



**República del Ecuador**  
**Universidad Tecnológica Empresarial de Guayaquil -UTEG**  
**Facultad de Estudio de Posgrados**

**Tesis en opción al título de Magíster en:**  
**Gestión de Empresas Turísticas**

**Tema de tesis:**  
**Análisis de la calidad del servicio a los turistas en el Parque Nacional**  
**Galápagos, periodo 2018-2019**

**Autor:**  
**Lic. Pedro David Criollo Espantoso**

**Director de tesis:**  
**Arq. José Bohórquez Zavala, MSc.**

**Marzo 2021**  
**Guayaquil – Ecuador**

## **Declaración expresa**

La responsabilidad del contenido de éste proyecto de grado corresponde exclusivamente al autor y su propiedad intelectual pertenece a la Universidad Tecnológica y Empresarial de Guayaquil.

.....  
**Lcdo. Pedro David Criollo Espantoso**  
**C.I. 2000054813**

## **Agradecimiento**

Quiero extender un agradecimiento perezco primero a Dios por permitirme alcanzar las metas planteadas, a mi familia que siempre ha estado cerca brindando su apoyo incondicional, a mis amigos y colegas que allanaron mi camino, a los maestros que compartieron sus conocimientos y experiencias con nosotros, y a mi madre que siempre ha permanecido a mi lado dándome ánimo para cumplir con este proyecto académico.

## **Dedicatoria**

Este trabajo simboliza un esfuerzo de largo plazo que no hubiera sido posible sin el gran apoyo de mi familia, por ello se lo dedico en especial a mi hijo Jacob Isaí Criollo Ballesteros, quien ha sido una de las personas más importantes en brindar día a día, motivación en mi carrera profesional.

## Índice general

<b>Declaración expresa</b>	<b>ii</b>
<b>Agradecimiento</b>	<b>iii</b>
<b>Dedicatoria</b>	<b>iv</b>
<b>CAPÍTULO I</b>	<b>3</b>
<b>MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL</b>	<b>3</b>
<b>1.1 Antecedentes de la investigación</b>	<b>3</b>
1.1.1 Las islas Galápagos	3
1.1.2 Antecedentes del turismo en Ecuador y Galápagos	4
1.1.3 Historia del Parque Nacional Galápagos (PNG)	5
1.1.4 Marco legal	5
<b>1.2 Planteamiento del problema de investigación</b>	<b>6</b>
1.2.1 Formulación del problema	8
1.2.2 Sistematización del problema	8
<b>1.3 Objetivos de la investigación</b>	<b>8</b>
1.3.1 Objetivo general	8
1.3.2 Objetivos específicos	8
<b>1.4 Justificación de la investigación</b>	<b>9</b>
<b>1.5 Marco de referencia de la investigación</b>	<b>10</b>
1.5.1 Investigaciones relacionadas	10
1.5.2 Contexto político, económico, social, tecnológico y ecológico	12
1.5.3 La categoría de Patrimonio Mundial de Unesco	28
1.5.4 Aspectos teóricos	33
<b>CAPÍTULO II</b>	<b>46</b>
<b>MARCO METODOLÓGICO</b>	<b>46</b>
<b>2.1 Tipo de diseño, alcance y enfoque de la investigación</b>	<b>46</b>
<b>2.2 Métodos de investigación</b>	<b>46</b>
<b>2.3 Unidad de análisis, población y muestra</b>	<b>46</b>
<b>2.4 Variables de la investigación, operacionalización</b>	<b>46</b>
<b>2.5 Fuentes, técnicas e instrumentos para la recolección de información</b>	<b>47</b>
<b>2.6 Tratamiento de la información</b>	<b>47</b>

<b>CAPÍTULO III</b>	<b>48</b>
<b>RESULTADOS Y DISCUSIÓN</b>	<b>48</b>
<b>3.1 El turismo en Galápagos</b>	<b>48</b>
3.1.1 Distribución espacial de Galápagos	48
3.1.2 Flujo de turismo en Galápagos	49
<b>3.2 Preferencia de hospedaje en Galápagos</b>	<b>53</b>
<b>3.3 Establecimientos con oferta turística en Galápagos</b>	<b>54</b>
<b>3.4 Monto de ventas de establecimientos turísticos de Galápagos</b>	<b>55</b>
<b>3.5. Presentación de resultados y discusión</b>	<b>56</b>
3.5.1 Caracterización de los encuestados	57
3.5.2 Distribución por operadores de turismo	58
3.5.3 Evaluación de variable elementos tangibles	58
3.5.4 Evaluación de variable confiabilidad	65
3.5.5 Evaluación de variable responsabilidad/capacidad de respuestas	68
3.5.6 Evaluación de variable seguridad	71
3.5.7 Evaluación de variable empatía	73
3.5.8 Resultados generales de la evaluación	75
<b>Conclusiones</b>	<b>77</b>
<b>Recomendaciones</b>	<b>78</b>
<b>Referencias bibliográficas</b>	<b>80</b>

### Índice de tablas

Tabla 1. Objetivo 3: Políticas y metas relacionadas con Galápagos.....	12
Tabla 2. Objetivo 9: Políticas y metas relacionados con Galápagos.....	12
Tabla 3. Ministerio de Turismo: Programas y servicios disponibles .....	13
Tabla 4. Ecuador: Valor Agregado Bruto por provincia, año 2018, precios corrientes (US\$).....	16
Tabla 5. T&T Competitiveness: Pilares y variables .....	22
Tabla 6. Sudamérica: Índice de Competitividad, pilar <i>Entorno propicio</i> , 2019.	23
Tabla 7. Sudamérica: Índice de Competitividad T&T, Pilar Políticas y Condiciones propicias. ....	24
Tabla 8. Sudamérica: Índice de Competitividad T&T, Pilar Infraestructura .....	24

Tabla 9. Sudamérica: Índice de Competitividad T&T, Pilar Recursos naturales .....	25
Tabla 10. Ecuador: Áreas Marina Costeras protegidas.....	28
Tabla 11. PNG. Modalidades de turismo .....	30
Tabla 12. Santa Cruz: Principales sitios visitados, año 2019.....	32
Tabla 13. San Cristóbal: Principales sitios visitados, 2019 .....	32
Tabla 14. Isabela: Principales sitios visitados, año 2019 .....	33
Tabla 15. Características de los servicios .....	34
Tabla 16. Clasificación de los servicios.....	34
Tabla 17. Enfoques de calidad.....	36
Tabla 18. Áreas de evaluación del modelo Servqual .....	38
Tabla 19. Opciones de respuesta .....	40
Tabla 20. Factores determinantes del turismo en origen .....	42
Tabla 21. Factores determinantes del turismo en destino.....	43
Tabla 22. Operacionalización de variables .....	46
Tabla 23. Equivalencia de puntaje .....	47
Tabla 24. Información descriptora de Galápagos.....	49
Tabla 25. Galápagos: Monto de venta de servicios relacionados con el turismo por isla (cantones), periodo 2016-nov 2020, (millones de US\$).....	56
Tabla 26. Galápagos: Monto de venta por rama de servicios relacionados con el turismo, periodo 2016-nov 2020, (millones de US\$) .....	56

## Índice de figuras

Figura 1. Ecuador: PIB en precios constante año 2010 (US\$), periodo 2015-2019.....	14
Figura 2. Ecuador: PIB per cápita en valores constante del 2010, (US\$), periodo 2015-2019.....	15
Figura 3. Ecuador: Inflación anual, 2010-2020 (sept), (%).....	17
Figura 4. Galápagos: VAB por subsectores, 2018, (US\$).....	17
Figura 5. Sudamérica: Ingreso de turistas extranjeros por país, 2018.....	18
Figura 6. Sudamérica: Ingreso promedio por turista extranjeros por país, 2018, (US\$).....	19
Figura 7. Sudamérica: Participación del turismo en el PIB total por país, 2018, (%).....	19
Figura 8. Sudamérica: Plazas de trabajo generadas por el turismo, 2018.....	20
Figura 9. Ecuador: PIB directo de turismo, periodo 2012-2019, (Millones de US\$ constante año 2007).....	21
Figura 10. Ecuador: Estructura del PIB de turismo, 2018, (%).....	21
Figura 11. Sudamérica: índice de competitividad en viajes y turismo, 2019....	22
Figura 12. Ecuador: Provincias por pobreza de consumo, año 2015, (%).....	26
Figura 13. Ecuador: Provincias por extrema pobreza de consumo, año 2015, (%).....	26
Figura 14. Ecuador: Porcentaje de personas con acceso a Internet por provincias, año 2017, (%).....	27
Figura 15. Santa Cruz: Principales sitios visitados, 2019.....	32
Figura 16. San Cristóbal: Principales sitios visitados, 2019.....	32
Figura 17. Isabela: Principales sitios visitados, año 2019, (%).....	33
Figura 18. Esquema de evaluación Servqual.....	37
Figura 19. Esquema de evaluación de modelo Servperf.....	39
Figura 20. Mapa de dimensionamiento de Parque Nacional Galápagos y Reserva Marina Galápagos.....	48
Figura 21. PNG: Ingreso de visitantes según origen, periodo 2010-2019.....	50
Figura 22. PNG: Ingreso de visitantes según nacionalidad.....	51
Figura 23. PNG: Ingreso de visitantes según estacionalidad y procedencia, año 2019.....	51

Figura 24. PNG: Promedio etario de visitantes según país de origen, 2019....	52
Figura 25. PNG: días promedio de estadía en Galápagos, 2019.....	53
Figura 26. PNG: días promedio de estadía en Galápagos, 2018.....	54
Figura 27. Oferta de hospedaje en Galápagos, 2019 .....	54
Figura 28. Oferta de alimentos y bebidas en Galápagos, 2019 .....	55
Figura 29 País de procedencia de turistas de Galápagos.....	57
Figura 30. Turistas por clasificación sexual .....	57
Figura 31. Operadores de turismo que atendieron a encuestados .....	58
Figura 32. El sistema de embarque fue físicamente adecuado .....	59
Figura 33. Embarcaciones adecuadas para el tipo de recorrido .....	59
Figura 34. Instalaciones sanitarias en puntos de desembarque .....	60
Figura 35. Muelles de desembarque adecuados para el turista.....	61
Figura 36. Imagen del personal encargado del tour.....	61
Figura 37. Equipo de seguridad acuático para el turista es adecuado .....	62
Figura 38. Embarcaciones con instrucciones en el idioma del turista. ....	62
Figura 39. Sistema de comunicación guía-turista técnicamente adecuado ....	63
Figura 40. Embarcaciones con equipos modernos de geolocalización.....	64
Figura 41. País de procedencia de turistas de Galápagos.....	64
Figura 42. Lunch/refrigerio adecuadamente conservado, empacado y servido	66
Figura 43. Turista recibió servicios originalmente contratados .....	66
Figura 44. Confiabilidad de las instrucciones de los guías.....	67
Figura 45. Cumplimiento de horario de prestación del servicio.....	67
Figura 46. Puntuación de la evaluación de la variable confiabilidad .....	68
Figura 47. Solvencia de respuestas de guías a interrogantes de turistas .....	68
Figura 48. Guías proporcionaron a turistas información útil.....	69
Figura 49. El idioma hablado por el guía fue entendido claramente por los turistas .....	69
Figura 50. Se hicieron esfuerzos especiales para manejar las peticiones especiales.....	70
Figura 51. Puntuación de evaluación de variables responsabilidad/capacidad de respuesta .....	70
Figura 52. Personal del tour respondió preguntas de forma completa.....	71
Figura 53. El turista se sintió personalmente seguro por el manejo integral del tour.....	72

Figura 54. Puntuación de la evaluación de la variable seguridad .....	72
Figura 55. Atención recibida durante el recorrido fue personalizada .....	73
Figura 56. El personal del recorrido fue comprensivo y siempre estuvo atento ante situaciones contingentes .....	73
Figura 57. El personal del recorrido estuvo siempre atento a los intereses del turista .....	74
Figura 58. Puntuación de indicadores de variable empatía .....	74
Figura 59. Puntuación general de la evaluación de variables .....	75

## Resumen

Esta investigación parte de la identificación de problemas originados en pugnas interinstitucionales en el área de Galápagos que generan descoordinación que afecta directamente en la calidad de los servicios turísticos como resultado de un manejo desleal del producto turístico, falta de infraestructura; insuficiente control de acceso a las islas que generó un exceso de carga poblacional; por lo que en su momento fue declarada Patrimonio Natural en Peligro. Por ello se planteó como objetivo general Determinar la calidad percibida por el turista que contrata el servicio de tour diario en las áreas del Parque Nacional Galápagos. La investigación tiene un diseño cuantitativo, de corte transeccional, no experimental. La población son turistas nacionales o extranjeros que contrataron un tour diario. La muestra es de conveniencia, se encuestó a 64 turistas. Se utilizó el modelo Servperf para la medición de calidad. Se utilizó un cuestionario en escala de Likert con cinco variables y 22 indicadores. Las principales conclusiones son: **i)** la percepción de calidad por el servicio de tour diario que recibe el turista en el Parque Nacional Galápagos asciende al 77,08% sobre una base de 100%; **ii)** los turistas de Galápagos son del Ecuador continental, de Estados Unidos, Reino Unido y Alemania, entre otros. Entre las recomendaciones se requiere se mejoren las instalaciones de los puntos de embarque y desembarque, baterías sanitarias en los muelles, constante capacitación y seguimiento a los actores de primera línea, instrucciones de seguridad en otros idiomas además del inglés y español.

**Palabras clave:** Ecoturismo, Galápagos Islands, servicios, excursiones, calidad.

## Abstract

This research starts from the identification of problems originated in inter-institutional struggles in the Galapagos area, this generates lack of coordination that directly affects the quality of tourist services. Therefore, the general objective was to determine the quality perceived by the tourist who hires the daily tour service in the Galapagos National Park. The research has a quantitative, transectional, non-experimental design. The population is national or foreign tourists who hired a daily tour. The sample is of convenience, 64 tourists were surveyed. The Servperf model was used for quality measurement. A Likert scale questionnaire with five variables and 22 indicators was used. The main conclusions are: **i)** the perception of quality for the daily tour service that tourists receive in the Galapagos National Park amounts to 77.08% on a 100% basis; **ii)** Galapagos tourists are from mainland Ecuador, the United States, the United Kingdom and Germany, among others. Among the recommendations it is required to improve the dock facilities, sanitary batteries at landing sites, safety instructions in languages other than English and Spanish.

**Key words:** Ecotourism, Galapagos Islands, Services, tours, quality.

## INTRODUCCIÓN

El archipiélago de Galápagos es una provincia insular del Ecuador, está ubicado en el océano Pacífico a 972 Km de la costa continental ecuatoriana. Su división político-administrativa comprende tres cantones que son Santa Cruz con la parroquia urbana Puerto Ayora, y las parroquias rurales Bellavista y Santa Rosa; el cantón San Cristóbal con la parroquia urbana Puerto Baquerizo Moreno que también es la capital provincial y las parroquias rurales El Progreso y Santa María (en Isla Floreana); y, el cantón Isabela con su parroquia urbana Puerto Villamil y la parroquia rural Tomas de Berlanga.

El archipiélago está conformado por un conjunto de 19 islas mayores y alrededor de 200 islotes y rocas; totaliza un área de 8.010 Km<sup>2</sup> dispersos en alrededor de 70.000 Km<sup>2</sup> de masa de agua oceánica. Tiene una superficie terrestre de 788.200 has. De estas el 96,7% (761.844 has.) es parque nacional y el 3,3% (26.356 has.) es zona poblada con áreas urbanas y rurales incluidas sus actividades agropecuarias (Solano, 2016). Las islas constituyen uno de los destinos estrella del turismo receptivo del Ecuador.

El tema de investigación se denomina análisis de la calidad del servicio a los turistas en el Parque Nacional Galápagos, periodo 2018-2019. Para su ejecución el contenido está estructurado en tres capítulos, como se describen a continuación:

El capítulo primero es el correspondiente al marco teórico conceptual, se lo ha dividido en cinco sub-acápites. El primero presenta los antecedentes, para ello se describen las islas en sus aspectos geográficos, la situación del turismo, la historia del Parque Nacional Galápagos y su correspondiente marco legal. Otro es el planteamiento del problema de la investigación, para ello se lo formula y sistematiza. Un tercero es la definición del objetivo general y los específicos. También se describe la justificación del tema; y, finalmente el marco de referencia.

El segundo capítulo comprende el marco metodológico, en este se describe el tipo de diseño, alcance y enfoque de la investigación. Los métodos aplicados, también la unidad de análisis, definición de la población y la muestra. Adicionalmente describe las variables y su operacionalización,

también las fuentes, técnicas e instrumentos, además de las formas de tratamiento de la información.

El capítulo tercero contiene los resultados y la correspondiente discusión. Describe el turismo en Galápagos, en cuando a la distribución espacial, el flujo de turismo en Galápagos. También la preferencia de hospedaje existente en Galápagos. Describe la red de establecimientos con oferta turística y el monto de sus ventas. En la última parte se presentan los resultados de la encuesta seguido de la discusión general.

Al final se incluyen las correspondientes conclusiones, recomendaciones y la lista de referencias bibliográficas y anexos que amplía la información contenida en los diferentes capítulos.

# CAPÍTULO I

## MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL

### 1.1 Antecedentes de la investigación

#### 1.1.1 Las islas Galápagos

Las islas Galápagos fueron descubiertas en el año 1535 por el obispo español Fray Tomás de Berlanga y anexadas a la República del Ecuador en 1832. Posteriormente, hubo procesos de colonización desde Ecuador. Un evento que marcó la historia de las Islas, fue la visita del naturalista Charles Darwin en el año 1835 quien, al observar la situación particular de la geología de las islas, su aislamiento, flora; su fauna, mucha de ella endémica y los ecosistemas a los que pertenecen y los procesos evolutivos de las especies le otorgó la relevancia científica como lugar único en el mundo (DPNG, 2014, pp. 32-33).

La República del Ecuador categorizó al archipiélago de Galápagos como provincia en el año 1973. Este acto político jurídico impulsó un significativo incremento de la población; muchos de ellos atraídos por las oportunidades económicas y laborales que ofrecían las islas. Como provincia, está organizada en tres cantones que son San Cristóbal con un estimado de población al año 2020 de 9.667 habitantes, Isabela con 3.073 habitantes y Santa Cruz con 20.302 habitantes (INEC, 2013).

Como antecedentes de la investigación se toma El Plan Galápagos 2015-2020, mismo que establece en su tercer objetivo el impulsar la sociedad del conocimiento y la diversificación de la matriz productiva. Para ello establece en su política 3.4 el “Promover el ecoturismo y la redistribución equitativa de los beneficios generados por la actividad turística”.

Para la instrumentación del objetivo 3.4 del Plan Galápagos se establecieron cuatro líneas operativas: La primera orientada a mejorar la calidad y control de los servicios ecoturísticos a través de la implementación de mecanismos administrativos, sistemas de incentivos y asistencia técnica adoptados por las instituciones competentes. La segunda, para la Promoción de buenas prácticas ambientales y de turismo sostenible, así como impulsar

programas de responsabilidad social. La tercera está encaminada a cuantificar la carga máxima de anual de turistas de acuerdo a la capacidad de manejo del archipiélago. Y la cuarta busca la optimización para catalizar el crecimiento de la economía turística en el Ecuador continental sin aumentar volúmenes de turismo en Galápagos mismo, incluyendo incentivos para estadías más largas en el país (Solano, 2016, p. 183).

### **1.1.2 Antecedentes del turismo en Ecuador y Galápagos**

Hasta antes de la pandemia mundial por el Covid-19, en el mundo estaba en auge el sector turístico. Esto como resultado de la convergencia de condiciones favorables que impulsan su consumo, entre estos la disminución mundial de la pobreza, también el abaratamiento del precio del transporte internacional que abarató la posibilidad de visitar otros destinos; la revolución tecnológica que ofrece mucha información sobre oportunidades de viaje y lugares; la emergencia de China como principal emisor de turismo internacional, entre otros aspectos.

En cifras, el turismo mundial tuvo un crecimiento sostenido desde el año 2010. Se estima que al año 2019 creció un 4% en el mundo y 2% en las Américas. Arribos de 1.460 millones de llegadas internacionales. Los continentes que participaron fueron las Américas con 219,4 millones de llegadas, Europa con 745,2 millones, Asia y el Pacífico con 360,7 millones, África con 73,1 millones y Oriente Medio con 61,4 millones (UNWTO, 2020).

Ecuador participó durante el año 2018 con ingresos internacionales de 2.2 millones de personas e ingresos por US\$ 1.878 millones de dólares con un promedio de gasto por persona de US\$ 1.287. Del total de llegadas internacionales a Ecuador, 1,1 millones fueron por vía aérea. Los principales países emisores fueron Estados Unidos (14,5%), Colombia (13,3%), Perú (6%), España (4,2%), Chile (1,9%), Argentina (1,7%), Alemania (1,5%), Canadá (1,4%), México (1,3%), Reino Unido (1,2%), Francia (1,1%), China (1,1%) y Brasil (0,9%), entre otros (Turismo, 2019).

En cuanto al volumen de visitantes a las islas, el año 2018 cerró con un total de 275.817 turistas que visitaron Galápagos; de ellos 66% extranjeros y

34% nacionales. El incremento promedio anual durante el periodo 2008-2018 fue del 5,2%; 4,9% para extranjeros y 6,3% para nacionales (Galápagos, 2019). Cabe destacar que el turismo interno hacia las islas creció a partir del 2000 que fue el primer año de inicio de la dolarización en Ecuador (Galápagos, 2019).

### **1.1.3 Historia del Parque Nacional Galápagos (PNG)**

Los descubrimientos y posterior difusión internacional de las investigaciones de Charles Darwin otorgaron relevancia biológica y ecológica a las islas Galápagos; derivado de ello, durante el periodo 1934 hasta 1934 se promulgaron decretos de protección de algunas especies y áreas físicas. En el año 1959 se emitió la declaratoria de Parque Nacional con alrededor de 8.006 km<sup>2</sup> correspondiente al 97% de la superficie insular, seguida de la constitución de la Fundación Charles Darwin. Posteriormente, en el año 1964 se inauguró la Estación Científica de igual nombre; finalmente en el año 1979 la Organización de las Naciones Unidas para la Ciencia, Educación y la Cultura (Unesco) declara a la superficie insular de las islas como el primer Patrimonio Natural de la Humanidad (DPNG, 2014, pp. 40-41).

Los factores indicadores impactaron positivamente en la atracción del turismo hacia Galápagos, que ya existía desde la década de los treinta del siglo XX, pero que se consolidó a finales de los años sesenta.

### **1.1.4 Marco legal**

Para impulsar una racionalidad en la explotación de los recursos marinos que son abundantes en Galápagos, se expidió en el año 1998 la Ley de Régimen Especial de Galápagos, que excluye la pesca industrial en un radio de 40 millas desde la línea de base de las islas.

#### ***Descripción de la guianza turística (2016)***

La guianza turística para el régimen especial de Galápagos está publicada en el Reglamento respectivo, mediante Acuerdo Ministerial 2, publicado el 7 de abril del año 2016, mismo que contiene 24 artículos, diez disposiciones generales, dieciséis transitorias, una disposición derogatoria y una final.

Con respecto a los guías, establece que las personas residentes en la provincia de Galápagos tienen derecho preferente a la actividad de guianza. El guía especializado de Galápagos tiene la siguiente especialización: **i)** especializado en patrimonio turístico I; **ii)** especializado en patrimonio turístico II; y, **iii)** especializado en aventura de Galápagos.

En la parte del marco teórico y conceptual se ampliará la definición y competencias de cada una de estas clasificaciones y el proceso de acreditación.

### ***Reglamento Especial de Turismo en Áreas Naturales Protegidas (2016)***

El artículo 5 de este reglamento establece que son competencias de la Autoridad Ambiental Nacional las competencias establecidas en su primer numeral que es programar, autorizar, manejar, control y supervisar los usos turísticos de los recursos naturales y culturales.

Con respecto a Galápagos se indica que las competencias aludidas serán ejercidas en coordinación con la Autoridad Nacional de Turismo. El capítulo VIII se refiere al turismo en la provincia de Galápagos.

El artículo 33 describe las modalidades turísticas que son: **i)** tour de crucero navegable, **ii)** Tour de buceo navegable; **iii)** tour diario; **iv)** tour diario de buceo; **v)** tour de bahía; y, **vi)** tour de puerto a puerto.

## **1.2 Planteamiento del problema de investigación**

Los problemas que se identifican y que subyacen en la investigación son: Permanente pugna de competencias entre el Ministerio del Ambiente a través del PNG, el Ministerio de Turismo y los GADS. Lo anterior genera ruido en los agentes locales y una percepción de caos, falta de convergencia en acciones de planificación, manejo desleal del producto turístico, mantenimiento de infraestructura, todo esto conlleva a un eventual desmejoramiento de la calidad del servicio con el consiguiente perjuicio a la imagen de las islas como espacio turístico y patrimonio Mundial.

El problema anterior se evidenció durante el periodo 2007 al 2016 en que la UNESCO declaró a Galápagos como Patrimonio Natural en Peligro. Esta declaración afectó significativamente la imagen del país, del producto turístico Galápagos en los circuitos internacionales, así como los nacionales.

En este esquema de ecoturismo, un rol importante lo tienen los/as guías turísticos, mismos que son calificados según el Reglamento de Guianza Turística para el Régimen Especial de la provincia de Galápagos (2016), este instrumento establece cuatro tipos de guías para ejercer el servicio: **i)** Guía especializado de Galápagos, **ii)** Guía especializado en patrimonio turístico I, **iii)** Guía especializado en patrimonio turístico II; y **vi)** Guía especializado en aventura de Galápagos.

La capacitación realizada por los Ministerios de Ambiente y Turismo y por la Armada del Ecuador no profundiza la enseñanza de primeros auxilios de los Guías de la provincia de Galápagos. Esta carencia produce inseguridad en los guías que se traduce en percepción de insatisfacción en los turistas, quienes no reciben asistencia primaria ante lesiones físicas imprevistas, bastante usuales en un ambiente de recorridos en ambientes insulares.

Adicionalmente, el Parque Nacional Galápagos otorga el derecho de Guía en el archipiélago; para esto se requiere aprobar los cursos de capacitación dictados mediante acuerdo, por alguna universidad del Ecuador Continental, donde se incluye materias relevantes en la actividad de Guianza Turística, como son: Biología, Geología, Flora y Fauna, Técnicas de guiar, etc., más un módulo teórico práctico de primeros auxilios, que se imparte en 2 días. También se incluyen los cursos de la Organización Marítima Internacional (OMI y 3 en 1) impartido por la Armada del Ecuador y exigido para los guías que realizan guianza en la Reserva Marina de Galápagos donde se capacita en lo referente al manejo de grupos, acciones contra incendios, antiterrorismo y salvataje en el mar.

El trabajo de los guías turísticos no tiene alguna evaluación directa realizada por los usuarios, que sea analizada y revisada por las entidades encargadas del control y supervisión del espacio turístico de las islas.

Otro aspecto es la variada oferta de servicios turísticos, desde los tours totalmente guiados por un operador turístico, con servicios estandarizados por un operador, que se ofrecen en instalaciones bajo su operación. Otros son servicios turísticos dispersos, tales como hospedaje, recorridos, transporte acuático entre destinos insulares y terrestres; que no necesariamente están integrados en un paquete y que pueden tener diferentes expectativas y percepciones de calidad.

Por lo anteriormente expuesto, es pertinente que se realice una revisión a mayor profundidad de la calidad del servicio que se ofrece, mediante la aplicación de metodologías validadas internacionalmente.

### **1.2.1 Formulación del problema**

¿Cuál es el nivel de calidad del servicio de tour diario según la metodología SERVPERF que percibe el turista que visita el Parque Nacional Galápagos?

### **1.2.2 Sistematización del problema**

1. ¿Qué caracterización presenta el segmento de la población de turistas sujetos de la investigación?
2. ¿Qué variables particulares deberá incluir la metodología SERVPERF para la evaluación del turista en el PNG?
3. ¿Qué ponderación deberá aplicar cada variable particular de la metodología SERVPERF para la evaluación al turista que visita el PNG?

## **1.3 Objetivos de la investigación**

### **1.3.1 Objetivo general**

Determinar la calidad del servicio de tour diario que percibe el turista que visita el Parque Nacional Galápagos.

### **1.3.2 Objetivos específicos**

1. Caracterizar el segmento de la población de turistas sujetos de la investigación.

2. Determinar las variables particulares que deberá incluir la metodología SERVPERF para la evaluación de la calidad percibida del servicio recibido de tour diario por el turista que visita el PNG.
3. Realizar el análisis en base a las variables determinadas sobre la calidad del servicio al turista.

#### **1.4 Justificación de la investigación**

De las seis modalidades turísticas que indica el Reglamento Especial de Turismo en su artículo 33, se escoge para esta investigación la evaluación de calidad del tour diario por ser muy puntual, tener una variedad de participantes en cuanto a su origen como ser nacionales y extranjeros de diferentes países en un mismo recorrido. Por tanto, puede contener mayores elementos de heterogeneidad en su percepción de calidad por parte de los usuarios.

La investigación se justifica desde un enfoque de pertinencia por la importancia que tiene Galápagos tanto como recurso natural del Ecuador, así como destino turístico internacional y producto estrella del turismo en Ecuador. Un porcentaje significativo de turistas que vienen al país son atraídos centralmente por visitar y conocer el archipiélago y disfrutar de toda la literatura sobre naturaleza que existe alrededor de la misma. Hecho que también potencia otros destinos turísticos del país como el Parque Nacional Sangay, sectores de la Amazonía y otros destinos culturales como son Quito, Otavalo, Baños y Cuenca, entre otros.

Otro elemento es la relevancia del turismo en la economía de Galápagos, que es su principal actividad económica, genera plazas de empleo directo para la población que trabaja en servicios conexos. También genera empleo indirecto, tanto en las islas como en la parte de Ecuador continental que despachan turistas al archipiélago. Otro factor es que el archipiélago es uno de los destinos estrellas del turismo internacional en Ecuador.

También es justificable desde el enfoque de la aplicación práctica, en la medida que la investigación se diseñó en función de una metodología internacional como es Servperf, misma que ha sido validada en varias ramas de los servicios como son salud, educación, turismo y otros.

