

METODOLOGÍA PARA ELABORAR UN ESTUDIO POR ENCUESTAS DE LA SATISFACCIÓN DEL TURISTA: APLICACIÓN QUITO, ECUADOR.

Methodology to elaborate a study through tourists' satisfaction surveys: implementation Quito-Ecuador

Autor: **Enrique Cabanilla, M.Sc.**¹ INVESTIGADOR ADSCRITO

¹Universidad de Especialidades Turísticas – UCT, ecabanilla@uct.edu.ec

Quito - Ecuador

Manuscrito recibido el 22 de Julio del 2011. Aceptado para publicación, tras revisión, el 23 de Septiembre del 2011. Cabanilla, E. Autor. 2011.

Metodología para elaborar un estudio por encuestas de la satisfacción del turista: Aplicación Quito, Ecuador, RICIT N° 2. pp.8-26. ISSN: 1390-6305

Resumen

El presente trabajo muestra, la experiencia académica del aula, una aplicación práctica para estudios de investigación de mercados turísticos utilizando el método de encuestas. El modelo es práctico, simple y, a la vez, capaz de fundamentar una investigación en el sector de manera que contribuya a los actores externos de la academia en su proceso de toma de decisiones.

Palabras claves: Investigación en turismo, encuestas, turismo, Quito, investigación de mercados turísticos.

Summary

The current article shows the academic experience in the classroom, a practical application to tourist market investigation studies using the survey method. The pattern is practical and simple, and at the same time it is capable to support an investigation in the tourist sector, so it contributes positively to external academy actors in the decision making process.

Key words: Tourism investigation, surveys, tourism, Quito, touristic market investigation.

INTRODUCCIÓN

El desarrollo metodológico que se presenta a continuación es la respuesta a una aplicación simple, confiable y práctica que tiene fundamento en varios aspectos. El primero es la oportunidad que ofrece al sector académico a generar conceptos de utilidad para su propio desarrollo y para generar impactos positivos en los beneficiarios. En un segundo lugar ha sido el determinar un modelo de baja complejidad que invite a los estudiantes e investigadores noveles a inmiscuirse en la resolución de problemas existentes en su entorno. El tercero es juntar experiencias prácticas que determinan un curso que se aleja día a día de lo conceptual y se acerca a lo experimental, investigativo y por ende desarrollar de nuevas competencias.

Por otro lado destaca que este método resuelve la necesidad social de implementar de forma agresiva la investigación aplicada, definida por la Universidad Autónoma de Tamaulipas como "aquella investigación relacionada con la generación de conocimientos en forma de teoría o métodos que se estima que en un período mediano podrían desembocar en aplicaciones al sector productivo."¹ Esto acrecienta su utilidad final ya que países como el Ecuador necesitan este tipo de procedimientos en respuesta a las múltiples necesidades de los sectores productivos.

Finalmente se debe fijar el objeto de estudio a una necesidad manifiesta que sea de fácil demostración.

MÉTODO

El presente artículo utiliza como base el

método referencial, el mismo que ha brindado diferentes perspectivas en la consulta de varias fuentes secundarias. Por otro lado se ha nutrido de la experimentación en el aula de la asignatura de Métodos y Técnicas de Investigación de Mercados Turísticos, impartida por el autor como Profesor Titular Agregado en la Universidad de Especialidades Turísticas desde el 2001 a la presente fecha.

RESULTADOS

La primera disyuntiva en el proceso enseñanza – aprendizaje radica en que los miembros y encargados de la gestión de una asignatura (estudiantes y docentes concuerden en la utilidad práctica de los contenidos a trabajar en su futura vida profesional, en sus otras asignaturas e inclusive en su vida personal). El primer hallazgo entonces radica en profundizar que éste, al igual que otros métodos, sirvan para un tema que tiene una frecuencia de repetición alta, casi diaria, como lo es la Toma de Decisiones.

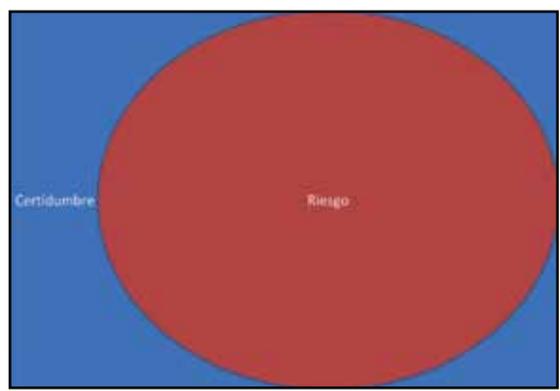
"La toma de decisiones supera su condición de proceso y asume una condición humana, centrada en los procedimientos por ejecutar: reconocer el problema, recopilar información, generar cursos de acción alternativos, elegir lo más conveniente, poner la acción en práctica y promover los resultados. Este concepto prioriza la investigación ya que de los cinco pasos procedimentales de la toma de decisiones propuesta por los autores, al menos tres de ellas tienen directa relación en una investigación aplicada, a saber:

¹ Documento visitado en: <http://rians.uat.edu.mx/catedraticos/gquiroya/seminario/UNIDADES/SEGUNDA%20UNIDAD.%20LA%20INVESTIGACION%20C3%93N.%20SUS%20TIPOS%20Y%20APLICACIONES/2.4%20Investigacion%20aplicada%20en%20Ingenieria.doc>

Reconocer el problema	Justificación del tema
Recopilar información	Ejecución de la investigación
Generar cursos de acción alternativos	Conclusiones y recomendaciones

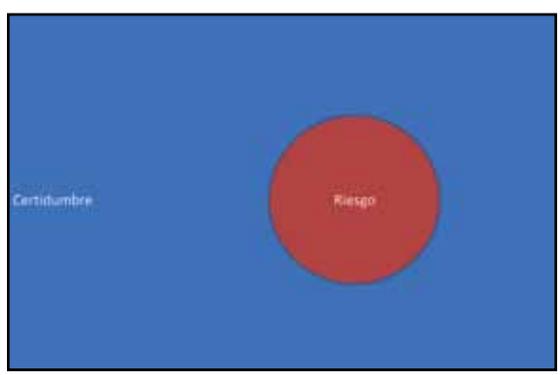
Esta Toma de Decisiones en palabras del Profesor Hossein Arsham, experto en la Ciencia de la Decisión, "es un proceso capaz de ser aprendido y mejorado con la práctica y ejercicios, reales y simulados, continuos". Una toma de decisiones responsable es entonces producto de un adiestramiento que se alimenta de varias fuentes como la experiencia, la lectura del entorno y principalmente por la construcción de saberes individuales y colectivos del objeto o situación sobre la que se va a tomar una decisión.

Por lo antes expuesto podemos concluir que la toma de decisiones es compleja y mucho más cuando se da en un entorno no muy confiable. Podemos anotar que



Entorno poco confiable: mucho riesgo – baja certidumbre

tenemos un entorno poco confiable cuando el riesgo es mucho más grande que la certidumbre y de la misma forma se podría concluir al revés, es decir, un entorno confiable donde el riesgo sea muy pequeño y la certidumbre grande.



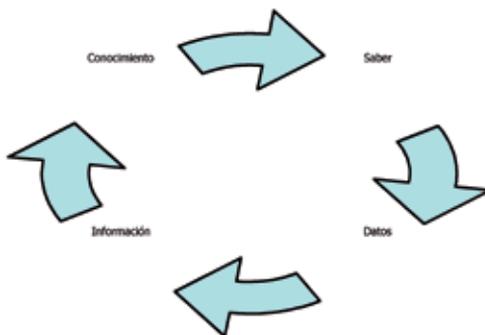
Entorno Confiable: Poco Riesgo – alta certidumbre.

Fácilmente se puede intuir que a toda persona le gustará de tomar decisiones en un entorno confiable (nótese que ningún entorno será confiable al 100%) y también que puede existir un matiz entre el extremo de riesgo y el mayor certidumbre. Sin embargo el punto radicó en identificar donde pueda aportar

esta metodología de investigación para alivianar este escenario: la obvia respuesta, en la creación de saber.

La primera interpretación según el diccionario de la Real Academia de la Lengua dice de saber "Sabiduría, conocimiento o ciencia"; queda entonces definido un primer estado pleno de saber referido a una sabiduría que se puede externalizar y pertenece a varios elementos (por ejemplo a una organización); queda entonces definido al mismo tiempo un concepto muy unido al de saber que es el de conocer, el mismo que según Luis Villoro existe de forma personal e intransferible, por lo que también lo podríamos llamar conocimiento personal.²

Siguiendo el hilo de este proceso del pensamiento la interrogante se centra en la creación del conocimiento y aquí es donde se fundamentan dos bases externas a la persona que son la información y los datos. La una (información) como una recopilación sistémica de la otra (datos). Finalmente entonces se anota que el entorno de mayor certidumbre se genera en una organización con saber formado del conocimiento individual de quienes la conforman y construido a partir de la información y los datos recolectados.



Podemos comparar el método de investigación con esta estructura de la construcción del pensamiento científico anotando las siguientes analogías:

Datos	Justificación del tema, uso herramientas del método
Información	Sistematización ordenada, lógica y secuencial de los datos según objetivos específicos
Conocimiento	Conclusiones y verificación del objetivo general de la investigación
Saber	Recomendaciones al entorno y beneficiarios directos e indirectos.

