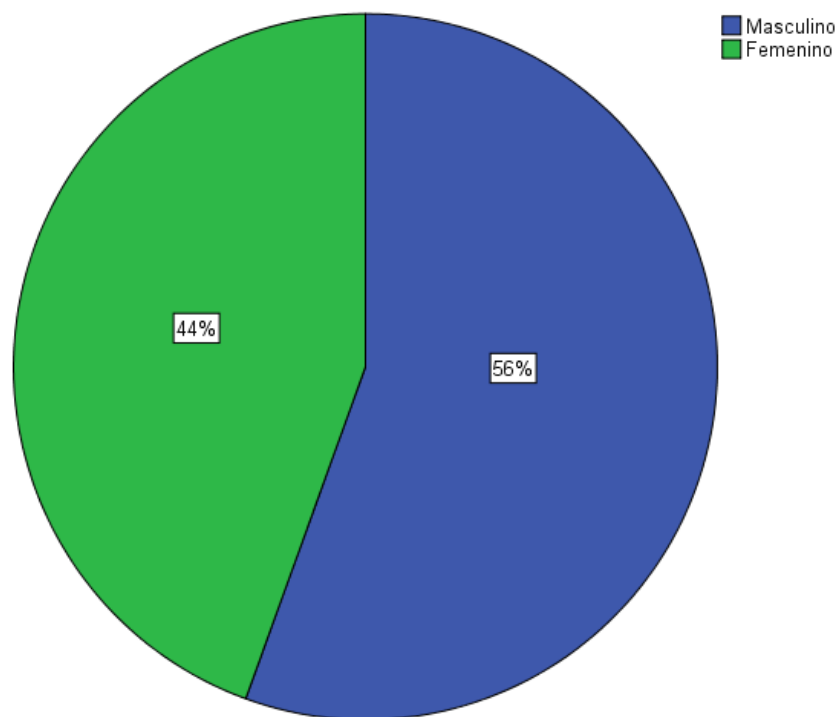
*Nota:* La figura representa la edad de cada representante que se le realizó la encuesta.

**Análisis e interpretación:** Del total de las personas encuestadas el 30% representa un rango de edad entre 25-34 años, seguido por un 23% de las personas que tienen entre 35-44 años, finalmente el 16% refleja la edad de los representantes con 45-64 años.

**Tabla 53***Género*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
<b>Masculino</b>	211	55,5	55,5	55,5
<b>Femenino</b>	169	44,5	44,5	100,0
<b>Total</b>	380	100,0	100,0	

*Nota:* La tabla indica el género de cada representante que se le realizó la encuesta.

**Figura 49***Género*

*Nota:* La figura representa el género de cada representante que se le realizó la encuesta.

**Análisis e interpretación:** Del total de las personas encuestadas el 44% se refiere al género femenino, mientras que el género masculino representa un 56%.

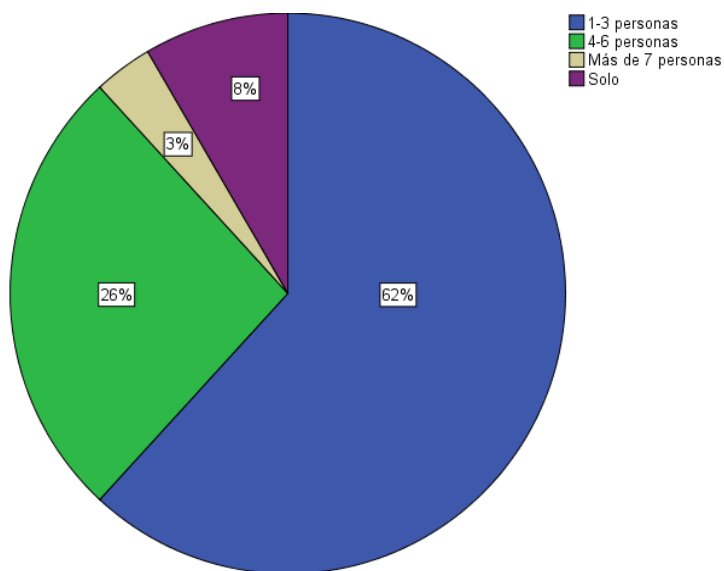
**Tabla 54***Número de personas con las que viaja*

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Porcentaje válido</b>	<b>Porcentaje acumulado</b>
<b>1-3 personas</b>	235	61,8	61,8	61,8
<b>4-6 personas</b>	100	26,3	26,3	88,2
<b>Más de 7 personas</b>	13	3,4	3,4	91,6
<b>Solo</b>	32	8,4	8,4	100,0
<b>Total</b>	380	100,0	100,0	

*Nota:* La tabla indica cuantas personas viajan con las personas con discapacidad física.

**Figura 50**

*Número de personas con las que viaja*



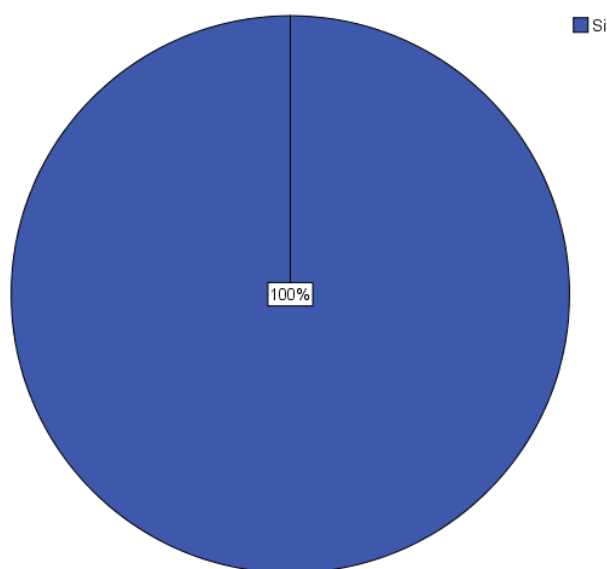
*Nota:* La figura representa cuantas personas viajan con las personas con discapacidad física.

**Análisis e interpretación:** Del total de las personas encuestadas se menciona que el 62% viajan acompañadas con 1-3 personas, por lo que el 26% busca viajar con 4-6 personas, mientras que el 8% prefiere viajar solo, finalmente el 3% viaja con más de 7 personas.

**Tabla 55***Visita a un establecimiento hotelero*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Si	380	100,0	100,0	100,0

*Nota:* La tabla indica si las personas con discapacidad física han visitado un establecimiento hotelero.

**Figura 51***Visita a un establecimiento hotelero*

*Nota:* La figura representa si las personas con discapacidad física han visitado un establecimiento hotelero.

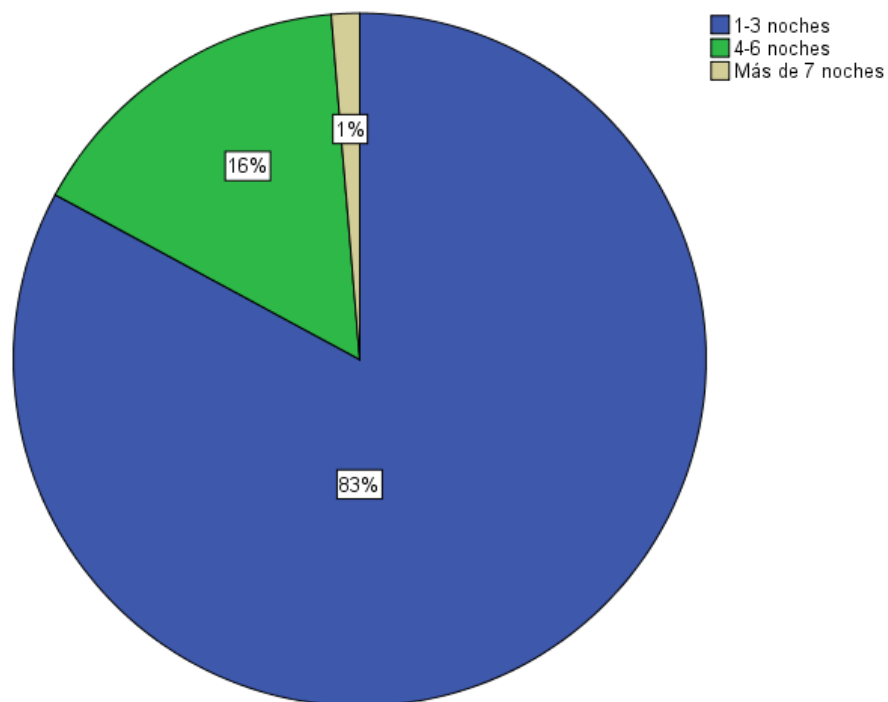
**Análisis e interpretación:** Del total de las personas encuestadas se menciona que el 100% ha visitado un establecimiento hotelero.

**Tabla 56***Días de pernoctación*

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Porcentaje válido</b>	<b>Porcentaje acumulado</b>
<b>1-3 noches</b>	315	82,9	82,9	82,9
<b>4-6 noches</b>	60	15,8	15,8	98,7
<b>Más de 7 noches</b>	5	1,3	1,3	100,0
<b>Total</b>	380	100,0	100,0	

*Nota:* La tabla indica los días que pernoctan las personas con discapacidad física en un establecimiento hotelero.



**Figura 52***Días de pernoctación*

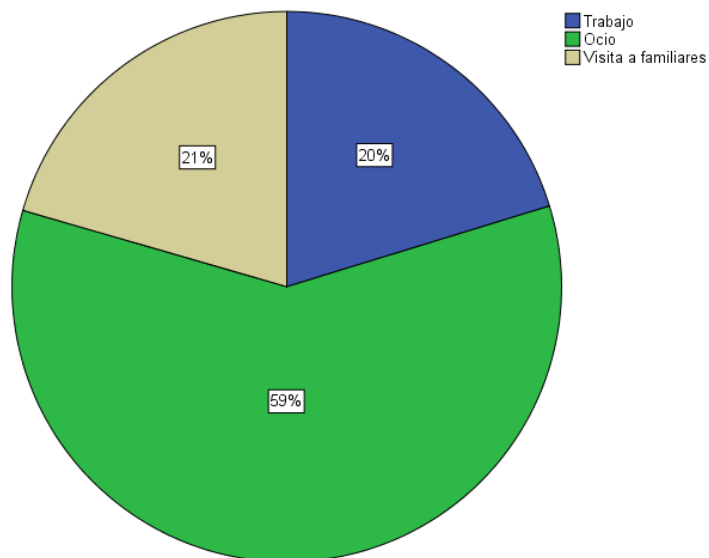
*Nota:* La figura representa los días que pernoctan las personas con discapacidad física en un establecimiento hotelero.

**Análisis e interpretación:** Del total de las personas encuestadas se menciona que el 83% pernoctan entre 1-3 noches, por lo que el 16% buscan hospedarse entre 4-6 noches, finalmente el 1% se aloja más de 7 noches en el establecimiento hotelero.

**Tabla 57***Objetivo de viaje*

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Porcentaje válido</b>	<b>Porcentaje acumulado</b>
<b>Trabajo</b>	77	20,3	20,3	20,3
<b>Ocio</b>	225	59,2	59,2	79,5
<b>Visita a familiares</b>	78	20,5	20,5	100,0
<b>Total</b>	380	100,0	100,0	

*Nota:* la tabla indica el objetivo de viaje que los encuestados tienen para viajar.