## **1.5 Marco de referencia de la investigación**

### **1.5.1 Investigaciones relacionadas**

Un primer estudio incluido en el libro recopilatorio denominado medición de la calidad en turismo y hospitalidad, propuestas y experiencias publicado por la Universidad Ecotec. De este, se referencia la investigación denominada Satisfacción del turismo en el Ecuador: Medición del índice del promotor neto es sobre el turismo nacional, mismo que presenta como conclusión un índice del 41%. Este indicador alude un nivel de satisfacción medio-alto, y se define que a manera general existe una buena relación entre las empresas del sector y el turista. El sector turístico cuenta con una gran cantidad de promotores (49%), al contrastar el resultado con otros estudios; lo cual constituye un importante impulso para su crecimiento real. Por otro lado, el nivel de los detractores es bajo (8%), sin embargo, se requiere siempre atención a este grupo porque sus malas recomendaciones pueden incrementar rápidamente su indicador, aún más rápido que el ritmo en que incrementan los promotores (Rosero, 2018).

Un segundo estudio es un artículo de investigación publicado en la Revista Investigaciones Geográficas, se denomina Percepciones de la gestión del turismo en dos reservas de biósfera ecuatorianas: Galápagos y Sumaco (Muñoz, 2017) tuvo como objetivo fundamental evaluar los elementos más relevantes de la actual gestión del turismo y su contribución a la conservación de la biodiversidad y el desarrollo en dos reservas de biosfera ecuatorianas: Galápagos y Sumaco (Amazonía ecuatoriana).

En este estudio se evaluó la sustentabilidad del turismo en ambas reservas de biosfera. El diseño de la investigación combina métodos cuantitativos y cualitativos. La técnica aplicada es la encuesta a residentes en ambas reservas de biosfera con la finalidad de establecer sus características socio-demográficas, principales actividades económicas a las que se dedican y su relación con el turismo además de su nivel de conocimiento sobre este tipo de reservas.

Para el análisis cualitativo se realizaron entrevistas semi-estructuradas a los principales actores clave en ambas reservas de biosfera. Expertos en la

gestión de las áreas protegidas así como representantes de diferentes sectores relacionados directa e indirectamente con el turismo fueron entrevistados. Aunque el turismo es un concepto que debería desarrollarse en concordancia con el ambiente en estas áreas naturales, en el caso de Galápagos es una de las principales amenazas para la conservación de la biodiversidad debido al incremento en el número de turistas. En contraste, en Sumaco el turismo puede ser una alternativa sustentable muy importante frente a la extracción de minas y petróleos, que constituyen las actuales amenazas para la conservación en el área.

Un tercer describe los resultados de un estudio de campo realizado como requisito para obtener el título de licenciada en turismo. Se denomina evaluación del estado actual de los prestadores de servicios turísticos que laboran en bares y restaurantes en el cantón Isabela y su incidencia en la satisfacción de los turistas (Ávila, 2017) tiene como principales conclusiones las siguientes:

Los resultados sobre el nivel de conocimiento de los servidores turísticos en la atención al cliente en el cantón Isabela determinan que el 90% de los empleados poseen buen nivel de instrucción y experiencia para atender a los turistas en los bares y restaurantes. El 90% de los empleados encuestados indicaron que no tuvieron problemas para atender a los clientes. El porcentaje del nivel de satisfacción que perciben los consumidores respecto a la atención de los empleados que laboran en bares y restaurantes fue del 90% entre buena y excelente, incluyendo en forma similar la comunicación entre los empleados y el turista que fue buena y entendible.

Aunque los resultados presentados del estudio son favorables, es importante anotar que los sujetos de la investigación fueron los prestadores y no el cliente, por tanto puede carecer de la objetividad suficiente para una evaluación del servicio.

## 1.5.2 Contexto político, económico, social, tecnológico y ecológico del Ecuador y Galápagos

### Contexto político

El contexto político de esta investigación es el conjunto de políticas públicas, lineamientos, instituciones y normativa sobre el desarrollo turístico del Ecuador, el transporte aéreo nacional e internacional y el cuidado ambiental, sobre todo en el archipiélago de Galápagos. Para esto se revisará lo establecido en el Plan Nacional del Buen Vivir (PNBV) 2017-2021.

**Ambiente y naturaleza:** El tercer objetivo del PNBV busca “garantizar los derechos de la naturaleza para las actuales y futuras generaciones, a continuación las políticas, lineamientos y metas en temas relacionados con el Archipiélago:

**Tabla 1. Objetivo 3: Políticas y metas relacionadas con Galápagos**

Políticas	Metas a 2021
<b>3.1)</b> Conservar, recuperar y regular el aprovechamiento del patrimonio natural y social, rural y urbano, continental, insular y marino-costero, que asegure y precautele los derechos de las presentes y futuras generaciones.	<ul style="list-style-type: none"><li>• Mantener el 16% de territorio nacional bajo conservación o manejo ambiental a 2021. Mantener el 16% de territorio nacional bajo conservación o manejo ambiental a 2021.</li></ul>
<b>3.3)</b> Precautelar el cuidado del patrimonio natural y la vida humana por sobre el uso y aprovechamiento de recursos naturales no renovables.	

**Fuente:** Senplades, 2017, Plan Nacional del Buen Vivir 2017-2021.  
Elaborado por: Autor

**Economía del turismo:** El noveno objetivo del PNBV busca “garantizar la soberanía y la paz, y posicionar estratégicamente al país en la región y el mundo”.

**Tabla 2. Objetivo 9: Políticas y metas relacionados con Galápagos**

Políticas	Metas a 2021
<b>9.1)</b> Profundizar el proceso de integración con América Latina, el Caribe y los países vecinos, como espacio de convergencia política y complementariedad económica, logística, estratégica, social, ambiental, turística, cultural y de cooperación; afianzando la capacidad negociadora de la región y fortaleciendo el desarrollo de las zonas fronterizas y la libre movilidad de las personas.	<ul style="list-style-type: none"><li>• Incrementar el número de empleos turísticos de 137 647 a 202 762, para 2021.</li><li>• Incrementar el número de turistas de 1,4 millones a 2 millones de personas para 2021.</li><li>• Incrementar el ingreso de divisas por concepto de turismo receptor de US\$ 1,4 mm a US\$ 2,5 mm a 2021.</li></ul>
<b>9.4)</b> Posicionar y potenciar a Ecuador como un país megadiverso, intercultural y multiétnico, desarrollando y fortaleciendo la oferta turística	

---

nacional y las industrias culturales; fomentando el turismo receptivo como fuente generadora de divisas y empleo, en un marco de protección del patrimonio natural y cultural.

---

**Fuente:** Senplades, 2017, Plan Nacional del Buen Vivir 2017-2021.  
Elaborado por: Autor

Para el impulso al turismo el Ministerio de Turismo está ejecutando al primer año 2020 programas y servicios que buscan facilitar el incremento de líneas aéreas, la inversión privada, el desarrollo turístico de poblaciones y facilitación a los agentes locales en trámites, registro y difusión de información relacionada al subsector de turismo (Tabla 3).

**Tabla 3. Ministerio de Turismo: Programas y servicios disponibles**

Programas y servicios	Descripción
Programa Invest Ecuador Tourism.	<ul style="list-style-type: none"><li>• <b>Conectividad:</b> Es la política de cielos abiertos desde el año 2017, por esto operan 22 aerolíneas con vuelos internacionales y 4 con vuelos nacionales.</li><li>• <b>Beneficios e incentivos:</b> Difusión de las condiciones y facilidades societarias y tributarias para inversionistas privados extranjeros y nacionales.</li><li>• <b>¿Cómo Invertir?:</b> Asesoría para proceso de inversión.</li><li>• <b>Oportunidades de inversión:</b> Difusión de portafolio de inversiones en Ecuador.</li></ul>
Pueblos Mágicos	Desarrollo turístico de poblaciones.
Servicios	<ul style="list-style-type: none"><li>• Información societaria para organizaciones reguladas por el Ministerio de Turismo;</li><li>• Catastro turístico;</li><li>• Registro de actividades turísticas;</li><li>• Capacitación turística;</li><li>• Turismo en cifras;</li><li>• Información de contribuciones;</li><li>• Gestión y desarrollo turístico;</li><li>• Otros</li></ul>

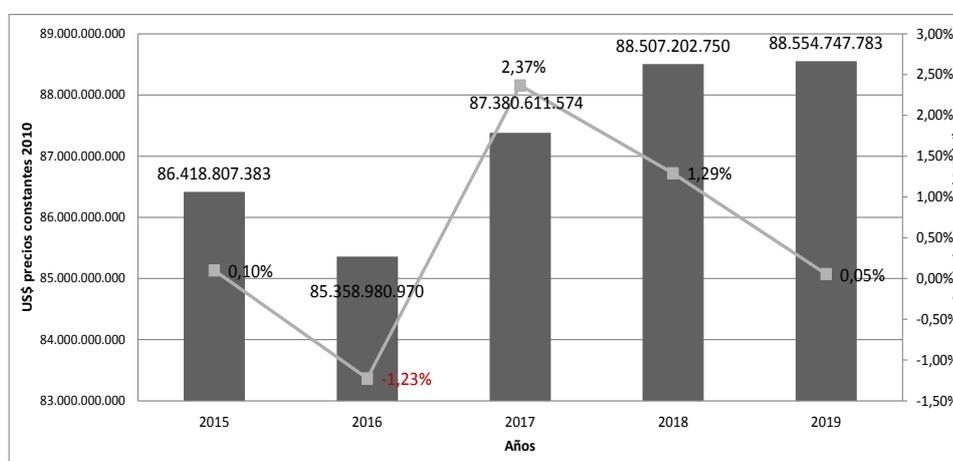
**Fuente:** <https://www.turismo.gob.ec/programas-y-servicios/>, obtenida 09-01-2020.  
Elaborado por: Autor

### **Contexto económico**

El análisis de los servicios deben ser realizados atendiendo el contexto económico del país y la provincia de interés, al año 2019, Ecuador registro un Producto Interno Bruto (PIB) por US\$88.5 miles de millones en precios constantes del 2010 (Figura 1).

El PIB ha mostrado una tendencia a decrecer desde el año 2015, esto obedece en gran parte a la caída de ingresos como resultado de la baja de los precios internacionales del petróleo que estimulaba la inversión pública del país; a tal punto que en el año 2019 registró una variación anual del 0,05% que se traduce en una tasa real negativa por ser inferior a la variación de crecimiento de la población.

Esta desaceleración y en algunos casos decrecimiento del PIB indica que la economía no está creciendo al ritmo de la población, lo que resta oportunidades de empleo sobre todo para los jóvenes y disminuye el gasto en servicios de ocio como es el turismo.

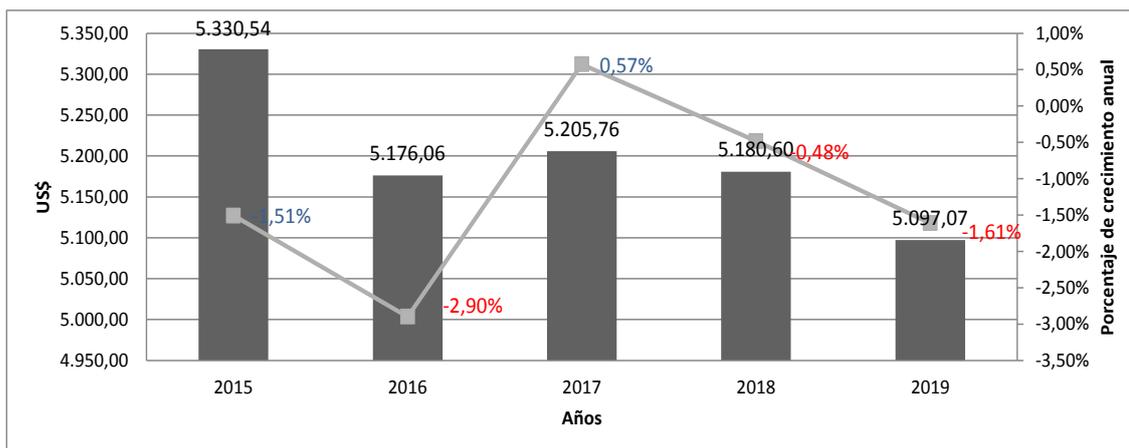


**Figura 1. Ecuador: PIB en precios constante año 2010 (US\$), periodo 2015-2019.**

**Fuente:** Banco Mundial/BCE/Datos país

Elaborado por: Autor

La desaceleración del PIB se evidencia en el PIB per cápita en valores constantes del año 2010, mismo que en el año 2019 cayó a US \$ 5.097,07. Durante el periodo 2015 al 2019 la tendencia es el decrecimiento a un promedio anual de caída del -1,19%. Lo anterior es una pérdida del ingreso promedio de los ecuatorianos (Figura 2). Esta caída del ingreso incide directamente en la demanda de bienes no básicos como puede ser los viajes y turismo.



**Figura 2. Ecuador: PIB per cápita en valores constante del 2010, (US\$), periodo 2015-2019**

**Fuente:** Banco Mundial/BCE/Datos país

Elaborado por: Autor

La participación de las provincias del Ecuador en la economía medida por su Valor Agregado Bruto (VAB) del año 2018 expresado en valores corrientes, registra que Pichincha y Guayas participan con el 53,23%. Las provincias que siguen son Manabí (6,07%), Azuay (5,35%), Orellana (4,67%); las restantes 19 provincias participan con el 35,4% (Tabla 4).

En este contexto, la provincia de Galápagos participó con el 0,25% del total nacional, al año 2018 su VAB que ascendió a US\$ 254,5 millones. Cabe destacar que aunque en términos cuantitativos ocupó el último lugar, es la provincia con el menor número de habitantes, el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) estimó una población de 33.042 habitantes para el año 2020 (Tabla 4).

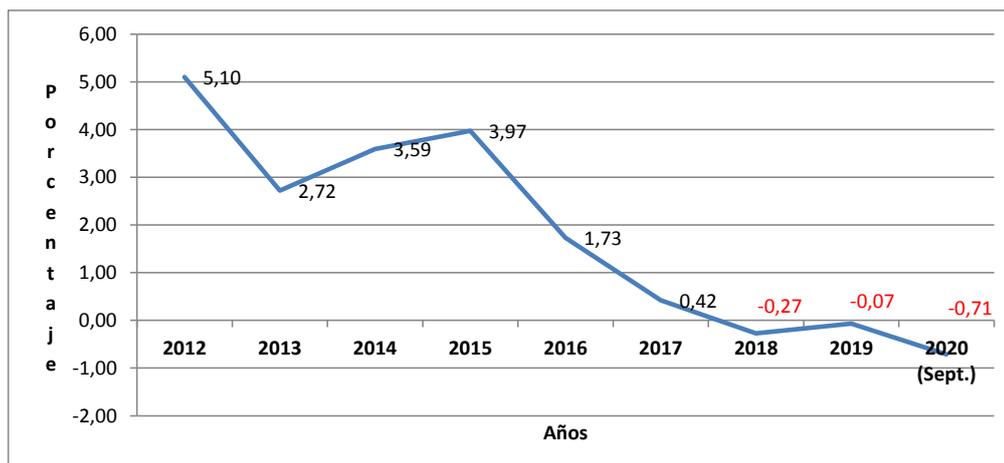
**Tabla 4. Ecuador: Valor Agregado Bruto por provincia, año 2018, precios corrientes (US\$).**

No.	Provincia	VAB (US\$)	Participación (%)
1	Guayas	26.637.131,10	26,65%
2	Pichincha	26.571.644,92	26,58%
3	Manabí	6.062.624,54	6,07%
4	Azuay	5.343.369,90	5,35%
5	Orellana	4.664.329,89	4,67%
6	El Oro	3.570.852,24	3,57%
7	Los Ríos	3.557.099,18	3,56%
8	Esmeraldas	3.086.832,18	3,09%
9	Tungurahua	2.866.044,68	2,87%
10	Santo Domingo	2.037.680,47	2,04%
11	Cotopaxi	1.952.860,70	1,95%
12	Imbabura	1.930.396,57	1,93%
13	Sucumbíos	1.888.026,41	1,89%
14	Chimborazo	1.854.455,29	1,86%
15	Loja	1.774.544,95	1,78%
16	Santa Elena	1.547.883,11	1,55%
17	Cañar	1.065.192,49	1,07%
18	Pastaza	713.843,67	0,71%
19	Carchi	663.974,90	0,66%
20	Bolívar	638.971,11	0,64%
21	Morona Santiago	507.871,29	0,51%
22	Napo	463.368,38	0,46%
23	Zamora Chinchipe	302.421,19	0,30%
24	Galapagos	254.533,85	0,25%
<b>Total país</b>		<b>99.955.953,01</b>	<b>100,0%</b>

**Fuente:** BCE, 2019, Cuentas provinciales

Elaborado por: Autor

La inflación anual es otro agregado macroeconómico que mide la estabilidad de precios y por esa vía el costo de los factores (Figura 3), muestra que la economía ecuatoriana presentó una inflación decreciente, durante el periodo 2012-sept.2020 el promedio de inflación anual fue del 1,83%. Desde el año 2018 presenta un signo negativo, lo que indica que es deflación.



**Figura 3. Ecuador: Inflación anual, 2010-2020 (sept), (%)**

**Fuente:** Banco Mundial/BCE/Datos país

La economía de la provincia de Galápagos está conformada directamente por el sector servicios; el subsector de *Actividades profesionales, técnicas y administrativas* participa con el 19,52% del total provincial, le sigue el *Transporte y almacenamiento* (15,26%); *Alojamiento y servicios de comida* (12,44%); *Administración pública, defensa, planes de seguridad social obligatoria* (9,41%); *comercio al por mayor y menor* (8,46%); construcción (8,42%); *actividades inmobiliarias* (8,31%); *enseñanza* (3,74%); *pesca y acuicultura* (3,71%); entre los más relevantes (Figura 4).

Las cifras indican que la pesca y actividades agropecuarias sumadas no llegan al 6% del total provincial, poco relevante en la generación de empleo e ingresos.



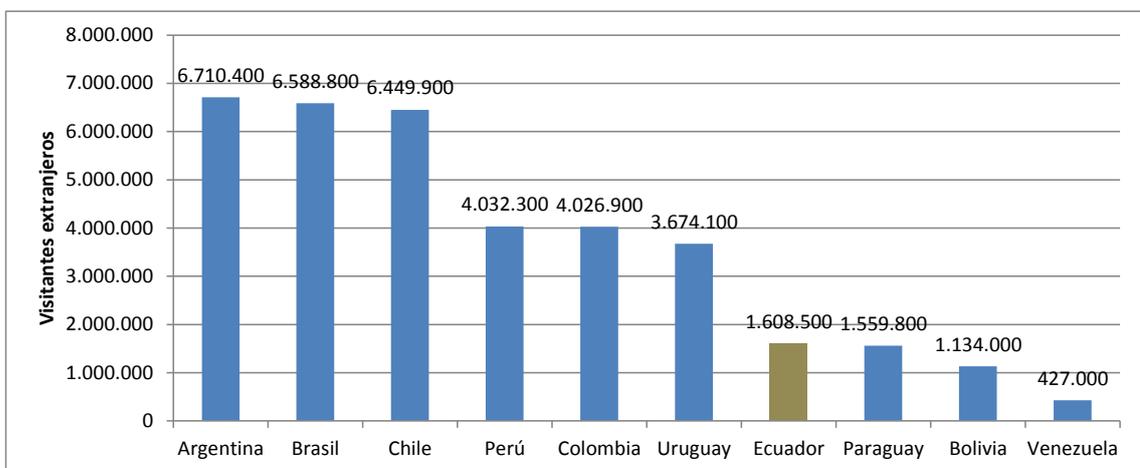
**Figura 4. Galápagos: VAB por subsectores, 2018, (US\$)**

**Fuente:** BCE, 2018, Cuentas provinciales

La participación del turismo en la economía del Ecuador se debe revisar a la par del número de visitantes extranjeros que generan ese movimiento y comparativamente con países de la región. América del Sur presenta datos de 10 países, de ellos Ecuador recibió 1'608.000 visitantes en el año 2018 (Figura 5).

Analizar el flujo de turistas requiere contextualizar la cifra con factores relacionados como son la extensión de cada país, población, oferta turística de cada uno de ellos, entre otros aspectos. Argentina, Brasil y Chile tienen el mayor flujo de turistas, Ecuador está entre los últimos cuatro, seguido por Paraguay, Bolivia y Venezuela.

Es importante mencionar que en los países hispanoamericanos un producto de turismo masivo es el de playa, rubro que Ecuador no ofrece de manera significativa, esto contrasta con países como Uruguay que ofrece Punta del Este, Colombia con Cartagena y San Andrés, República Dominicana con Punta Cana, México con Cancún y otros destinos costeros.



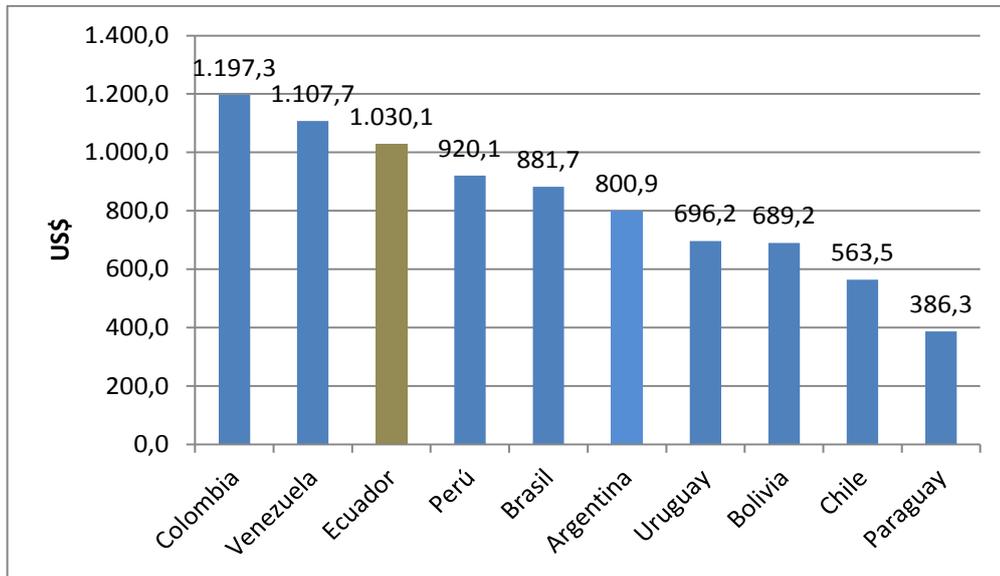
**Figura 5. Sudamérica: Ingreso de turistas extranjeros por país, 2018**

**Fuente:** WEF, 2019, T&T Competitiveness Index 2019

Elaborado por: Autor

No obstante que el país no recibe el mayor número de visitantes extranjeros, tiene un promedio de gasto por visitante entre los tres más altos, solamente seguido de Colombia y Venezuela. Esto se explica al tipo de turismo de mayor duración y con alto contenido ambiental y cultural como son las visitas a Galápagos, Amazonía, ciudades patrimonio (Quito y Cuenca), oferta de turismo étnico (Otavalo y Amazonía). Ecuador recibió en el año 2018 un

promedio de US\$ 1.030,1 por turista, bastante por encima del promedio de Perú, Brasil, Argentina, Uruguay, Bolivia, Chile y Paraguay (Figura 6).

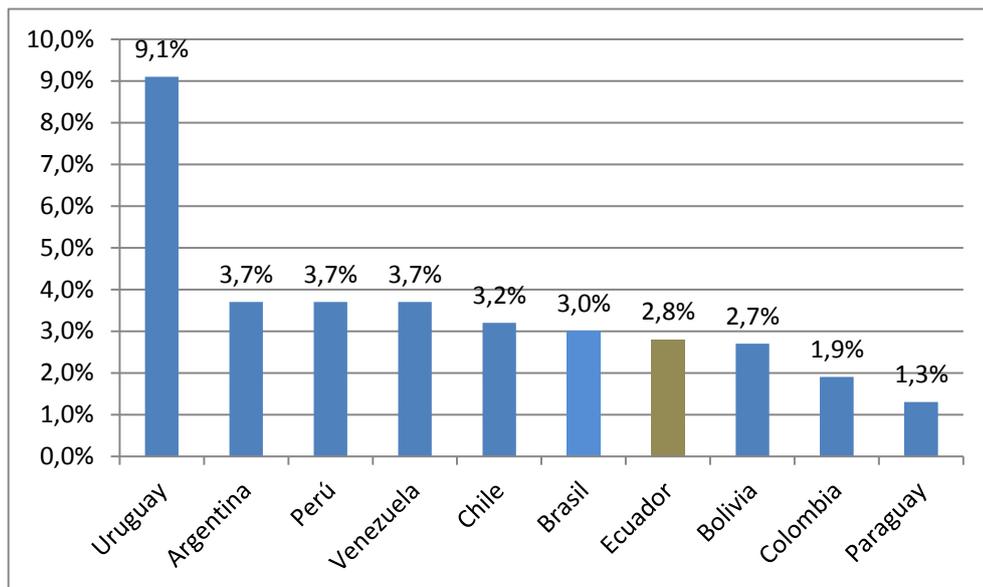


**Figura 6. Sudamérica: Ingreso promedio por turista extranjeros por país, 2018, (US\$)**

Fuente: WEF, 2019, T&T Competitiveness Index 2019

Elaborado por: Autor

En lo que respecta a la participación del sector turismo en el PIB global, Ecuador tiene un aporte del 2,8% (Figura 7), considerando que al año 2018 el PIB global registró US\$ 108 mil millones en valores corrientes (Banco Mundial, 2019). Junto con Bolivia, Colombia y Paraguay está entre los cuatro países de menor participación del turismo en el PIB.

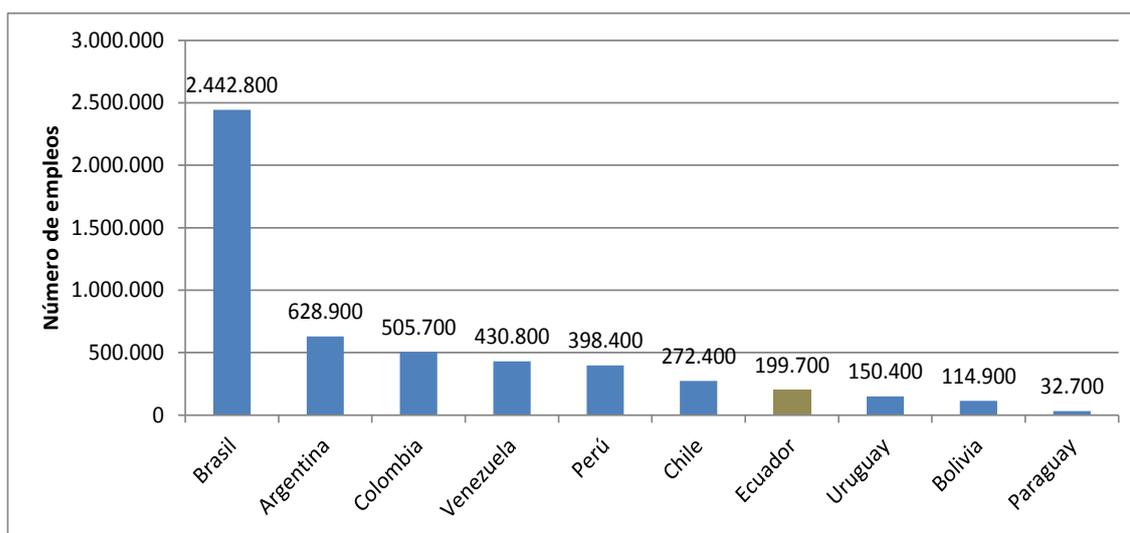


**Figura 7. Sudamérica: Participación del turismo en el PIB total por país, 2018, (%)**

Fuente: WEF, 2019, T&T Competitiveness Index 2019

Elaborado por: Autor

El turismo es un importante generador de empleo, en Ecuador 199.700 personas trabajan en ese sector, bastante lejos de otros países como Brasil, Argentina, Colombia, Venezuela y Perú que genera empleo para un volumen superior de trabajadores (Figura 8). Esto junto con el promedio de gasto por turista en Ecuador podría indicar que el turismo ecuatoriano tiene un mayor valor agregado.



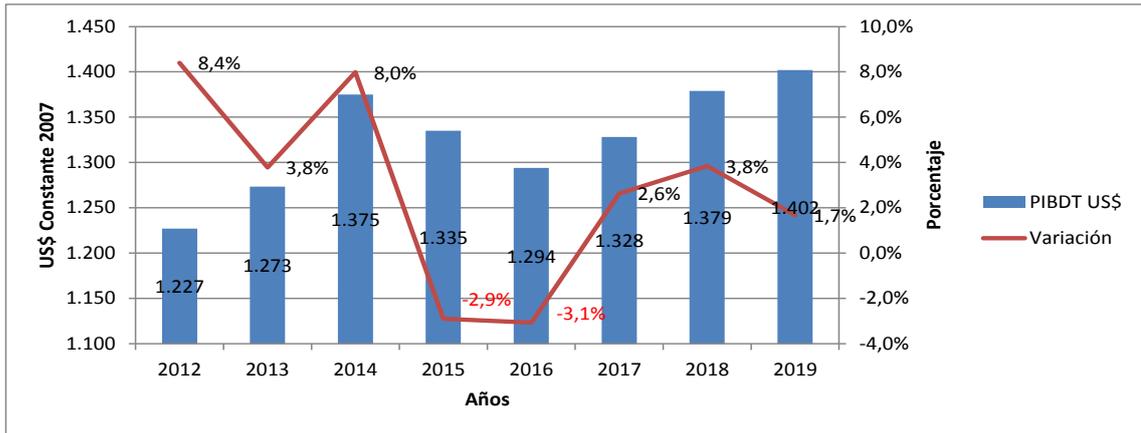
**Figura 8. Sudamérica: Plazas de trabajo generadas por el turismo, 2018.**

**Fuente:** WEF, 2019, T&T Competitiveness Index 2019

Elaborado por: Autor

**Ecuador: El sector turismo en cifras:** Es un importante generador de plazas de empleo directo e indirecto. Las cuentas satélites del sector indica que el PIB directo de turismo (PIBDT) ha mantenido una tendencia creciente durante el periodo 2012-2019 en que pasó desde US\$ 1.227 millones a precios constantes año base 2007, hasta ascender a US\$ 1.402 en el año 2019 (Figura 9).