El método debe entonces responder a este escenario para ser práctico y aplicable. De la experiencia se recomienda la construcción desde un sistema matricial que ayude al investigador a ordenar y concadenar sus ideas. Esta matriz contiene:

²Villoro, Luis. Creer, Saber, Conocer. Siglo XXI editores. Madrid, España. 1982

Nombre de la investigación:

Justificación	Objetivo General	Objetivos Específicos	Encuesta Inicial	Encuesta Revisión	Encuesta Prueba	Encuesta Final

El procedimiento y las concatenaciones básicas son las siguientes:

1. Se procede a escribir el nombre de la investigación de una forma clara y concreta, sin embargo se debe aclarar que este (el nombre) puede sufrir modificaciones en cuanto todos los elementos de esta matriz son dinámicos.
2. Escribir la justificación de la investigación por medio de la encuesta. Inicialmente se deben puntualizar dos temas, una de dónde salió la necesidad para la investigación y por otro lado relacionarla con la toma de decisiones que debe realizar la organización y para la cual debe ampliar su certidumbre. Al relacionar el beneficio a ampliar la certidumbre estamos escribiendo al mismo tiempo la funcionalidad que se concatena con el objetivo general. Al mismo tiempo el investigador debe verificar que no exista material referencial (libros, informes, panfletos, videos, etc.) sobre la investigación en cuestión, ya que resulta obvio que la investigación en fuentes secundarias siempre será más rápida, más económica y permanente.
3. El objetivo general responde a un acción (verbo en infinitivo), un sujeto de la investigación – relacionado

directamente con el nombre- (qué), un lugar donde es válida esta información (dónde), un momento para el cual la información ha sido sistematizada (cuándo), la descripción del método o métodos utilizados (cómo), y finalmente una concatenación con la justificación de la investigación resaltando su utilidad posterior en la toma de decisiones (para qué).

Resulta primordial y, por la experiencia adquirida, el análisis de cada uno de los componentes del objetivo general, especialmente la acción ya que hay que dejar en claro que esta primera fase de la investigación no implica acciones prácticas pues aún no se toman las decisiones respectivas y, consecuentemente, existen tan solo las recomendaciones por implementar.

4. Los objetivos específicos están plenamente concatenados con el sujeto (qué) del objetivo general, no pueden perseguir más de lo que declara el sujeto a ser investigado, ni menor. Por lo tanto concluimos que la sumatoria de los objetivos específicos es igual al objetivo general. No existen números mínimos ni máximos de los objetivos específicos. Esto depende del enfoque que decida el investigador para dividir al sujeto

(qué) del objetivo general pudiendo variar desde enfoques geográficos a divisiones por características intrínsecas del sujeto de estudio.

5. Encuesta inicial es el producto de ir sacando de cada objetivo específico las preguntas que se deban realizar para obtener los datos que cada objetivo específico-demanda. Rompe el paradigma de que para una encuesta lo primero es la herramienta y desarrolla un proceso en el cual el investigador se centra a preguntas con mayor pertinencia y coherencia. Este cuestionario inicial se construye a base de una lluvia de ideas.

6. La encuesta inicial es la base sobre la cual el método aconseja aplicar los siguientes cuestionamientos, pregunta por pregunta y, posteriormente, de forma global y así obtener la encuesta revisión:

- a. Verificar que las preguntas no sean conductuales en su estructura.
- b. Verificar que las preguntas no tengan palabras técnicas o palabras con significados subjetivos.
- c. Verificar que las preguntas estén bien redactadas y verificar que la respuesta, a dos o más preguntas, no sea la misma o muy similar

El cuestionario es la herramienta principal y su afinación dará garantía sobre los resultados que se obtengan, se debe recordar que en el proceso de investigación la calidad del producto final dependerá muchísimo de la calidad de los datos que se ingresen. Las preguntas del cuestionario pueden variar drásticamente en este primer filtro.

7. Con este primer filtro realizado

por el investigador y su equipo, la encuesta está lista para someterse a la revisión de un externo, en el ámbito académico se recomienda una co-evaluación con estudiantes y reforzada por otros docentes de la institución para colocar sus aportes a la construcción de una excelente herramienta.

8. Con las recomendaciones del evaluador externo incorporadas a la encuesta, la misma se encuentra lista para una prueba con una muestra pequeña: aproximada de 30 encuestas. Esta prueba desea obtener datos sobre el tiempo que llevará implementar la encuesta, comprensión del texto y las preguntas, facilidad de aplicación según la manera escogida, entre otras.

9. Con la encuesta final se procede a afinar temas operativos y elaborar la hoja de tabulación (se puede usar hojas de datos básicas como Excel, hasta programas especializados como SPSS).

Los temas operativos se deben ir trabajando a la par de la construcción matricial que concatena a cada una de sus partes y, por ende, asegurará un alto grado de éxito. La primera interrogante que el investigador debe responder es sobre la población que ha elegido, por ejemplo pueden ser turistas en una ciudad, pero habrá que refinar un poco más a definir si se trata de turismo receptivo o de turismo doméstico, ya que por obvias razones de consumo y culturales los resultados pueden variar significativamente.