**Figura 53***Objetivo de viaje*

*Nota:* La figura representa el objetivo de viaje que los encuestados tienen para viajar.

**Análisis e interpretación:** Del total de las personas encuestadas el 59% viaja por motivo de ocio, por otro lado, el 21% tiene como objetivo de viaje visitar a familiares y finalmente un 20% realiza viajes por trabajo.

**Tabla 58**

*Resultados de la perspectiva del servicio recibido en alojamientos.*

	<b>Cuestiones</b>	<b>Red de Turismo Accesible</b>	<b>FENEDIF</b>	<b>Valoración dimensión</b>
<b>Personal</b>	1. El personal está capacitado en la atención al turista con discapacidad.	2,29	2,7	
	2. El personal está dispuesto a ayudar a los clientes con discapacidad.	3,03	3,45	
	3. Los empleados se preocupan por resolver los problemas del huésped con discapacidad.	2,87	3,35	
	4. El personal se esfuerza por conocer las necesidades de cada cliente.	2,83	3,6	
	5. El personal es competente y profesional.	2,95	3,5	
	6. Siempre hay personal disponible para proporcionar al cliente información cuando lo necesita.	2,98	3,75	

	Cuestiones	Red de	FENEDIF	Valoración dimensión
		Turismo Accesible		
Instalaciones	7. El personal es confiable.	3,17	3,7	
	8. El personal tiene un aspecto limpio y aseado.	3,57	4,05	
	<b>Valoración Media Dimensión</b>	<b>2,96</b>	<b>3,51</b>	<b>3,24</b>
	9. Las diferentes dependencias e instalaciones resultan accesibles.	2,38	2,7	
	10. Las dependencias y equipamiento del edificio (ascensores, habitaciones, pasillos) están bien conservados y adecuadas para huéspedes con discapacidad.	2,50	3	
	11. Las instalaciones son confortables y acogedoras (uno se siente a gusto en ellas).	3,07	3,45	
	12. Las instalaciones son seguras (cumplen con las normas de seguridad).	3,04	3,55	
	13. Las instalaciones están limpias.	3,51	3,95	
	<b>Valoración Media Dimensión</b>	<b>2,90</b>	<b>3,33</b>	<b>3,11</b>

	<b>Cuestiones</b>	<b>Red de Turismo Accesible</b>	<b>FENEDIF</b>	<b>Valoración dimensión</b>
<b>Organización</b>	<b>14.</b> Se consigue fácilmente información sobre los diferentes servicios que solicita el cliente.	2,90	3,25	
	<b>15.</b> Se actúa con discreción y se respeta la intimidad del cliente.	3,46	3,9	
	<b>16.</b> Siempre hay alguna persona de la dirección a disposición del cliente para cualquier problema que pueda surgir.	3,11	3,6	
	<b>17.</b> Los diferentes servicios funcionan con rapidez.	3,06	3,65	
	<b>18.</b> Los datos y la información sobre la estancia del cliente son correctos.	3,33	3,7	
	<b>19.</b> Se resuelve de forma eficaz cualquier problema que pueda tener el cliente.	3,14	3,8	
	<b>20.</b> El cliente con discapacidad es prioridad en el establecimiento hotelero.	2,68	3,1	
	<b>21.</b> Se manejan tarifas preferenciales para las personas con discapacidad.	2,39	2,85	

Cuestiones	Red de Turismo Accesible	FENEDIF	Valoración dimensión
<b>Valoración Media Dimensión</b>	<b>3,01</b>	<b>3,48</b>	<b>3,25</b>
<b>Valoración Media Dimensión por Encuestados</b>	<b>2,96</b>	<b>3,44</b>	
<b>Valoración Global de la Percepción</b>			<b>3,20</b>

*Nota:* La tabla indica el detalle de los resultados de la perspectiva del servicio recibido en los alojamientos.

**Análisis e interpretación:** Según el modelo HOTELQUAL, se puede visualizar en la tabla que las encuestas realizadas a través de la Red de Turismo Accesible REDTAEAC, los encuestados han valorado el servicio con una puntuación de 2,96 (sobre un máximo de 5), siendo las instalaciones la dimensión con menor puntaje con un 2,90 (sobre un máximo de 5). Por otro lado, los trabajadores de la FENEDIF han valorado el servicio con un 3,44 (sobre un máximo de 5), siendo la dimensión con nivel más bajo las instalaciones con una puntuación de 3,33 (sobre un máximo de 5).

En cuanto a la valoración global se puede visualizar que la puntuación obtenida con respecto a la perspectiva del servicio que han recibido al momento de acudir a un establecimiento hotelero es de 3,20 que no es una apreciación sobresaliente del servicio. En donde, los establecimientos hoteleros deben esforzarse en mejorar el servicio en las dimensiones del personal, instalaciones y organización. Puesto que la

dimensión de instalaciones es la menor valorada con un 3,11 (sobre un máximo de 5), se debe analizar cada una de las variables que contiene esta dimensión para comprobar cuál o cuáles de ellas son prioritarias a la hora de llevar a cabo las medidas de corrección.

**Tabla 59**

*Resultados de la expectativa del servicio en los alojamientos.*

	<b>Cuestiones</b>	<b>Red de Turismo Accesible</b>	<b>FENEDIF</b>	<b>Valoración dimensión</b>
<b>Personal</b>	1. El personal está capacitado en la atención al turista con discapacidad.	2,93	3,3	
	2. El personal está dispuesto a ayudar a los clientes con discapacidad.	3,26	3,35	
	3. Los empleados se preocupan por resolver los problemas del huésped con discapacidad.	3,21	3,6	
	4. El personal se esfuerza por conocer las necesidades de cada cliente.	3,29	3,6	



Cuestiones	Red de Turismo Accesible	FENEDIF	Valoración dimensión
5. El personal es competente y profesional.	3,25	3,6	
6. Siempre hay personal disponible para proporcionar al cliente información cuando lo necesita.	3,23	3,7	
7. El personal es confiable.	3,43	4	
8. El personal tiene un aspecto limpio y aseado.	3,62	4	
<b>Valoración Media Dimensión</b>	<b>3,28</b>	<b>3,64</b>	<b>3,46</b>

	<b>Cuestiones</b>	<b>Red de Turismo Accesible</b>	<b>FENEDIF</b>	<b>Valoración dimensión</b>
<b>Instalaciones</b>	<b>9.</b> Las diferentes dependencias e instalaciones resultan accesibles.	2,95	3,5	
	<b>10.</b> Las dependencias y equipamiento del edificio (ascensores, habitaciones, pasillos) están bien conservados y adecuadas para huéspedes con discapacidad.	3,04	3,65	
	<b>11.</b> Las instalaciones son confortables y acogedoras (uno se siente a gusto en ellas).	3,25	3,65	
	<b>12.</b> Las instalaciones son seguras (cumplen con las normas de seguridad).	3,26	3,65	
	<b>13.</b> Las instalaciones están limpias.	3,25	4	
	<b>Valoración Media Dimensión</b>	<b>3,15</b>	<b>3,69</b>	<b>3,42</b>

	<b>Cuestiones</b>	<b>Red de Turismo Accesible</b>	<b>FENEDIF</b>	<b>Valoración dimensión</b>
<b>Organización</b>	<b>14.</b> Se consigue fácilmente información sobre los diferentes servicios que solicita el cliente.	3,16	3,9	
	<b>15.</b> Se actúa con discreción y se respeta la intimidad del cliente.	3,36	3,85	
	<b>16.</b> Siempre hay alguna persona de la dirección a disposición del cliente para cualquier problema que pueda surgir.	3,28	4	
	<b>17.</b> Los diferentes servicios funcionan con rapidez.	3,25	4	
	<b>18.</b> Los datos y la información sobre la estancia del cliente son correctos.	3,36	3,95	

	<b>Cuestiones</b>	<b>Red de Turismo Accesible</b>	<b>FENEDIF</b>	<b>Valoración dimensión</b>
<b>Organización</b>	<b>19.</b> Se resuelve de forma eficaz cualquier problema que pueda tener el cliente.	3,23	3,8	
	<b>21.</b> Se manejan tarifas preferenciales para las personas con discapacidad.	3,03	3,45	
	<b>Valoración Media Dimensión</b>	<b>3,23</b>	<b>3,83</b>	<b>3,53</b>
	<b>Valoración Media Dimensión por Encuestados</b>	<b>3,22</b>	<b>3,72</b>	
	<b>Valoración Global de la Expectativa</b>			<b>3,47</b>

*Nota:* La tabla indica el detalle de los resultados de la expectativa del servicio que esperan recibir en los alojamientos.

**Análisis e interpretación:** Según el modelo HOTELQUAL, se puede visualizar en la tabla que los encuestados por la Red de Turismo Accesible REDTAEC han valorado el servicio con una puntuación de 3,22 (sobre un máximo de 5), siendo las instalaciones la dimensión menor valorada con un 3,15 (sobre un máximo de 5).

Por otro lado, los trabajadores de la FENEDIF han valorado al servicio con un puntaje de 3,72 (sobre un máximo de 5), siendo el personal la dimensión con nivel más bajo con un 3,64 (sobre un máximo de 5).

En cuanto a la valoración global se puede visualizar que la puntuación obtenida con respecto a la expectativa del servicio que esperan recibir al momento de acudir a un establecimiento hotelero es de 3,47 que no es una apreciación sobresaliente del servicio. En donde, los establecimientos hoteleros deben esforzarse en mejorar el servicio en las dimensiones del personal, instalaciones y organización. Puesto que la dimensión menor valorada son las instalaciones con un 3,42 (sobre un máximo de 5), se debe analizar cada una de las variables que contiene esta dimensión para comprobar cuál o cuáles de ellas son prioritarias a la hora de llevar a cabo las medidas de corrección.

**Tabla 60***Detalle de la dimensión con menor puntaje de la percepción*

<b>Perspectiva</b>				
	<b>Cuestiones</b>	<b>Red de Turismo Accesible</b>	<b>FENEDIF</b>	<b>Valoración dimensión</b>
<b>Instalaciones</b>	<b>9.</b> Las diferentes dependencias e instalaciones resultan accesibles.	2,38	2,7	2,54
	<b>10.</b> Las dependencias y equipamiento del edificio (ascensores, habitaciones, pasillos) están bien conservados y adecuadas para huéspedes con discapacidad.	2,50	3	2,75
	<b>11.</b> Las instalaciones son confortables y acogedoras (uno se siente a gusto en ellas).	3,07	3,45	3,26
	<b>12.</b> Las instalaciones son seguras (cumplen con las normas de seguridad).	3,04	3,55	3,29
	<b>13.</b> Las instalaciones están limpias.	3,51	3,95	3,73
	<b>Valoración Media Dimensión</b>	<b>2,90</b>	<b>3,33</b>	<b>3,11</b>

*Nota:* La tabla indica el detalle de la dimensión con menor puntaje de la percepción recibida al momento de acudir a un establecimiento hotelero.