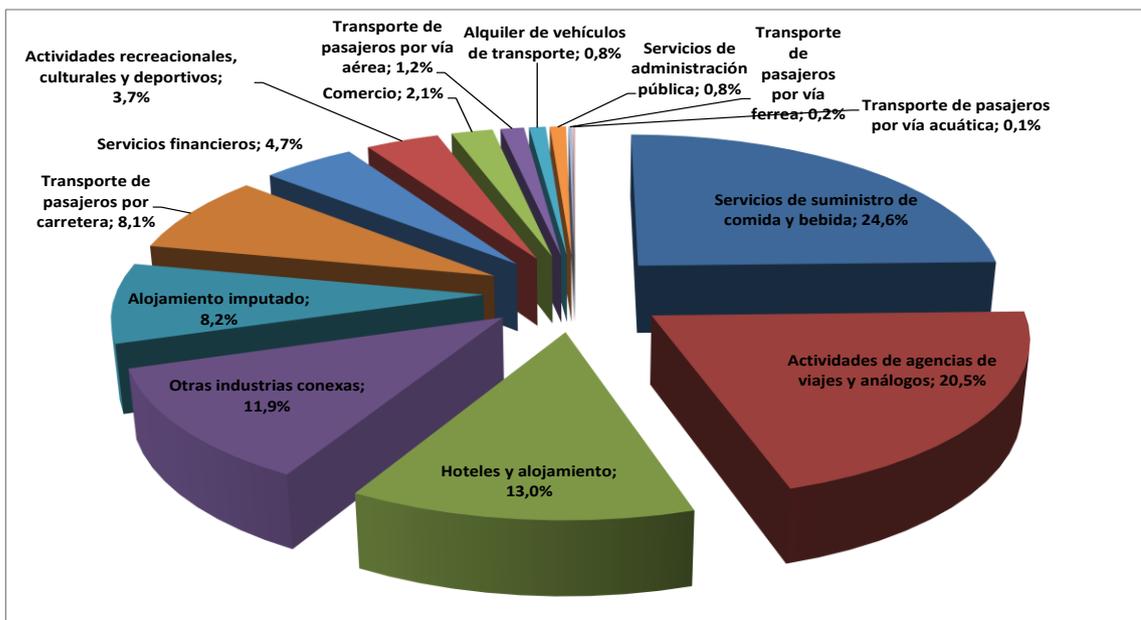
El crecimiento promedio anual del periodo fue del 2,8%, siendo los años 2015, 2016 y 2019 en que decrecieron (Figura 9), cabe destacar que durante abril del año 2016 ocurrió el terremoto que afectó al sur de Esmeraldas y Manabí, tuvo trascendencia internacional y por tanto, afectó al flujo de turismo receptivo, quienes se abstuvieron de ingresar al país por las noticias internacionales de la destrucción ocurrida en la Costa central.



**Figura 9. Ecuador: PIB directo de turismo, periodo 2012-2019, (Millones de US\$ constante año 2007)**

**Fuente:** <https://servicios.turismo.gob.ec/index.php/turismo-cifras/2018-09-19-20-08-01/cuenta-satelite-de-turismo>

El PIB de turismo del año 2018 tiene como principales componentes a los servicios de suministro de comida y bebidas, con un 24,6%, seguido por las actividades de agencias de viajes y análogos (20,5%), hoteles y alojamiento (13%), otras industrias conexas (11,9%), alojamiento imputado (8,2%), transporte de pasajeros por carretera (8,1%), servicios financieros (4,7%), actividades recreacionales, culturales y deportivos (3,7%), comercio (2,1%), transporte de pasajeros por vía aérea (1,2%), alquiler de vehículos de transporte (0,8%), servicios de administración pública (0,8%), transporte de pasajeros por vía férrea (0,2%), también administración pública, transporte de pasajeros por vía férrea y por vía acuática (Figura 10).



**Figura 10. Ecuador: Estructura del PIB de turismo, 2018, (%)**

**Fuente:** <https://servicios.turismo.gob.ec/index.php/turismo-cifras/2018-09-19-20-08-01/cuenta-satelite-de-turismo>

Elaborado por: Autor

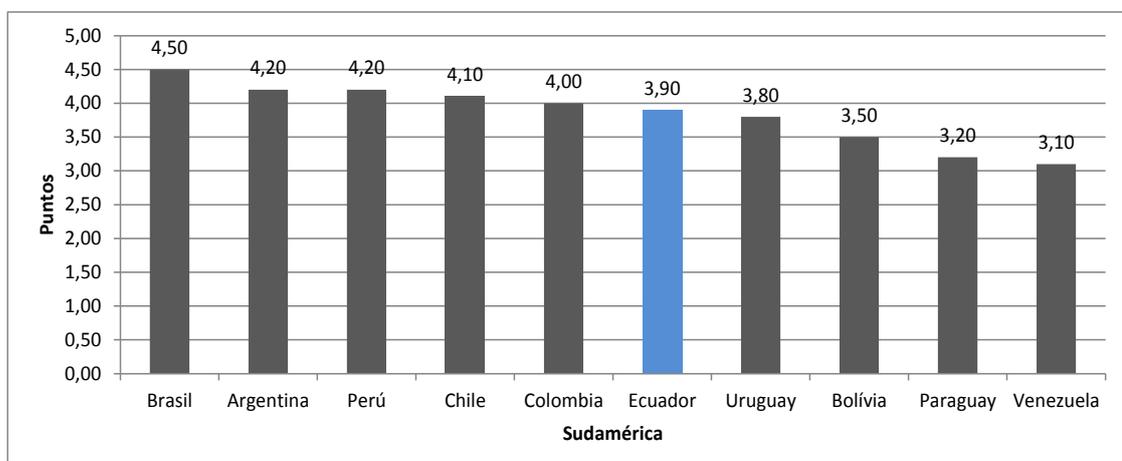
**Índice de Competitividad en Turismo y Viajes:** El análisis del turismo debe ser relativizado en el concierto internacional. El Índice Competitividad en Viajes y Turismo del World Economic Forum (WEF) lo analiza. Este indicador es calculado bianualmente, se estructura en cuatro pilares de análisis que son: **i)** Entorno propicio; **ii)** T&T políticas y condiciones aptas; **iii)** infraestructura; y, **iv)** recursos naturales y culturales. A continuación (Tabla 5) las variables que comprende cada pilar, a su vez cada variable están conformadas por indicadores:

**Tabla 5. T&T Competitiveness: Pilares y variables**

Entorno propicio	Políticas de Viajes y Turismo y condiciones propicias	Infraestructura	Recursos naturales y culturales
Ambiente de negocios	Priorización de Viajes y Turismo	Infraestructura de transporte aéreo	Recursos naturales
Seguridad y protección	Apertura internacional	Infraestructura terrestre y portuaria	Recursos culturales y viajes de negocios
Salud e higiene	Competitividad de precios	Infraestructura de servicios al turismo	
Recursos humanos y mercado laboral	Sostenibilidad del medio ambiente		
Preparación de las TIC			

**Fuente:** WEF, 2019, the Travel and Tourism Competitiveness Report 2019, p. 10  
Elaborado por: Autor

El puntaje global de Competitividad del país al año 2019 fue de 3,9, se ubica en la mediana de 10 países de la región. El mejor posicionado es Brasil con 4,5 puntos, seguido de Argentina, Perú, Chile, y Colombia. Por detrás de Ecuador están Uruguay, Bolivia, Paraguay y Venezuela (Figura 11).



**Figura 11. Sudamérica: índice de competitividad en viajes y turismo, 2019**

**Fuente:** WEF, 2019, T&T Competitiveness Index 2019  
Elaborado por: Autor

El análisis de los pilares proporciona una percepción de aspectos que afecta la competitividad del turismo en Ecuador y acerca los aspectos cualitativos sobre los que diseñar la evaluación de calidad de productos turísticos. El primer pilar es entorno propicio está conformado por las variables Ambiente de negocios, Seguridad y protección, Salud e higiene, Recursos humanos y mercado laboral, y Preparación TIC.

Ecuador está por debajo del promedio regional en las variables Salud e higiene y Preparación TIC. En las variables Ambiente de negocios, Seguridad y Protección el País está por encima del promedio regional; en la primera, a la par con Colombia, y en la segunda por encima de Brasil, Argentina, Perú, Colombia, Paraguay y Venezuela (Tabla 6). Este último indica la situación de relativa paz y ambiente social menos convulsionado.

**Tabla 6. Sudamérica: Índice de Competitividad, pilar Entorno propicio, 2019.**

Países	TTCR 2019					
	Ambiente de negocios	Seguridad y protección	Salud e higiene	Recursos humanos y mercado laboral	Preparación TIC	TIC
Brasil	4,50	3,70	4,30	5,40	4,30	4,80
Argentina	4,20	3,30	5,10	6,50	4,50	4,90
Perú	4,20	4,10	4,70	4,90	4,60	4,10
Chile	4,10	4,90	5,70	5,20	4,80	5,40
Colombia	4,00	3,80	3,80	5,20	4,60	4,60
Ecuador	3,90	3,80	5,20	5,20	4,30	4,30
Uruguay	3,80	4,40	5,30	6,20	4,70	5,70
Bolivia	3,50	2,80	5,20	4,80	4,00	4,10
Paraguay	3,20	4,30	4,90	5,10	3,90	3,90
Venezuela	3,10	2,40	3,30	5,10	3,60	3,60
<b>Promedio región</b>	<b>3,70</b>	<b>4,80</b>	<b>5,40</b>	<b>4,30</b>	<b>4,30</b>	<b>4,50</b>

**Fuente:** WEF, 2019, T&T Competitiveness Index 2019  
Elaborado por: Autor

El pilar *T&T Políticas y Condiciones propicias* está conformado por las variables *Priorización de T&T, Apertura internacional, Precios Competitivos, y Sostenibilidad ambiental*. Ecuador está por encima del promedio regional en las cuatro variables mencionadas (Tabla 7).

En la primera lo supera Argentina, Perú, Chile, Uruguay y Paraguay. En la segunda variable está por debajo de países como Perú, Chile y Colombia quienes tienen Tratado de Libre Comercio con Estados Unidos, Alianza del Pacífico, en que no participa Ecuador. En la variable *Precios competitivos* Solo lo supera Chile y Colombia, está a la par con Bolivia. En la variable

Sostenibilidad ambiental es superado por Perú y Colombia; está a la par con Brasil (Tabla 7).

**Tabla 7. Sudamérica: Índice de Competitividad T&T, Pilar Políticas y Condiciones propicias.**

Países	T&T políticas y condiciones aptas			
	Priorización	Apertura	Precios	Sostenibilidad
	de T&T	internacional	competitivos	ambiental
Brasil	4,00	3,00	5,40	4,30
Argentina	4,60	3,10	4,90	3,40
Perú	4,70	4,50	5,30	4,40
Chile	4,70	4,70	5,60	4,20
Colombia	4,10	4,60	5,80	4,40
Ecuador	4,50	4,00	5,50	4,30
Uruguay	5,30	3,00	5,00	4,20
Bolivia	3,70	3,20	5,50	4,20
Paraguay	5,00	2,70	5,40	3,80
Venezuela	3,40	2,20	5,10	3,70
<b>Promedio región</b>	<b>4,40</b>	<b>3,50</b>	<b>5,40</b>	<b>4,10</b>

Fuente: WEF, 2019, T&T Competitiveness Index 2019  
Elaborado por: Autor

El tercer pilar es Infraestructura, las variables son Transporte aéreo e infraestructura, Infraestructura terrestre y portuaria e Infraestructura de servicios turísticos.

La puntuación en la primera variable está por debajo del promedio regional. En la segunda variable está por encima del promedio regional, tiene el mayor puntaje de los diez países, esto se entiende por ser un país pequeño con cuatro puertos marítimos y la calidad de su infraestructura y la calidad de las carreteras. En la tercera variable está por debajo del promedio regional, solamente supera a Colombia, Bolivia, Paraguay y Venezuela (Tabla 8).

**Tabla 8. Sudamérica: Índice de Competitividad T&T, Pilar Infraestructura**

Países	Infraestructura		
	Transporte	Infraestructu	Infraestructu
	aereo e	ra terrestre y	ra de
	infraestructura	portuaria	servicios
			turísticos
Brasil	3,70	2,40	4,50
Argentina	3,10	2,70	4,50
Perú	2,80	2,50	5,30
Chile	3,10	3,40	4,30
Colombia	3,00	2,50	3,80
Ecuador	2,40	3,50	4,00
Uruguay	2,30	2,80	4,80
Bolivia	2,20	2,10	3,30
Paraguay	1,60	2,30	3,20
Venezuela	1,80	2,00	3,00
<b>Promedio región</b>	<b>2,60</b>	<b>2,60</b>	<b>4,10</b>

Fuente: WEF, 2019, T&T Competitiveness Index 2019  
Elaborado por: Autor

El cuarto pilar es Recursos Naturales está conformado por dos variables que son Recursos naturales, culturales y viajes de negocios. Tiene una puntuación de la primera variable por encima del promedio regional, es superado por Brasil, Argentina, Perú y Colombia. La segunda variable tiene una puntuación bastante por debajo del promedio regional, solamente supera a Paraguay (Tabla 9).

Son parte de esta variable el número de patrimonios culturales mundiales que tiene el país; el número de patrimonios culturales intangibles, el número de estadios deportivos, el promedio de convenciones de asociaciones internacionales y la demanda digital de turismo cultural y de entretenimiento.

**Tabla 9. Sudamérica: Índice de Competitividad T&T, Pilar Recursos naturales**

Países	Recursos	Recursos
	naturales	culturales y Viajes de negocios
Brasil	5,80	5,40
Argentina	4,50	4,20
Perú	4,70	3,10
Chile	3,20	2,40
Colombia	4,40	3,20
Ecuador	4,20	1,80
Uruguay	2,50	1,80
Bolivia	4,10	2,00
Paraguay	2,50	1,40
Venezuela	4,10	2,10
<b>Promedio región</b>	<b>4,00</b>	<b>2,70</b>

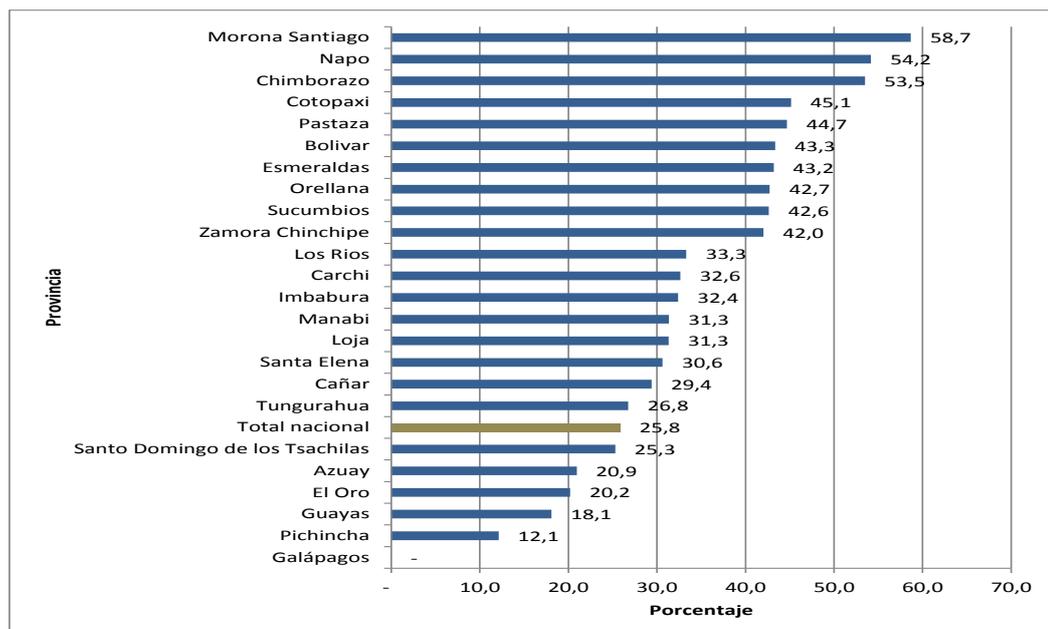
*Fuente:* WEF, 2019, T&T Competitiveness Index 2019

Elaborado por: Autor

### **Contexto social**

La variable incidencia de pobreza por consumo describe el contexto social (INEC, 2015) la estimación nacional registró un promedio del 25,8%, las provincias con mayor incidencia son tres de la Amazonía donde no existe explotación minera significativa y dos de la Sierra con una importante población indígena.

Galápagos no registró incidencia de pobreza de consumo, también Pichincha, Guayas, El Oro y Azuay presentan la incidencia más baja del ranking entre un 12,1% en Pichincha hasta un 20,9% registrada en el Azuay (Figura 12).

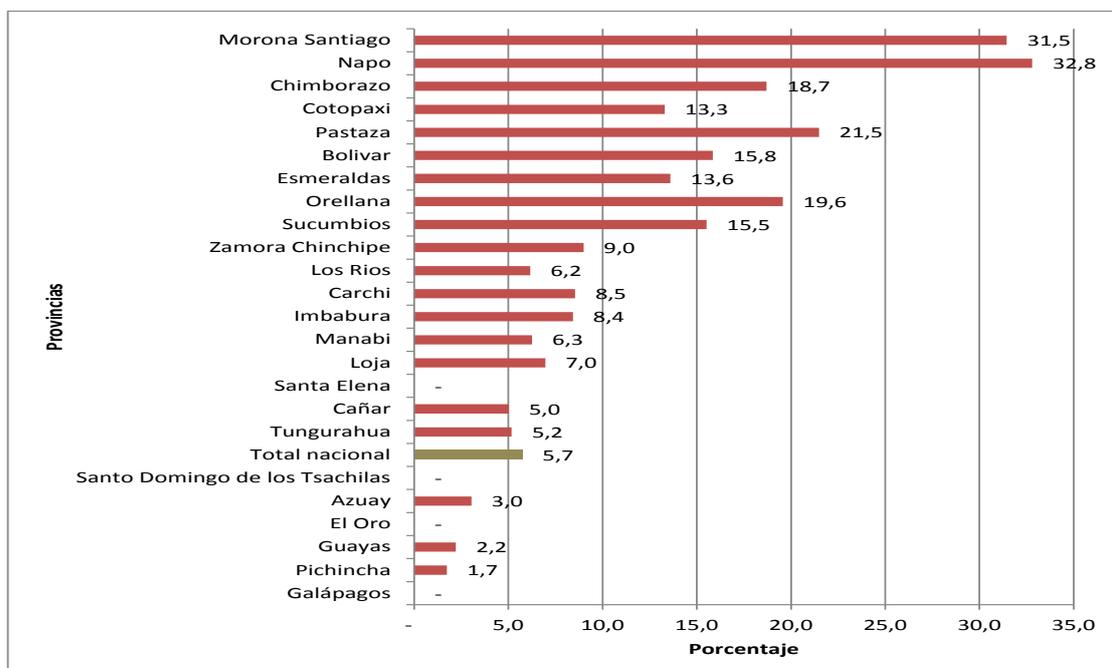


**Figura 12. Ecuador: Provincias por pobreza de consumo, año 2015, (%)**

Fuente: INEC, 2015, Encuesta de Condiciones de Vida 2014.

Elaborado por: Autor

El promedio nacional de incidencia de extrema pobreza de consumo es del 5,7%. Las provincias con mayor extrema pobreza son Morona Santiago, Napo, Chimborazo, Cotopaxi y Pastaza. Galápagos no registra extrema pobreza de consumo, Pichincha, Guayas, El Oro y Azuay registran menor afectación del ranking provincial (Figura 13).



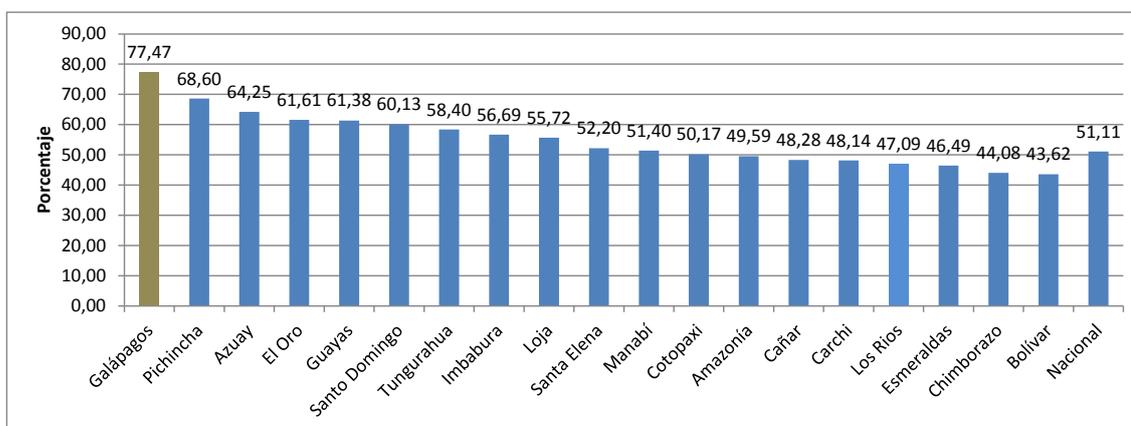
**Figura 13. Ecuador: Provincias por extrema pobreza de consumo, año 2015, (%)**

Fuente: INEC, 2015, Encuesta de Condiciones de Vida 2014.

Elaborado por: Autor

### Contexto tecnológico

En el contexto tecnológico la variable de mayor relevancia es el porcentaje de la población que tiene acceso a Internet, en Ecuador, el promedio es del 51,11 % (Figura 14) de la población de cinco años y más que informó haber utilizado la red en los últimos doce meses. En lo que respecta a las provincias, Galápagos registra el mayor acceso (77,47%), la de menor acceso es Bolívar con un 43,62% (Figura 14). Existe cierta relación inversa entre acceso a Internet y menor incidencia de pobreza de consumo.



**Figura 14. Ecuador: Porcentaje de personas con acceso a Internet por provincias, año 2017, (%)**

**Fuente:** INEC, 2018, Encuesta Nacional Multipropósito de hogares.

Elaborado por: Autor

### Contexto ecológico y ambiental

Ecuador registra 18 áreas marino-costera protegidas; de ellas, el Parque Nacional Galápagos (799.540 has.) y la Reserva Marina de Galápagos (138.000 has.) son las más extensas (Tabla 10). Las restantes 16 están distribuidas en todas las provincias con margen costero, mismas que incluyen otras áreas insulares y marinas como la Reserva Marina Isla Santa Clara, Refugio de Vida Silvestre Marino Costera Pacoche, Parque Nacional Machalilla, Reserva Marina El Pelado, y Puntilla de Santa Elena. Las restantes corresponden a zonas de manglar, estuario y humedales.

En cuanto a polos de atracción de estas áreas para el turismo internacional, Galápagos es la de mayor demanda, por sus características particulares y la señalización como Patrimonio Natural de la Humanidad. Posiblemente en segundo lugar de atracción aunque de lejos en concurrencia

de turismo internacional es el Parque Nacional Machalilla con la Isla de la Plata, que tiene unas pocas similitudes con Galápagos en cuanto a Flora y fauna.

**Tabla 10. Ecuador: Áreas Marina Costeras protegidas**

No.	Descripción	Provincia	Extensión (Has.)
1.	Parque Nacional Galápagos	Galápagos	799.540
2.	Reserva Marina Galápagos	Galápagos	138.000 km <sup>2</sup>
3.	Reserva Ecológica Manglares Cayapas Mataje	Esmeraldas	51.300
4.	Refugio de Vida Silvestre Manglar del Estuario de Río Esmeraldas	Esmeraldas	242
5.	Reserva Marina Galera San Francisco	Esmeraldas	54.604
6.	Refugio de Vida Silvestre Manglar el Estuario del Río Muisne	Esmeraldas	3.173
7.	Refugio de Vida Silvestre Islas Corazón y Fragatas	Manabí	2.811
8.	Refugio de Vida Silvestre Marino Costera Pacoche	Manabí	8.500 has. Terrestres 5.045 has. Marinas
9.	Parque Nacional Machalilla	Manabí	41.754 has. Terrestres 14.430 has. Marinas
10.	Reserva Marina El Pelado	Guayas	96 has. Terrestres 13.005 has. Marinas
11.	Reserva de Producción de Fauna Marino Costera Puntilla de Santa Elena	Santa Elena	203 has. terrestres 52.231 has. marinas
12.	Área Nacional de Recreación Playas de Villamil	Guayas	2.472
13.	Reserva de Producción de Fauna Manglares El Salado	Guayas	10.635
14.	Área Nacional de Recreación Isla Santay	Guayas	2.215
15.	Reserva Ecológica Manglares Churute	Guayas	49.389
16.	Refugio de Vida Silvestre Manglares El Morro	Guayas	10.030
17.	Reserva Marina Isla Santa Clara	El Oro	7 has. Terrestres 2 millas náuticas alrededor de las islas e islotes
18.	Reserva Ecológica Arenillas	El Oro	13.170

**Fuente:** <http://areasprotegidas.ambiente.gob.ec/es/areas-protegidas/>

Elaborado por: Autor

### 1.5.3 La categoría de Patrimonio Mundial de Unesco

La declaración de Patrimonio Natural y Cultural es una institución a cargo de la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (Unesco), el objetivo es identificar monumentos, sitios de desarrollo sostenible y de reconciliación que son invaluable, inestimables e irremplazables para las naciones y el mundo en general.

Los sitios registrados en la categoría de Patrimonio Mundial son hitos en el planeta, así como símbolos de la toma de conciencia de los pueblos sobre el

sentido de esos lugares que son propiedad colectiva y busca su transmisión a las generaciones futuras en las mejores condiciones de conservación.

Adicionalmente, la Unesco acompaña en el proceso para la protección de los Patrimonios Mundiales mediante la Convención para la Protección del Patrimonio Mundial Cultural y Natural emitida en el año 1972 y ratificada por 192 estados partes. (Unesco, 2019)

Al año 2019 estuvieron 1073 sitios inscritos en la Lista de Patrimonio Mundial, de estos 832 son bienes culturales, 206 naturales y 35 bienes mixtos situados en 167 Estados Partes. Las Islas Galápagos fueron registradas en la Lista de Patrimonio Mundial en el año 1978, junto con el Centro Histórico de la ciudad de Quito; posteriormente, en ingresaron a la Lista el Parque Nacional Sangay (1983), Centro Histórico de Santa Ana de los Ríos de Cuenca (1999) y Qhapaq Ñan –Sistema vial Andino (2014)<sup>1</sup>. (Unesco, 2019)

Son criterios para el Registro en la Lista de Patrimonio Natural los siguientes (Unesco, 2019):

- I. Ser ejemplos sobresalientes y representativos de los diferentes períodos de la historia de la Tierra, incluyendo el registro de la evolución, de los procesos geológicos significativos en curso, del desarrollo de las formas terrestres, o de elementos geomórficos o fisiográficos significativos; o,
- II. Ser ejemplos eminentemente representativos de procesos ecológicos y biológicos en curso en la evolución y el desarrollo de los ecosistemas y las comunidades de vegetales y animales terrestres, acuáticos, costeros y marinos; o,
- III. Contener fenómenos naturales extraordinarios o áreas de una belleza natural y una importancia estética excepcionales; o,
- IV. Contener los hábitats naturales más importantes y más representativos para la conservación in situ de la diversidad biológica, incluyendo aquellos que alberguen especies amenazadas que posean un valor universal excepcional desde el punto de vista de la ciencia o la conservación.

---

<sup>1</sup> Junto con los tramos de Colombia, Perú, Bolivia, Chile y Argentina.

## **Modalidad de operación turística en Galápagos**

La modalidad de turismo en Galápagos están definidas en el Reglamento Especial de Turismo (Decreto Ejecutivo 827, 2016). Su artículo 32 indica que la base es el fortalecimiento de la cadena de valor local y protección del usuario. Debe regirse por principios de sostenibilidad, delimitación ambiental, calidad de los servicios y conservación del ambiente. A continuación las modalidades.