Población estadística, según la Real Academia de la Lengua, se define como "Conjunto de los individuos

o cosas sometido a una evaluación estadística mediante muestreo.”³ Se debe proceder a dar las características principales de la población que se ha estimado. Posteriormente se enfrenta varias opciones que deben ser resueltas como el tipo de muestra, forma de aplicar la encuesta, lugares, entre muchos otros tópicos. De la experiencia académica, con estudiantes de carreras relacionadas con el turismo, se ha obtenido los siguientes estándares, que han sido los de mayor éxito, por su simplicidad, por ser prácticos y por ser de fácil implementación:

1. Respecto a la fórmula para la muestra y, debido, en gran parte, a la ausencia de datos estadísticos se ha observado que utilizar la fórmula para poblaciones infinitas es lo más recomendable. Esta fórmula es también aceptada y difundida por varias publicaciones científicas del turismo como Anales del turismo, TourismToday, RICIT entre muchos otros. A saber la fórmula para calcular la muestra es:

$$n = Z_{\alpha}^2 \frac{p \cdot q}{i^2}$$

Donde:

n= tamaño de la muestra

Z= grado de confiabilidad, el más utilizado y aceptado a nivel académico es de 95% que equivale en esta fórmula a 1.96 según tabla de Gauss.

p y q = probabilidad y prevalencia, indica en base a estudios anteriores la proporción de la población que tiende

a repetir un comportamiento y hábito en la variable estudiada. En el caso de la medicina, donde existen estudios continuos esta fórmula es muy útil, pero para el caso del turismo novel ciencia y en construcción de sus métodos lo más usual en considerar un 50% a cada una de estas variables, lo que indica que puede manifestarse de forma recurrente o no recurrente de igual forma. Para el caso de la fórmula se entiende por un 0,5.

I = margen de error, dependiendo del margen que el investigador desee tener en su muestra tiene un efecto directo en los números de individuos a ser encuestados. A menor error mayor cantidad de individuos y a mayor error la cantidad se irá reduciendo. Para el caso de esta propuesta, y nuevamente, en base a la experiencia y consulta de publicaciones científicas se da por aceptado un margen de error de 5% que en la fórmula se aplica como 0.05.

Aplicando las variables propuestas obtendremos que

$$n = ((1.96)^2 * 0.5 * 0.5) / ((0.05)^2)$$

Lo que resulta en una muestra de **384** individuos a encuestar. Este número es aceptado generalmente (salvo de casos muy específicos) para investigaciones de pre y post grado.

2. Una vez que se obtiene el número representativo se debe escoger el método para el muestreo. El más utilizado es el muestreo

³Real Academia de la Lengua. www.rae.es

aleatorio simple: "Cuando todos los individuos de la población tienen la misma probabilidad de ser elegidos, de acuerdo con las leyes del azar. Se trata de hacer una lista completa de la población, asignar un número a cada individuo y, finalmente, mediante una tabla de números aleatorios seleccionar los individuos que van a formar parte de la muestra.⁴

3. Para el caso de turistas, excursionistas o recreacionistas esta selección se puede realizar eligiendo lugares con un alta probabilidad de ser visitados por estos grupos, como por ejemplos, importantes atractivos culturales y naturales, museos, puerto de embarque y desembarque, zonas de alta densidad de servicios turísticos, entre otras.
4. Finalmente, antes de la ejecución, se debe realizar un entrenamiento al equipo de trabajo que va a realizar la encuesta para que todos sepan exactamente cómo manejar cada pregunta, como tabular individualmente los resultados y finalmente ejecutar las técnicas de aproximación y agradecimiento a los encuestados.

El investigador que coordina el trabajo debe tener un cronograma exacto que contenga los nombres, los lugares y las horas donde se van a realizar las encuestas y es su trabajo el revisar que cada encuestador haga su parte.

El éxito de la encuesta depende de los datos recopilados. Es muy importante trabajar con el equipo de encuestadores

en la importancia de los objetivos y de esa manera motivar a realizar un trabajo honesto, simple y regido a los estándares establecidos por el equipo, so pena de no alcanzar una muestra deseada o marcar un sesgo que modifique los datos de forma sustancial.

Una vez que los miembros del equipo hayan terminado sus jornadas se procede a realizar tabulaciones parciales y generales. Las tabulaciones parciales, además de ser un objetivo de aprendizaje para el equipo, son una herramienta que debe ser analizada de forma cuidadosa ya que nunca podrá mostrar tendencias demasiado contrastadas a los hallazgos de los otros miembros del grupo, de presentarse un caso así se debe analizar y verificar su autenticidad y la forma como se condujo la encuesta. En un paso posterior se unen los hallazgos individuales y entonces ya está el material en bruto para realizar los análisis y la síntesis del trabajo.

Se recomienda que la interpretación cumpla con algunos parámetros. Primero que sea desarrollada en grupo pues los encuestados muchas veces no solo responden a las variables, sino que opinan y dan información adicional que es importante ir relacionando con los hallazgos cuantitativos.

Segundo, que el equipo busque fuentes secundarias para obtener nuevos enfoques o afirmaciones que ayuden al equipo a buscar el porqué de cada pregunta. Tercero se debe tener mucho cuidado de no caer en lo obvio de la interpretación aritmética graficada de diferentes formas, sino de ir concatenando los datos e ir construyendo la coherencia final del informe.

