



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES  
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y HOTELERAS**

**TEMA:**

**Análisis de la operación turística “Free Tours” y su repercusión en la  
operación tradicional de la guianza en la ciudad de Quito**

**AUTOR (ES):**

**López Melendres, Ana Gabriela**

**Nieto Coveña, Sharon Michelle**

**Trabajo de titulación previo a la obtención del título de  
Ingeniero en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras**

**TUTOR:**

**Ing. Elsie Zerda Barreno, Mgs.**

**Guayaquil, Ecuador**

**Guayaquil, 10 de septiembre del 2019**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES  
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y HOTELERAS**

**CERTIFICACIÓN**

Certificamos que el presente trabajo de titulación, fue realizado en su totalidad por López Melendres, Ana Gabriela y Nieto Coveña, Sharon Michelle, como requerimiento para la obtención del título de Ingeniero/a en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras.

**TUTORA**

---

**Ing. Elsie Zerda Barreno, Mgs.**

**DIRECTORA DE LA CARRERA**

---

**Ing. María Belén Salazar Raymond, Mgs.**

**Guayaquil, 10 de septiembre del 2019**



**FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES  
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y  
HOTELERAS**

**DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD**

**Yo, López Melendres, Ana Gabriela**

**DECLARO QUE:**

El Trabajo de Titulación: **Análisis de la operación turística “Free Tours” y su repercusión en la operación tradicional de la guianza en la ciudad de Quito**, previo a la obtención del título de Ingeniero/a en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras, ha sido desarrollado respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan en el documento, cuyas fuentes se incorporan en las referencias o bibliografías. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance del Trabajo de Titulación referido.

**Guayaquil, 10 de septiembre del 2019**

**LA AUTORA**

---

**López Melendres, Ana Gabriela**



**FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES  
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y  
HOTELERAS**

**DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD**

**Yo, Nieto Coveña, Sharon Michelle**

**DECLARO QUE:**

El Trabajo de Titulación: **Análisis de la operación turística “Free Tours” y su repercusión en la operación tradicional de la guianza en la ciudad de Quito**, previo a la obtención del título de Ingeniero/a en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras, ha sido desarrollado respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan en el documento, cuyas fuentes se incorporan en las referencias o bibliografías. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance del Trabajo de Titulación referido.

**Guayaquil, 10 de septiembre del 2019**

**LA AUTORA**

---

**Nieto Coveña, Sharon Michelle**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES  
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y HOTELERAS**

**AUTORIZACIÓN**

**Yo, López Melendres, Ana Gabriela**

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil a la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación: **Análisis de la operación turística “Free Tours” y su repercusión en la operación tradicional de la guianza en la ciudad de Quito**, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

**Guayaquil, 10 de septiembre del 2019**

**LA AUTORA:**

---

**López Melendres, Ana Gabriela**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES  
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y HOTELERAS**

**AUTORIZACIÓN**

**Yo, Nieto Coveña, Sharon Michelle**

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil a la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación: **Análisis de la operación turística “Free Tours” y su repercusión en la operación tradicional de la guianza en la ciudad de Quito**, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

**Guayaquil, 10 de septiembre del 2019**

**LA AUTORA:**

---

**Nieto Coveña, Sharon Michelle**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES  
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y HOTELERAS**

### **Certificación de Antiplagio**

Certifico que después de revisar el documento final del trabajo de titulación denominado: **Análisis de la operación turística “Free Tours” y su repercusión en la operación tradicional de la guianza en la ciudad de Quito**, presentado por las estudiantes **López Melendres, Ana Gabriela y Nieto Coveña, Sharon Michelle**, fue enviado al Sistema Antiplagio URKUND, presentando un porcentaje de similitud correspondiente al (0%), por lo que se aprueba el trabajo para que continúe con el proceso de titulación.

The screenshot shows the URKUND interface with the following details:

Documento	<a href="#">TT LOPEZ MELENDREZ-NIETO COVEÑA.docx</a> (D54993282)
Presentado	2019-08-23 21:17 (-05:00)
Presentado por	elsie.zerda@cu.ucsg.edu.ec
Recibido	elsie.zerda.ucsg@analysis.arkund.com
Mensaje	TT LOPEZ MELENDRES - NIETO COVEÑA <a href="#">Mostrar el mensaje completo</a>

0% de estas 35 páginas, se componen de texto presente en 0 fuentes.