**Tabla 11. PNG. Modalidades de turismo**

<b>Tipo</b>	<b>Descripción</b>
<b>1) Tour de crucero navegable</b>	<p>Se ejecuta a través de un permiso de operación, consiste en la travesía por mar en embarcaciones acondicionadas para la pernoctación de pasajeros a bordo. Están autorizados a visitar únicamente los sitios establecidos en los itinerarios autorizados por la Dirección del Parque Nacional Galápagos.</p> <p>Como actividades podrá incluir: caminata, snorkel, panga ride, kayak y natación, siempre que se cuente con la autorización previa de la Dirección del Parque Nacional Galápagos.</p> <p>El número de participantes es de un máximo de 16 pasajeros por cada permiso y hasta 64 pasajeros por embarcación.</p>
<b>2) Tour de buceo navegable</b>	<p>Consiste en la travesía en embarcaciones acondicionadas para la pernoctación de pasajeros a bordo. Las actividades permitidas son buceo scuba, sin que se incluya dentro de la misma el desembarque en sitios de visita del Parque Nacional Galápagos, excepto cuando se trate de sitios a los cuales se puede acceder desde los centros poblados con sujeción a los itinerarios que establezca para el efecto la Dirección del Parque Nacional Galápagos.</p> <p>El desarrollo de esta modalidad de operación turística podrá incluir las modalidades de snorkel, panga ride, kayak y natación, siempre que se cuente con la autorización previa de la Dirección del Parque Nacional Galápagos.</p> <p>El máximo es de 16 pasajeros por cada permiso y embarcación de operación turística</p>
<b>3) Tour diario</b>	<p>Consiste en la travesía diaria por mar en embarcaciones en las cuales no está permitida la pernoctación de pasajeros a bordo.</p> <p>Se caracteriza además por el desembarque de pasajeros en sitios de visita autorizados en el respectivo itinerario conforme a lo que establece el Plan de Manejo del Parque Nacional Galápagos, retornando para pernoctar al puerto de inicio de la operación.</p> <p>Actividades permitidas: caminata, snorkel, panga ride, kayak y natación.</p> <p>Se permite un máximo de 16 pasajeros por cada permiso y embarcación de operación turística.</p>
<b>4) Tour diario de buceo</b>	<p>Consiste en la travesía diaria por mar, en embarcaciones en las cuales no está permitida la pernoctación de pasajeros a bordo.</p> <p>Su característica principal es la realización de buceo scuba, sin que se incluya dentro de la misma el desembarque en sitios de visita del Parque Nacional Galápagos, excepto cuando se trate de sitios de visita correspondientes a las zonas autorizadas determinadas en el respectivo itinerario, conforme a lo que establece el Plan de Manejo del Parque</p>

	<p>Nacional Galápagos.</p> <p>Actividades permitidas: Podrá incluir las modalidades de caminata, snorkel, panga ride y natación, previa autorización.</p> <p>Las actividades de kayak y surf, constituirán un complemento a la actividad de buceo sujeta a las condiciones de la autoridad local.</p> <p>Bajo esta modalidad se permite un máximo de 12 pasajeros por cada permiso y por embarcación de operación turística</p>
<b>5) Tour de bahía</b>	<p>Consiste en la travesía por el interior de la bahía de un puerto poblado y visitas a los sitios al mismo según la regulación.</p> <p>Actividades permitidas: caminata, snorkel y natación, no incluirá la actividad de buceo scuba.</p> <p>En esta modalidad se permite un máximo de 16 pasajeros por cada permiso y embarcación de operación turística.</p>
<b>Tour de puerto a puerto</b>	<p>Consiste en la travesía por mar entre los puertos poblados de la provincia, con pernoctación de al menos una noche en los establecimientos turísticos de alojamiento autorizados en los mismos y se sujeta a un itinerario fijado por la autoridad para el acceso terrestre a sitios de visita que forman parte de las zonas autorizadas.</p> <p>Se permite máximo 16 pasajeros por cada permiso y embarcación.</p>
<b>Tour de pesca vivencial</b>	<p>Consiste en un recorrido a zonas de pesca de la Reserva Marina de Galápagos, sin pernoctación a bordo, para la práctica y demostración a los turistas de la actividad pesquera artesanal de los pescadores de Galápagos, utilizando las artes de pesca y sus propias embarcaciones autorizadas por la Dirección del Parque Nacional Galápagos.</p> <p>La actividad de pesca vivencial puede ser complementada con la visita a un sitio de descanso para el turista, que consista en una playa, natación, recorrido en panga y descanso en la zona de playa.</p> <p>Máximo: 10 pasajeros por embarcación.</p>

**Fuente:** Decreto Ejecutivo 827, Reglamento Especial de Turismo en Áreas Naturales Protegidas, Art. 32  
Elaborado por: Autor

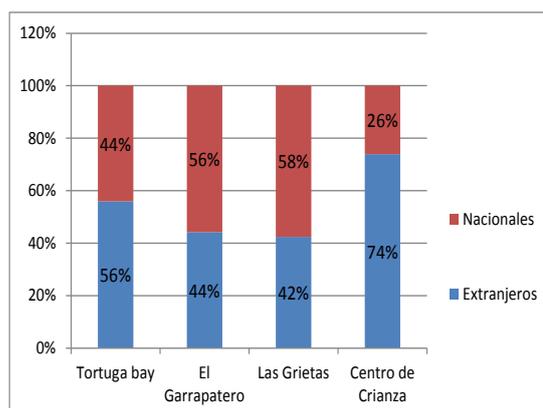
### ***Circuitos de turismo en Galápagos***

La isla Santa Cruz está junto al islote de Baltra donde está ubicado el aeropuerto del mismo nombre. Esta isla, además de estar geográficamente en el centro del archipiélago, tiene la mayor población y es sede de la Estación Charles Darwin. Por lo anterior, entre otras; tiene la mayor cantidad de visitas. En el año 2019 136.154 personas tanto nacional como extranjeros visitaron Tortuga Bay; en segundo lugar, el Centro de Crianza, seguido de Las Grietas y en menor número El Garrapatero (Tabla 12).

Los extranjeros tuvieron preferencia en mayor cantidad por Tortuga Bay y el Centro de Crianza. Los nacionales en mayor número visitaron El Garrapatero y Las Grietas.

**Tabla 12. Santa Cruz: Principales sitios visitados, año 2019.**

Sitios	Extranjeros	Nacionales	Total
Bahía Tortuga	76.142	60.012	136.154
El Garrapatero	4.984	6.301	11.285
Las Grietas	30.531	41.486	72.017
Centro de Crianza	97.283	34.342	131.625
Otras: Camping (192), Kayaking (6,459)			



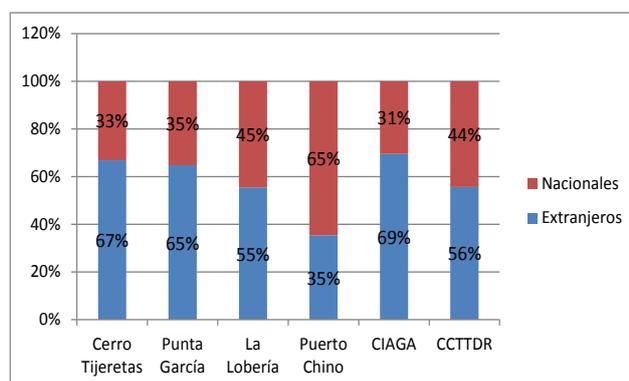
**Figura 15. Santa Cruz: Principales sitios visitados, 2019**

**Fuente:** PNG, 2020, Informe anual 2019.  
Elaborado por: Autor

La isla San Cristóbal también es sede de un aeropuerto que conecta con el continente. Los sitios de mayor visita son el Centro de Interpretación (CIAGA), seguido del Centro de Crianza de Tortugas Terrestres David Rodríguez (CCTTDR), Cerro Tijeretas, Punta Carola, la Lobería y Puerto Chino (Tabla 13). Los turistas extranjeros participaron en mayor número en cinco sitios, mientras que los nacionales visitaron en mayor número el Puerto Chino (Figura 16).

**Tabla 13. San Cristóbal: Principales sitios visitados, 2019**

Sitios	Extranjeros	Nacionales	Total
Cerro Tijeretas	21.207	10.507	31.714
Punta Carola	13.144	7.160	20.304
La Lobería	9.618	7.730	17.348
Puerto Chino	2.729	5.003	7.732
CIAGA	33.066	14.528	47.594
CCTTDR	25.659	20.459	46.118
Otras: Camping (400), Kayaking (1,447)			



**Figura 16. San Cristóbal: Principales sitios visitados, 2019**

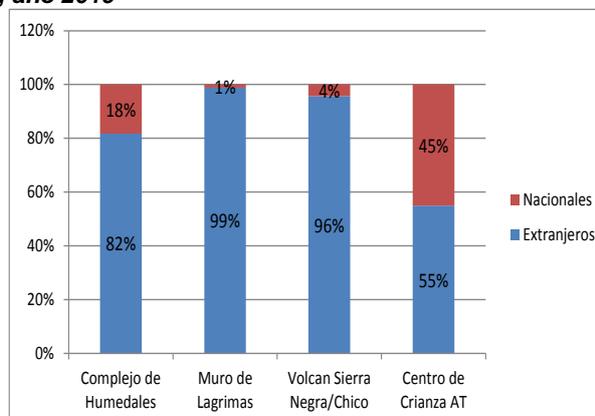
**Fuente:** PNG, 2020, Informe anual 2019.  
Elaborado por: Autor

La Isla Isabela, aunque es más grande en extensión, tiene la menor población. Está más cercana a Santa Cruz. Los sitios más visitados en el año 2019 fueron Centro de Crianza AT, volcanes Sierra Negra y Chico y el circuito Muro conformado por Muro de las Lágrimas y Cueva Sucre (Tabla 14, Figura

17). En todos los casos tuvieron menos visitas de nacionales. Posiblemente porque está más relacionado con tours de crucero navegable y porque se requiere mayor número de días para incluir esta isla en una gira al archipiélago.

**Tabla 14. Isabela: Principales sitios visitados, año 2019**

Sitios	Extranjeros	Nacionales	Total
Circuito Muro	21.438	4.782	26.220
Minas de Azufre	349	4	353
Volcanes Sierra Negra/Chico	32.158	1.455	33.613
Centro de Crianza AT	26.128	21.450	47.578
Otras: Camping (151), Kayaking (9,305)			



**Figura 17. Isabela: Principales sitios visitados, año 2019, (%)**

**Fuente:** PNG, 2020, Informe anual 2019.  
Elaborado por: Autor

#### 1.5.4 Aspectos teóricos

##### Servicios

Los servicios se los ubica en el sector terciario de la economía, junto con el comercio; en la medida que sea de alto valor agregado, es un indicador de desarrollo en las economías del siglo XXI. Una definición próxima de los servicios es ser un conjunto de actividades y procesos que se generan de forma independiente y orientada a agregar valor al cliente o consumidor. Entre las características de los servicios está la intangibilidad, heterogeneidad, simultaneidad en la producción y su consumo, y la perecibilidad (Prado & Pascual, 2018, p. 14).

Kotler (1995) definió los servicios como cualquier actividad intangible que una parte puede ofrecer a otra, no puede poseerse, producción no ligada a un bien, aunque puede requerir elementos tangibles para su prestación” (Ildefonso, 2014). La tabla 15 describe cinco características principales de los servicios, mismas que deben tenerse en cuenta al momento de su diseño, marketing y prestaciones.

Para American Marketing Association (AMA, 2013) los servicios son actividades identificables aisladamente de los bienes, esencialmente

intangibles, proporcionan satisfacción y no están forzosamente ligadas a la venta de productos tangibles.

**Tabla 15. Características de los servicios**

<b>Características</b>	<b>Descripción</b>
<b>Intangibilidad</b>	Significa que no puede tocarse ni verse, se diferencia de los bienes, esta característica implica que no pueda ser percibido antes de ser adquirido. Solamente se percibe su calidad posterior o simultaneo a su consumo. Esto es particularmente importante en aquellos servicios no directamente vinculados a un bien, como es el caso de los servicios legales, asesoría en general.
<b>Inseparabilidad</b>	Existe una inseparabilidad entre la producción del servicio y el productor; esto explica la simultaneamente producción-consumo. La calidad del servicio es un esfuerzo conjunto entre productor y consumidor.
<b>Heterogeneidad o inconsistencia</b>	En general los servicios no son estandarizables. Por esto la calidad puede ser altamente variable según los participantes, el momento y condiciones particulares. Esta particularidad genera mayor esfuerzo para su valoración, también un mayor riesgo percibido por parte del consumidor o cliente.
<b>Perecebilidad</b>	Los servicios no se almacenan, el servicio no prestado se pierde en forma de tiempo improductivo del productor. Esto es importante al momento de establecer políticas de marketing.
<b>Ausencia de propiedad</b>	Los compradores de un servicios son titulares de un derecho, pero no tienen la propiedad del soporte tangible del servicio.

**Fuente:** Ildefonso, 2014, Marketing de servicios, pp. 17-20  
Elaborado por: Autor

La clasificación de los servicios es variada y arbitraria en función de la necesidad del investigador, o la utilización de tal información. Puede ser por el sector de actividad, la función y el comportamiento del consumidor, entre otros.

**Tabla 16. Clasificación de los servicios**

<b>Clasificación</b>	<b>Descripción</b>
<b>Por el sector de actividad</b>	Browing & Singlemann utilizan criterios de destino del carácter de la prestación por: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Servicios de distribución</li> <li>• Servicios de producción</li> <li>• Servicios sociales</li> <li>• Servicios personales</li> </ul>
<b>Por su función</b>	Cuadrado y Del Río (1993) propusieron una clasificación de los servicios en función de: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Servicios de gestión y dirección empresarial</li> <li>• De producción</li> <li>• De información y comunicación</li> <li>• De investigación</li> <li>• De recursos humanos</li> <li>• De ventas</li> <li>• Servicios operativos</li> </ul>

<b>Por el comportamiento del consumidor</b>	<p>Es una de las formas de clasificación más compleja, está en función del comprador en el proceso de compra, influencia social, búsqueda de información para la toma de la decisión de compra:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Servicios de conveniencia</li> <li>• Servicios de compra</li> <li>• Servicios de especialidad</li> <li>• Servicios especiales</li> </ul>
---	---

**Fuente:** Ildelfonso, 2014, Marketing de servicios, pp. 17-20  
 Elaborado por: Autor

### **Calidad**

La calidad es un concepto que, aunque ya tiene un gran periodo recorrido, aún está ampliando sus objetivos y variando la orientación. En sus inicios estuvo vinculado a la línea de ensamblaje, los hitos de control de calidad y los supervisores de la misma hasta el presente donde la calidad es parte del proceso y responsabilidad de todos los involucrados en la producción de bienes o servicios, lo que se conoce como calidad desde los orígenes.

Etimológicamente calidad procede del latín *qualitas-atris* que según la Real Academia Española es la propiedad o conjunto de propiedades inherentes a una cosa, que permiten apreciarla como igual, mejor o peor que los restantes de su especie. La norma International for Standardization Organization (ISO) 9000:2005 la define como el conjunto de características de una entidad que le confiere la aptitud para satisfacer las necesidades establecidas y las implícitas (Miranda, Chamorro, & Rubio, 2007).

La definición de la ISO citada por Miranda incorpora el término necesidades, desde este momento la calidad ya no está asociado a las características del producto, incorpora el enfoque del cliente como sujeto y su particular enfoque de lo que requiere.

En el siglo XXI, el término calidad no está aislado a un hito o un proceso más sino a una gestión de calidad como filosofía de trabajo. La calidad se considera como algo global, presente en todos los departamentos de una empresa, independiente del sector o rama económica en que se desempeñe; está liderada por la alta dirección con la participación e involucramiento directo de todo el talento humano. (Cuatrecasas, 2005)

### **Calidad percibida del servicio**

Demin (1989), tiene una propuesta cuyos antecedentes son los estudios de Cronin y Taylor. Define la calidad como la medida de la satisfacción de las expectativas del cliente. Por tanto, la evaluación es exclusiva del consumidor o cliente quien tiene la experiencia y lo autoriza a calificarla (Lugo, 2015). Desde esta lógica la percepción es algo subjetivo y condicionada al contexto temporal y situacional del individuo; sus características como consumidor en cuanto a edad, estilo de vida, estrato socio-económico, nivel educativo, experiencias vitales, entre otras.

### **Calidad del servicio turístico**

Como se indicó el concepto de calidad es complejo y se aplica a toda la producción humana, incluye componentes, procesos, especificaciones técnicas, requisitos, grado de cumplimiento, aptitudes y actitudes. La búsqueda de calidad y su alcance es una condición para la construcción de la competitividad como ventaja. Algunos enfoques se presentan a continuación:

**Tabla 17. Enfoques de calidad**

<b>Enfoque</b>	<b>Descripción</b>
<b>De comparación</b>	Es un conjunto de propiedades inherentes a un concepto que permite apreciarla comparativamente en una escala de valoración como igual, mejor o peor de las restantes de su especie.
<b>Del cliente</b>	Es la funcionalidad y satisfacción de las necesidades según las expectativas del cliente.
<b>De especificaciones técnicas</b>	Conformidad con especificaciones técnicas consideradas en el diseño del producto servicio.
<b>Económico</b>	Es la relación entre calidad y su incidencia en la rentabilidad empresarial, que no necesariamente debe ser inversa.
<b>De calidad del servicio</b>	Es una definición del tipo de servicio que recibe el cliente, puede ser valorada desde la empresa o desde el consumidor,

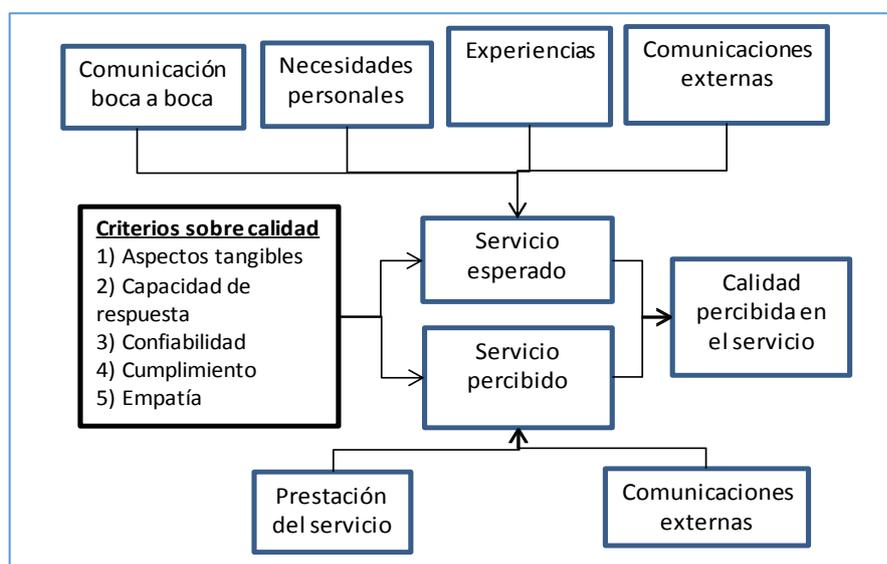
**Fuente:** González, 2017, Procesos de gestión de calidad en hostelería y turismo.

Para Christian Grönroos (1984) la calidad se la percibe y es definida por dos factores que son: **i)** calidad funcional; y, **ii)** la calidad física. Para su valoración debe desglosarse el servicio en los componentes que lo integran, algunas variables de la calidad son: **i)** la fiabilidad; **ii)** la capacidad de respuesta, **iii)** empatía, **iv)** seguridad y **iv)** elementos tangibles (Zeithaml, Berry, & Parasuraman, 1988)

### **Metodologías de evaluación de calidad del servicio: Servqual**

Evaluar la calidad de un servicio reviste complejidad, un esfuerzo de sistematización y enfocarse en la lógica del usuario. La metodología Servqual (Service & Quality) cuyos autores son Zeithaml, Parasuraman y Berry (1988) es una propuesta de evaluación, de difusión universal, cuantifica la satisfacción del cliente mediante el análisis de brechas entre la satisfacción esperada y la satisfacción recibida. Es de amplio uso en la comunidad de investigadores de calidad del servicio.

El modelo Servqual está esquematizado en la figura 18; la expectativa del cliente se construye a partir de la comunicación interpersonal, sus necesidades personales, la experiencia y la comunicación externa. El servicio esperado se contrasta con el recibido; para esto se mide las cinco dimensiones de análisis que son: **i)** elementos tangibles, **ii)** confiabilidad; **iii)** respuesta del personal; **iv)** seguridad; y, **v)** empatía o calidez. La diferencia entre el servicio esperado y lo recibido define la calidad, una menor brecha indica una mayor satisfacción y viceversa.



**Figura 18. Esquema de evaluación Servqual**

**Fuente:** Parasuraman, Zeithaml, & Berry, 1988, SERVQUAL: multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality

La sistematización en variables de calidad del servicio son fundamentales para una evaluación ordenada, su descripción se detalla a continuación en la tabla 18:

**Tabla 18. Áreas de evaluación del modelo Servqual**

<b>Criterios</b>	<b>Descripción</b>
<b>Elementos tangibles</b>	Es el conjunto de bienes y aspectos visibles desde la perspectiva del cliente, son los medios para la extensión del servicio tales como el local, las instalaciones, el espacio disponible, la imagen exterior e interior en cuanto a organización, limpieza, funcionalidad y también la del personal que labora (Ferrell & Hartline, 2012).
<b>Confiabilidad</b>	Según Stapelgerg es la probabilidad que un sistema productivo y sus equipos relacionados funcionen o ejerzan su función prevista con el mínimo de fallas o riesgos; a mayor continuidad operacional mayor confiabilidad (Rojas, 2017). Aplicado a los servicios es percibido por el cliente en la fluidez y precisión en la prestación.
<b>Respuesta del personal o capacidad de respuesta</b>	Se refleja en la reacción del personal ante situaciones atípicas, tales como la aglomeración en horas de mayor afluencia (Rilo, 2018). Son condiciones en que se prueban los procesos, la organización de la empresa, la profesionalización del personal y la experiencia y competencias para la tarea.
<b>Empatía</b>	Es una capacidad del ser humano para percibir o sentir el estado de ánimo o las intenciones de otra persona relacionada (Cravo, 2016). Es una cualidad valorada en los servicios personales y es especialmente indispensable en los servicios que implican una calidad de anfitrión.
<b>Seguridad</b>	Es una variable que en servicios interpersonales como el turismo es altamente indispensable, es la percepción sobre el proceso, riesgos e información (Alonso, 2015). Es una variable también crítica, se inicia en la presentación de las instalaciones, el personal y los diferentes procesos observados.

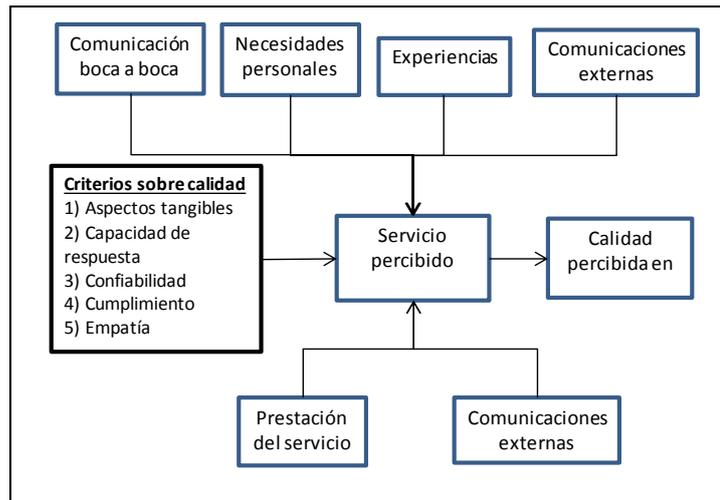
**Fuentes:** Varios

Elaborado por: Autor

### **Modelo de evaluación Servperf**

Servperf es una versión resumida de Servqual, tiene los mismos factores de análisis, la diferencia es que omite el análisis de brechas, para ello no considera las expectativas.

Se utiliza afirmaciones por cada variable, estas se refieren a las percepciones sobre el desempeño percibido. La puntuación de este modelo es la sumatoria de las puntuaciones de percepción ( $Servperf = \sum P_j$ ). A mayor puntuación, mayor calidad. La ventaja de este modelo es que requiere menos tiempo en la toma del cuestionario; otra ventaja es que las medidas de valoración predicen mejor la satisfacción que el análisis de brechas.



**Figura 19. Esquema de evaluación de modelo Servperf**  
**Fuente:** Adaptado de esquema modelo Servqual

### **Modelo Encuesta de satisfacción del cliente (CSAT)**

Son las siglas en inglés (CSAT) que significa Customer Satisfaction Survey, es un método sencillo y eficaz, se instrumenta mediante una breve encuesta que recibe el cliente luego que se ha atendido algún problema. Las opciones son binarias (buena o mala); adicionalmente, los clientes pueden agregar algún comentario si es su deseo (Zendesk, 2019).

Con los resultados obtenidos es posible una lectura segmentada y posterior seguimiento en función a categoría de servicios o de clientes, tal como el índice CSAT de los clientes a largo plazo, CSAT de tipo de clientes; CSAT de canal de distribución; CSAT de producto, CSAT de servicio; CSAT para agentes, CSAT de equipos, entre otras.

### **Medición de esfuerzo de cliente (CES)**

El Customer Effort Score (CES) cuantifica el esfuerzo que supone para el cliente alcanzar su objetivo de servicios cuando interactúa con representantes de la empresa oferente. El grado de esfuerzo se mide del 1 al 7, en que a mayor puntaje es mayor facilidad.

Lo deseable es un puntaje superior a cinco. Igualmente se aplica una encuesta diseñada en escala de Likert de una sola pregunta tipo: *¿Cómo de fácil ha sido lograr lo que necesitaba de esta compañía?* (IZO, 2019). La forma

de medición es sobre una escala de cinco opciones de respuestas que son las siguientes (Tabla 19):

**Tabla 19. Opciones de respuesta**

No.	Respuesta
1.	Totalmente en desacuerdo
2.	En desacuerdo
3.	Ni de acuerdo ni en desacuerdo
4.	De acuerdo
5.	Totalmente de acuerdo

Revisando las cuatro evaluaciones que son Servqual, Servperf. SCAT y CES. La primera tiene dos tiempos, uno para establecer el nivel de expectativas, otra para cuantificar el nivel de satisfacción y posteriormente obtener la brecha. Los servicios de turismo contienen una variedad de elementos como son los tangibles, de espacio, de actitud de los prestadores,.

El modelo Servperf tiene las mismas bondades del Servqual, con la ventaja que descarta el primer tiempo para valorar la expectativa y va directamente a la satisfacción.

El tercer modelo que involucra respuestas binarios (SI o NO) y el cuarto modelo (siete opciones de respuestas) pueden ser útil para servicios de menor complejidad como son trámites, pero difícilmente aplicable a servicios turísticos que revisten mayor complejidad y varios componentes y talento humano involucrado. Por lo anterior, se considera que el modelo más adecuado para aplicarlo en esta investigación es el Servperf.

### **Turismo**

La Organización Mundial del Turismo lo define como “una actividad que realizan las personas, sea individual o grupal en lugares diferentes a su lugar de residencia, durante un periodo consecutivo inferior a un año por motivos no remunerados, se clasifica en turismo emisor, receptor e interno” (Álvarez, 2016, p. 3). Es también denominada industria sin chimenea, es una actividad, un sector económico, una profesión, una fuente de empleo y sobre todo una experiencia que enriquece culturalmente a quienes la practican y consumen.

El concepto de turismo está vinculado al disfrute del tiempo libre, viajes, conocer lugares nuevos. Durante los últimos años, la actividad turística ha

crecido aceleradamente. Esto es resultado de la modernización del transporte y su consiguiente aumento de accesibilidad a mayores segmentos de la población, menores precios, mayor rapidez y diversificación de destinos, todo esto incentiva el disfrute de nuevas experiencias.

El turismo tiene como génesis motivos religiosos, en los viajes de peregrinación como resultados de extensión del cristianismo e islamismo, esto generó la necesidad de crear mesones (hospedaje) con servicios variados y mapa de caminos.

En el mundo antiguo hubo manifestaciones de turismo en Egipto mediante los desplazamientos de carácter religioso y viajes para conocer las pirámides. También en Grecia por motivo de las olimpiadas (776 a. C.) esto impulsó desplazamientos de flujos de población hacia otras ciudades. También peregrinaciones religiosas hacia el Oráculo de Delfos y de Dodoma. En el Imperio Romano fue facilitado por el desarrollo de la vialidad que comunicaba las zonas conquistadas con la Metròpoli; otro elemento fue la religión común, que permitió desplazamientos por motivos religiosos, también culturales y de salud como las visitas a las termas romanas (Álvarez, 2016).

Estos íconos de la edad antigua aún se mantienen como grandes receptores de turismo por la misma causa, Egipto recibió 8,1 millones de turistas en el año 2018; Grecia recibió 27,1 millones de turistas en el mismo año; e Italia es receptora de alrededor de 58 millones de turistas por año (WEF, 2019).

En la edad media fueron particularmente identificables como eventos de turismo en la concepción actual fueron las peregrinaciones a Tierra Santa (Medio Oriente); Actualmente; la Meca (Arabia Saudita); y El Camino de Santiago (Santiago de Compostela, España). Esto genera el surgimiento de servicios de hospedaje y alimentación para los peregrinos.

Así mismo, el peregrinaje a Tierra Santa es uno de los grandes rubros de turismo segmentado, en el año 2018 países como Israel, Jordania y Líbano recibieron durante el año 2018 una suma de alrededor 9,2 turistas, el turismo es un sector significativo de su economía. Por su parte, España recibió en el

año 2018 81,8 millones de turistas; Arabia Saudita recibió en igual periodo 16,1 millones de turistas (WEF, 2019).

La ciudad de La Meca con 1.6 millones de habitantes y Medina con 1,1 millones de habitantes (Arabia Saudita) son ciudades sagradas para el mundo musulmán y con acceso prohibido a los que no profesen tal religión. Reciben alrededor de 13 millones de peregrinos al año, provenientes tanto del propio país y alrededor de dos millones provenientes de otros países; se espera que para el año 2030 viajen 30 millones de musulmanes por año (Statistic, 2019).

En España la ciudad de Santiago de Compostela con una población de 97.260 habitantes, registró en el año 2018 un flujo de 327.378 peregrinos provenientes de alrededor de 100 países (Oficina del Peregrino, 2019).

### ***Factores que determinan la demanda turística***

La demanda turística es altamente elástica, esto significa que es muy sensible al precio y sus variaciones, depende de la conducta del viajero y de la época social en que se viva.

**Tabla 20. Factores determinantes del turismo en origen**

<b>Factor</b>	<b>Descripción</b>
<b>Nivel de ingreso disponible</b>	Es igual al ingreso total menos las deducciones e impuestos y menos los gastos básicos. En términos de la Organización Mundial del Turismo es la cantidad de dinero disponible por el consumidor para gastar en bienes y servicios de ocio, entre ellos el turismo.
<b>Nivel educativo</b>	Es el grado de enseñanza y aprendizaje que alcanza una persona y define su horizonte de reflexión, de alcance y de aspiraciones; a mayor nivel educativo y cultural más crece su deseo de viajar.
<b>Estructura política</b>	Es el nivel de estabilidad política que presenta un país o sociedad y que genera la confianza para que los individuos quieran desplazarse a otros sitios y gastar recursos en el ocio.
<b>Políticas fiscales y económicas</b>	También determinan y cuantifican niveles de incertidumbre que orientan el gasto.
<b>Vacaciones</b>	Son los calendarios laborales, escolares, de días feriados, determinan el periodo de descanso.
<b>Modas</b>	Son tendencias actuales que existen en el país, con la globalización se difunden mundialmente por medios tales como Internet, programas de televisión, películas, novelas, series y otras formas visuales.

**Fuente:** Álvarez, 2018, Productos, servicios y destinos turísticos.  
Elaborado por: Autor

Los factores en destino son también altamente incidentes en la toma de decisiones de visita de un país o localidad, entre estos se mencionan los siguientes:

**Tabla 21. Factores determinantes del turismo en destino**

<b>Factor</b>	<b>Descripción</b>
<b>Recursos</b>	Es el conjunto de bienes que posea una localidad y que sean reseñables y atractivos para los consumidores, pueden ser de tipo natural como playa, montañas, bosques, u otros recursos con riqueza paisajística, de vida; u otras formas. De tipo cultural como monumentos, fiestas, grupos étnicos, activos intangibles como prácticas y costumbres, entre otros.
<b>Economía y precios</b>	El nivel de economía, precios de un destino también define la decisión de visita.
<b>Estructura política</b>	El sistema de gobierno, la apertura, la estabilidad política son factores de atracción.
<b>Seguridad</b>	Los indicadores de seguridad en los que se incluye actos vandálicos, atentados a la propiedad y la vida son factores que inciden en la decisión de visita a un país.
<b>Infraestructura</b>	Es el capital construido orientado a complementar otro tipo de recursos que facilitan el turismo.
<b>Promoción y publicidad</b>	Son el conjunto de acciones que se generan, sea de manera consciente o no y que impacta en decisiones de visita o de consumo

**Fuente:** Álvarez, 2018, Productos, servicios y destinos turísticos.  
Elaborado por: Autor

### **Oferta turística**

Se clasifica en oferta básica y complementaria, se compone de los recursos turísticos, infraestructura, servicios como son el transporte, alimentación, hospedaje, recorridos, y otros relacionados:

**Los recursos turísticos:** Es el factor central que convoca las visitas, puede clasificarse en un amplio rango de tipologías, tales como: recursos naturales, históricos, culturales. También según la actividad entre ellos recursos turísticos activos (actividades deportivas, socioculturales); o servicios turísticos pasivos en que el turista es solamente espectador, como puede ser visitas a museos, arquitectura urbana o rural, manifestaciones religiosas (Ruano & Sánchez, 2014).