⁴RAFHA Grupo de Asesores y Consultores. Metodología de Muestreo. <http://www.cesdonbosco.com/cii/documentos/IT%20METODOLOG%20DE%20MUESTREO.pdf>

7. Indique su valoración de la ciudad de Quito como destino turístico sobre cada uno de los siguientes aspectos:

Excelente	Bien	Regular	Mal
Muy Mal	No sabe	No contesta	

Opciones de la pregunta 7:

Calidad de Aire

Calidad del Agua

Limpieza de la ciudad

Ruido

Calidad del Paisaje

Acceso a la Ciudad (Aeropuertos o vías)

Transporte Público y turístico

Accesibilidad a los atractivos

Seguridad Ciudadana

Oferta Turística (Circuitos, alojamiento, alimentación, guías):

Calidad

Diversidad

Precio

8. ¿Considera que en la ciudad de Quito existen demasiados turistas?

SÍ NO

9. ¿Por qué eligió el destino para sus vacaciones?

Por su oferta
Cultural

Por la oferta de Ocio

Por el entorno
Natural Atractivo

Posibilidad de
descanso

Precio económico

Otro (Indicar)

10. Indique su grado de satisfacción de su estancia en la ciudad de Quito

Muy satisfecho Satisfecho Indiferente

Poco satisfecho Insatisfecho

11. ¿Volvería a visitar la ciudad de Quito?

SÍ NO

12. ¿Recomendaría el destino a otra persona?

SÍ NO

13. ¿Cuál es su rango de edad?

Menos de 30 30 y 45 46 y 65 más de 65

14. ¿Cuál es situación laboral?

Ocupado Estudiante Desempleado

Jubilado Otro

NOMBRE DEL
ENCUESTADOR:

HORA:

FECHA:

LUGAR:”¹

La pregunta 1 fue un filtro obligatorio para validar al encuestado y las preguntas 13 y 14 sirvieron para evaluar una muestra sin sesgos.

Luego varias preguntas ayudaron delimitar el perfil del visitante, por ejemplo la pregunta 2 que textualmente dice en el informe:

“¿Cuál es su lugar de procedencia?
Tradicionalmente el mercado americano se ha consolidado como fiel

más profundo, entendiéndose así por mercado americano al segmento anglosajón y países limítrofes. En las estadísticas del primer quimestre del año (MINTUR)⁷ se ha reportado los siguientes porcentajes. EEUU: 92.290 visitas (22,16 %), Colombia: 83686 personas (20,09 %), Perú: 65604 - (15,75 %), Argentina: 13758 - (3,30 %). Por otro lado se puede analizar en el gráfico otro mercado ya establecido, el europeo con un 19 %. El resto de



consumidor del Distrito Metropolitano. En el gráfico se ha posicionado con un 76%, pero cabe destacar que en este punto se debe realizar un desglose

porcentajes minoritarios equivale a mercados donde aún no se consolida una imagen turística.”⁸

Se puede anotar como además de los hallazgos el cruce con

⁶Cabanilla, Enrique. Estudio por Encuestas del Grado de Satisfacción del Turista Internacional en la Ciudad de Quito. Revista turismo, desarrollo y buen vivir. No.1, Abril, 2011

⁷Ministerio de Turismo del Ecuador. Estadísticas Turísticas.

⁸Cabanilla, Enrique. Estudio por Encuestas del Grado de Satisfacción del Turista Internacional en la Ciudad de Quito. Revista turismo, desarrollo y buen vivir. No.1, Abril, 2011

fuentes secundarias ayudó a que la interpretación adquiera mayor solidez.

La pregunta 7 es crucial en la medición de calidad y como se puede observar responde a una evaluación sistémica de Quito como destino turístico. Se copia textualmente los resultados e interpretaciones como ejemplo de los datos que se encontraron en la muestra de la población elegida:

"PREGUNTA 7. –

Indique su valoración de la ciudad de Quito como destino turístico en los siguientes aspectos:

7.1 Calidad de Aire



La tendencia a nivel mundial indica que la calidad del aire sigue empeorando constantemente, pese a estas proyecciones un 59% considera que es excelente y un 13% considera que la calidad de aire de Quito es buena, con varios proyectos que está implementando el Municipio se aspira mejorar este aspecto paulatinamente. Acciones como el Ciclo Paseo, Pico y Placa, Chequeo Vehicular ayudan a mejorar la calidad del aire junto con

campañas de reforestación emprendidas ya por varios años. Un 18 % considera que el aire es regular, sobretudo en las mañanas donde son más evidentes las nubes de contaminación sobre la ciudad.