**Tabla 61**

*Detalle de la dimensión con menor puntaje de la expectativa*

<b>Expectativa</b>			
<b>Cuestiones</b>	<b>Red de</b>	<b>FENEDIF</b>	<b>Valoración dimensión</b>
	<b>Turismo Accesible</b>		
<b>Instalaciones</b>	9. Las diferentes dependencias e instalaciones resultan accesibles.	2,95	3,22
	10. Las dependencias y equipamiento del edificio (ascensores, habitaciones, pasillos) están bien conservados y adecuadas para huéspedes con discapacidad.	3,04	3,35
	11. Las instalaciones son confortables y acogedoras (uno se siente a gusto en ellas).	3,25	3,45
	12. Las instalaciones son seguras (cumplen con las normas de seguridad).	3,26	3,46
	13. Las instalaciones están limpias.	3,25	3,63
<b>Valoración Media Dimensión</b>		<b>3,15</b>	<b>3,42</b>

*Nota:* La tabla indica el detalle de la dimensión con menor puntaje de la expectativa del servicio que esperan recibir al momento de acudir a un establecimiento hotelero.

**Análisis e interpretación:** En el análisis de cada una de las variables refleja que “Las diferentes dependencias e instalaciones resultan accesibles” y “Las dependencias y equipamiento del edificio (ascensores, habitaciones, pasillos) están bien conservados y adecuadas para huéspedes con discapacidad”, son las que están por debajo de la puntuación de la media. El resto de las variables pueden considerarse bien valoradas e incluso la variable “Las instalaciones están limpias” se valora de forma muy positiva.

En definitiva, al parecer los clientes encuentran las instalaciones poco accesibles y con el equipamiento no bien conservado y adecuados para las personas con discapacidad física. Una medida inmediata que se podría tomar al respecto consistiría en revisar constantemente la accesibilidad y el estado del equipamiento de los establecimientos hoteleros.

### **3.7 Comprobación de la Hipótesis**

Para realizar la comprobación de la hipótesis se tomó como referencia el método de la distribución de Chi Cuadrado, por lo que, esta estadística puede utilizarse en pruebas de adecuación del ajuste para determinar si ciertos modelos se acoplan a los datos observados. (Malhotra, 2004, p. 523)

El Chi-cuadrado es un *“estadístico que se utiliza para comprobar la significatividad estadística de la asociación observada en una tabulación cruzada”*.

(Águeda, E.; Molina, A, 2014, p. 189)



### 3.7.1. Planteamiento de la Hipótesis

**Ho:** La atención al cliente de personas con discapacidad física no aporta al desarrollo del turismo accesible en las hosterías del cantón Quito.

**H1:** La atención al cliente de personas con discapacidad física aporta al desarrollo del turismo accesible en las hosterías del cantón Quito.

El método que se utilizó para la comprobación de hipótesis corresponde al Chi-cuadrado. A continuación, se indicará la aplicación del cálculo matemático.

### 3.7.2. Construcción de variables

Para determinar si la hipótesis se cumple es necesario, plantear condiciones a las que dominan las variables de estudio, posterior a ello, se debe comprobar los elementos y someterlos al cálculo matemático de Chi-cuadrado.

#### ✓ **Variable Independiente**

Para la variable “Turismo Accesible” se ha valorado el servicio de los prestadores de alojamiento, en cuanto a factores que reflejan la capacitación del personal, seguridad de las instalaciones, certificación de accesibilidad, gestión empresarial, información y documentación accesible, para la recolección de datos de esta variable se utilizó un instrumento estructurado.

Las preguntas generadas se las ha sometido a condicionantes para crear rangos de valor sin alterar los resultados, más bien igualar sus factores de evaluación. A continuación, se explican los condicionantes:

**Tabla 62***Condicionantes para el SI y NO*

<b>Condicionantes</b>	<b>Explicación</b>
<b>Factor SI=1</b>	Si los valores del resultado total de cada pregunta realizada en la encuesta supera la media o moda. O en las preguntas con opción múltiple se tendrá en cuenta los factores que afecten en los servicios de atención al cliente por parte de los prestadores de alojamiento.
<b>Factor NO=1</b>	Los ítems serán NO = 1, cuando las respuestas totales evaluadas superen la media en él NO o en condiciones adversas a la atención al cliente.

*Nota:* La tabla indica los condicionantes para el SI y NO de las variables.

**Tabla 63***Construcción de la variable independiente*

<b>Modalidades de turismo</b>		
<b>Barreras Sociales</b>	<b>SI</b>	<b>NO</b>
<b>Porcentaje de hosterías que conocen acerca del turismo accesible.</b>		
1. ¿Conoce acerca del turismo accesible?	1	0
2. Según su criterio, señale los beneficios más relevantes del turismo accesible para su establecimiento hotelero.	1	0
3. ¿Qué tipos de discapacidad conoce?	1	0
<b>Porcentaje de hosterías que conocen acerca del turismo accesible.</b>		
1. ¿Conoce qué es la discapacidad física?	1	0
<b>Total, de los ítems valoración de las hosterías que conocen el turismo accesible.</b>	<b>4</b>	<b>0</b>

<b>Modalidades de turismo</b>		
<b>Barreras Sociales</b>	<b>SI</b>	<b>NO</b>
<b>Porcentaje de alojamientos en los que existe un sistema de gestión empresarial de la accesibilidad</b>		
8. ¿Cuántas personas trabajan en su establecimiento hotelero?	0	1
9. ¿Cuántas personas con discapacidad trabajan en su establecimiento hotelero?	0	1
10. ¿El personal de su establecimiento cuenta con información de contacto sobre los servicios complementarios que pueda requerir una persona con discapacidad?	0	1
17. Fomenta con sus empleados temas de turismo accesible para la mejora interna de la empresa.	1	0
18. Admite y da solución su empresa a las reclamaciones de sus clientes con discapacidad.	1	0
19. Brinda su empresa apoyo económico a proyectos relacionados con el turismo accesible.	0	1

<b>Modalidades de turismo</b>		
<b>Barreras Sociales</b>	<b>SI</b>	<b>NO</b>
<b>Porcentaje de alojamientos en los que existe un sistema de gestión empresarial de la accesibilidad</b>		
20. Hace partícipes a sus clientes, colaboradores, proveedores y otras partes interesadas a mejorar la inclusión social en su empresa.	1	0
21. Existe un protocolo que garantiza la ejecución de medidas adecuadas ante la pandemia COVID-19.	1	0
22. Ha tomado su empresa las medidas adecuadas de bioseguridad para proporcionar suficiente protección a sus empleados en materia de seguridad, salud, protección e inclusión social frente a la pandemia COVID-19.	1	0
23. Alienta a sus colaboradores para que participen en actividades de esterilización dentro del establecimiento hotelero.	1	0
<b>Total, del ítem de los alojamientos que existe un sistema de gestión empresarial de la accesibilidad</b>	<b>7</b>	<b>4</b>

<b>Modalidades de turismo</b>		
<b>Barreras Sociales</b>	<b>SI</b>	<b>NO</b>
<b>Porcentaje de establecimientos que cuentan con una certificación de accesibilidad.</b>		
15. ¿Su establecimiento cuenta con una o varias certificaciones de accesibilidad?	0	1
<b>Total, del ítem de los establecimientos que cuentan con una certificación de accesibilidad.</b>	<b>0</b>	<b>1</b>
<b>Porcentaje de alojamientos cuyo personal cuenta con formación en atención a personas con discapacidad.</b>		
5. ¿Su personal se ha capacitado en algún curso en atención al turista con discapacidad?	1	0
6. ¿Con qué frecuencia capacita al personal de su empresa?	1	0
7. ¿Las capacitaciones al personal se las realiza mediante?	1	0
<b>Total, del ítem de los alojamientos que tienen personal con formación en atención a personas con discapacidad.</b>	<b>3</b>	<b>0</b>
<b>Subtotal del Indicador Barreras Sociales</b>	<b>14</b>	<b>5</b>

<b>Modalidades de turismo</b>		
<b>Barreras de comunicación</b>	<b>SI</b>	<b>NO</b>
<b>Porcentaje de alojamientos con habitaciones accesibles para personas con movilidad reducida</b>		
11. ¿Su establecimiento dispone de habitaciones accesibles?	1	0
<b>Total, del ítem de las habitaciones accesibles</b>	<b>1</b>	<b>0</b>
<b>Porcentaje de alojamientos con otros servicios accesibles (cafetería, restaurante, sala de reuniones, gimnasio, spa, piscina, etc.)</b>		
12. ¿Su establecimiento cuenta con servicios accesibles (cafetería, restaurante, sala de reuniones, gimnasio, spa, piscina, etc.), para usuarios con discapacidad?	1	0
<b>Total, del ítem de alojamientos con otros servicios accesibles (cafetería, restaurante, sala de reuniones, gimnasio, spa, piscina, etc.)</b>	<b>1</b>	<b>0</b>

<b>Modalidades de turismo</b>		
<b>Barreras de Comunicación</b>	<b>SI</b>	<b>NO</b>
<b>Porcentaje de alojamientos, entre los que prestan servicio de restauración, que se adaptan a las necesidades nutricionales especiales de sus usuarios</b>		
13. ¿El servicio de restauración que ofrece su establecimiento se adapta a las necesidades nutricionales especiales de sus usuarios?	1	0
<b>Total, del ítem de los establecimientos que prestan servicio de restauración adaptado a los usuarios.</b>	<b>1</b>	<b>0</b>
<b>Porcentaje de alojamientos que cuentan con información y documentación accesible (carta de servicios, menús, tarjetas/llaves de las habitaciones, plano de evacuación, etc.)</b>		
14. ¿Cuenta su establecimiento con un protocolo de evacuación específico para personas con discapacidad?	1	0
24. ¿La página web de su empresa cuenta con formato accesible para personas con discapacidad e información para prevenir contagios de la pandemia COVID-19?	0	1



<b>Modalidades del Turismo</b>		
<b>Barreras de Comunicación</b>	<b>SI</b>	<b>NO</b>
<b>Total, del ítem de los alojamientos que tienen personal con formación en atención a personas con discapacidad.</b>	<b>1</b>	<b>1</b>
<b>Subtotal del Indicador Barreras de comunicación</b>	<b>4</b>	<b>1</b>
<b>Total, de los Indicadores</b>	<b>18</b>	<b>6</b>

*Nota:* La tabla indica la construcción de la variable independiente.

**Tabla 64**

*Variable independiente por categoría*

<b>Modalidades de turismo</b>	<b>SI</b>	<b>NO</b>
Barreras Sociales	14	5
Barreras de Comunicación	4	1
<b>Total</b>	<b>18</b>	<b>6</b>

*Nota:* La tabla indica la variable independiente por categoría.

Con la suma de las variables y los valores de cada dimensión se establecen datos definitivos que servirán para el cálculo de la comprobación de hipótesis.

✓ **Variable dependiente**

Para la variable “Atención al cliente” se ha valorado la percepción del servicio al momento de acudir a un establecimiento hotelero, en cuanto a factores que reflejan la atención al cliente por parte del personal, instalaciones y organización, para la recolección de datos de esta variable se utilizó un instrumento estructurado por el modelo HOTELQUAL.