**Infraestructura:** Capital construido que complementa y facilita el acceso a los recursos turísticos, entre los que se identifican la infraestructura de transporte

tales como la vialidad, estaciones de transporte, asistenciales como son de salud, de emergencias (Ruano & Sánchez, 2014).

**Servicios turísticos:** Son variados y es lo que requiere el turista en cuanto a servicios básicos y de ocio, entre estos el de alojamiento (hoteles, hostales, residencias, camping, etc.); de restauración (alimentos y bebidas) entre estos es ofrecido por restaurantes, bares, discotecas, de catering, telereparto, etc. Servicios de intermediación como son las agencias de viajes que pueden ser mayoristas o minoristas; las centrales de reserva, operadoras de tour, brokers, consorcios de turismo, etc. Otro son los servicios de información, entre los que se identifica la guianza de turismo, oficinas de información turística, entre otros (Ruano & Sánchez, 2014).

**Producto turístico:** Es una prestación para un determinado segmento de mercado, combina los recursos turísticos, la infraestructura, los servicios, el transporte y el precio como elemento de cambio (Ruano & Sánchez, 2014).

### ***Marco legal***

**Convenio para la Protección del Patrimonio Mundial;** De la Organización de las Naciones Unidas, para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO), cuyo objetivo es asegurar la identificación, protección, conservación, rehabilitación y transmisión a las generaciones futuras del patrimonio natural y cultural.

El Parque Nacional Galápagos fue declarado Patrimonio Natural de la Humanidad, el 8 de septiembre de 1978, siendo uno de los pocos sitios que cumplen con todos los criterios establecidos por la organización para su inclusión en esta prestigiosa lista. Posteriormente, el 2 de diciembre de 2001, se anexó también la Reserva Marina de Galápagos.

**Programa Hombre y Biósfera:** Los sitios denominados como Reservas de Biósfera, deben cumplir con 3 funciones básicas que son: conservación, desarrollo y logística. En la mayoría de reservas de biósfera existe un núcleo central protegido, rodeado por zonas intervenidas, en las que se desarrollan actividades humanas compatibles con la conservación. En Galápagos sucede lo contrario. Es el área protegida la que rodea el área en donde se desarrollan

las actividades antrópicas. Esta condición es considerada por la autoridad ambiental para administrar las áreas protegidas.

**Convenio Ramsar:** Sobre humedales de importancia internacional, especialmente como hábitat de aves acuáticas, auspiciado por Unesco. Este convenio reconoce que los humedales constituyen un recurso de gran valor ecológico, cultural, científico y recreativo cuya pérdida sería irreparable. Los humedales del sur de Isabela, conformados por playas, manglares, lagunas de agua salobres y aguas marinas someras de la bahía de Puerto Villamil, fueron reconocidos por la Secretaría de la Convención Ramsar, como Sitio de Importancia Internacional, el 17 de septiembre de 2002.

**Convenio de las Naciones Unidas sobre Diversidad Biológica (CBD):** objetivo es la conservación y el uso racional de la diversidad biológica, así como participación equitativa en los beneficios que se deriven de la utilización de los recursos genéticos.

**Convenio sobre el comercio internacional de especies amenazadas de fauna y flora silvestre (CITES):** busca regular el comercio internacional de determinadas especies. En Galápagos existen 37 especies incluidas en los 3 apéndices CITES: 7 en el apéndice I (especies muy amenazadas); 29 en el apéndice 2 (especies que podrían ser amenazadas en breve) y 1 en el apéndice 3 (incluidas por requerimiento de una parte).

**Convenio para la protección de la flora, fauna y bellezas escénicas de los países de América:** busca proteger y conservar en su medio ambiente los ejemplares de todas las especies de flora y fauna, indígenas de los países del continente.

**Protocolo para la Conservación y Administración de las Áreas Marinas y Costeras Protegidas del Pacífico Sudeste:** Tiene como objetivo adoptar medidas apropiadas para proteger los ecosistemas marinos y costeros frágiles, vulnerables o de valor natural único y la flora y fauna amenazadas.

## CAPÍTULO II

### MARCO METODOLÓGICO

#### 2.1 Tipo de diseño, alcance y enfoque de la investigación

El diseño es cuantitativo, por la temporalidad es de corte transeccional porque la toma de información se la realizó en un momento determinado sin necesidad de lectura anterior ni posterior (Hernández, Fernandez, & Baptista, 2014). Se aplicó el método inductivo con inferencia estadística.

#### 2.2 Métodos de investigación

El método utilizado fue de investigación no experimental, porque ninguna variable estuvo sujeta a manipulación en función de objetivos predefinidos.

#### 2.3 Unidad de análisis, población y muestra

La unidad de análisis es el servicio de visita guiada a sitios emblemáticos del archipiélago. La población son turistas nacionales y extranjeros que contrataron servicios de tour diario. El tamaño de la población (N) que durante los meses de enero, febrero y marzo del 2020 registró alrededor de 57.000 turistas (PNG, 2020). Se aplicó una muestra de conveniencia a 64 encuestados turistas.

#### 2.4 Variables de la investigación, operacionalización

Las variables investigadas fueron: elementos tangibles. La segunda variable es la confiabilidad. La tercera variable es la responsabilidad. La cuarta variable es la seguridad que se compone de la capacidad de respuesta de los guías. La quinta variable es la empatía.

**Tabla 22. Operacionalización de variables**

Variable	Indicador	Metodología
<b>Variable dependiente:</b> Percepción de calidad	Cuantificación de la sumatoria de variables	Sumatoria de variables independientes
<b>Variables independiente:</b>		
Elementos tangibles	1. Sistema de embarque; 2. Embarcaciones adecuadas; 3. Instalaciones sanitarias; 4. Muelles adecuados;	Investigación de campo mediante

	5. Personal bien presentado;	aplicación	de
	6. Equipo de seguridad adecuado;	cuestionario	
	7. Instrucciones en embarcaciones;		
	8. Sistema tecnológico de comunicación guía-turista		
	9. Equipo de comunicación en embarcaciones		
Confiabilidad	1. Lunch/refrigerio adecuado;		
	2. Turista recibió los servicios contratados;		
	3. Las instrucciones de los guías fueron confiables		
Responsabilidad/capacidad de respuesta	1. Respuestas de guías;		
	2. Calidad de información de guías;		
	3. Idioma del guía;		
	4. Esfuerzos adicionales de guías;		
Seguridad	1. Respuestas del personal;		
	2. Sensación de seguridad.		
Empatía	1. Atención personalizada;		
	2. Personal comprensivo;		
	3. Personal atento.		

## 2.5 Fuentes, técnicas e instrumentos para la recolección de información

Para la investigación se recopilaron fuentes secundarias como estadísticas, textos, artículos científicos publicados en revistas indexadas de instituciones académicas. En la parte de fuentes primarias se recopiló información de la población objetivo. Se utilizó un cuestionario en escala Likert con 21 afirmaciones para ser respondida en cinco posibles opciones que van desde totalmente de acuerdo, en desacuerdo, ni de acuerdo ni en desacuerdo, de acuerdo y totalmente de acuerdo.

## 2.6 Tratamiento de la información

La información recopilada fue tabulada, para ello se utilizaron los comandos estadísticos de una hoja electrónica. Para la tabulación se utilizaron medidas de tendencia central y de dispersión, los datos tabulados fueron presentados en tablas y gráficos. Los porcentajes promedios son evaluados según las siguientes equivalencias cualitativas:

**Tabla 23. Equivalencia de puntaje**

Rango de puntaje	Equivalencia
100%	Sobresaliente
80-90%	Satisfactorio
60-70%	Básico
50%	Insuficiente

## CAPÍTULO III

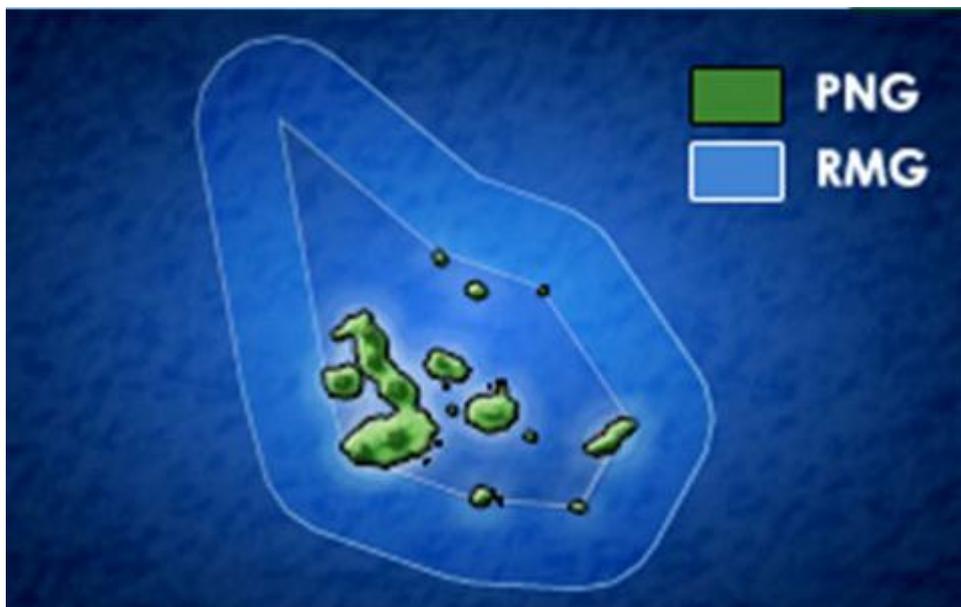
### RESULTADOS Y DISCUSIÓN

#### 3.1 El turismo en Galápagos

##### 3.1.1 Distribución espacial de Galápagos

El archipiélago de Galápagos está conformado por 13 islas mayores, de ellas cuatro están pobladas (Santa Cruz, San Cristóbal, Isabela y Floreana), más de 220 islotes, rocas o islas menores (Figura 20). El 97% del área terrestre de las islas corresponde al Parque Nacional Galápagos constituido en el año 1959 mediante Decreto Ejecutivo N-17 excluye los centros poblados urbanos.

El parque se complementa con la Reserva Marina de Galápagos que tiene una extensión de 138.000 km<sup>2</sup>, el objetivo es proteger los ecosistemas marinos del archipiélago, solamente se permite la actividad extractiva de pesca artesanal tradicional y usos turísticos en determinados sitios de visita.



**Figura 20. Mapa de dimensionamiento de Parque Nacional Galápagos y Reserva Marina Galápagos**

*Fuente:* Galápagos.gob.ec

A continuación datos resumidos de las características turísticas del Archipiélago:

**Tabla 24. Información descriptora de Galápagos**

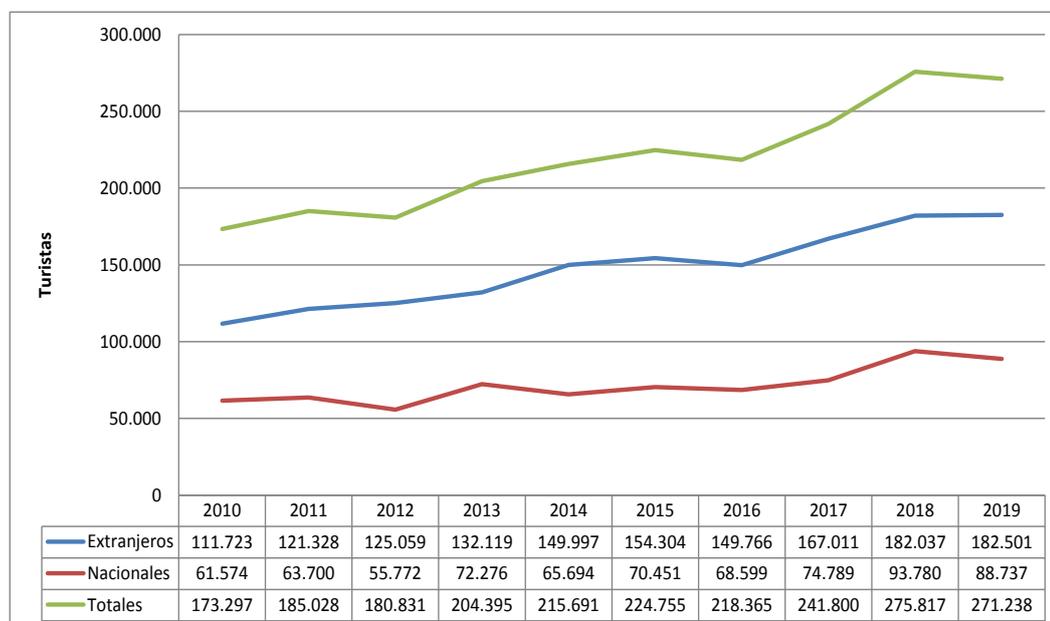
Categorías de conservación del Parque Nacional Galápagos	Patrimonio Natural de la Humanidad, Reserva de la Biosfera y Sitio Ramsar.
Superficie terrestre del PNG	7.970 km <sup>2</sup>
Islas con población	Santa Cruz, San Cristóbal, Isabela, Floreana y Baltra.
Población estimada año 2020	San Cristóbal: 9.667 Isabela: 3.073 Santa Cruz: 20.302 <b>Total provincia: 33.042</b>
Número de aeropuertos:	San Cristóbal: 1 Baltra: 1
Tarifas de ingreso:	Tarjeta de Control de Tránsito: US\$ 20,00 (estancia máxima de 2 meses). Ingreso a PNG: US\$ 100,00 (Extranjeros); US\$ 50,00 (CAN, Mercosur); US\$ 6,00 (residentes en Ecuador).
Biodiversidad	Se estima que aún mantiene el 95% de la biodiversidad originalmente registrada.
Número de especies	Más de 7.000 especies de fauna y flora; <ul style="list-style-type: none"><li>Más de 45 especies de aves endémicas, 42 de reptiles, 15 de mamíferos y 79 de peces.</li><li>Las islas Galápagos también cuentan con una rica variedad de flora endémica, que alcanzan las 500 especies entre plantas vasculares, briofitas y algas.</li></ul>
Especies de fauna con mayor reconocimiento público	<ul style="list-style-type: none"><li>Tortugas terrestres gigantes (14 especies vivas y 3 extintas);</li><li>Iguanas marinas y terrestres;</li><li>Aves: piqueros patas azules y rojas, cormoranes, albatros;</li><li>Mamíferos marinos: lobos marinos,</li></ul>
Zonificación para el ordenamiento territorial	<p><b>Zona de Protección Absoluta</b>, que se refiere a áreas prístinas o casi prístinas, libres de impactos conocidos de origen humano;</p> <p><b>Zona de Conservación y Restauración de Ecosistemas</b>, son áreas que manifiestan cierto grado de alteración con presencia o no de organismos introducidos o impactos humanos.</p> <p><b>Zona de Reducción de Impactos</b>, constituyen las áreas periféricas del parque nacional con un importante grado de alteración, situadas en las zonas adyacentes a las áreas urbanas o agropecuarias.</p>
Volcanes	<b>Isla Isabela:</b> Wolf, Darwin, Alcedo, Cerro Azul, Sierra Negra, <b>Isla Fernandina:</b> Fernandina. <b>Isla Pinta:</b> Pinta <b>Isla Marchena:</b> Marchena <b>Isla Santiago:</b> Santiago

**Fuente:** <http://www.galapagos.gob.ec/el-parque/>

### 3.1.2 Flujo de turismo en Galápagos

El flujo de turistas a Galápagos es significativo, con una tendencia creciente, durante el periodo 2014-2018. Al año 2019 hubo una ligera

contracción ocasionada por el turismo interno, los ecuatorianos que visitaron las islas descendieron en 5043 personas. El promedio anual de ingreso fue de 235 mil visitantes, de ellos un 34% es de origen nacional y el 66% extranjero. Baltra fue el punto de entrada para el 72% y el 28% por San Cristóbal (PNG, 2019).



**Figura 21. PNG: Ingreso de visitantes según origen, periodo 2010-2019**

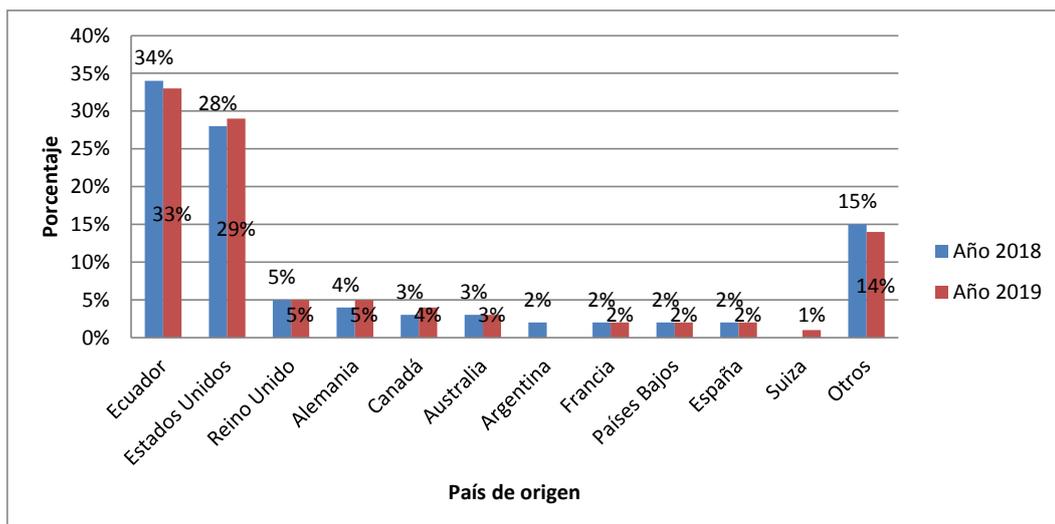
**Fuente:** <http://www.galapagos.gob.ec/estadistica-de-visitantes/>

Elaborado por: Autor

El origen de los turistas no ha variado significativamente entre los años 2018 y 2019; salvo el caso de Argentina que al año 2018 participó con un 2% de emisión de turismo a Galápagos, al año 2019 esto descendió.

Al año 2019 los principales emisores son un 33% de Ecuador continental, 29% de Estados Unidos, 5% de Reino Unido y también de Alemania en cada caso; Australia contribuyó con un 3%, Francia, Países Bajos y España con 1% cada uno y Suiza con 1%. Turistas procedentes de varios destinos 14% (Figura 22).

Galápagos se caracteriza por no ser un destino de playa, sino de naturaleza, lo que atrae a cierto perfil de turistas por lo general con alto nivel de escolaridad y amplia información sobre las islas.



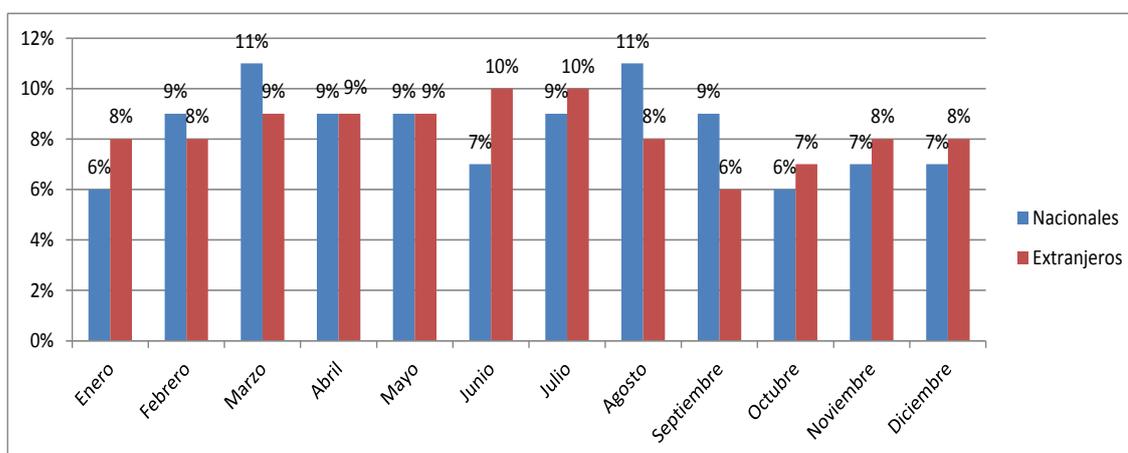
**Figura 22. PNG: Ingreso de visitantes según nacionalidad**

**Fuente:** PNG, Informe anual 2018 y 2019.

Elaborado por: Autor

El ingreso de turistas a Galápagos es estable durante el año, esto se debe principalmente a que las islas tienen una temperatura sin cambios abruptos durante el año, fluctúa en un rango entre 20° y 28°.

Los turistas de nacionalidad extranjera se distribuyen mensualmente en un rango del 6% al 10% del total anual. Los nacionales se distribuyen en un rango entre un 6% al 11% (Figura 23); los meses de mayor entrada de los turistas nacionales son marzo y agosto, ambos meses coinciden con el fin de temporada de vacaciones escolares para la Costa en el primer caso y la Sierra en el segundo caso. Los turistas extranjeros ingresan en mayor porcentaje durante los meses de junio y julio que coincide con la temporada de calor (verano) en el hemisferio Norte.



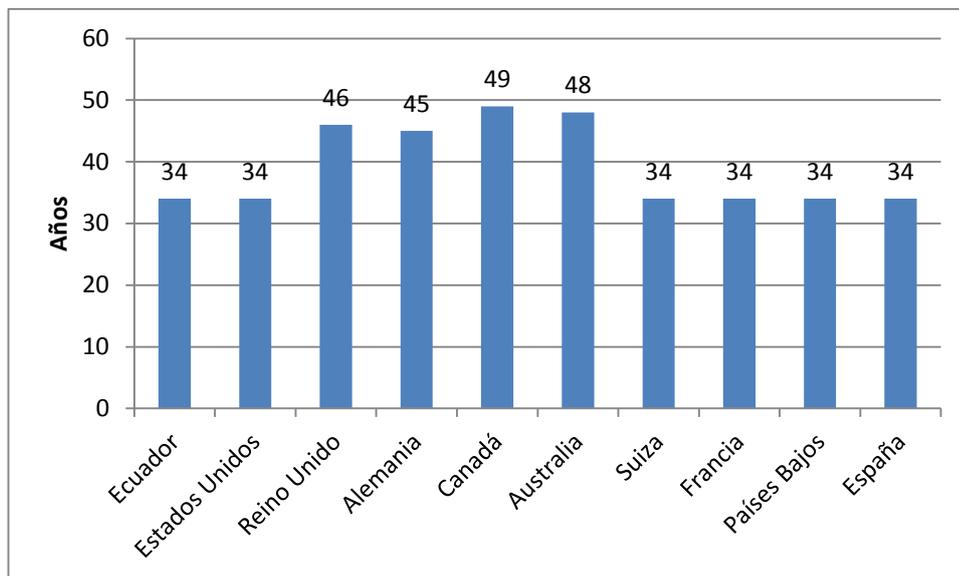
**Figura 23. PNG: Ingreso de visitantes según estacionalidad y procedencia, año 2019.**

**Fuente:** PNG, 2020, Informe anual 2019.

Elaborado por: Autor

La edad promedio de los turistas está en un rango entre 34 hasta 49 años, siendo los canadienses y de Australia de mayor promedio etario. Los ecuatorianos, estadounidenses, suizos, franceses, españoles y de Países Bajos tienen un promedio de 34 años.

Los de Canadá y Australia tienen promedios de 49 y 48 años, respectivamente. Reino Unido y Alemania de 46 y 45 años respectivamente (Figura 24).



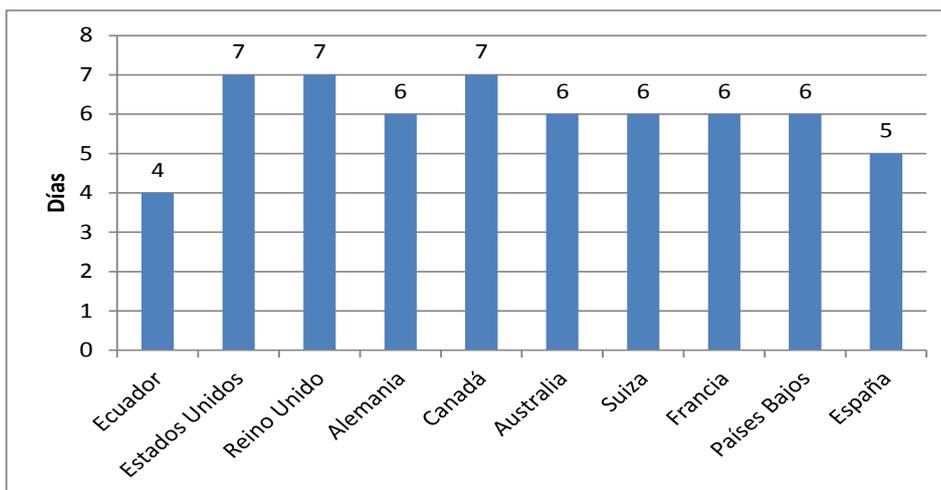
**Figura 24. PNG: Promedio etario de visitantes según país de origen, 2019.**

**Fuente:** PNG, 2020, Informe anual 2019.

Elaborado por: Autor

La estadía promedio medida en número de días está en un rango de cuatro a siete días. Los ecuatorianos tienen el menor promedio de estadía (4 días), seguramente por el menor tiempo que requiere movilizarse desde el continente a las Islas; en segundo lugar, están los españoles con cinco días, esto también por tener Ecuador y España vuelos directos que disminuye el tiempo de tráfico entre ambos países (Figura 25).

Los extranjeros tienen un promedio de cinco días hasta siete días; los de mayor estadía son los de Estados Unidos, Reino Unido, Canadá tienen siete días en promedio. Con seis días están los países de Europa Continental (Figura 25).



**Figura 25. PNG: días promedio de estadía en Galápagos, 2019.**

**Fuente:** PNG, 2020, Informe anual 2019.

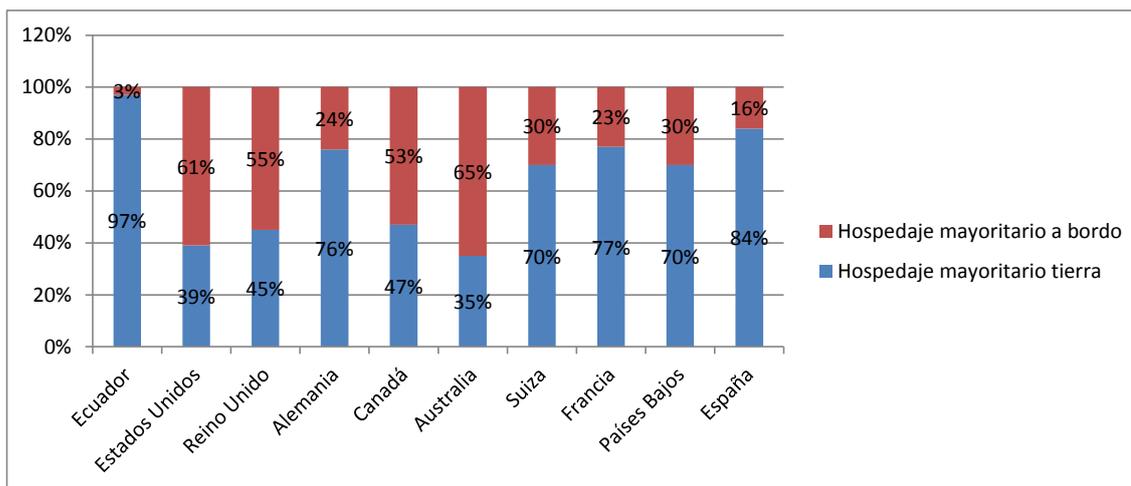
Elaborado por: Autor

### 3.2 Preferencia de hospedaje en Galápagos

El tipo de hospedaje se clasifica en dos formas: a bordo y en tierra. El hospedaje del primer tipo aplica para los turistas que toman tours tipo crucero navegable, se alojan en el crucero y solo bajan a tierra para recorridos puntuales. El segundo tipo es el hospedaje en tierra que aplica a los tours diario.

El comportamiento y relacionado con el tipo de tours que contratan y también relacionado con la edad. Los que tienen mayor porcentaje de hospedaje en tierra son los ecuatorianos con un 97%, alemanes (76%), Suiza (70%), Francia (77%), Países Bajos (70%), Españoles con un 84% (Figura 26).

Las nacionalidades con mayor porcentaje de hospedaje a bordo son los de Estados Unidos (61%), reino Unido (55%), Canadá (53%) y Australia con un 65% (Figura 26).



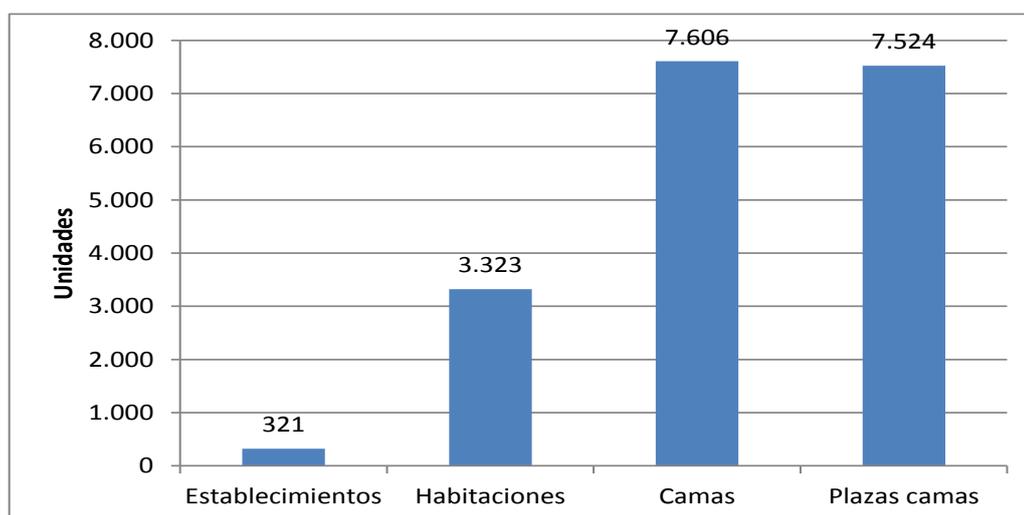
**Figura 26. PNG: días promedio de estadía en Galápagos, 2018.**

Fuente: PNG, 2019, Informe anual 2018.