7.2 Calidad del Agua

Un 68% de encuestados han determinado que la calidad de agua en Quito es muy satisfactoria, aunque no para el consumo directo; un 20 % determinó que la calidad es regular por información obtenida de otros turistas; un 5% de encuestados la califican como pésima. Para remediar este criterio existe un Plan Integrado de los Recursos Hídricos que tiene como principal objetivo el desarrollo sustentable de los mismos a largo plazo a fin de lograr agua segura para consumo humano y otros usos; la conservación ambiental de las áreas urbanas; y, la reducción de la vulnerabilidad de la población y el ambiente ante los desastres naturales a cargo del FONAG (Fondo para la Protección del Agua)⁹

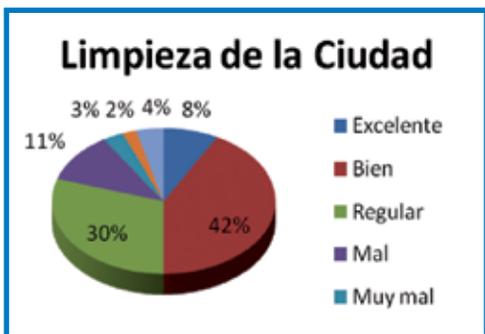


7.3 Limpieza de la ciudad

Un 50 % opina que la limpieza de la ciudad es buena aunque por otro lado

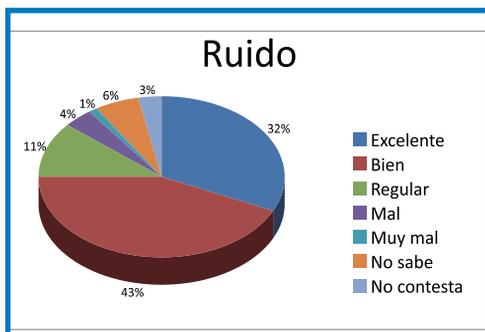
⁹FONAG - Fondo de la Protección del Agua <http://www.fonag.org.ec/portal/>

un 48 % no está del todo convencido. Existe un manejo de recolección de los desechos, pero lamentablemente la cultura de limpieza de la ciudad necesita mejorar notablemente, pues no depende de la cantidad de recolectores que haya sino de la colaboración directa.



7.4 Ruido

La mayoría de personas encuestadas (43%) considera que el nivel de ruido en Quito es regular, un 11% piensa que es pésimo, esto se debe a la falta de control de este aspecto, sobre todo es provocado por centros de diversión y medios de transporte en las acostumbradas aglomeraciones. La minoría opina que es positiva, esto se da más en zonas aledañas de Quito.



7.5 Calidad del Paisaje

Quito ofrece paisajes inolvidables, tanto en el día como en la noche, la mayoría opina que su oferta es muy buena (89%), aprecian los constantes proyectos realizados para restaurar fachadas de iglesias, rehabilitar zonas como la calle 24 de Mayo y la Ronda, implementación de miradores además el constante cuidado a parques y plazoletas. Uno de los proyectos que sin duda mejoró notablemente el aspecto de la ciudad fue la iluminación nocturna en el centro histórico resaltando detalles artísticos; otro proyecto fue el cambio de imagen de la calle Amazonas que le da una perspectiva clásica-moderna.



7.6 Acceso a la Ciudad (Aeropuertos o vías)

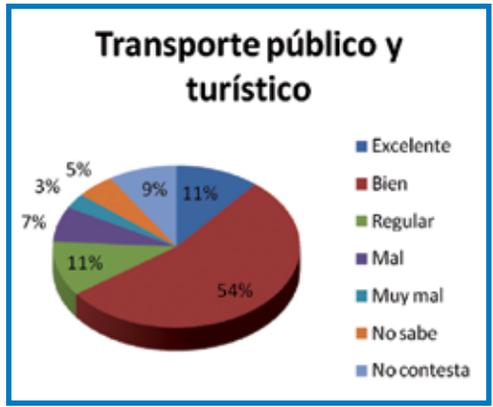
La accesibilidad a los atractivos sin duda es vital en la operación turística, un 68% opina que es muy satisfactorio este rango, en el caso del actual aeropuerto registra mejores estándares de calidad tanto para vuelos internos como para internacionales. Con el nuevo Aeropuerto Internacional de Quito, se garantizará el incremento en la

capacidad de personas y la ampliación de su pista de aterrizaje constituyendo un gran empuje para el turismo.

la Ecovía que pasa por una de las arterias importantes de la capital (6 de diciembre) y el Trolebús que conecta el Terminal Interprovincial Quitumbe con el centro y norte de la capital. Aunque estas tres redes necesitan mejorar su infraestructura y organización. Por otro lado el transporte turístico se ha ido desarrollando constantemente y existe una gama amplia de oferta para cada necesidad.