A las preguntas establecidas por el modelo HOTEQUAL se las ha sometido a condicionantes para crear rangos de valor sin alterar los resultados, más bien igualar sus factores de evaluación. Los condicionantes se explican en la siguiente tabla:

**Tabla 65**

*Condicionantes para el SI y NO*

<b>Condicionantes</b>	<b>Explicación</b>
<b>Factor SI=1</b>	El modelo HOTELQUAL tiene una valoración de 1 a 5, siendo 1 la calificación más baja y 5 la más alta, Por lo cual, si lo valores del resultado total de las preguntas realizadas, superan la media, su valoración será positiva en la percepción de los factores que afecten a la atención al cliente por parte de los prestadores de alojamiento.
<b>Factor NO=1</b>	El modelo HOTELQUAL tiene una valoración de 1 a 5, siendo 1 la calificación más baja y 5 la más alta, Los ítems serán NO=1 cuando las respuestas totales evaluadas obtengan una calificación en percepción menor a la media, siendo estas condiciones desfavorables para la atención al cliente.

*Nota:* La tabla indica los condicionantes para el SI y NO de las variables.

**Tabla 66***Construcción de la variable dependiente*

<b>Percepción</b>		
<b>Evaluación del Personal</b>		
<b>Elementos Intangibles</b>	<b>SI</b>	<b>NO</b>
<b>Competencia y profesionalismo</b>		
1.El personal está capacitado, en la atención al turista con discapacidad.	0	1
2.El personal está dispuesto a ayudar a los clientes con discapacidad.	1	0
5.El personal es competente y profesional.	1	0
<b>Total, del ítem competencia y profesionalismo</b>	<b>2</b>	<b>1</b>
<b>Confiabilidad</b>		
3.Los empleados se preocupan por resolver los problemas del huésped con discapacidad.	1	0
4.El personal se esfuerza por conocer las necesidades de cada cliente.	1	0
6.Siempre hay personal disponible para proporcionar al cliente información cuando lo necesita.	1	0
7.El personal es confiable.	1	0
<b>Total, del ítem confiabilidad</b>	<b>4</b>	<b>0</b>

<b>Percepción</b>		
<b>Evaluación del Personal</b>		
<b>Elementos Intangibles</b>	<b>SI</b>	<b>NO</b>
<b>Higiene Personal</b>		
8. El personal tiene un aspecto limpio y aseado.	1	0
<b>Total, del ítem de higiene personal</b>	<b>1</b>	<b>0</b>
<b>Subtotal del Indicador Evaluación del Personal</b>	<b>7</b>	<b>1</b>
<b>Evaluación de Instalaciones</b>		
<b>Seguridad</b>	<b>SI</b>	<b>NO</b>
<b>Seguridad de las instalaciones</b>		
9. Las diferentes dependencias e instalaciones resultan accesibles.	0	1
10. Las dependencias y equipamiento del edificio (ascensores, habitaciones, pasillos) están bien conservados y adecuadas para huéspedes con discapacidad.	1	0
<b>Total, del ítem de seguridad de las instalaciones</b>	<b>1</b>	<b>1</b>
<b>Confort de las instalaciones</b>		
11. Las instalaciones son confortables y acogedoras (uno se siente a gusto en ellas).	1	0
12. Las instalaciones son seguras (cumplen con las normas de seguridad).	1	0
<b>Total, del ítem del confort en instalaciones</b>	<b>2</b>	<b>0</b>

<b>Percepción</b>		
<b>Evaluación de Instalaciones</b>		
<b>Limpieza de las instalaciones</b>	<b>SI</b>	<b>NO</b>
13. Las instalaciones están limpias.	1	0
<b>Total, del ítem limpieza de instalaciones</b>	<b>1</b>	<b>0</b>
<b>Subtotal del Indicador Evaluación de las Instalaciones</b>	<b>4</b>	<b>1</b>
<b>Organización del Servicio</b>		
<b>Capacidad de respuesta</b>	<b>SI</b>	<b>NO</b>
<b>Respeto al cliente</b>		
14. Se consigue fácilmente información sobre los diferentes servicios que solicita el cliente.	1	0
18. Los datos e información sobre la estancia del cliente son correctos.	1	0
<b>Total, del ítem respeto al cliente.</b>	<b>2</b>	<b>0</b>
<b>Discreción</b>		
15. Se actúa con discreción y se respeta la intimidad del cliente.	1	0
<b>Total, del ítem discreción</b>	<b>1</b>	<b>0</b>

<b>Percepción</b>		
<b>Organización del servicio</b>		
	<b>SI</b>	<b>NO</b>
<b>Capacidad de respuesta</b>		
<b>Resolución de problemas</b>		
6. Siempre hay alguna persona de la dirección a disposición del cliente para cualquier problema que pueda surgir.	1	0
19. Se resuelve de forma eficaz cualquier problema que pueda tener el cliente.	1	0
20. El cliente con discapacidad es prioridad en el establecimiento hotelero.	1	0
<b>Total, del ítem resolución de problemas</b>	<b>3</b>	<b>0</b>
<b>Rapidez en el servicio</b>		
7. Los diferentes servicios funcionan con rapidez.	1	0
21. Se manejan tarifas preferenciales para las personas con discapacidad.	0	1
<b>Total, del ítem organización del servicio (capacidad de respuesta)</b>	<b>1</b>	<b>1</b>
<b>Subtotal del indicador Organización del Servicio</b>	<b>7</b>	<b>1</b>
<b>Total, de los Indicadores</b>	<b>18</b>	<b>3</b>

*Nota:* La tabla indica la construcción de la variable dependiente.

**Tabla 67***Variable dependiente por categoría*

<b>Variable dependiente por categoría</b>		
<b>Evaluación del personal</b>	<b>SI</b>	<b>NO</b>
Personal (elementos intangibles)	7	1
<b>Evaluación de las instalaciones</b>	<b>SI</b>	<b>NO</b>
Seguridad de las instalaciones	4	1
<b>Evaluación de la organización del servicio</b>	<b>SI</b>	<b>NO</b>
Organización del servicio (capacidad de respuesta)	7	1
<b>Total</b>	<b>18</b>	<b>3</b>

*Nota:* La tabla indica la variable dependiente por categoría.

### **3.7.3. Grados de libertad**

Hace referencia al hecho de que cada variable aleatoria puede moverse libremente dentro de su dominio, es decir, puede tomar cualquier valor de todos sus posibles, independiente de los valores que asuman las restantes variables aleatorias. Por eso los grados de libertad son igual al número de las variables independientes implicadas en su composición. (Osinski, 2018, p. 314)

Según La Cruz (2013), el valor de los grados de libertad “se relaciona con el número de veces que se usa la información de la muestra”. (La Cruz, 2013, p. 3)

**gl= (columnas-1) (filas-1)**

gl= (2-1) (5-1)

gl= (1) (4)

**gl= 4**

**Tabla 68**

*Grados de libertad*

<b>Grados de libertad</b>			
<b>Variables</b>	<b>SI</b>	<b>NO</b>	<b>Total, Vertical</b>
Barreras Sociales	14	5	19
Barreras de Comunicación	4	1	5
Personal (elementos intangibles)	7	1	8
Seguridad de las instalaciones	4	1	5
Organización del servicio (capacidad de respuesta)	7	1	8
<b>Total, horizontal</b>	<b>36</b>	<b>9</b>	<b>45</b>

*Nota:* La tabla indica los grados de libertad.



Para el caso de estudio se puede observar que se cuenta con 5 filas y 2 columnas y se procede al cálculo.

#### **3.7.4. Nivel de significancia**

Para obtener un estadístico aceptable se adquiere como dato  $\alpha = 0,05$  para establecer el área del extremo superior. A un nivel de significancia de 0,05 y a 4 grados de libertad, el valor crítico de la estadística Chi cuadrado  $\chi^2_t = 9.488$ . (Malhotra, 2004, p. 551)

#### **3.7.5. Regla de decisión**

La regla de decisión, como en cualquier contraste, es rechazar la hipótesis nula si el grado de significación, p-valor, es menor que el nivel de significancia  $\alpha$  elegido. O bien, si el valor del estadístico es mayor que el valor en tablas de la distribución chi cuadrado con  $(\text{filas}-1) * (\text{columna}-1)$  grados de libertad, al nivel de significancia  $\alpha$ , se rechaza la hipótesis nula y se acepta que existe relación entre ambas variables.

(Grande, I; Abascal, E, 2005, p. 134)

Entonces:

$H_0$ = Son independientes no hay relación.

$H_1$ = Están relacionadas.

En este caso:

Se rechaza  $H_0$   $\chi^2_c \geq \chi^2_t = 9.488$ .

### 3.7.6. Cálculo de la distribución Chi cuadrado

Al tomar la alternativa del cálculo matemático de Chi Cuadrado, con los datos de frecuencias observadas se procede a la aplicación de la fórmula.

#### Fórmula

$$X^2 = \sum \frac{x(O - E)^2}{E}$$

**Tabla 69**

*Cálculo de Chi-cuadrado*

<b>Cálculo de Chi-cuadrado</b>		
<b>Valores Observados</b>	<b>Valores esperados</b>	<b><math>\frac{(O - E)^2}{E}</math></b>
14	15,20	0,095
4	4,00	0,379
7	6,40	0
4	4,00	0
7	6,40	0,056
5	3,80	0,225
1	1,00	0
1	1,60	0
1	1,00	0,056
1	1,60	0,225
<b>TOTAL, X<sup>2</sup></b>		<b>1,036</b>
<b>CALCULADO</b>		

*Nota:* La tabla indica el cálculo del Chi-cuadrado.

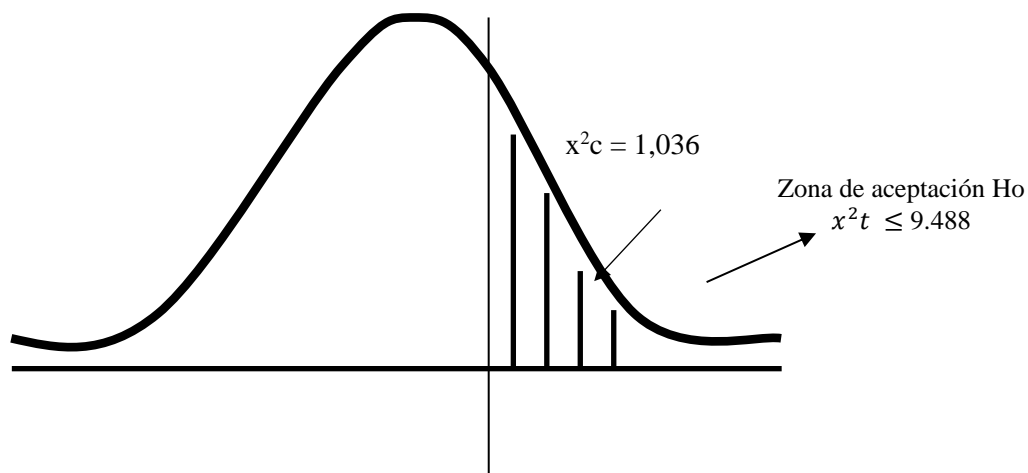
### 3.7.7. Decisión final

Se rechaza  $H_0$   $x^2_c=1,036 \geq x^2_t= 9,488$  y de acuerdo a lo establecido en la regla de decisión y se acepta la hipótesis nula, lo que quiere decir las variables no se encuentran correlacionadas entre sí, por lo que el turismo accesible no aporta a mejorar la atención al cliente de las personas con discapacidad física en las hosterías del cantón Quito.