Elaborado por: Autor

### 3.3 Establecimientos con oferta turística en Galápagos

El catastro del Ministerio de Turismo del Ecuador registra en la provincia de Galápagos 321 establecimientos con servicios de hospedaje, disponen de 3.323 habitaciones, 7.606 camas y 7.524 plazas (Figura 27). Estas empresas están ubicadas principalmente en Puerto Ayora de la Isla Santa Cruz, Puerto Baquerizo de la Isla San Cristóbal, en menor número en Puerto Villamil en la Isla Isabela.



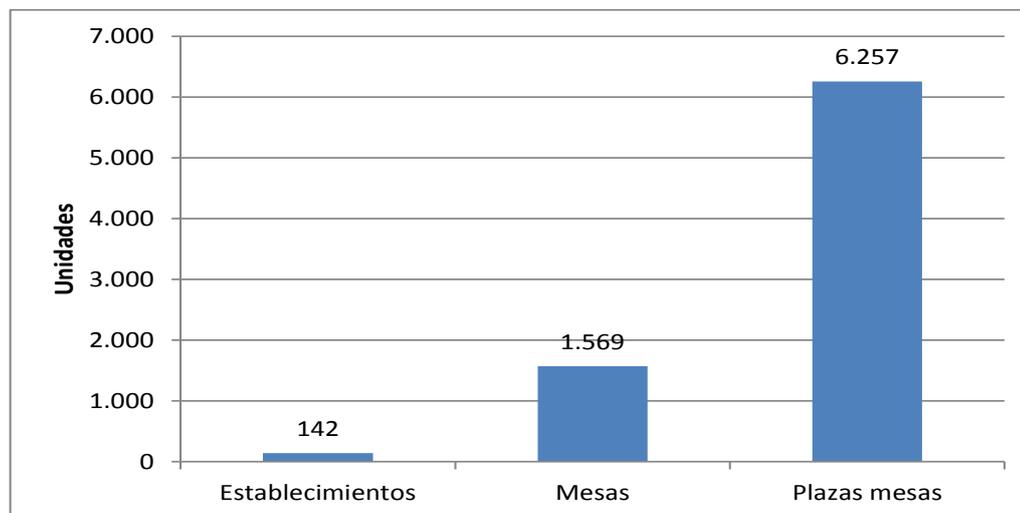
**Figura 27. Oferta de hospedaje en Galápagos, 2019**

Fuente: [www.turismo.gob.ec](http://www.turismo.gob.ec)

Elaborado por: Autor

Otra rama de establecimientos directamente vinculado a la oferta turística son los de alimentos y bebidas. En las Islas están registrados 142 establecimientos, con 1.569 mesas y 6.257 plazas para comensales (Figura

28). Igualmente, esta oferta está principalmente en las islas Santa Cruz y San Cristóbal; en menor cantidad de la Isla Isabela.



**Figura 28. Oferta de alimentos y bebidas en Galápagos, 2019**

Fuente: [www.turismo.gob.ec](http://www.turismo.gob.ec)

Elaborado por: Autor

Las agencias turísticas en Galápagos se contabilizaron en 221 establecimientos (Turismo, 2020), mismas que ofrecen paquetes variados, con diferentes itinerarios y presupuestos.

### 3.4 Monto de ventas de establecimientos turísticos de Galápagos

El monto de ventas anuales de las ramas relacionadas al sector de turismo de Galápagos que se presenta en la tabla 24, permite dimensionar el volumen de negocios de los servicios que se evaluarán a continuación. Durante el periodo 2016 al 2019, el crecimiento fue positivo entre un 6,84% en el año 2017, hasta el 26,55% en el año 2018; a noviembre del año 2020, hubo una caída del 76,10% como resultado del impacto en el turismo de la pandemia por el Covid-19.

Son tres las islas con población fija, estas son Santa Cruz donde queda Puerto Ayora y sede de la Estación Charles Darwin tiene la mayor población, San Cristóbal sede de la capital provincial Puerto Baquerizo e Isabela. En Santa Cruz se concentran el mayor porcentaje de negocios, ascendió al 76,9% en el año 2020, seguida por San Cristóbal con un 19,1% e isla Isabela con un 4,4% (Tabla 25).

**Tabla 25. Galápagos: Monto de venta de servicios relacionados con el turismo por isla (cantones), periodo 2016-nov 2020, (millones de US\$)**

Años	Santa Cruz	San Cristobal	Isabela	Total	Variación (%)
2016	196,3	25,4	9,2	230,9	
2017	205,6	29,1	12	246,7	6,84%
2018	245,7	50	16,5	312,2	26,55%
2019	282	56,3	17,4	355,7	13,93%
2020	65,1	16,2	3,7	85	-76,10%
<b>Participación año 2020</b>	<b>76,6%</b>	<b>19,1%</b>	<b>4,4%</b>	<b>100,0%</b>	

**Fuente:** Turismo, 2020, <https://servicios.turismo.gob.ec/visualizador-ventas>  
Elaborado por: Autor

El monto de ingresos por venta de servicios según la rama económica, indica que al último año, el ramo de alimentación participó con el 3,41%, alojamiento con el 6,71%, operación e intermediación con el 73,31%, transporte marítimo con el 16,24%, transporte terrestre con el 0,33%, otros como el transporte aéreo tuvo cifras poco relevantes (Tabla 26).

**Tabla 26. Galápagos: Monto de venta por rama de servicios relacionados con el turismo, periodo 2016-nov 2020, (millones de US\$)**

Años	Alimentación	Alojamiento	Operación e intermediación	Transporte aéreo	Transporte marítimo	Transporte terrestre	Total	Variación
2016	6,7	19,2	179,1	0	25,3	0,70	231,0	
2017	9	21,3	188,7	0,1	26,8	0,80	246,7	6,8%
2018	10,2	24,9	236,6	0,2	39,3	1,10	312,3	26,6%
2019	11,3	25,2	271,8	0,4	45,8	1,20	355,7	13,9%
2020 (nov)	2,9	5,7	62,3	0	13,8	0,28	85,0	-76,1%
<b>Participación año 2020</b>	<b>3,41%</b>	<b>6,71%</b>	<b>73,31%</b>	<b>0,00%</b>	<b>16,24%</b>	<b>0,33%</b>	<b>100,00%</b>	

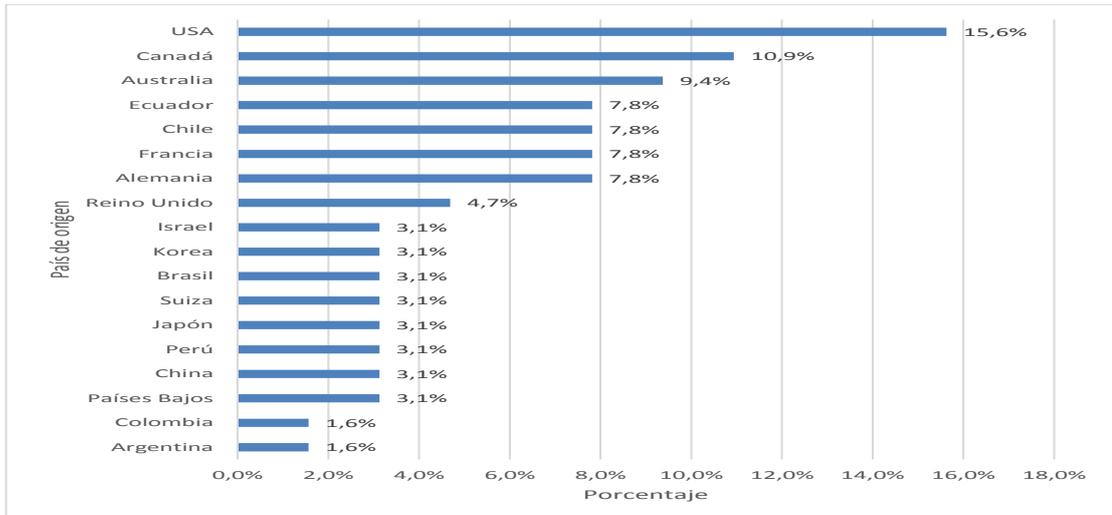
**Fuente:** Turismo, 2020, <https://servicios.turismo.gob.ec/visualizador-ventas>  
Elaborado por: Autor

### 3.5. Presentación de resultados y discusión

Los resultados que se presentan a continuación fueron tomados durante los meses de junio hasta agosto del 2020 por medio electrónico a los turistas que visitaron las Islas Galápagos. Se enviaron encuestas a 107 turistas, de los cuales contestaron 64, los resultados se presentan a continuación:

### 3.5.1 Caracterización de los encuestados

#### Nacionalidad del encuestado



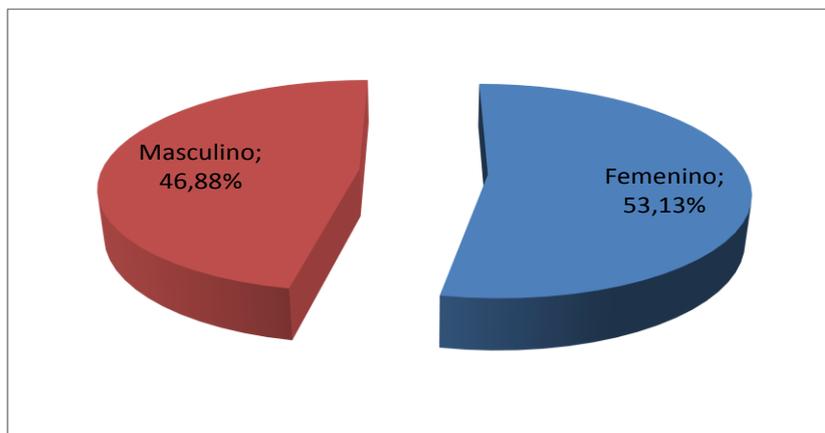
**Figura 29 Nacionalidad de turistas de Galápagos**

**Fuente:** Encuesta a turistas, agosto-sept/2020

Elaborado por: Autor

El mayor porcentaje de los turistas encuestados provinieron de Estados Unidos (15,6%), seguido de Canadá (9,4%), Australia, Ecuador continental, Chile, Francia y Alemania con el 7,8% en cada caso. Reino Unido con el 4,7%, otros países como Israel, Korea, Suiza, Japón, Perú, China y Países Bajos con el 3,1% en cada caso. También Colombia y Argentina con el 1,6% en cada caso (Figura 29).

#### Sexo del encuestado



**Figura 30. Turistas por clasificación sexual**

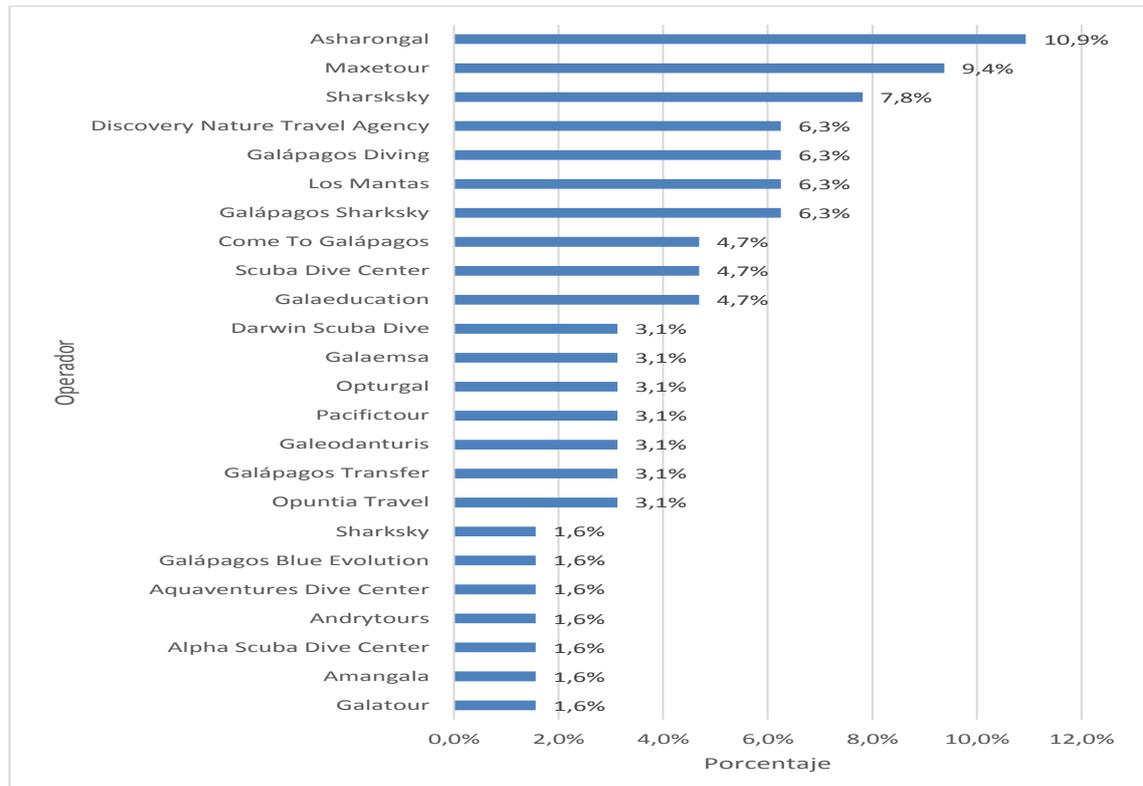
**Fuente:** Encuesta a turistas, agosto-sept/2020

Elaborado por: Autor

En cuanto a los turistas por sexo, fueron mayoría el femenino con un 53,13%, el masculino con un 46,88% (Figura 30).

### 3.5.2 Distribución por operadores de turismo

#### *Operador contratado*



**Figura 31. Operadores de turismo que atendieron a encuestados**

**Fuente:** Encuesta a turistas, agosto-sept/2020

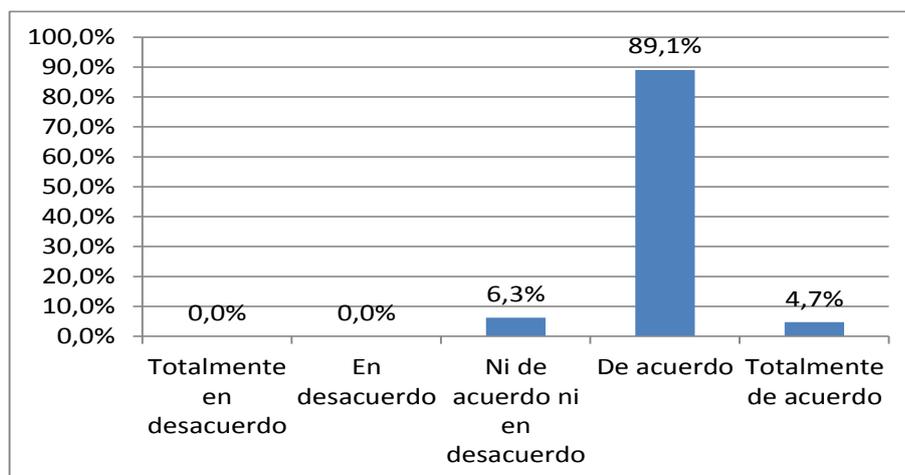
Elaborado por: Autor

Esta distribución, no implica participación de mercado, por ser una encuesta con una selección de conveniencia, es solamente referencial. Los turistas encuestados estuvieron vinculados a 24 operadores. Los mayormente mencionados fueron Asharongal, seguido de Maxetour, Sharksky, entre otros como lo registra la figura 31.

### 3.5.3 Evaluación de variable elementos tangibles

La primera variable corresponde a los elementos tangibles, que permiten ofrecer el servicio, desde calidad de muelles, de embarcaciones, de infraestructura sanitaria, señalética y otras.

**Pregunta 1,1: El sistema de embarque es físicamente adecuado para el turista**



**Figura 32. El sistema de embarque fue físicamente adecuado**

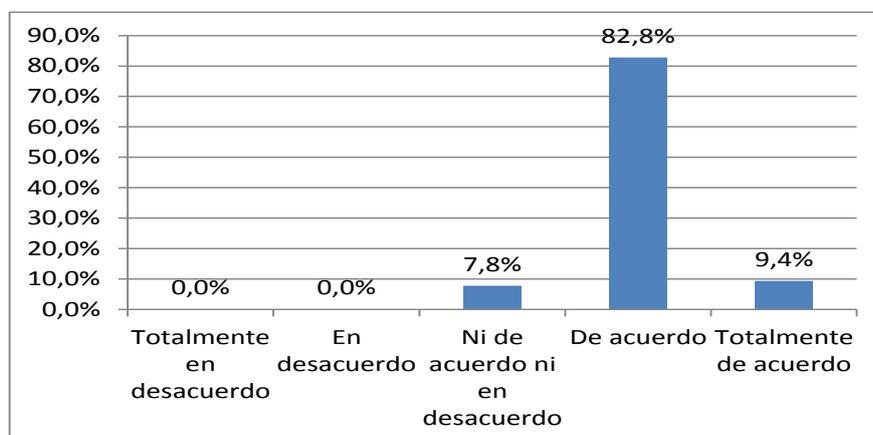
**Fuente:** Encuesta a turistas, agosto-sept/2020

Elaborado por: Autor

Un primer aspecto es el sistema de embarque que se conforma de dos fases, la primera es la infraestructura del muelle y la segunda el acceso a la embarcación. Se ha revisado que sobre todo el acceso a la embarcación puede ser poco adecuado para personas de mayor edad que pueden sentir inseguridad física en el proceso.

Esto es particularmente importante, porque ofrece seguridad física y confort al turista, sobre todo en el caso de personas de mayor edad. Un porcentaje alto contestó estar de acuerdo y totalmente de acuerdo. No hubo ningún caso que mostrara desacuerdo. (Figura 32)

**Pregunta 1,2: Las embarcaciones son adecuadas para el tipo de recorrido**



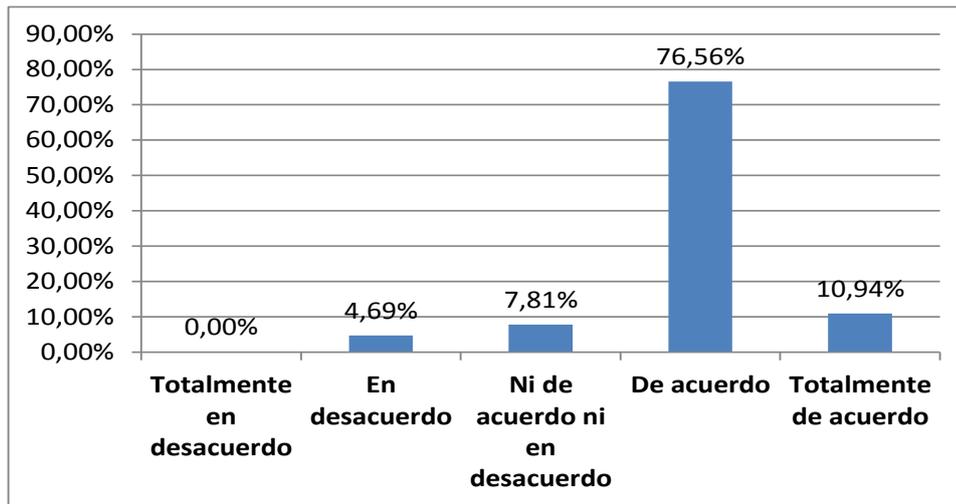
**Figura 33. Embarcaciones adecuadas para el tipo de recorrido**

**Fuente:** Encuesta a turistas, agosto-sept/2020

Elaborado por: Autor

Esta pregunta también tuvo respuestas de acuerdo y totalmente de acuerdo, sumando estas dos el 92%. En ningún caso hubo respuestas en desacuerdo (Figura 33). El tamaño y tipo de embarcaciones es importante porque generan seguridad y confort al turista. Más aún que parte del recorrido es por áreas de mar abierto.

**Pregunta 1,3 Los puntos de desembarque tienen instalaciones sanitarias**



**Figura 34. Instalaciones sanitarias en puntos de desembarque**

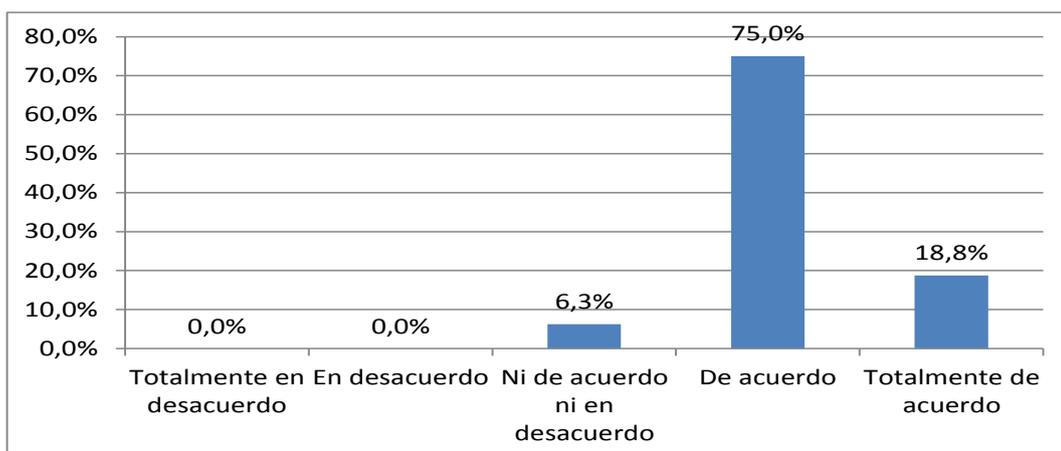
**Fuente:** Encuesta a turistas, agosto-sept/2020

Elaborado por: Autor

Las respuestas a esta interrogante fueron que un 87,5% estuvieron de acuerdo y completamente de acuerdo con estas instalaciones. Por el contrario, un 4,69% manifestó desacuerdo, en algunos casos les pareció poco adecuada (figura 34).

Hay que tener presente, la mayor presencia de turistas del sexo femenino en las islas, quienes pueden tener diferentes percepciones en cuanto a la calidad de las instalaciones sanitarias que los del sexo opuesto. Esto requiere que se revisen en todos los muelles de desembarque la disponibilidad de instalaciones sanitarias que reúna mínimas condiciones de confort y seguridad.

#### **Pregunta 1,4 Los muelles de desembarque son adecuados para el turista**



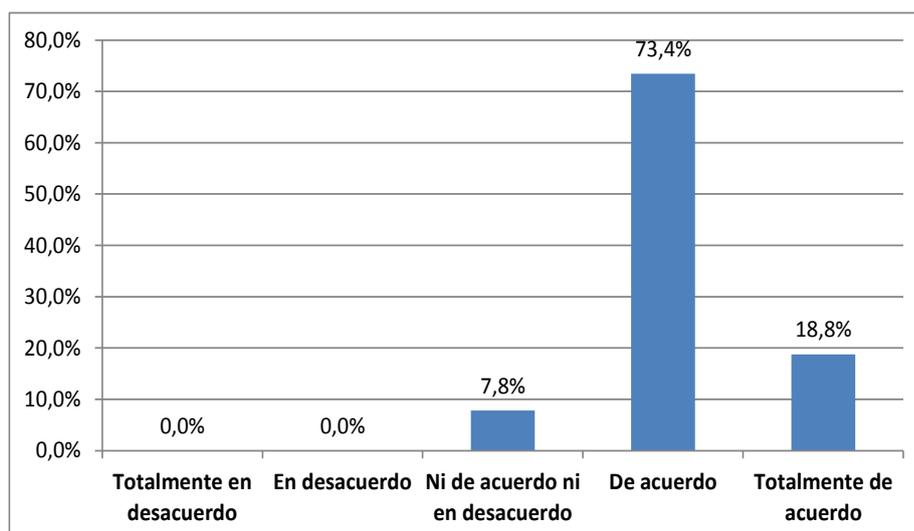
**Figura 35. Muelles de desembarque adecuados para el turista**

Fuente: Encuesta a turistas, agosto-sept/2020

Elaborado por: Autor

En complementariedad a la pregunta 1.1, un 94% de las personas encuestadas manifestó estar de acuerdo con lo adecuado de los muelles de desembarque específicamente (Figura 35). Es necesario reconocer que en tours de recorrido por diferentes sitios en islas, puede haber varios muelles que son usados, por tanto, se transforma en un punto focal de bienestar físico del turista.

#### **Pregunta 1,5 el personal encargado luce limpio, bien cuidado y apropiadamente vestido**



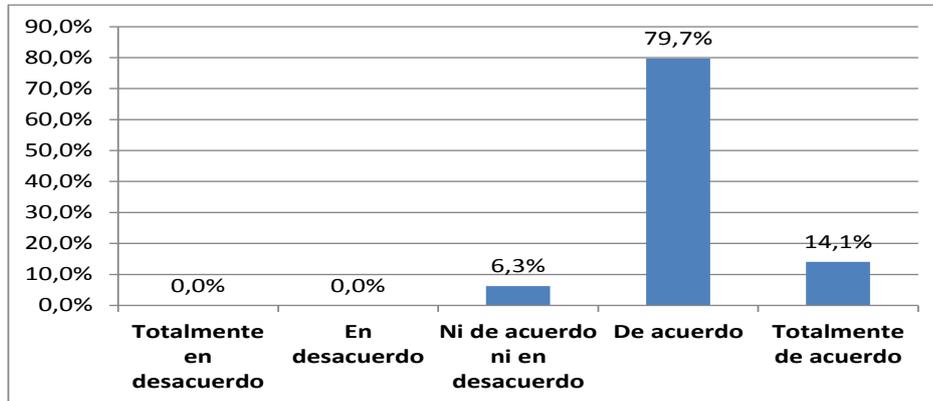
**Figura 36. Imagen del personal encargado del tour**

Fuente: Encuesta a turistas, agosto-sept/2020

Elaborado por: Autor

El 92,2% contesto con un de acuerdo y totalmente de acuerdo con la imagen del personal encargado del tour, tales como la limpieza, cuidado e indumentaria (Figura 36).

**Pregunta 1,6 El equipo de seguridad acuático para el turista es adecuado**



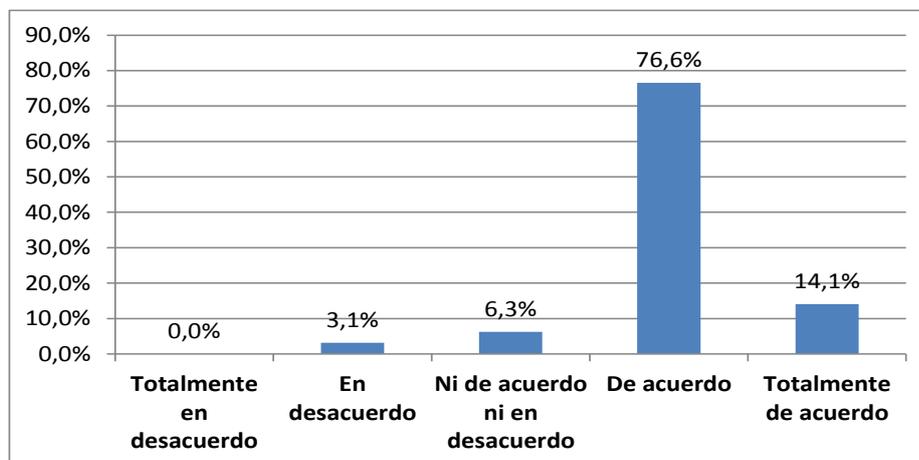
**Figura 37. Equipo de seguridad acuático para el turista es adecuado**

Fuente: Encuesta a turistas, agosto-sept/2020

Elaborado por: Autor

Por tratarse de recorridos en embarcaciones navegando en aguas marinas, en algunos casos con mucho movimiento, es importante el equipo de seguridad que esté disponible y se esté utilizando. Un 93,8% de los encuestados contestaron estar de acuerdo y completamente de acuerdo con los visto y utilizado. En ningún caso hubo respuestas en desacuerdo (Figura 37).

**Pregunta 1,7 Las embarcaciones tienen instrucciones en el idioma del turista**



**Figura 38. Embarcaciones con instrucciones en el idioma del turista.**

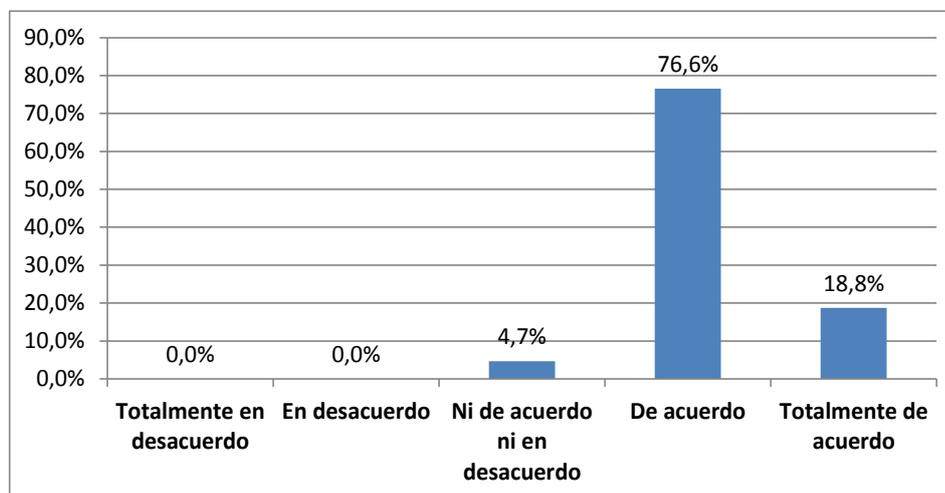
Fuente: Encuesta a turistas, agosto-sept/2020

Elaborado por: Autor

Las instrucciones en el idioma del turista fue otro tema que conforma la percepción de calidad del servicio. En este caso, un 3,1% de los encuestados indicaron su desacuerdo (Figura 38), porque no estaba en su idioma. Por lo general las instrucciones están escritas en el idioma local que es el español, un idioma global que es el inglés, en algunos casos alemán y/o francés. Pero posiblemente en el caso de personas de mayor edad puede que no conozcan ninguno de estos idiomas.