---

**Ing. Elsie Zerda Barreno, Mgs  
TUTOR (A)**

## **Agradecimiento**

Primero que todo agradezco a Dios por guiarme en este largo camino brindándome sabiduría y paciencia, permitiéndome culminar con éxito esta etapa universitaria.

A mis padres, mi mayor inspiración, quienes se han esforzado por veintitrés años para hacer de mí, alguien fuerte, con virtudes y valores. Gracias por su infinito apoyo incondicional.

A mi hermana, quien ha estado siempre dándome sus mejores consejos y llenándome la vida de alegrías.

A mi novio, por su apoyo y por animarme cada día a terminar este proyecto. A Israel, un gran amigo, que sin pedir nada a cambio siempre estuvo para ayudarme buscando mil formas para explicarme y que pueda entender las materias.

A Samantha y a quien fue mi compañera de tesis, Sharon, las loquitas que hicieron que la universidad sea mejor por las risas y por el soporte que nos dimos en estos cuatro años.

A mis profesores que pacientemente aportaron en mi formación y a aquellos que proporcionaron ideas para el desarrollo de este proyecto de titulación.

Finalmente a quien fue la guía de este trabajo, la Ing. Elsie Zerda, quien aportó con sus conocimientos y con su apoyo emocional dándonos el empujón a finalizar y sobre todo por dedicarnos su tiempo.

**Ana Gabriela López Melendres**



## **Dedicatoria**

Dedico el presente trabajo de titulación a, mi familia, quienes han hecho un gran esfuerzo para que finalmente logre cumplir una meta más en mi vida y porque gracias a todas las oportunidades que ellos me brindaron he podido crecer personal y profesionalmente.

**Ana Gabriela López Melendres**

## **Agradecimiento**

A Dios y a la Virgen por guiarme en este proceso y darme valor para seguir adelante.

A mis padres José Nieto Alvarado y Celita Coveña Zambrano por su amor y su apoyo incondicional, por ser el pilar fundamental en todo lo que soy ahora y por confiar en mí siempre. Nada de esto hubiera sido posible si no fuera por ustedes.

A mis hermanas Martha Nieto, Domenica Nieto y Arianna Nieto por tenerme paciencia en todo momento, ayudarme siempre y por ser las mejores hermanas.

A mis abuelitos Manuel Nieto Cárdenas, Félix Coveña Velásquez, Martha Alvarado y Jotalina Zambrano Alcívar por estar pendiente de mi desde muy pequeña y por demostrarme que el amor sincero si existe.

A mi tío Armando Nieto Alvarado y tía Maruja Alvarado por darme sus palabras de apoyo durante este proceso universitario.

A mi mejor amiga Jahaira Muñoz Zambrano por ser mi alma gemela y ayudarme siempre con sus consejos día tras día.

A Kevin Gil Jaramillo por su apoyo y paciencia, por haberme hecho pasar los mejores momentos en la universidad.

A mis amigos de la universidad Joselyn, Romina, Samantha, Petter, Erick, Héctor, por darme sus buenas energías y hacerme reír siempre.

A mis amigas del colegio Gabriela Ycaza, Camila Emen y Melanie Arce por darme su amistad verdadera y darme su apoyo en todo.

A Walter Yépez y Elvira Carrasco porque aunque estén muy lejos siempre me han dado sus palabras de aliento.

A Gabriela López por ser mi compañera de tesis, por su ayuda y paciencia durante este proceso sobre todo por sus consejos y poderla llamar amiga.

Y por último pero no menos importante a mi tutora, la Ing. Elsie Zerda por ser una persona fundamental en nuestro trabajo de titulación y por haberme orientado mediante sus conocimientos y consejos.

**Sharon Michelle Nieto Coveña**

## **Dedicatoria**

A mis padres José Nieto Alvarado y Celita Coveña Zambrano porque este logro es por ustedes, son mi admiración y mi más grande inspiración, son los mejores.

A mi abuelito Manuel Nieto Cárdenas que aunque ya no estés conmigo, sé que me estas apoyando desde arriba, te extraño mucho y te amaré por siempre.