A continuación, se muestra gráficamente la zona de aceptación de la hipótesis:

**Figura 54**

*Zona de aceptación de la hipótesis*



*Nota:* La figura representa la zona de aceptación de la hipótesis nula.

## CAPÍTULO IV

### PROPUESTA

#### 4.1. Antecedentes de la propuesta

De acuerdo a la investigación realizada se obtuvo como resultado hipótesis nula, es decir que la variable atención al cliente no tiene correlación con el turismo accesible.

Lo que significa, que la variable independiente “turismo accesible”, los beneficios más relevantes para una empresa turística es la inclusión de las personas con discapacidad, contribuyendo con la responsabilidad social, es por ello, que los clientes no solo buscan una buena atención, sino actividades turísticas inclusivas, los establecimientos hoteleros aparte de enfocarse en las barreras físicas, también deben crear procesos inclusivos.

Mientras que, en la variable dependiente “atención al cliente”, calificada por las personas con discapacidad física a través del modelo HOTELQUAL, dando un puntaje positivo a los ítems de atención al cliente, con una valoración de 3, 20 sobre un máximo de 5 puntos, ante la percepción del servicio recibido al visitar un establecimiento hotelero. Lo que quiere decir, que las personas con discapacidad, están conformes con la atención prestada por los alojamientos.

Finalmente, después de haber analizado las variables de estudio, se determina que, las hosterías deben hacer énfasis y trabajar en actividades turísticas inclusivas. Por ello se propone realizar, una guía didáctica de inclusión y atención al cliente para

personas con discapacidad física en las hosterías del cantón Quito a través del sistema QR, para mejorar los procesos inclusivos en los alojamientos.

#### **4.2. Presentación de la propuesta**

La guía didáctica de inclusión y atención al cliente para personas con discapacidad física, tiene como propósito aportar al desarrollo del turismo accesible en las hosterías del cantón Quito, así como también, pretende colaborar a las empresas a desarrollar actividades turísticas inclusivas direccionadas a un cliente o turista con discapacidad.

En la guía podrán encontrar información que oriente al prestador de servicio, ya sea respecto a las actividades turísticas inclusivas, como también recomendaciones para la atención del huésped con movilidad reducida, convirtiéndose en un establecimiento con servicios complementarios accesibles e inclusivos para el cliente mejorando su experiencia durante la estadía.

#### **4.3. Justificación**

La guía didáctica de inclusión y atención al cliente para personas con discapacidad física, es el resultado de la investigación, misma que permitirá a las hosterías del cantón Quito, implementar actividades turísticas inclusivas para personas con discapacidad física, convirtiéndose en una oportunidad de desarrollo y crecimiento interno para el establecimiento, de tal forma que se pueda seguir trabajando en un turismo para todos. Siendo una herramienta práctica y sencilla de los procesos inclusivos que se puede aplicar en las actividades turísticas de las hosterías, contribuyendo con un turismo accesible e inclusivo.

#### **4.4. Diseño de la propuesta**

Para el diseño de la guía didáctica de inclusión y atención al cliente para las personas con discapacidad física en las hosterías del cantón Quito, se tomará en cuenta la metodología de elaboración de guías de atención y protocolos (López,A. et, al.,2007 p. 24), que está compuesta de:

- Portada
- Portada interna
- Índice de contenido
- Introducción
- Objetivo
- Guía didáctica
- Bibliografía

La elaboración de la guía didáctica se basa en la metodología de: la guía de recomendaciones para un alojamiento inclusivo (SERNATUR, 2010), guía de buenas prácticas de accesibilidad para los establecimientos turísticos (P. R. E. de D. F. PREDIF, 2016) y la guía técnica para la elaboración de manuales de procedimientos (Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo, 2016), sirviendo de apoyo para el desarrollo de la misma.

#### 4.5. Desarrollo de la guía didáctica

##### Portada

Parte principal de la guía didáctica donde se indica el título completo, nombre de las autoras y directora del trabajo. Además, para dar realce de donde se realizó la investigación, se colocó los sellos representativos de la Universidad y carrera. La guía se podrá visualizar y descargar a través del código QR.

##### Figura 55

*Código QR*



*Nota:* La figura representa el Código QR.

**Figura 56**

*Portada*



*Nota:* La figura representa la portada de la guía.

### **Portada interna**

La portada interna, es la presentación donde muestra la información más completa de la guía: título de la guía, nombre de las autoras, colaboradores y diseñador gráfico, lugar y año que se realizó la guía didáctica.



**Figura 57***Portada interna*

*Nota:* La figura representa la portada interna de la guía.

**Índice de contenido**

Antecedentes

Introducción

Objetivo

1. Significado de los íconos de accesibilidad para personas con discapacidad física
2. ¿Qué es una hostería?
3. ¿Qué es el turismo accesible e inclusivo?

- 3.1. Importancia del turismo accesible e inclusivo
- 3.2. Ventajas del turismo accesible e inclusivo
- 3.3. Beneficios del turismo accesible e inclusivo
- 3.4. Beneficiarios
- 3.5. Personas con discapacidad física
- 3.6. Causas de la discapacidad física
- 3.7. Clasificación de la discapacidad física
- 3.8. Dispositivos de apoyo en la discapacidad física
- 4. ¿Qué es un proceso inclusivo?
- 5. Actividades turísticas inclusivas
  - 5.1. ¿A qué se refiere?
  - 5.2. ¿Qué se puede hacer?
  - 5.3. ¿Cómo se aplica?
    - 5.3.1. SPA
    - 5.3.2. Gimnasio
    - 5.3.3. Piscina
    - 5.3.4. Actividades recreativas
    - 5.3.5. Tours Accesibles

## 6. ¿Qué es atención al cliente?

### 6.1. Tipos de atención al cliente

### 6.2. Cualidades de una buena atención al cliente

### 6.3. Información Accesible

### 6.4. Atención al cliente con discapacidad

#### 6.4.1. Consejos para atender a una persona con discapacidad

### 6.5. Atención al cliente con discapacidad física

#### 6.5.1. Consejos para atender a una persona con discapacidad física

#### 6.5.2. Consejos para manejar dispositivo de apoyo (silla de ruedas) para personas con discapacidad física, por parte del personal de la hostería.

## 7. Protocolo de acción para hosterías ante el COVID-19

### 7.1. Protocolo de operación en hosterías

### 7.2. Actuaciones ante la detección de casos en un alojamiento turístico

## 8. Hosterías Cantón Quito

Hostería Guayllabamba

Hostería Kinde Raymi

Hostería Rukka Lodge

Hostería La Ponderosa

Hostería Mapali Lodge

Hostería San Carlos Tababela

Hostería La Casa del Colibrí

Hostería Alemana

Hostería Quinta Mi Refugio el Tablero

Hostería Santa Teresa

Hostería Ecológica Sumak Pakari

Hostería Perro Vago

Hostería San Alfonso

Hostería San Jorge

Hostería Airport Garden

Hostería Castillo del Valle

Hostería Casa del Viajero

Hostería Quinta Paraíso

Hostería Mi Huasipungo Tababela

Hostería Yumbo Spa and Resort

Hostería La Belle Vue Eco Lodge

Hostería Cardinis

Hostería Casa de Campo Tababela

Hostería Nayón Xtreme Valley Naxtreval

Hostería Rincón de Puembo

## Bibliografía

### **Antecedentes**

En la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE Sede Latacunga, se realizó la investigación con la temática “Estudio del turismo accesible y la atención al cliente para personas con discapacidad física en las hosterías del cantón Quito”, con el apoyo de la Federación Hotelera del Ecuador (AHOTEC).

De acuerdo a la investigación realizada se obtuvo como resultado hipótesis nula, es decir, que la variable atención al cliente no tiene correlación con el turismo accesible.

Lo que significa, que en la variable independiente “turismo accesible”, valorada a través de los indicadores de accesibilidad planteados en el Manual de turismo accesible Módulo IV por la Organización Mundial de Turismo (OMT), dando como resultado que los beneficios más relevantes para una empresa turística es la inclusión de las personas con discapacidad, contribuyendo con la responsabilidad social, es por ello, que los clientes no solo buscan una buena atención, sino actividades turísticas inclusivas. Los establecimientos hoteleros aparte de enfocarse en las barreras físicas, también deben crear procesos inclusivos.

Mientras que, la variable dependiente “atención al cliente”, calificada por las personas con discapacidad física a través del modelo HOTELQUAL, dando un puntaje

positivo a los ítems de atención al cliente, con una valoración de 3, 20 sobre un máximo de 5 puntos, ante la percepción del servicio recibido al visitar un establecimiento hotelero. Lo que quiere decir, que las personas con discapacidad, no solo esperan recibir una buena atención por parte de los alojamientos, sino que también buscan actividades inclusivas en las que puedan ser partícipes.

Finalmente, después de haber analizado las variables de estudio, se determina que, las hosterías deben hacer énfasis y trabajar en actividades turísticas inclusivas. Por ello se propone realizar, una guía didáctica de inclusión y atención al cliente para personas con discapacidad física en las hosterías del cantón Quito a través del sistema QR, para mejorar los procesos inclusivos en los alojamientos.

## **Introducción**

La elaboración de esta guía didáctica de inclusión y atención al cliente para personas con discapacidad física, se ha realizado con la finalidad de implementar actividades turísticas inclusivas en las hosterías del cantón Quito. Siendo una herramienta didáctica con procesos inclusivos, que aporten con la integridad social, disminuyendo las barreras de discriminación.

La guía tendrá temáticas, de turismo accesible e inclusivo, procesos de inclusión, actividades turísticas inclusivas, atención al cliente con discapacidad y protocolo de acción para hosterías ante el COVID-19, que ayudará a las empresas hoteleras a convertirse en un mercado competitivo con actividades inclusivas enfocadas a clientes y turistas con discapacidad física.

**¿A quién está dirigida la guía?**

La guía didáctica está dirigida a las hosterías, con el fin de implementar actividades turísticas inclusivas que aporten al desarrollo del turismo accesible.

**Objetivo**

Brindar información sobre los procesos de inclusión y atención al cliente a empresas hoteleras mediante una guía didáctica digital para visualizar a través del código QR.

## Desarrollo de la Propuesta

Para la elaboración de la guía didáctica de inclusión y atención al cliente para personas con discapacidad física en las hosterías del cantón Quito, se procede a mostrar el significado de los íconos de accesibilidad para personas con discapacidad física.

### 1. Significado de los íconos de accesibilidad

Los íconos que se usaron para el trabajo tienen como objetivo, mostrar de manera didáctica la información de los servicios o productos accesibles de las hosterías.

#### Figura 58

*Significado de los íconos*



*Nota:* La figura representa el significado de los íconos.