Aunque no siempre es posible, porque no necesariamente un tour operador tiene personal con suficiencia en todos los idiomas posibles de los visitantes, podría considerarse tener carteles específicos por idioma y hacérselo saber de manera particular al turista. Otro caso es que los traductores de idioma que están en los teléfonos celulares traducen letreros, previo su escaneo, todo esto facilita el entendimiento.

**Pregunta 1,8 El sistema de comunicación guía-turista fue técnicamente adecuado**



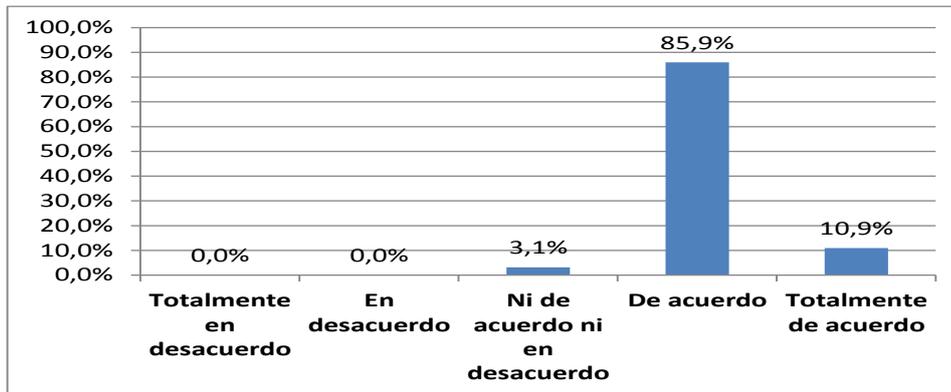
**Figura 39. Sistema de comunicación guía-turista técnicamente adecuado**

**Fuente:** Encuesta a turistas, agosto-sept/2020

Elaborado por: Autor

El sistema de comunicación mediante el cual el guía ofrece instrucciones y describe el recorrido al turista, y este a su vez formula comentarios y preguntas. Se respondió en un 95,3% estar de acuerdo y totalmente de acuerdo, en ningún caso hubo desacuerdo en esto (Figura 39).

**Pregunta 1,9 Las embarcaciones tienen equipos modernos de geolocalización**



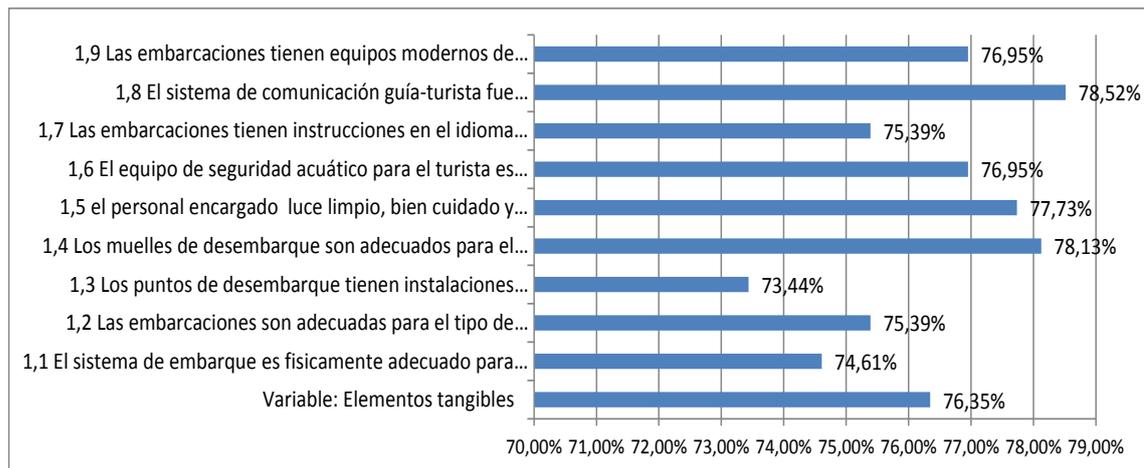
**Figura 40. Embarcaciones con equipos modernos de geolocalización**

**Fuente:** Encuesta a turistas, agosto-sept/2020

Elaborado por: Autor

Aunque las embarcaciones contengan todo el equipo necesario, no siempre se encuentra a la vista de los usuarios. Por lo general al ingresar a la nave, los encargados hacen una descripción del equipo a bordo. En un 97% de los casos la respuesta fue con un de acuerdo y totalmente de acuerdo, no hubo casos que mostraran desacuerdo en este tema (Figura 40).

**Evaluación general de la variable elementos tangibles**



**Figura 41. País de procedencia de turistas de Galápagos**

**Fuente:** Encuesta a turistas, agosto-sept/2020

Elaborado por: Autor

Una vez completada la evaluación de la variable conformada por nueve interrogantes o indicadores de calidad. La Figura 41 muestra los promedios por indicador y de la variable que puntuó un 76,35/100% de calificación. Las de

menor puntaje fueron las instalaciones sanitarias en los puntos de desembarque (1.7), seguido del sistema de embarque físicamente adecuado (1.1). Las mejor puntuadas fueron el sistema de comunicación guía-turista (1.8), seguida por lo adecuado de los muelles de desembarque (1.4).

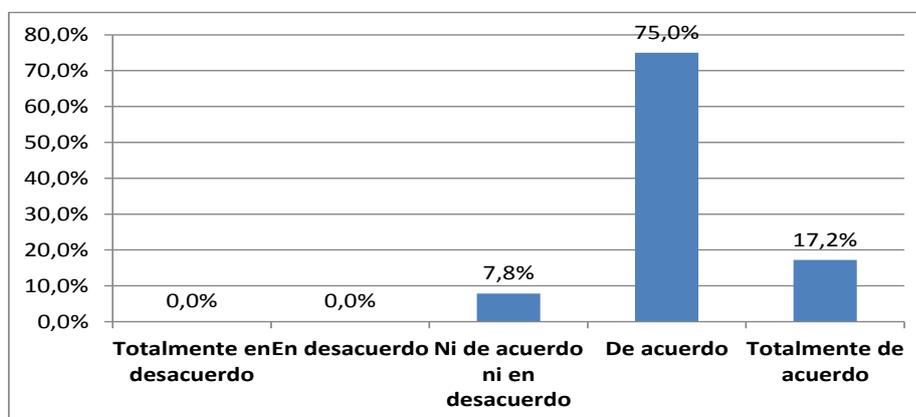
La amplitud del rango de los promedios alcanzaron 5,08 puntos porcentuales, esto es que no existe mayor disparidad en las percepciones de la calidad de los elementos tangibles. No obstante lo anterior, es necesario revisar lo siguiente:

- Dos preguntas tuvieron porcentaje del 5% de las respuestas en el campo negativo (en desacuerdo y totalmente en desacuerdo), estas fueron sobre las instalaciones sanitarias en los puntos de desembarque (1.3) y la de instrucciones en el idioma de los turistas (1.7). El primer indicador es particularmente relevante para las turistas del sexo femenino que son mayoría, el segundo indicador afecta la percepción de seguridad. Es necesario se revise estos dos aspectos para mejorarlos.
- El resto de indicadores, si bien estuvieron en el campo de respuestas positivas, solamente se ubican dentro de la aceptación básica porque en ningún caso rebasan el 80%. Esto implica que se requiere hacer una revisión permanente de los elementos de calidad tangible para mejorar esta percepción básica.

#### **3.5.4 Evaluación de variable confiabilidad**

Muchos turistas han contratado su tour de un recorrido de un día, directamente en el archipiélago, sin mayor análisis. Por lo anterior tienen ciertas incertidumbres sobre la promesa del oferente. Esta variable da respuesta a esta percepción de confiabilidad, que es importante para una posible recontratación del mismo operador y referencias de servicio satisfactorio a terceros.

**Pregunta 2,1: El lunch/refrigerio estuvo adecuadamente conservado, empacado y servido**



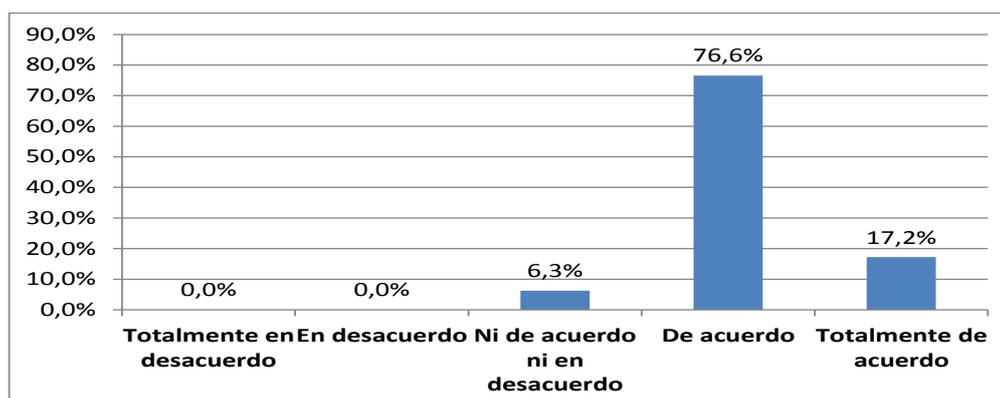
**Figura 42. Lunch/refrigerio adecuadamente conservado, empacado y servido**

**Fuente:** Encuesta a turistas, agosto-sept/2020

Elaborado por: Autor

Una preocupación de los turistas extranjeros en un país en desarrollo es la calidad del agua y los alimentos que ingieren. Al respecto se puntuó en 92,2% entre respuestas de acuerdo y totalmente de acuerdo. En ningún caso hubo respuestas en desacuerdo (Figura 42).

**Pregunta 2,2 El turista recibió los servicios originalmente contratados**



**Figura 43. Turista recibió servicios originalmente contratados**

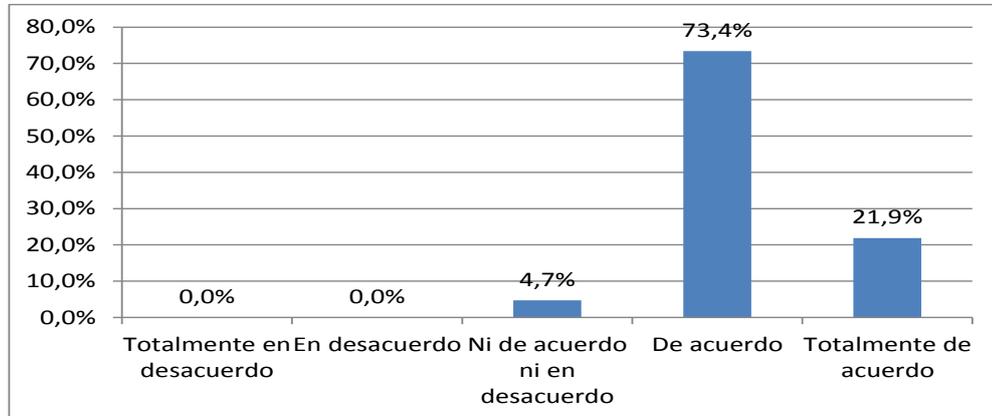
**Fuente:** Encuesta a turistas, agosto-sept/2020

Elaborado por: Autor

Los turistas contratan un servicio que tiene una lista de prestaciones que incluye, que van desde unas básicas hasta otras opcionales. En todos los casos, las respuestas estuvieron en el campo: de acuerdo y totalmente de acuerdo en un 94% de los casos. No hubo ningún caso que exprese

desacuerdo (Figura 43), esto es que efectivamente recibieron las prestaciones ofrecidas en el contrato.

**Pregunta 2,3 Las instrucciones de los guías fueron confiables**



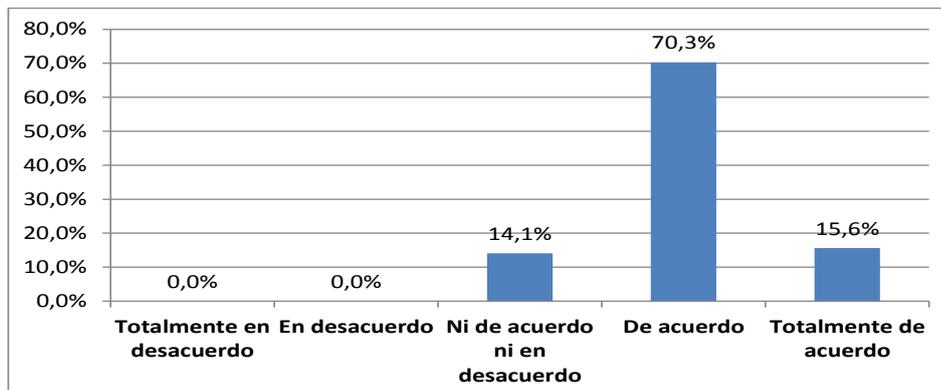
**Figura 44. Confiabilidad de las instrucciones de los guías**

**Fuente:** Encuesta a turistas, agosto-sept/2020

Elaborado por: Autor

La pregunta sobre la confiabilidad de las instrucciones de los guías tuvo un 95,3% de respuestas en los campos del acuerdo y totalmente de acuerdo. No hubo ningún caso que expresara algún tipo de desacuerdo (Figura 44).

**Pregunta 2.4 Se cumplió el horario acordado para la prestación del servicio**



**Figura 45. Cumplimiento de horario de prestación del servicio.**

**Fuente:** Encuesta a turistas, agosto-sept/2020

Elaborado por: Autor

Otro aspecto que se le atribuye importancia es el cumplimiento de los horarios, sobre todo considerando que son tours de un día y que se requiere aprovechar la luz del día. Un 85,9% respondieron con de acuerdo y totalmente de acuerdo.

### Evaluación general de la variable confiabilidad



**Figura 46. Puntuación de la evaluación de la variable confiabilidad**

**Fuente:** Encuesta a turistas, agosto-sept/2020

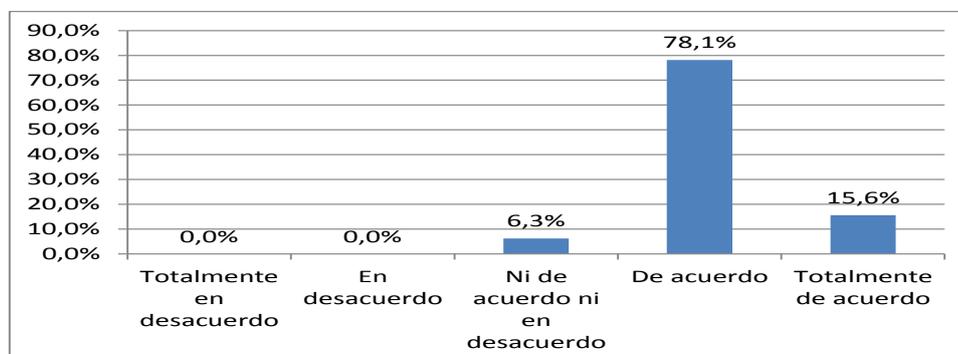
Elaborado por: Autor

La segunda variable es confiabilidad con cuatro indicadores; la de menor puntuación fue el cumplimiento de horarios para la prestación del servicio (2.4), la de mayor puntuación acumuló 79,30%. La amplitud del rango de puntuación estuvo en 3,91 puntos porcentuales, lo que indica bastante armonía en los diferentes indicadores.

La puntuación general de la variable fue del 77,44%, lo que la ubica en la escala básica. Es necesario reconocer que se requiere un esfuerzo para incrementar esta percepción hasta alcanzar escalas de percepción de calidad más altas.

### 3.5.5 Evaluación de variable responsabilidad/capacidad de respuestas

#### **Pregunta 3,1 Los guías contestaron con solvencia técnica las interrogantes del turista**



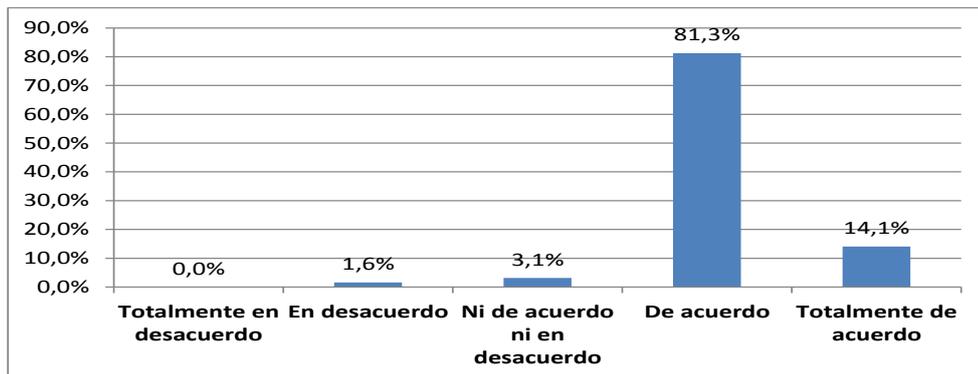
**Figura 47. Solvencia de respuestas de guías a interrogantes de turistas**

**Fuente:** Encuesta a turistas, agosto-sept/2020

Elaborado por: Autor

Este indicador fue contestado en un 93,8% con de acuerdo y totalmente de acuerdo, en ningún caso hubo respuestas en desacuerdo (Figura 47). Esto indica que los guías están adecuadamente preparados en el tema que los ocupa.

**Pregunta 3,2 Los guías proporcionaron información interesante sobre los sitios visitados**

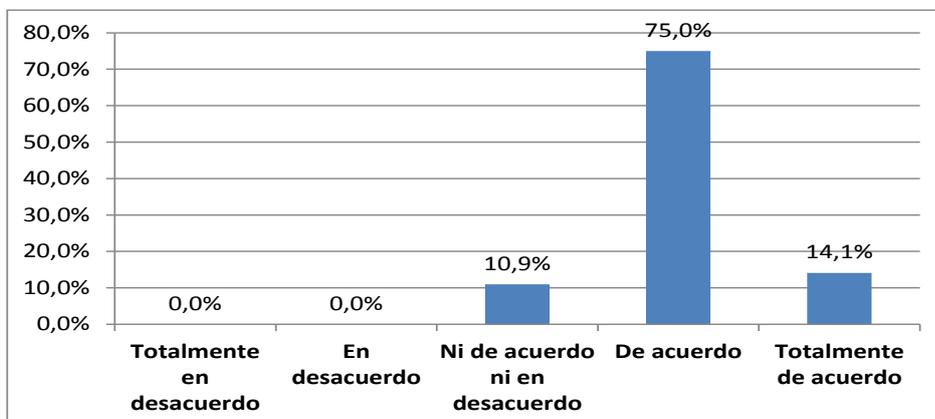


**Figura 48. Guías proporcionaron a turistas información útil**

**Fuente:** Encuesta a turistas, agosto-sept/2020  
**Elaborado por:** Autor

Otro indicador es la información útil que proporcionaron los guías a los turistas, más allá de lo que está en la información pública internacional. Un 95,3% respondió en los campos de acuerdo y totalmente de acuerdo. Hubo un pequeño porcentaje que respondió en desacuerdo a este tema, esto es que la información no fue muy útil. (Figura 48).

**Pregunta 3,3 Se entendió claramente el idioma hablado por el guía**

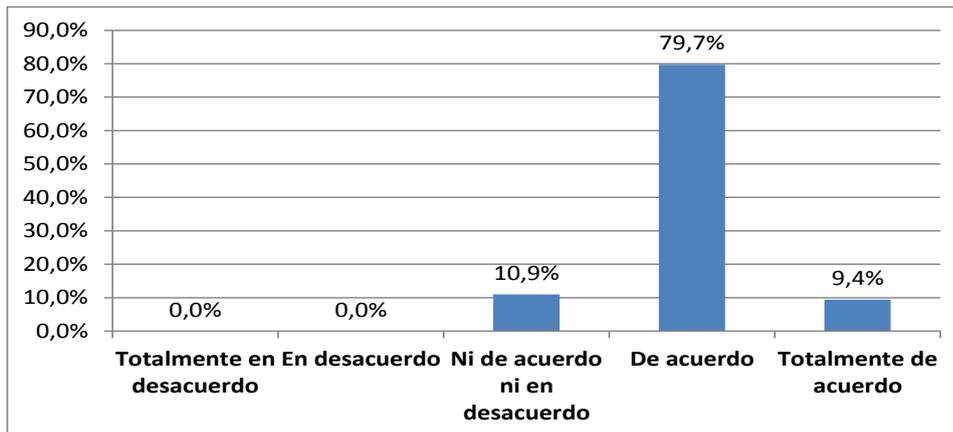


**Figura 49. El idioma hablado por el guía fue entendido claramente por los turistas**

**Fuente:** Encuesta a turistas, agosto-sept/2020  
**Elaborado por:** Autor

Otra pregunta es el idioma que principalmente es inglés para el caso de turistas que no son de habla española. Un 89% respondió favorablemente, no hubo ningún caso que respondiera desfavorablemente (Figura 49).

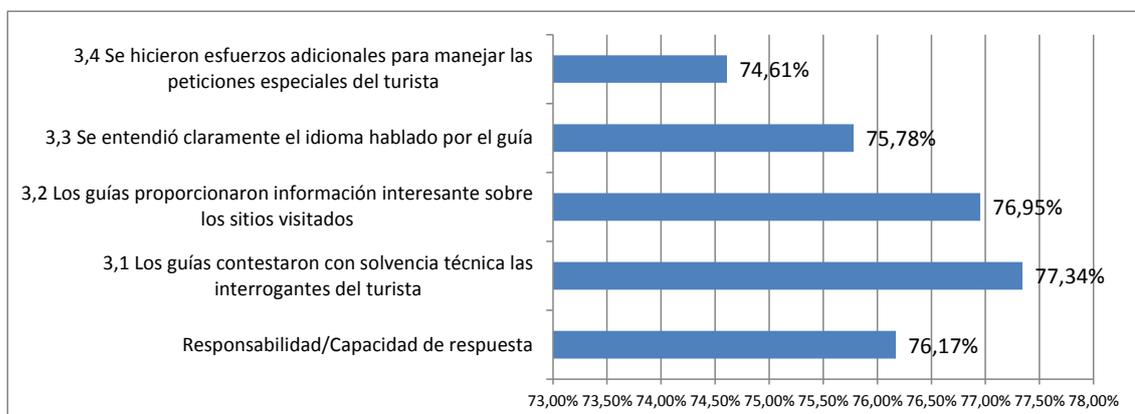
**Pregunta 3,4 Se hicieron esfuerzos adicionales para manejar las peticiones especiales del turista**



**Figura 50. Se hicieron esfuerzos especiales para manejar las peticiones especiales**  
**Fuente:** Encuesta a turistas, agosto-sept/2020  
 Elaborado por: Autor

Un 89,1% respondió favorablemente esta interrogante (de acuerdo y completamente de acuerdo), no hubo ningún caso de respuesta desfavorable, esto es en desacuerdo (Figura 50).

**Resumen de evaluación de variable responsabilidad/capacidad de respuesta**



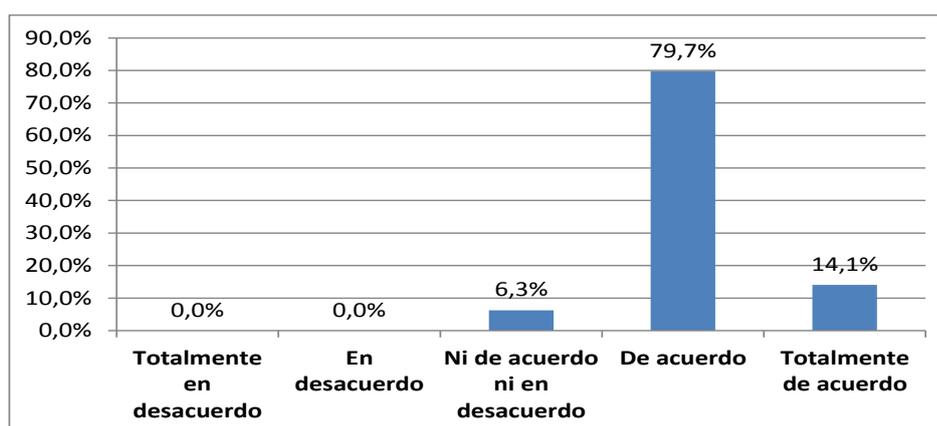
**Figura 51. Puntuación de evaluación de variables responsabilidad/capacidad de respuesta**  
**Fuente:** Encuesta a turistas, agosto-sept/2020  
 Elaborado por: Autor

La variable responsabilidad/capacidad de respuesta presenta una puntuación promedio del 76,17% (Figura 51), que la ubica en el rango de aceptación básica. Los indicadores presentan una amplitud de rango de 2,73 puntos porcentuales, que le da bastante representatividad al promedio general.

El indicador de menor puntuación es el 3.4 (se hicieron esfuerzos adicionales para manejar peticiones especiales del turista), la mejor puntuada es la 3.1 (los guías contestaron con solvencia técnica las interrogantes del turista (Figura 51).

### 3.5.6 Evaluación de variable seguridad

#### ***Pregunta 4,1 El personal del tour respondió sus preguntas de forma completa***



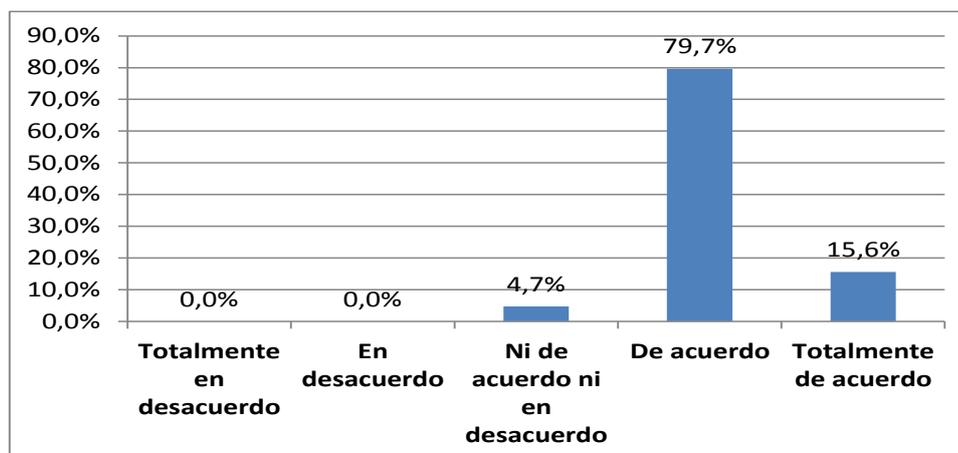
**Figura 52. Personal del tour respondió preguntas de forma completa**

**Fuente:** Encuesta a turistas, agosto-sept/2020

Elaborado por: Autor

La variable seguridad es conformada tanto por la percepción de los elementos tangibles, así como la calidad de respuestas y actitudes del personal al turista. En este caso, presenta un 93,8% de respuestas demostrando acuerdo y completamente de acuerdo. No hubo ningún caso que expresara desacuerdo (Figura 52).

**Pregunta 4,2 Se sintió personalmente seguro respecto al manejo integral del tour**



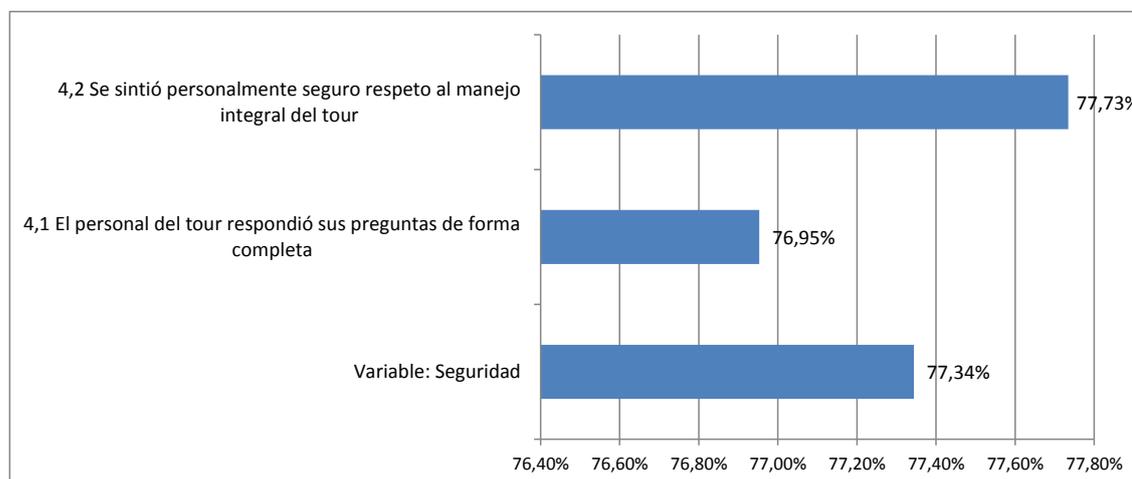
**Figura 53. El turista se sintió personalmente seguro por el manejo integral del tour**

**Fuente:** Encuesta a turistas, agosto-sept/2020

Elaborado por: Autor

La seguridad del turista por el manejo integral del tour tuvo una acumulación del 95,3% de respuestas favorables (de acuerdo y completamente de acuerdo). No hubo ningún caso que expresará desacuerdo (Figura 53).

**Resumen general de variable seguridad**



**Figura 54. Puntuación de la evaluación de la variable seguridad**

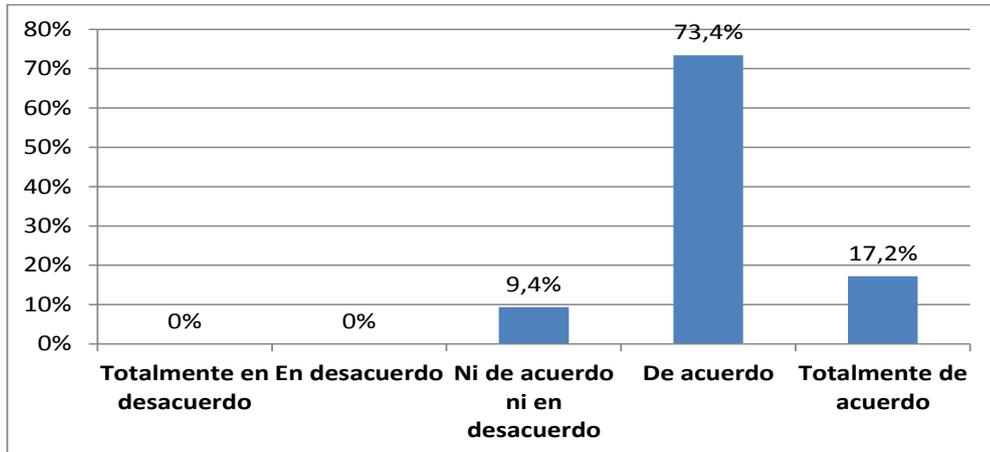
**Fuente:** Encuesta a turistas, agosto-sept/2020

Elaborado por: Autor

Esta variable con dos indicadores, presentó una puntuación promedio del 77,34%, la amplitud del rango de la calificación fue bastante baja (0,78 puntos porcentuales), lo que otorga consistencia y representatividad al promedio (Figura 54).