**Sharon Michelle Nieto Coveña**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES  
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y HOTELERAS**

**TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN**

---

**Ing. Elsie Zerda Barreno, Mgs.**

TUTOR

---

**Ing. Gerson Sopó Montero, Mgs.**

DIRECTORA DE CARRERA O DELEGADO

---

**Lcda. Mariela Pinos Guerra, Mgs.**

COORDINADOR DEL ÁREA O DOCENTE DE LA CARRERA

---

**Ing. Eduardo Guzmán Barquet, Mgs.**

OPONENTE



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES  
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y HOTELERAS**

**Calificación**

<b>APELLIDOS Y NOMBRES</b>	<b>NOTA FINAL DEL TUTOR</b>
<b>LÓPEZ MELENDRES, ANA GABRIELA</b>	
<b>NIETO COVEÑA, SHARON MICHELLE</b>	

---

**Ing. Elsie Zerda Barreno, Mgs**

**TUTOR**

## Índice General

Introducción.....	2
Antecedentes.....	3
Planteamiento del problema .....	4
Formulación del problema .....	6
Justificación .....	6
Objetivos.....	7
Objetivo General .....	7
Objetivo Específicos .....	7
Preguntas de investigación .....	8
Capítulo 1:Fundamentación teórica.....	9
Teoría de la Economía Colaborativa .....	9
Teoría de la Triple Hélice, TH.....	12
Teoría de las Necesidades.....	13
Teoría del Ciclo de Deming.....	15
Marco conceptual.....	17
Marco referencial.....	19
Marco legal .....	25
Capítulo 2: Situación actual del turismo en la ciudad de Quito .....	31
Datos de la situación actual en turismo .....	31
Situación actual de las visitas guiadas gratuitas en el Centro Histórico de Quito .....	36
Free Walking Tour Ecuador.....	36
Strawberry Tours.....	37
Análisis de la satisfacción de los clientes en base a calificaciones de las agencias de viajes online OTAS.....	38
Operadoras de turismo en la ciudad de Quito.....	41
Capítulo 3: Metodología de la investigación.....	42
Métodos de investigación .....	42
Tipo de investigación.....	42
Técnicas de recolección de información.....	42
Instrumentos y herramientas para la recolección de información .....	46
Objeto de la investigación.....	46
Enfoque de la investigación .....	46

Tamaño de la muestra .....	47
Metodologías de análisis de resultados .....	47
Análisis de encuestas .....	48
Entrevistas realizadas al sector público y privado de la ciudad de Quito.....	64
Resultados de las encuestas realizadas .....	71
Resultados de las entrevistas realizadas.....	72
Capítulo 4: Propuesta de socialización de la información de la modalidad de Free Walking Tours en la ciudad de Quito.....	75
Beneficiarios de la propuesta .....	75
Objetivos.....	76
Objetivo General .....	76
Objetivos Específicos .....	76
Análisis de factores de la operación Free Walking Tours en la ciudad de Quito .....	76
Desarrollo de mesas de trabajo consolidando la participación de organismos estatales y gremios del sector privado .....	78
Presentación de temas a dialogar .....	78
Programa de reuniones para mesas de trabajo .....	82
Conclusiones.....	84
Recomendaciones .....	86
Bibliografía.....	87
Apéndices .....	97