## 2. ¿Qué es una hostería?

Una hostería es *“un lugar que proporciona servicio de alojamiento a los clientes con comodidad, alimentos y bebidas, servicios complementarios, áreas recreativas por un valor a cambio, donde la oferta y la demanda tiene gran importancia en la rama hotelera”* (Concepto, definición.de Redacción, 2020, p. 1).

Según el Reglamento de Alojamiento Turístico define a la hostería como *“alojamiento turístico que tiene instalaciones para brindar hospedaje en habitaciones o cabañas, con baño privado, presta el servicio de alimentos y bebidas, sin perjuicio de prestar otros servicios complementarios. Cuenta con jardines, áreas verdes, zonas de recreación y deportes, estacionamiento”* (Ministerio de Turismo, 2016, p. 9).

Por otra parte, en el Reglamento General de Actividades Turísticas menciona que las hosterías son:

Establecimientos hoteleros, situados fuera de los núcleos urbanos, preferentemente en las proximidades de las carreteras, que esté dotado de jardines, zonas de recreación y deportes, en el que, mediante precio se preste servicios de alojamiento y alimentación al público en general, con una capacidad no menor de seis habitaciones. (Ley de Turismo, 2004, p. 8)

**Figura 59***Hostería*

*Nota:* La figura representa la definición de hostería.

### **3. Turismo accesible e inclusivo**

Para comprender acerca de la temática, las autoras consideran oportuno definir el turismo accesible e inclusivo, retroalimentando el conocimiento de los prestadores de servicios. A continuación, se considera varios sub-ítems relevantes para lograr un turismo para todos.

**Figura 60**

*Turismo Accesible e Inclusivo*



*Nota:* La figura representa el turismo Accesible e Inclusivo.

### **3.1. Importancia del turismo accesible e inclusivo**

Según la Organización Mundial de Turismo (2016), el turismo accesible e inclusivo son importantes, ya que *“contribuyen con el desarrollo social, ambiental y económico, haciendo énfasis en la mejora de la accesibilidad en ciudades para eliminar las barreras físicas que encuentran las personas con discapacidad o movilidad reducida”* (p. 10).

### 3.2. Beneficios del turismo accesible e inclusivo

El turismo está continuamente cambiando enfocándose en conocer los gustos del visitante, adelantándose a los cambios sociológicos y geopolíticos ofreciendo nuevas oportunidades de innovación en el negocio. Los turistas que aspiran y necesitan accesibilidad cuando viajan comienzan a ser un nicho de mercado importante, ofreciendo beneficios para aquellos destinos y empresas que se preparen para atenderlos.

#### Figura 61

*Beneficios del Turismo Accesible e Inclusivo*



*Nota:* La figura representa los beneficios del Turismo Accesible e Inclusivo.

### **3.3. Ventajas del turismo accesible e inclusivo**

El turismo accesible no se trata de una simple innovación académica. Alles M. (2009), menciona la relevancia que ha alcanzado en las dos últimas décadas creando una nueva forma de gestión en todas las empresas del sector turístico, dirigida a mejorar la accesibilidad de las personas discapacitadas, planteada no solo con interés lucrativo, sino con fines sociales.

### **3.4. Beneficiarios**

Según, la Organización Mundial de la Salud OMS (2011), reconoce que la discapacidad es:

Compleja, dinámica, multidimensional y objeto de discrepancia, con la evolución que ha tenido el término ha generado cambios de una perspectiva individual y médica de la discapacidad a una perspectiva estructural y social. Lo que ha generado un desvío desde un “modelo médico” asistencialista a un “modelo social” más integrador, dando a conocer que las personas son consideradas discapacitadas por la sociedad más no por sus cuerpos. (p. 10)

### **3.5. Personas con discapacidad física**

Para la Organización Mundial de la Salud (OMS), (citado en la Organización Mundial de Turismo. 2015) las personas con discapacidad física se definen como la persona que tiene disminución en la capacidad de movimiento o la dificultad para realizar actividades motoras convencionales, por causas genéticas, congénitas, adquiridas, temporales y permanentes. Además, las personas con discapacidad física cuentan con dispositivos de apoyo para facilitar su movilidad.

**Figura 62**

*Dispositivos de apoyo en la discapacidad física*



*Nota:* La figura representa los dispositivos de apoyo en la discapacidad física.

**4. ¿Qué es un proceso inclusivo?**

La Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO), hace referencia al proceso inclusivo como:

Un enfoque que responde positivamente a la diversidad de las personas y diferencias individuales, entendiendo que la diversidad no es un problema, sino una oportunidad para el enriquecimiento de la sociedad, a través de la activa participación en la vida familiar, educación, trabajo y en todos los procesos sociales, culturales y comunidades, los mismos que tiene como finalidad minimizar las barreras para que todos participen sin importar sus características físicas, mentales, sociales, contextos culturales, etc. (2019, p. 1)

**Figura 63***Proceso Inclusivo*

*Nota:* La figura representa el proceso inclusivo.

**5. Actividades turísticas inclusivas**

Puesto que, las actividades turísticas inclusivas buscan el bienestar para las personas con discapacidad, es oportuno implementar varias actividades en las hosterías, mismo que, los clientes adquieran nuevas experiencias acorde a sus capacidades. A continuación, varias alternativas que pueden aplicar las empresas en: Spa, Gimnasio, Piscina, Actividades recreativas y Tour accesible.

**Figura 64***Actividades turísticas inclusivas*

# Actividades Turísticas Inclusivas



*Nota:* La figura representa las actividades turísticas inclusivas.

## 6. ¿Qué es atención al cliente?

Según Casemeiro (2014), la atención al cliente se ha convertido en un elemento fundamental de diferenciación, ya que el actual mercado se ha vuelto extremadamente competitivo y los bienes y servicios ofertados son cada vez más parecidos entre sí. Una buena atención al cliente puede llegar a marcar la diferencia. (p. 28)

En este apartado, se podrá visualizar algunas definiciones y consejos que ayudarán a los prestadores de servicio para la mejorara interna de la empresa en cuanto a la atención al cliente con discapacidad.



**Figura 65***Atención al cliente*

*Nota:* La figura representa la atención al cliente.

## **7. Protocolo de acción para las hosterías ante el COVID-19**

Para obtener medidas adecuadas ante la pandemia COVID-19 es importante tener en cuenta algunos aspectos generales establecidos en el protocolo de acción para hosterías.

**Figura 66**

*Protocolo de acción para hosterías*



*Nota:* La figura representa el protocolo de acción para hosterías ante el COVID-19.

**8. Hosterías Cantón Quito**

El cantón Quito es un lugar lleno de historia, arte y cultura, siendo declarado Patrimonio Cultural de la Humanidad por la UNESCO en 1978, está ubicado al norte de la provincia de Pichincha, se divide en 32 parroquias urbanas y 33 parroquias rurales. Además, ofrece una variada lista de establecimientos hoteleros, amplia gama de actividades turísticas y experiencias para el visitante, en donde, los turistas pueden disfrutar de un ambiente confortable en compañía de familiares o amigos. Para finalizar,

se presenta los servicios, actividades y productos accesibles con los que cuentan las hosterías del cantón Quito.

**Figura 67**

*Hosterías cantón Quito*



*Nota:* La figura representa las hosterías cantón Quito.

## CONCLUSIONES

- La fundamentación teórica se elaboró basándose en la revisión bibliográfica obtenida de tesis, libros, artículos, etc., referente al turismo accesible y atención al cliente, siendo un paso clave para obtener información relevante que permitió el desarrollo del marco teórico y el análisis de las variables.
- Para el desarrollo de la investigación se utilizó dos metodologías, en cuanto a la variable independiente turismo accesible se tomó los indicadores de accesibilidad propuestos por la Organización Mundial de Turismo (2015), con respecto a la variable dependiente atención al cliente se valoró bajo las dimensiones del Modelo HOTELQUAL, mismo que mide la satisfacción de atención al cliente.
- Para el diagnóstico del turismo accesible, de 30 hosterías registradas en el Catastro del Ministerio de Turismo (2020) y la Federación Hotelera del Ecuador AHOTEC, de las cuales, solo 25 establecimientos hoteleros del cantón Quito realizaron la encuesta vía Google drive, por seguridad de los prestadores de servicios y de las investigadoras ante la pandemia COVID-19. Por otra parte, las 5 hosterías restantes debido a la situación que está atravesando el país, afirmaron que tuvieron que cerrar las instalaciones, por problemas económicos, personales que produjo la pandemia COVID-19 y por ende no se obtuvo información de las mismas.

- Para el análisis de la variable dependiente atención al cliente, se encuestó a 380 personas con discapacidad física del cantón Quito, se tuvo el apoyo de dos entidades como son: la Federación Nacional de Ecuatorianos con Discapacidad Física (FENEDIF) y la Red de Turismo Accesible (REDTAEC), para la aplicación del instrumento se utilizó la plataforma digital Google drive, debido que la encuesta fue aplicada durante la pandemia COVID-19, por lo que, se tenía que velar por la seguridad de las personas encuestadas e investigadoras.
- La investigación realizada dio como resultado hipótesis nula, es decir que la variable atención al cliente no tiene correlación con el turismo accesible. Lo que significa, que la variable independiente “turismo accesible”, se enfoca en la inclusión de las personas con discapacidad, contribuyendo con la responsabilidad social en las empresas hoteleras. Mientras que, la variable dependiente “atención al cliente”, calificada por las personas con discapacidad física, dieron un puntaje positivo a los ítems de atención al cliente, con una valoración de 3, 20 sobre un máximo de 5 puntos, ante la percepción del servicio recibido. Por lo que, las personas con discapacidad, no solo esperan recibir una buena atención por parte del personal, sino que también buscan ser partícipes en actividades turísticas inclusivas en los establecimientos hoteleros.
- Finalmente, se propone realizar, una guía didáctica de inclusión y atención al cliente para personas con discapacidad física en las hosterías del cantón Quito a través del sistema QR, para mejorar los procesos inclusivos de las actividades turísticas que ofertan los alojamientos.