7.7 Transporte Público y Turístico



El transporte público proporciona movilidad para la mayoría de los residentes en Quito y también en la operación turística, un 65 % ha calificado este rango como positivo. Existen diferentes redes de viajes cuyo objetivo es facilitar el transporte dentro del Distrito Metropolitano de Quito, Metrovía con acceso directo al Terminal de La Ofelia (Noroccidente),

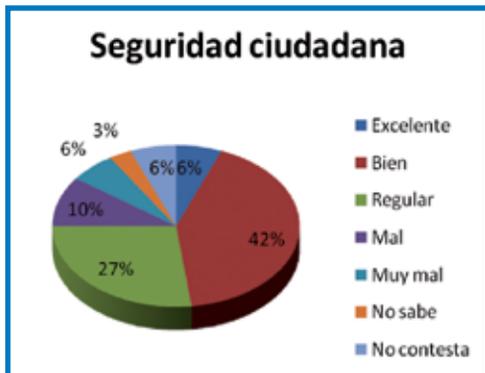
7.8 Accesibilidad a los Atractivos

Positivamente un 76 % de las encuestas han concluido que la accesibilidad a los atractivos es satisfactoria; a través de varios programas se ha establecido medios de comunicación efectivos para asistencia de turistas, por ejemplo guías metropolitanos que ayudan al visitante, señalética, puestos de información turística en sectores estratégicos. Aún así un 10% piensa que es regular y un 3 % opina que es mala.



7.9 Seguridad Ciudadana

Cuando un turista selecciona un destino

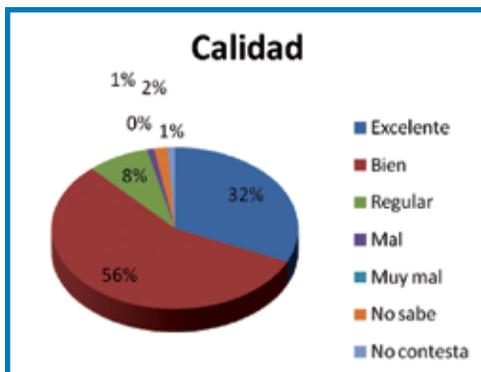


uno de los aspectos más importantes es la seguridad, en el siguiente gráfico se puede observar que un 42 % opina que existe un buen nivel, un 6 % asevera que es excelente. En el otro lado de la moneda un 27% opina que es potencialmente débil y en si un 16% opina que es pésimo, si bien se han realizado campañas y se ha aumentado el nivel de vigilantes en las calles; aún existen zonas de alto peligro por lo cual muchos servicios turísticos previenen a los visitantes para que no sean víctimas de la delincuencia. La seguridad ciudadana debe ser asumida como un bien público. El principio tiene que ver con un conjunto de sistemas de protección de la vida y de los bienes de los ciudadanos ante factores diferentes de riesgo o amenaza.

7.10 Oferta Turística (Circuitos, alojamiento, alimentación, guías)

a) Calidad

Quito ha ido evolucionando constantemente en la calidad de su oferta turística, así lo demuestra el 87 % que ha calificado la calidad en la prestación de servicios de forma positiva. El incremento de oferta de profesionales especializados para la actividad turística demuestra que la demanda valora de mejor manera el turismo en nuestro país.



b) Diversidad

Quito sin duda es una amalgama de opciones para que el turista busque lo que necesita; se podría dividir en cuatro grupos la diversidad de Quito:

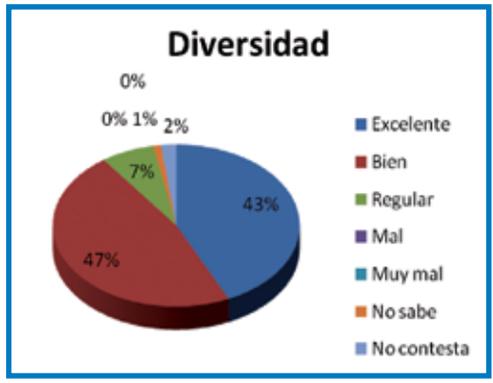
Arte y cultura.- En este aspecto resalta mucho el Centro Histórico, leyendas, tradiciones, música popular, fiestas, museos de historia y arte.

Naturaleza y aventura.- Quito se encuentra en pleno corazón de la Avenida de los Volcanes, o para los más arriesgados deportes extremos en

diferentes expresiones.

Compras.- En mercados artesanales, centros comerciales, artesanos y galerías.

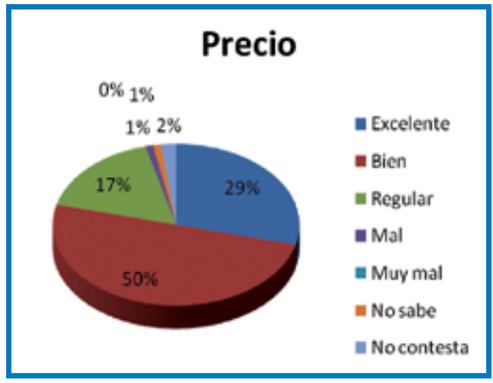
Entretenimiento.- Festivales, artes escénicas, diversión, fiestas, cines, teatros.