### 3.5.7 Evaluación de variable empatía

#### **Pregunta 5.1 La atención recibida durante el recorrido fue personalizada**



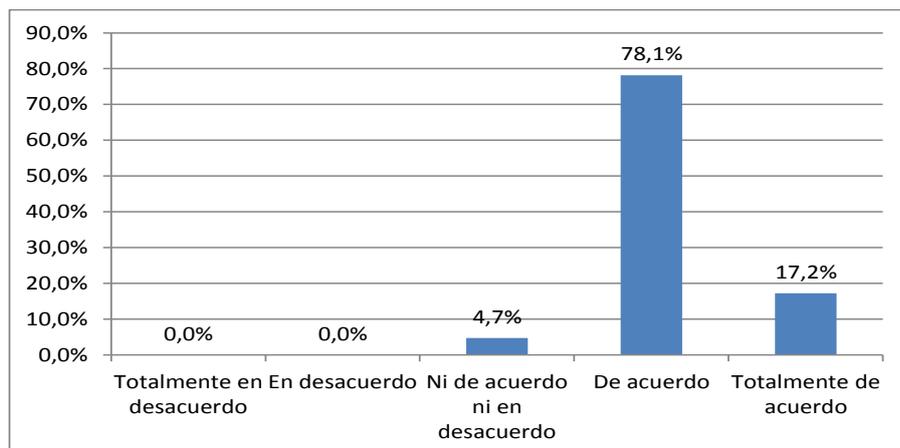
**Figura 55. Atención recibida durante el recorrido fue personalizada**

**Fuente:** Encuesta a turistas, agosto-sept/2020

Elaborado por: Autor

El concepto de atención personalizada, es una habilidad de los prestadores para generar esta percepción en los usuarios. Esta interrogante fue respondida en un 90,6% de manera favorable (de acuerdo y completamente de acuerdo), no hubo ningún caso que respondiera desfavorablemente (Figura 55).

#### **Pregunta 5.2 El personal del recorrido fue comprensivo y siempre estuvo atento ante situaciones contingentes**



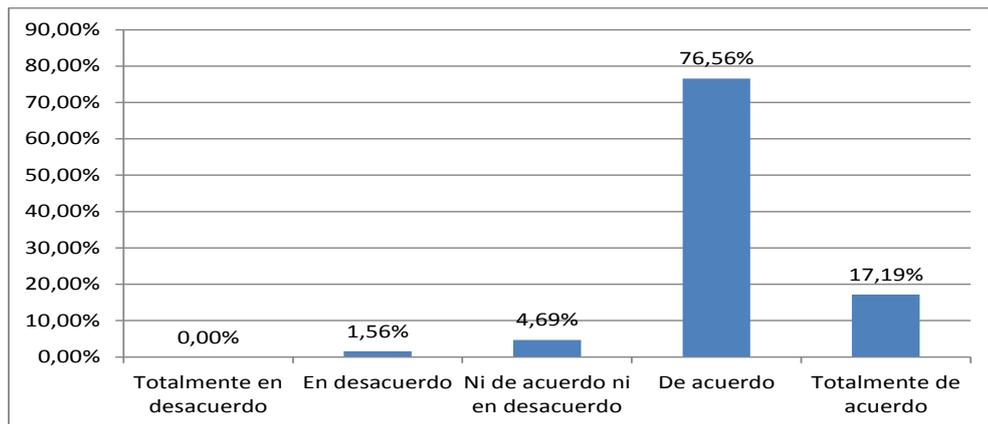
**Figura 56. El personal del recorrido fue comprensivo y siempre estuvo atento ante situaciones contingentes**

**Fuente:** Encuesta a turistas, agosto-sept/2020

Elaborado por: Autor

La pregunta 5.2 sobre la comprensión del personal del recorrido a las situaciones contingentes fue calificada en un 95,3% como favorable (de acuerdo y completamente de acuerdo), no hubo respuestas desfavorables (Figura 56).

**Pregunta 5.3 El personal del recorrido estuvo siempre atento a los intereses del turista**



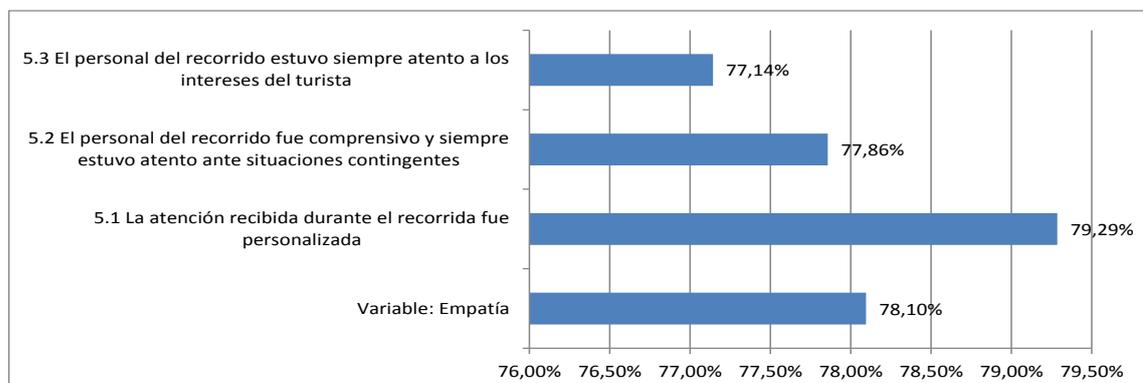
**Figura 57. El personal del recorrido estuvo siempre atento a los intereses del turista**

Fuente: Encuesta a turistas, agosto-sept/2020

Elaborado por: Autor

Sobre la permanente atención a los intereses del turista por parte del personal del tour-operador, fue calificada en un 93,75% de manera favorable (de acuerdo y completamente de acuerdo), hubo un 1,6% que respondieron de manera desfavorable con un en desacuerdo (Figura 57).

**Resumen general de variable empatía**



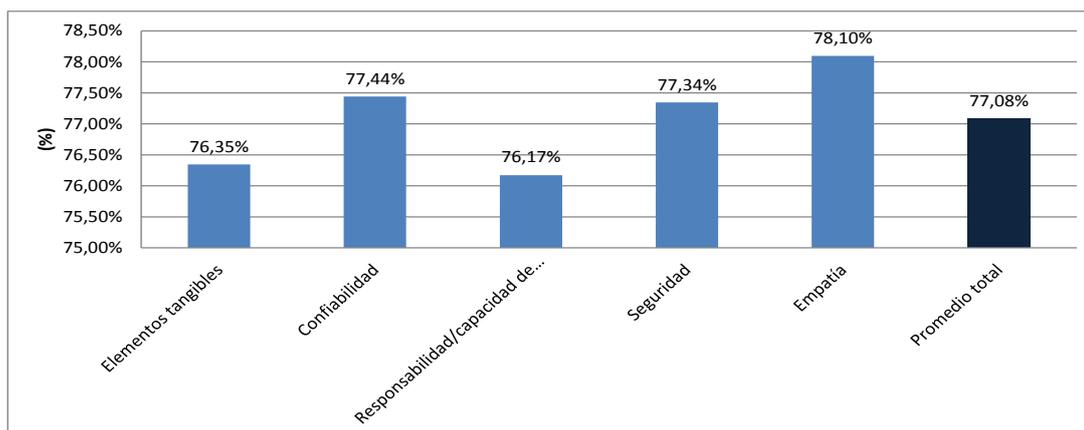
**Figura 58. Puntuación de indicadores de variable empatía**

Fuente: Encuesta a turistas, agosto-sept/2020

Elaborado por: Autor

Esta variable tuvo una calificación general del 78,10%, se ubica en una escala de aceptación básica. La amplitud del rango entre menor y mayor puntuación de sus indicadores ascendió a 2,15 puntos porcentuales (Figura 58).

### 3.5.8 Resultados generales de la evaluación



**Figura 59. Puntuación general de la evaluación de variables**

Fuente: Encuesta a turistas, agosto-sept/2020

Elaborado por: Autor

Una vez presentados los resultados individuales y por variable, se presenta un resumen general de comparación. La puntuación de percepción de calidad del servicio según metodología Servperf sobre el servicio de tour diario a turistas en Galápagos, ascendió a 77,08 puntos, calificación que la ubica en una escala de aceptación básica. La variable de menor puntuación es responsabilidad y capacidad de respuesta con 76,17%, muy cercano a elementos tangibles (76,35%). La mayor puntuación es la empatía que alcanzó un 78,10% (Figura 59). La amplitud del rango es de 1,93 puntos porcentuales, esto da bastante representatividad a la media general.

### 3.5.9 Discusión de resultados

La evaluación general de satisfacción de la calidad del servicio de tour diario en Islas Galápagos asciende a un promedio de 77,08%, siendo la empatía, seguridad y confiabilidad los de mayor puntaje y elementos tangibles y responsabilidad/capacidad de respuesta con menor puntaje.

El Parque Nacional Galápagos dispone de un sistema de monitoreo de sitios de Uso Público de las Áreas Protegidas de Galápagos, mismo que contempla la revisión de indicadores físicos, biológicos, sociales y de manejo. Participan en esta recopilación de información de campo los guardaparques, guías naturalistas, técnicos de uso público, voluntarios, estudiantes y turistas (PNG, 2020). Estos datos aportan un inventario de daños, son manejados de manera dispersa sin aportar a la construcción de un ranking de valoración del estado de los servicios.

Al revisar la satisfacción del servicio al turista con otro de la región aplicado con igual metodología, como es el caso de la ciudad de Cuzco (Perú) donde ascendió al 60%, se desagrega que los servicios de hotelería alcanzaron una puntuación del 56% y los de alimentos y bebidas un 90% (Izaguirre, 2017). En Arequipa (Perú) el nivel de satisfacción alcanzó un rango entre el 73% al 81% (Izaguirre, 2017).

En otro estudio de Chacón & Pillajo (2018) aplicando el método Servqual en establecimientos de hospedaje de 3 y 4 estrellas en San Cristóbal, Galápagos obtuvo un nivel de satisfacción del 85,4%, bastante cercana a los resultados de la presente investigación que incluye un rango más amplio de servicios.

Ávila (2017) presenta calificaciones de satisfacción de los turistas que ocuparon servicios de bares y restaurantes en las islas de bueno y muy bueno, la comunicación entre servidores de establecimientos con el turista tuvo un 90% de eficacia, no obstante los diferentes idiomas que los visitantes extranjeros utilizan en las islas, puntaje relativamente alto, lo que indica de importantes avances en el manejo de inglés como idioma de trabajo.

## CONCLUSIONES

Una primera conclusión derivada del objetivo general es que la percepción de calidad por el servicio de tour diario que recibe el turista en el Parque Nacional Galápagos asciende al 77,08% sobre una base de 100%. Para obtener este resultado se aplicó la metodología Servperf, versión resumida del Servqual. La variable de menor puntuación fue la de responsabilidad/capacidad de respuestas que ascendió al 76,17%, mientras que la mayor puntuada fue empatía con un 78,10%. Estos resultados posicionan en el rango de satisfacción básica. Difieren por debajo de otro estudio aplicado al sector de hospedaje en las islas con la metodología Servqual, mismo que calificó con un 85,4%. Y por encima del aplicado en Cuzco y similar al resultado de la evaluación en Arequipa.

Se caracterizó de manera general al universo de visitantes en Galápagos, quienes en mayor porcentaje provienen, de Ecuador continental, seguido de Estados Unidos, Reino Unido y Alemania y siete países con rango entre 1% y 3%. Son mayoritariamente del sexo femenino. Los ecuatorianos tienen un promedio de edad de 34 años. Los extranjeros de Canadá, Australia, Reino Unido y Alemania tienen promedios etarios por encima de 45 años.

Para el estudio se aplicaron cinco variables que son usuales en el campo de los servicios de turismo que son elementos tangibles, confiabilidad, responsabilidad/capacidad de respuesta, seguridad y empatía. El total de indicadores ascendió a 22 para todas las variables.

Sobre las variables e indicadores propuestos se aplicó la investigación con un total de 64 encuestados en un procedimiento de muestra por conveniencia. Debido a la crisis por el Covid-19 que alejó en más del 95% el turismo de las islas, no fue posible aplicar una muestra más amplia y de mayor representatividad. Estos turistas son tanto nacionales como extranjeros, y utilizaron servicios de tours diario ofrecidos por 24 operadoras de turismo que tienen representación en Galápagos.

Se desarrollaron tanto el objetivo general como los específicos, en el general se determinó el porcentaje de calidad del servicio. En los específicos se caracterizó el segmento de turistas que contratan el tour diario, se

establecieron las variables y reactivos particulares aplicados al turismo en las islas y se realizó el correspondiente análisis.

## **RECOMENDACIONES**

Aunque la calificación alcanzó un puntaje del 76,17%, es necesario hacer esfuerzos para impulsar y obtener a futuro un promedio de satisfacción superior. Más aún en el contexto de pandemia que se espera cambie la preferencia de los turistas, tanto por una expectativa de un menor ingreso como en mayor exigencia de calidad. Mucho más considerando que un porcentaje importante de estos están en un rango etario superior a 45 años.

Mejorar la infraestructura sanitaria en sitios de desembarque, sobre todo considerando que un mayor porcentaje de turistas son del sexo femenino y pueden tener necesidades específicas en cuanto a módulos sanitarios en todos los destinos de desembarque.

Un elemento importante que se requiere que el gobierno local intervenga es la infraestructura de los denominados aquataxis, mismos que traslada los turistas desde un sitio en las islas hacia los cruceros o sitios inmediatos al margen costero. Se debe mejorar la reglamentación en cuanto a seguridad de navegación, implementos de seguridad personal en la embarcación y trato al turista.

Otro indicador a mejorar es la infraestructura existente en los puntos de embarque; sobre todo, la sección de acceso del muelle a la embarcación. Aún se mantiene en un nivel de rusticidad y descoordinación que afecta la percepción de calidad, sobre todo de personas de mayor edad. Este debería ser un puente móvil con pasamanos y escalones antideslizantes, con facilidades para sillas de ruedas, que se ajuste a las diferentes embarcaciones y que no genere vacíos de agarre lateral, y un mejoramiento general del sistema de transporte de taxis acuáticos.

El Sistema de monitoreo de sitios de Uso Público de las Áreas Protegidas de Galápagos, actualmente existente debería establecer un ranking

de observaciones en base a un inventario de lo existente, de tal forma que no solamente sea un sistema de comunicación de daños como es el perfil actual.

Adicionalmente, podría ser interesante que al salir de las islas, cada turista realice una evaluación de su visita mediante un sistema sencillo de variables e indicadores y valoración, esto permitirá otorgarle protagonismo al consumidor, a la vez que sea una retroalimentación para el PNG.

## Referencias bibliográficas

- Alonso, J. (2015). *Tratamiento de quejas y reclamaciones de clientes de servicios* (Quinta ed.). Madrid, España: Elearning.
- Álvarez, L. (2016). *Productos, servicios y destinos turísticos*. Madrid, España: Paraninfo.
- Ambiente. (2018). *Ministerio del Ambiente y del Agua*. Recuperado el 5 de Noviembre de 2020, de <http://areasprotegidas.ambiente.gob.ec/es/areas-protegidas/>
- Asamblea Nacional. (Febrero de 2011). Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización. Pichincha: Asamblea Nacional.
- Asamblea Nacional. (2015). *Ley Orgánica de Régimen Especial de la Provincia de Galápagos*. Asamblea Nacional. Quito: AN.
- Ávila, J. (2017). *Evaluación del estado actual de los prestadores de servicios turísticos que laboran en bares de y restaurantes en el cantón Isabela y su incidencia en la satisfacción de los turistas*. Universidad Central del Ecuador, Campus Galápagos. Puerto Ayora: UCE.
- Avila, J. (2017). *Evaluación del estado actual de los prestadores de servicios turísticos que laboran en bares y restaurantes en el cantón Isabela y su incidencia en la satisfacción de los turistas*. Universidad Central del Ecuador. Quito: UCE.
- Ávila, J. (2017). *Evaluación del estado actual de los prestadores de servicios turísticos que laboran en bares y restaurantes en el cantón Isabela y su incidencia en la satisfacción de los turistas*. Universidad Central del Ecuador, Turismo ecológico. Quito: UCE.
- Banco Mundial. (2019). *Datos Banco Mundial*. Recuperado el 25 de Octubre de 2019, de <https://datos.bancomundial.org/pais/ecuador>
- BCE. (2019). *Banco Central del Ecuador*. Recuperado el 27 de Octubre de 2019, de [www.bce.fin.ec/cuentas-regionales](http://www.bce.fin.ec/cuentas-regionales)

- Berry, L., & Parasuraman, A. (1991). Marketing services: competing through quality. *Free Press*.
- Canalejo, A., Soto, M., & Guzmán, T. (2012). Percepción y actitudes del residente acerca del impacto del turismo en la isla de Santiago (Cabo Verde). *TURyDES*, 12.
- Consejo de Gobierno de Galápagos. (2015). *PDOT 2015-2017*. San Cristobal: Cepesiu.
- Cravo, A. (2016). *Somos mais interessantes do que imaginamos*. Sao Paulo, Brasil: Clube de Autores.
- Cronin, J., & Taylor, S. (1992). Measuring service quality: A reexamination an extension. *Journal of Marketing*, 55-68.
- Crouch , G., & Ritchie , J. (1999). Tourism, competitiveness, and societal prosperity. *Journal of business research*, 137-152.
- Cuatrecasas, L. (2005). *Gestión integral de calidad: Implantación, control y certificación*. Barcelona, España: Gestión 2000.
- DPNG. (2014). *Plan de Manejo de las Áreas Protegidas de Galápagos para el Buen Vivir*. Parque Nacional Galápagos. Puerto Ayora: DPNG.
- Ferrell, O., & Hartline, M. (2012). *Estrategia de marketing*. México: CENGAGE.
- Galápagos. (2019). *Parque Nacional Galápagos*. Recuperado el 18 de Diciembre de 2019, de <http://www.galapagos.gob.ec/estadistica-de-visitantes/>
- Gomez, P. (1996). Plan de calidad hotelera del Puerto de la Cruz. *Forum Calidad*, 73-96.
- González, C., González, L., Juaneda, E., & Pelegrín, J. (2014). *La calidad en las organizaciones turísticas*. Madrid, España: Paraninfo.
- González, P. (2017). *Procesos de gestión de calidad en hostelería y turismo UF0049*. Logroño, España: Tutor Formación.
- Grönroos, C. (1984). A Service Quality Model and its Marketing Implications. *European Journal of Marketing*, 18(4), 36-44.

- Guerrero, P., & Ramos, R. (2014). *Introducción al turismo*. México DF, México: Patria.
- Gurung, G., Simmons, D., & Devlin, P. (1996). The evolving role of tourist guides: the Nepali experience. *Tourism and indigenous peoples.*, 107-128.
- Harris, P. (2004). In the European Union depends upon culture and Business. *European Business Review* , 556-563.
- Hernandez Sampieri , R., Fernandez Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2006). *Metodología de la investigación*. Mexico: Mac Graw Hill.
- Hernández, R., Fernandez, C., & Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación* (Sexta ed.). México D.F., México: McGraw\_Hill.
- Ibarra, L., & Casas, E. (2015). Aplicación del modelo Servperf en los centros de atención Telcel, Hermosillo: Una medición de calidad del servicio . *Contaduría y Administración*, 229-260.
- Ildelfonso, E. (2014). *Marketing de los servicios* (Cuarta ed.). Madrid, España: ESIC.
- INEC. (2010). *Censo de Poblacion y Vivienda*. Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. Quito: INEC.
- INEC. (2013). *Instituto Nacional de Estadísticas y Censos*. Recuperado el 22 de Diciembre de 2019, de [www.ecuadorencifras.gob.ec/proyecciones de la población 2010-2020](http://www.ecuadorencifras.gob.ec/proyecciones-de-la-poblacion-2010-2020)
- Izaguirre, M. (2017). Calidad percibida del destino Perú y del servicio en agencias de viaje hoteles y restaurantes. *Turismo y Patrimonio*(7), 14.
- IZO. (2019). IZO. (IZO) Recuperado el 5 de Agosto de 2020, de <https://izo.es/customer-effort-score-ces-que-es-y-para-que-sirve/>
- Jiménez Baños, P., & Aquino Jiménez, F. (2012). Propuesta de un modelo de competitividad de destinos turísticos. *Estudios y perspectivas en turismo*, 997-995.

- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Fundamentos de Marketing* (Octava ed.). México D.F., México: Pearson.
- Leon, S., & Lazar, L. (2010). *Comportamiento del consumidor* (Décima ed.). México: Pearson Educación.
- Lugo, J. (2015). *La gerencia de la calidad en la economía digital*. Madrid, España: Lulú.
- Medina, M. (2009). *La formación profesional basada en competencias en la era del conocimiento y la información*. Distrito Federal: UNAM.
- Miranda, F., Chamorro, A., & Rubio, S. (2007). *Introducción a la gestión de la calidad*. Madrid, España: Delta.
- Moscardo, G. (1999). *Making visitors mindful: Principles for creating Sustainable visitor experiences through effective communication*. Sagamore Publishing Champaign.
- Muñoz, A. (2017). Percepciones de la gestión del turismo en dos reservas de biosfera ecuatorianas: Galápagos y sumaco. *Investigaciones Geográficas*(93), 110-125.
- Oficina del Peregrino. (2019). *Informe estadístico año 2018*. Santiago de Compostela.
- OMT. (1993). *Desarrollo Turístico Sostenible, Guía para Planificadores Locales*. Madrid: OMT.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V., & Berry, L. (1988). SERVQUAL: multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 12-40.
- PNG. (2019). *Informe anual 2018*. Parque Nacional Galápagos. San Cristobal: PNG.
- PNG. (2019). *Informe primer semestre 2019*. San Cristobal: PNG.
- PNG. (2020). *Informe anual 2019*. Parque Nacional Galápagos. San Cristobal: PNG.

- PNG. (2020). *Informe anual de visitantes a las Áreas Protegidas de Galápagos*. Parque Nacional Galápagos. Puerto Baquerizo: PNG.
- PNG. (2020). *Monitoreo de los sitios de Uso Público de las Áreas Protegidas de Galápagos*. Recuperado el 31 de Marzo de 2021, de <http://www.galapagos.gob.ec/monitoreo-de-los-sitios-de-uso-publico-de-las-areas-protegidas-de-galapagos/>
- Presidencia de la República. (19 de Enero de 2016). Decreto Ejecutivo 827. *Reglamento Especial de Turismo en Áreas Naturales Protegidas*. Quito, Pichincha, Ecuador: R. O. suplemento 672.
- Rilo, C. (2018). *Información y atención al visitante*. Madrid, España: Elearning.
- Rojas, J. (2017). *Por qué cambiar la forma de hacer minería en Chile*. Blomington, Indiana, USA: Balboa Press.
- Rosero, C. (2018). Satisfacción del turismo en el Ecuador: Medición del índice del promotor neto. En C. Santana (Ed.), *Medición de la calidad en turismo y hospitalidad. Propuestas y experiencias* (págs. 8-31). Samborondón, Guayas, Ecuador: ECOTEC.
- Ruano, C., & Sánchez, M. (2014). *Diseño de productos y servicios turísticos locales*. Málaga, España: IC.
- Sánchez, A. (2013). *Servicio y atención al cliente en restaurante*. Madrid, España: IC.
- Sancho, A., & Buhalis, D. (1998). *Introducción al turismo*. Madrid: Organización Mundial del Turismo. Madrid: OMT.
- Senplades. (2017). *Plan Nacional dell Buen Vivir, 2017-2021*. Secretaría Técnica Planifica Ecuador . Quito: Senplades.
- Solano, A. (2016). *Plan Galápagos 2015-2020*. Plan de desarrollo y Ordenamiento Territorial del Régimen Especial de Galápagos, Consejo de Gobierno del Régimen Especial de Galápagos, Puerto Baquerizo Moreno.

- Statistic. (2019). (Statistic.com) Recuperado el 23 de Diciembre de 2019, de <https://es.statista.com/grafico/15201/la-peregrinacion-a-la-meca-en-cifras/>
- Swarbrooke, J. (1999). *Sustainable tourism management*. Cabi. Cabi.
- Turismo. (7 de Abril de 2016). Reglamento de guianza turística para régimen especial de Galápagos. 14. Quito, Pichincha, Ecuador: Ministerio de Turismo.
- Turismo. (2019). *Indicadores de Turismo*. Ministerio de Turismo. Quito: Turismo.
- Turismo. (2020). *Ministerio de Turismo*. (Ministerio de Turismo) Recuperado el 15 de Diciembre de 2020, de Visualizador: <https://servicios.turismo.gob.ec/index.php/turismo-cifras/2018-09-18-21-11-17/establecimientos-registrados>
- Unesco. (2019). *Patrimonio Mundial*. Recuperado el 8 de Enero de 2020, de <http://www.unesco.org/new/es/mexico/work-areas/culture/world-heritage/>
- UNWTO. (2019). *Panorama del Turismo Internacional*. Organización Mundial del Turismo . Ginebra: UNWTO.
- UNWTO. (2020). World Tourism Barometer. *World Tourism Barometer*, 18(4), 36.
- WEF. (2019). *The Travel & Tourism Competitiveness Report 2019*. Genova: World Economic Forum.
- Zapata, O. (2005). *Herramientas para elaborar tesis e investigaciones socioeducativas*. México D.F., México: Pax.
- Zeithaml, V., Berry, L., & Parasuraman, A. (Abril de 1988). Communication and Control Processes in the Delivery of Service Quality. *Journal of Marketing*, 52(2), 35-48.
- Zendesk. (2019). *Las métricas importantes de la atención al cliente*. Zendesk. México: Zendesk.

## Encuesta a turistas de recorrido de un día

**Presentación:** Muy buenos días, esta encuesta guardará el anonimato de quien responda, busca caracterizar la calidad del servicio que ofrecen los tour diarios en Galápagos. El uso será académico, agradecería su participación.

		Sexo: Femenino _____ Masculino _____	Edad: _____ años			
No.	Afirmación	Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
<b>1</b>	<b>Elementos tangibles</b>					
1,1	El sistema de embarque es físicamente adecuado para los turistas					
1,2	Las embarcaciones son adecuadas para el tipo de recorrido					
1,3	Los puntos de desembarque disponen de instalaciones sanitarias					
1,4	Los muelles de desembarque son adecuados para los turistas					
1,5	El personal encargado luce limpio, bien cuidado y apropiadamente vestido					
1,6	El equipo de seguridad acuático para el turista es adecuado					
1,7	Las embarcaciones tienen instrucciones en el idioma del turista					
1,8	El sistema de comunicación guía-turista fue técnicamente adecuado					
1,9	Las embarcaciones tienen equipos modernos de geolocalización					
<b>2</b>	<b>Confiabilidad</b>					
2,1	El lunch/refrigerio estuvo adecuadamente conservado, empacado y servido.					
2,2	El turista recibió los servicios originalmente contratados.					
2,3	Las instrucciones de los guías fueron confiables.					
2,4	Se cumplió el horario acordado para la prestación de servicios.					
<b>3</b>	<b>Responsabilidad y capacidad de respuesta</b>					
3,1	Los guías contestaron con solvencia técnica las interrogantes del turista.					
3,2	Los guías proporcionaron información interesante sobre los sitios visitados.					
3,3	Se entendió claramente el idioma hablado por el guía.					
3,4	Se hicieron esfuerzos adicionales para manejar sus peticiones especiales.					
<b>4</b>	<b>Seguridad</b>					
4,1	El personal del tour respondió sus preguntas de forma completa.					
4,2	Se sintió personalmente seguro respecto al manejo integral del tour.					
<b>5</b>	<b>Empatía</b>					
5,1	La atención recibida durante el recorrido fue personalizada.					
5,2	El personal del recorrido fue comprensivo y siempre estuvo atento ante situaciones contingentes.					
5,3	El personal del recorrido estuvo siempre atento a los intereses del turista.					

Fecha: \_\_\_\_\_ Encuestador: \_\_\_\_\_ Lugar: \_\_\_\_\_

## Anexo: Análisis de antiplagio

### Urkund Analysis Result

Analysed Document: TESIS PEDRO CRIOLLO.docx (D96892085)  
Submitted: 3/1/2021 4:30:00 PM  
Submitted By: secretariaposgrado@uteg.edu.ec  
Significance: 6 %

#### Sources included in the report:

0228 Cruz final.doc (D48504387)  
TESIS FINAL - UNIVERSIDAD UTE 20-nov-2020.docx (D86376341)  
SALAS LEÓN MERCEDES sin tablas.docx (D46931318)  
TESIS FINAL LISTOOO.docx (D60631171)  
TESIS FINAL.docx (D18336802)  
APE 5-GEOGRAFÍA VELASCO ALISON (2).pdf (D90746697)  
Valarezo Loaiza Karla Paola grabar cd.docx (D40928370)  
Villacres\_noviembre11\_2019 Final.docx (D59366326)  
Tesis-Cadena-Hotelera-Selina-2019-14-Septiembre.docx (D55589421)  
<https://es.statista.com/grafico/15201/la-peregrinacion-a-la-meca-en-cifras/Swarbrooke>,  
<https://docplayer.es/55029050-Gestion-estrategica-del-turismo-sostenible-en-san-cristobal.html>  
<https://docplayer.es/161091571-Estudio-de-impacto-ambiental-ex-ante-m-v-theory.html>  
<https://repositorio.uide.edu.ec/bitstream/37000/512/1/T-UIDE-0476.pdf>

#### Instances where selected sources appear:

61