## RECOMENDACIONES

- Discapacidad no significa imposibilidad, las personas con discapacidad también tienen valiosas capacidades. Por lo que, los operadores turísticos de las hosterías del cantón Quito, deben tomar conciencia incluyendo actividades turísticas inclusivas que permitan al turista con discapacidad física, participar en actividades recreativas que oferten los establecimientos, de tal manera que se pueda disminuir la barrera de discriminación.
- Para mejorar el desarrollo del turismo accesible, es necesario resaltar las capacidades y no las incapacidades de las personas con discapacidad física, respetando el principio de igualdad y su valor como seres humanos tomando en cuenta las necesidades y obstáculos que enfrentan las personas con discapacidad al momento de acudir a un establecimiento hotelero.
- También es importante incentivar a los operadores turísticos a trabajar por un turismo para todos, a través de programas, proyectos, guías, capacitaciones al personal, permitiendo la mejora interna de la empresa y mejorando la calidad de vida de las personas con discapacidad.
- Finalmente, las entidades del sector público deben promover el turismo accesible a través de promoción turística, debido a que es un trabajo conjunto entre las empresas privadas y públicas, logrando un turismo para todos con integridad social.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Águeda, Esteban Talaya; Molina, A. C. (2014). *Investigación de Mercados* (G. Domínguez (ed.); Primera). ESIT. Recuperado el 14 de 07 de 2020, de <https://books.google.com.ec/books?id=dKTIAgAAQBAJ&pg=PA189&dq=chi+cuadrado+investigacion+de+mercados&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwjY9peInKXqAhXRUt8KHZ0TDVUQ6AEwA3oECAQQAg#v=onepage&q=chi+cuadrado+investigaci3n+de+mercados&f=false>
- Alles, M. F. (2009). TURISMO ACCESIBLE: IMPORTANCIA DE LA ACCESIBILIDAD PARA EL SECTOR TURÍSTICO. *Entelequia*, 15. Recuperado el 13 de 02 de 2020, de [https://www.researchgate.net/profile/Maria\\_Teresa\\_Alles/publication/41206114\\_Turismo\\_Accesible\\_Importancia\\_de\\_la\\_Accesibilidad\\_para\\_el\\_Sector\\_Turistico/links/02e7e51ab3ce660029000000.pdf](https://www.researchgate.net/profile/Maria_Teresa_Alles/publication/41206114_Turismo_Accesible_Importancia_de_la_Accesibilidad_para_el_Sector_Turistico/links/02e7e51ab3ce660029000000.pdf)
- Almeida, Mar Alonso; Redin, Lucia Barcos; Castilla, J. I. M. (2006). *Gestión de la Calidad de los procesos turísticos. [Tabla]* (Primera). SÍNTESIS S.A.
- Altozano, J. L. M. (2013). *Cámara Fuerteventura*. Recuperado el 07 de 02 de 2020, de <https://www.camarafuerteventura.org/index.php/100-hotelqual-presenta-una-herramienta-que-permite-evaluar-la-calidad-del-sector-de-hosteleria-y-aumentar-los-beneficios>
- Antón, José Miguel Rodríguez; Almeida, Maria del Mar Alonso; Andrada, Luis Rubio; Alberdi, Cristina Esteban; Castilla, Juan Ignacio Martín; Conde, Sylvia Gil; Ballester, Pilar Talón; Domeca, Cristina Figueroa; Berlanga, J. L. (2017). *Estudio de las políticas de calidad aplicadas al sector turístico* (M. Gonzalez (ed.); Primera). Visión

libros. Recuperado el 12 de 02 de 2020, de [https://books.google.com.ec/books?id=uqcl3QUJl6gC&pg=PA53&dq=turismo+accesible&hl=es-419&sa=X&ved=2ahUKEwj3lrnsMznAhXPxVkkHe\\_aCDM4ChDoATABegQIARAJ&fbclid=IwAR3XJ4I7fMxST14AuqOp4ecH\\_IM\\_JLGngNDof1vdr0yIsY26BS44gKQmYx8#v=onepage&q=turismo+accesible&f=fa](https://books.google.com.ec/books?id=uqcl3QUJl6gC&pg=PA53&dq=turismo+accesible&hl=es-419&sa=X&ved=2ahUKEwj3lrnsMznAhXPxVkkHe_aCDM4ChDoATABegQIARAJ&fbclid=IwAR3XJ4I7fMxST14AuqOp4ecH_IM_JLGngNDof1vdr0yIsY26BS44gKQmYx8#v=onepage&q=turismo+accesible&f=fa)

Arias, F. (2006). *El proyecto de investigación, Introducción a la metodología científica*. (Primera). EDITORIAL EPISTEME, C.A. Recuperado el 22 de 09 de 2019, de <https://evidencia.com/wp-content/uploads/2014/12/EL-PROYECTO-DE-INVESTIGACIÓN-6ta-Ed.-FIDIAS-G.-ARIAS.pdf>

Basulto, M. (2010). *Discapacidad Física [tabla]*. Recuperado el 13 de 02 de 2020, de <https://es.scribd.com/doc/38199011/DISCAPACIDAD-FISICA?fbclid=IwAR3eNQGR7C73nyTitXlxUn3TY-hYjydfXs39NGI0ZSkF9DGW7IC6LEuePhY>

Bernal, C. (2010). *Metodología de la Investigación* (Primera). PEARSON.

Brown, A. (1992). *Gestión de la atención al cliente*. Díaz de Santos.

Bueno, L. C. P. (2005). *Plan de acción del CERMI de Turismo Accesible para Todas las personas*. Recuperado el 05 de 03 de 2020, de <https://www.cermi.es/sites/default/files/docs/colecciones/maquetabase22imp.pdf>



Canalis, X. (2017). *Latinoamérica se compromete con el turismo accesible*. HOSTELTUR.

Recuperado el 05 de 09 de 2019, de [https://www.hosteltur.com/125687\\_latinoamerica-se-compromete-turismo-accesible.html](https://www.hosteltur.com/125687_latinoamerica-se-compromete-turismo-accesible.html)

Casermeiro, M. J. G. (2014). *Gestión de la atención al cliente/consumidor*. COMT0110 (Primera). Innovación y Cualificación.

Causco, R. P. (2010). *Atención al cliente* (Ideas Propias (ed.); Primera).

Chon, Kye-Sung (Kayne); Sparrowe, R. (2001). *Atención al cliente en Hostelería* (Paraninfo Thomson Learning (ed.); Primera).

Cobra, M. (2000). *MARKETING DE SERVICIOS Estrategias para turismo, finanzas, salud y comunicación*. [figura] (L. Solano (ed.); Primera). Mc Graw Hill.

COCEMFE, C. E. de P. con D. F. y O. (2016). *Turismo Accesible*. COCEMFE.

Recuperado el 13 de 02 de 2020, de [https://cocemfecv.org/turismo-accesible/?fbclid=IwAR2xwxIEIMdL4M1ufP-Tvwq009UFXL0DWFpVQ1w0fq4QjsfpNpR\\_azxijPQ](https://cocemfecv.org/turismo-accesible/?fbclid=IwAR2xwxIEIMdL4M1ufP-Tvwq009UFXL0DWFpVQ1w0fq4QjsfpNpR_azxijPQ)

CONADIS, C. N. de I. de D. (2015). Guía sobre discapacidades. [tabla]. CONADIS,

*Consejo Nacional de Igualdad de Discapacidades*. Recuperado el 05 de 09 de 2019, de

<https://bibliotecapromocion.msp.gob.ec/greenstone/collect/promocin/index/assoc/HASH4f82.dir/doc.pdf>

CONADIS, C. N. para la I. de D. (2016). *CONADIS, FENEDIF y el Ministerio de Turismo firmaron convenio de cooperación para impulsar el turismo accesible en Ecuador*.

CONADIS. Recuperado el 05 de 09 de 2019, de <https://www.consejodiscapacidades.gob.ec/conadis-fenedif-y-el-ministerio-de-turismo-firmaron-convenio-de-cooperacion-para-impulsar-el-turismo-accesible-en-ecuador/#>

CONADIS, C.N. para la I. de D. (2020). Personas con discapacidad del canton Quito.

Concepto Definición.de, R. (2020). Recuperado el 30 de 07 de 2020, de *Hostería*.  
<https://conceptodefinicion.de/hosteria/>

Cortada, D. M. (2006). *Iberoamericanos, Organización de Estados*.

Couso, R. P. (2005). *Servicio al cliente* (Ideas propias (ed.); 1.<sup>a</sup> ed.).

Domínguez, E. G. (2014). *Atención al cliente en el proceso comercial. UF0349* (Primera).  
Tutor Formación.

Dorado, Jose Antonio; Cerra, J. (2004). *Manual de recepción y atención al cliente. [Tabla]; [figura]* (Segunda). SÍNTESIS S.A.

FENEDIF. (2018). *IV Conferencia sobre Turismo Accesible para América Latina y el Caribe*. FENEDIF. <http://fenedif.org/iv-conferencia-sobre-turismo-accesible-para-america-latina-y-el-caribe/>

FENEDIF. (2019). Atención al turista con discapacidad. *FENEDIF*, 4.

Fernández, S. C. (2013). *Proceso de la gestión de calidad en hostelería y turismo* (Primera). Paraninfo S.A.

Ford, Robert; Heaton, C. (2001). *Atención al cliente en los servicios de ocio* (Primera).  
Paraninfo.

- Gallardo, Y. (1999). Aprende a investigar. En *Módulo 4, Análisis de la información* (Primera). ARFO EDITORES.LTDA.
- Gallego, J. F. (2012). *Gestión de alimentos y bebidas para hoteles, bares y restaurantes*. (Primera). Paraninfo S.A.
- García, S. L. (2000). *Recepción y atención al cliente. [tabla]; [Figura]* (C. G. Asencio (ed.); Primera). Thompson Paraninfo.
- Grande, Idefonso; Abascal, E. (2005). *Análisis de encuestas* (G. Domínguez (ed.); Primera). ESIC.
- Guerrero, P. (2018). Importancia de los sistemas de indicadores para validar destinos turísticos accesibles. En *Turismo Accesible* (p. 200).
- Gutierrez, E. (2015). *Atención al cliente*. Recuperado el 12 de 11 de 2019, de <http://atención-al-cliente-como-requisito-para-la-excelencia.fullempleo.com/1-2-evolución-de-la-atención-al-cliente/>
- Horeco. (2005, junio). *Soluciones integrales para hostelería*. 130. Recuperado el 13 de 02 de 2020, de [https://books.google.com.ec/books?id=mGEEAAAAMBAJ&pg=PT15&dq=turismo accesible&hl=es-419&sa=X&ved=2ahUKEwj3lrnsMznAhXPxVkkHe\\_aCDM4ChDoATAAegQIARAD&fbclid=IwAR2xFSIHdBtllKAmZGKFP-oY\\_0nP7gjdkBFppqs3j\\_VBfLNbysEWqP\\_B1L0#v=onepage&q=turismo accesible&f=fa](https://books.google.com.ec/books?id=mGEEAAAAMBAJ&pg=PT15&dq=turismo+accesible&hl=es-419&sa=X&ved=2ahUKEwj3lrnsMznAhXPxVkkHe_aCDM4ChDoATAAegQIARAD&fbclid=IwAR2xFSIHdBtllKAmZGKFP-oY_0nP7gjdkBFppqs3j_VBfLNbysEWqP_B1L0#v=onepage&q=turismo+accesible&f=fa)