Debido a esta oferta el 90 % se siente satisfecho con la gama de opciones, el 10 % restante deben buscar otro tipo de motivación que no consta en nuestras propuestas.

c) Precio

La oferta general que la ciudad maneja



posee un buen valor a la hora de fijar

los precios, para el 50% el precio es muy bueno, sobre todo comparándolo con la calidad. Un 29 % ha calificado como excelente los precios que maneja la ciudad. Pese a que la crisis a nivel mundial afectó al mundo entero, los visitantes prefieren pagar por un buen servicio, apreciando más el valor del producto antes que el costo. Un 17% opina que el precio es regular, muchas de estas personas dependiendo del país de origen buscan ahorrar en cada servicio, uno de los ejemplos más tradicionales son los llamados mochileros.¹⁰

Finalmente existen preguntas que sirven para contrastar las respuestas de la pregunta 7 como son las preguntas 10, 11 y 12 que reafirman y confirman la tendencia, por ejemplo la pregunta 12:

"PREGUNTA 12. –

¿Recomendaría el destino a otra persona?

El éxito de un destino radica en buena parte en que quien lo visitó comente o hable positivamente de su experiencia en el lugar. Esto se refleja en este gráfico, un 96% recomendaría visitar la ciudad de Quito a familiares, amigos y conocidos. Una de las mejores herramientas de marketing por su alcance y por bajos costos es la publicidad boca a boca que debemos promulgar.¹¹

Las conclusiones reafirmaron un grado de satisfacción muy alto, pero a la vez resaltaron varios puntos que deben mejorarse para un mejor desempeño de Quito como destino como la basura en sus calles, la seguridad, el ruido y otros temas de infraestructura.

Además se obtuvo un buen perfil de

¹⁰Cabanilla, Enrique. 2011. Estudio por Encuestas del Grado de Satisfacción del Turista Internacional en la Ciudad de Quito. Revista turismo, desarrollo y buen vivir. RICIT 1, Abril, Quito - Ecuador
¹¹Idem

viajero como una persona joven adulta, con una estadia mediana y con motivaciones mayormente culturales.

Conclusiones

La metodología presentada, en base a la experimentación de aproximadamente 10 años ha demostrado ser de fácil aplicación y de resultados inmediatos muy favorables para el sector turístico.

Su proceso de construcción ayuda en la iniciación a neófitos en la investigación de mercados, como lo fue a estudiantes de turismo mediante la comprensión de los encadenamientos y los resultados a esperar.

El método recoge los procedimientos más utilizados, recogidos en varias revistas de investigación, para desde esta óptica poder afirmar que las recomendaciones propuestas responden a generalidades aceptadas en su uso generalizado y en sus resultados.

Por ningún concepto pretende resumir la riqueza que se puede obtener de métodos más complejos, al contrario los estimula y apoya que para el caso de situaciones con mayor complejidad el sector turismo deberá acudir a profesionales especializados en estos temas para lograr otros aportes que para el presente caso no fueron considerados.

Finalmente, en la aplicación práctica se manifiesta la riqueza que se puede obtener del proceso y manifiesta un claro aporte para la toma de decisiones desde el sector público y desde el sector privado del turismo.

Referencias

- AFHA Grupo de Asesores y Consultores. **Metodología de Muestreo**. <http://www.cesdonbosco.com/cii/documentos/IT%20METODOLOG%CDA%20DE%20MUESTREO.pdf>. Visitado el 8 de julio del 2011.
- ARSHAM, Hossein. **Ciencia de la Administración Aplicada para Gerentes y Lideres Gerenciales: Toma de decisiones estratégicas acertadas**. <http://home.ubalt.edu/ntsbarsh/opre640s/spanish.htm#rlearngood>. Visitado el 8 de julio del 2011.
- CABANILLA, Enrique. 2011. **Estudio por Encuestas del Grado de Satisfacción del Turista Internacional en la Ciudad de Quito**. Revista turismo, desarrollo y buen vivir. RICIT. Quito-Ecuador.
- COLMENARES, G. VILLASMIL, L. **Toma de decisiones y perfil de competencias del gerente de las Instituciones de educación superior (IES) en Venezuela**. Revista Electrónica de Humanidades, Educación y Comunicación Social. Universidad Rafael Belloso. 2008

- FONAG - Fondo de la Protección del Agua <http://www.fonag.org.ec/portal/> Visitado el 8 de julio del 2011
- Ministerio de Turismo del Ecuador. 2011. Estadísticas Turísticas. Quito-Ecuador.
- Real Academia de la Lengua. www.rae.es. Visitado el 8 de julio del 2011
- Universidad Autónoma de Tamaulipas.
- <http://fians.uat.edu.mx/catedraticos/gquiroga/seminario/UNIDADES/20INVESTIGACION%20C3%93N,%20SUS%20TIPOS%20Y%20APLICACIONES/2.4%20Investigacion%20aplicada%20en%20Ingenieria.doc>. Visitado el 8 de julio del 2011
- Villoro, Luis. 1982. Creer, Saber, Conocer. Siglo XXI editores. Madrid, España.