- Hoyo, Mónica; Valiente, G. (2010). *TURISMO ACCESIBLE, TURISMO PARA TODOS: LA SITUACIÓN EN CATALUÑA Y ESPAÑA*. 20. Recuperado el 13 de 02 de 2020, de <https://revistas.um.es/turismo/article/view/109561/104151>
- La Cruz, J. L. (2013, agosto 2). ¿Qué significan los grados de libertad? *REDALYC*, 7. Recuperado el 20 de 01 de 2020, de <https://www.redalyc.org/pdf/2031/203129458002.pdf>
- Ley de Turismo. (2004, enero 5). *REGLAMENTO GENERAL DE ACTIVIDADES TURÍSTICAS*. 29. Recuperado el 05 de 09 de 2019, de <http://www.competencias.gob.ec/wp-content/uploads/2017/06/10NOR2008-REGLAMENTO.pdf>
- Ley Orgánica de Discapacidades. (2012). *Ley Orgánica de Discapacidades*. Consejo de Discapacidades. Recuperado el 12 de 02 de 2020, de [https://www.consejodiscapacidades.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2014/02/ley\\_organica\\_discapacidades.pdf](https://www.consejodiscapacidades.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2014/02/ley_organica_discapacidades.pdf)
- LIONDAU, Ley de Igualdad de Oportunidades, no D. y A. U. (2011). *Accesibilidad Universal y Diseño para Todos*. Artes Gráficas Palermo.
- López, Antonieta; Garita, Carlos; Clark, Ines; Angulo, J. A. M. (2007). *Metodología de elaboración de guías de atención y protocolos*.
- López, M. G. F. (2014). ELEMENTOS QUE FACILITAN LA ACCESIBILIDAD EN LA ACTIVIDAD TURÍSTICA. *Revista de la Universidad SEK*, 13. Recuperado el 05 de 09 de 2019, de [https://www.unibe.edu.ec/wp-content/uploads/2017/08/8.6ArticuloFlores\\_OK.pdf](https://www.unibe.edu.ec/wp-content/uploads/2017/08/8.6ArticuloFlores_OK.pdf)

- López, Raúl. (2019, enero 22). Aprende de Turismo. *El turismo mundial sigue creciendo a buen ritmo.*, 13. Recuperado el 05 de 09 de 2019, de <https://www.aprendedeturismo.org/el-turismo-mundial-sigue-creciendo-a-buen-ritmo/>
- Malhotra, N. (2004). *Investigación de Mercados* (E. Quintanar (ed.); Pearson Ed). Prentice Halls.
- Martínez, J. L. (2004). *Dirección de alimentos y bebidas en los hoteles. [Tabla]* (G. Noriega (ed.); Primera). LIMUSA S.A. Recuperado el 07 de 02 de 2020, de <https://books.google.com.pe/books?id=348vk7FJ6iwC&pg=PA115&dq=l#v=onepage&q=l&f=false>
- Mendivil, E. O. (2013). *Atención básica al cliente* (Instituto Mediterráneo (ed.); Primera).
- Ministerio de Turismo en Zacatecas. (2020). *PROTOCOLO DE ACCIÓN PARA HOTELES ANTE EL COVID-19, [tabla], [figura]*. Ministerio de Turismo. Recuperado el 05 de 05 de 2020, de <http://turismo.zacatecas.gob.mx/wp-content/uploads/2020/06/protocolo-covid-hoteles-2.pdf>
- Ministerio de Turismo. (2016, febrero 18). *REGLAMENTO DE ALOJAMIENTO TURÍSTICO.* 17. Recuperado el 05 de 09 de 2019, de <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/06/REGLAMENTO-DE-ALOJAMIENTO-TURISTICO.pdf>
- Ministerio de Turismo. (2018). Ecuador impulsa el turismo accesible para todos, con la firma de convenio. En *Ministerio de Turismo*. Recuperado el 12 de 02 de 2020, de <https://www.turismo.gob.ec/el-turismo-accesible-avanza-a-paso-firme/>

Ministerio de Turismo. (2019). *Fundamento Legal*.

MINTUR, M. de T. (2020). *Catastro Nacional*.

Nasimba, Cristina; Cabezas, E. (2018). LA CALIDAD EN LOS ESTABLECIMIENTOS DE ALOJAMIENTO DEL CANTÓN PUJILÍ. *Descubre*, 12, 10. Recuperado el 07 de 08 de 2020, de [https://www.researchgate.net/profile/Mkt\\_Descubre2/publication/332911575\\_LA\\_CALIDAD\\_EN\\_LOS\\_ESTABLECIMIENTOS\\_DE\\_ALOJAMIENTO\\_DEL\\_CANTON\\_PUJILI/links/5cd1c071458515712e98a711/LA-CALIDAD-EN-LOS-ESTABLECIMIENTOS-DE-ALOJAMIENTO-DEL-CANTON-PUJILI.pdf](https://www.researchgate.net/profile/Mkt_Descubre2/publication/332911575_LA_CALIDAD_EN_LOS_ESTABLECIMIENTOS_DE_ALOJAMIENTO_DEL_CANTON_PUJILI/links/5cd1c071458515712e98a711/LA-CALIDAD-EN-LOS-ESTABLECIMIENTOS-DE-ALOJAMIENTO-DEL-CANTON-PUJILI.pdf)

Nasimba Suntaxi, Cristina Maribel; Cabezas Mejía, Edison Damián; Torres Santamaría Johana; Carrasquero Carrasquero, E. (2019). Percepción del turismo social y recreación en el adulto mayor como herramienta de mejoramiento de la calidad de vida en el cantón Latacunga. *Descubre*, 3232-12, 9. Recuperado el 07 de 08 de 2020, de <http://revistas.esPOCH.edu.ec/index.php/mktdescubre/article/view/363/319>

OMS, O. M. de la S. (2011). Informe Mundial sobre la discapacidad. *OMS, Organización Mundial de la Salud*. Recuperado el 22 de 09 de 2019, de [https://aspace.org/assets/uploads/publicaciones/e74e4-cif\\_2001.pdf](https://aspace.org/assets/uploads/publicaciones/e74e4-cif_2001.pdf)

OMT, M. sobre T. A. para T. (2012). *Beneficios del Turismo Accesible*. [Tabla]. Organización Mundial del Turismo. Recuperado el 07 de 08 de 2020, de <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284416509>

OMT, Organización Mundial del Turismo. (2013). Recomendaciones de la OMT por un turismo accesible para todos. *OMT, Organización Mundial del Turismo*.

- OMT, Organización Mundial del Turismo. (2015). Manual sobre turismo accesible para todos: Principios, herramientas y buenas prácticas de la OMT [Tabla]. *Módulo IV: Indicadores para el estudio de la accesibilidad en el turismo*. Recuperado el 22 de 09 de 2019, de <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284416509>
- OMT, Organización Mundial del Turismo. (2015a). Manual sobre Turismo Accesible para Todos: Principios, herramientas y buenas prácticas Módulo I: Turismo Accesible – Definición y contexto. En *Boletín Científico de Ciencias Económicas Administrativas del ICEA* (Vol. 4, Número 7).
- OMT, Organización Mundial del Turismo. (2015b). Recomendaciones de la OMT sobre la accesibilidad de la información turística. [figura]. *OMT, Organización Mundial del Turismo*. Recuperado el 22 de 09 de 2019, de <http://www.observatorio2030.com/sites/default/files/2019-07/Recomendaciones de la OMT sobre accesibilidad de la información turística.pdf>
- OMT, Organización Mundial del Turismo. (2016). Manual sobre Turismo Accesible para Todos: Principios, herramientas y buenas prácticas: Módulo V: Buenas prácticas de turismo accesible. En *Manual sobre Turismo Accesible para Todos: Principios, herramientas y buenas prácticas: Módulo V: Buenas prácticas de turismo accesible*.
- OMT, Organización Mundial del Turismo. (2017). Código Ético Mundial para el Turismo. *OMT, Organización Mundial del Turismo*.
- ONU, O. de las N. U. (1994). *Recomendaciones sobre estadísticas del turismo, número de venta S.94XVII.6*. Organización de las Naciones Unidas.
- ONU, O. de las N. U. (2017). Guía para asegurar la inclusión y la equidad en la educación.

En *La Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura*. (Vol. 1). Recuperado el 04 de 09 de 2019, de <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000259592/PDF/259592spa.pdf.multi>

Osinski, I. C. (2018). *Análisis de datos en investigación, Primeros pasos*. (Primera Ed). Universidad Miguel Hernandez.

Pastrana, P. S. (2015). *Comunicación empresarial y atención al cliente*. [Tabla]; [Figura] (Primera).

Picazo, C. (2011). *Proceso de guía y asistencia turística* (SÍNTESIS S.A (ed.); Primera).

Portero, I. B. (2019). *Los derechos humanos de las personas con capacidad*. Recuperado el 10 de 11 de 2019, de <http://www.corteidh.or.cr/tablas/r31004.pdf>

PREDIF, P. R. E. de D. F. (2016). *Guía de buenas prácticas de Accesibilidad*. [figura]. *Universal Design. Goldsmith, Selwyn*, 95. Recuperado el 12 de 11 de 2019, de <http://www.predif.org/>

PREDIF, P. R. E. de P. con D. F. (2017). *Turismo Accesible*. TUR4ALL. Recuperado el 13 de 02 de 2020, de <https://www.tur4all.com/es/que-hacemos/predif-y-el-turismo-accesible?fbclid=IwAR09qDM7w7y1ApemhdMiAkoC8VYUzfSPW79Xy3sp3l0DsRAEt3k2GTPqibg>

Prieto, A. B. (2004). *Atención al cliente*. [figura] (G. A. S.A (ed.); Primera). Ediciones Pirámide.

Quito hotel. (2014). *Servicios Hotel Quito by Sercotel*. Servicios Hotel Quito by Sercotel.



Recuperado el 13 de 11 de 2019, de <https://www.hotelquito.com.ec/servicios/>

Rubio, P. F. (2017). *Paisaje, Turismo e innovación* (Universidad de Valencia (ed.); Primera).

Ruiz, E; Grande, S. (2006). *Comportamientos de compra del consumidor* (ESIC (ed.); 1.<sup>a</sup> ed.).

Sampieri, H. (2014). *Metodología de la Investigación*. McGRAW-HILL.

SERNATUR, (Servicio Nacional de Turismo). (2010). *Guía de Recomendaciones para un Alojamiento Inclusivo. [figura]*. SERNATUR. Recuperado el 13 de 11 de 2019, de <http://www.calidadturistica.cl/archivos/guia-de-recomendaciones-para-alojamientos-inclusivos-2016.pdf>

Suárez, L. C. (2017, enero). *HOTELQUAL: La gestión de la calidad en Hoteles*. 1. Recuperado el 07 de 02 de 2020, de <https://revistadigital.inesem.es/gestion-empresarial/hotelqual-calidad-hotelera/>

Telégrafo. (2014). Morales: “El turismo accesible a nivel nacional inició en Baños de Agua Santa”. *Telégrafo*, 24. Recuperado el 23 de 12 de 2019, de <https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/regional/1/morales-el-turismo-accesible-a-nivel-nacional-inicio-en-banos-de-agua-santa>

Toro Soto, M. (2011). *Calidad del servicio en el área de alojamiento hotelero*. Recuperado el 13 de 11 de 2019, de <https://www.gestiopolis.com/calidad-servicio-area-alojamiento-hotelero/>

Torres, V. C. P. (2007). *Calidad total en la atención al cliente. [Tabla]* (Primera). Ideas

propias.

UNESCO, Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la C. y la C. (2019).

*Proceso Inclusivo*. Recuperado el 15 de 12 de 2019, de  
<http://www.redie.mx/librosyrevistas/libros/inclusion.pdf>

Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo. (2016, junio 19). *Guía Técnica para la*

*elaboración de manuales de procedimientos* (N.º 2). 34. Recuperado el 25 de 11 de  
2019, de

[https://www.uaeh.edu.mx/calidad/docs/calidad/guia\\_manual\\_procedimiento.pdf](https://www.uaeh.edu.mx/calidad/docs/calidad/guia_manual_procedimiento.pdf)

# ANEXOS