## Índice de Tablas

Tabla 1. Sistemas de consumo colaborativo.....	10
Tabla 2. Reformas en países y ciudades europeas y americanas.....	11
Tabla 3. Empresas que realizan Free Walking Tours en Chile .....	25
Tabla 4. Ramas de conocimiento afines a la guianza turística .....	27
Tabla 5. Visitas de turistas en el Centro Histórico de Quito, CHQ. En el 2017.....	34
Tabla 6. Visitas de turistas en La Mariscal, 2017.....	35
Tabla 7. Visitas de turistas en Los Miradores, 2017. ....	35
Tabla 8. Visitas de turistas a las iglesias, museos, teatros, 2017.....	35
Tabla 9. Visitas de turistas a parques de la ciudad, 2017. ....	36
Tabla 10. Dimensiones de la encuesta.....	44
Tabla 11. Análisis demográficos de turistas encuestados en la capital del país.....	48
Tabla 12. Resultados de las motivaciones que conllevan a utilizar un Free Walking Tour .54	
Tabla 13. Resultados de la Dimensión Organización de los Free Walking Tours en la ciudad de Quito. ....	61
Tabla 14. Resultados de la Dimensión Seguridad de los Free Walking Tour en la ciudad de Quito. ....	62
Tabla 15. Resultados de la Dimensión Servicio de los Free Walking Tours en la ciudad de Quito. ....	63
Tabla 16. Resultados de la Dimensión Empatía de los Free Walking Tours en la ciudad de Quito. ....	64
Tabla 17. Entrevistas a guías que realizan Free Walking Tour parte 1 .....	65
Tabla 18. Entrevista a guías que realizan Free Walking Tour parte 2.....	66
Tabla 19. Entrevista a guía acreditado parte 1.....	67
Tabla 20. Entrevista a guía acreditado parte 2.....	68
Tabla 21. Entrevista a agente de viajes.....	69
Tabla 22. Entrevista al Ministerio de Turismo .....	69
Tabla 23. Factores detectados en la modalidad Free Walking Tour .....	77
Tabla 24. Programa de mejora.....	79
Tabla 25. Programa de desarrollo.....	79
Tabla 26. Programa de regulación .....	80



Tabla 27. Programa de control a agencia de viajes y operadoras turísticas .....	80
Tabla 28. Programa de levantamiento de quejas .....	81
Tabla 29. Programa de Promoción .....	81
Tabla 30. Programa de reuniones para mesas de trabajo parte 1.....	82
Tabla 31. Programa de reuniones para mesas de trabajo parte 2.....	83

## Índice de Figuras

Figura 1. Sistemas de consumo colaborativo. ....	9
Figura 2. Pirámide de Maslow.....	14
Figura 3. Llegadas internacionales y vuelos domésticos, 2018/2019.....	31
Figura 4. Establecimientos con Registro de Turismo, 2018. ....	32
Figura 5. Participación de las actividades económicas. 2018.. ....	32
Figura 6. Free Walking Tour Ecuador. Opiniones de viajeros.....	39
Figura 7. Free Walking Tour Ecuador. Opiniones de viajeros.....	40
Figura 8. Free Walking Tour Ecuador. Opiniones de viajeros.....	40
Figura 9. Strawberry Tours. Opiniones de viajeros.....	40
Figura 10. Cómo es planificado el viaje. ....	49
Figura 11. Uso de tours en la ciudad de Quito. ....	49
Figura 12. Cómo contrata tours. ....	50
Figura 13. Conocimiento acerca de los Free Walking Tour. ....	50
Figura 14. Uso de Free Walking Tour en Quito por los turistas. ....	51
Figura 15. País de procedencia.....	51
Figura 16. Disposición de los turistas para entregar propina. ....	52
Figura 17. Recomendación a conocidos sobre realizar el Free Walking Tour en Quito. ....	52
Figura 18. Adquisición de tours con tarifas ofrecidos durante el recorrido. ....	53
Figura 19. Consideración del servicio informal. ....	53
Figura 20. Por obtener una experiencia local. ....	55
Figura 21. Por no tener una tarifa establecida. ....	55
Figura 22. Facilidad de reservar un cupo para el recorrido. ....	56
Figura 23. Modalidad de pago se ajusta al presupuesto del turista. ....	56
Figura 24. Menor cantidad de turistas durante el recorrido.....	57
Figura 25. Recorrer la ciudad caminando.....	57
Figura 26. Por el horario de recorrido establecido. ....	58
Figura 27. Por visitar atractivos culturales y gastronómicos.....	58
Figura 28. Por la atención personalizada del guía. ....	59
Figura 29. Porque en tres horas se conocen los atractivos. ....	59
Figura 30. Porque los guías son jóvenes y poseen mejor actitud. ....	60

Figura 31 Por la facilidad de encontrarlos en internet.....	60
Figura 32. Free Walking Tour en La Plaza San Francisco.....	109
Figura 33. Familiarización con guía de Quito turismo.....	109
Figura 34. Encuestas a turistas en la Ronda .....	110
Figura 35. Familiarización con Ministerio de Turismo.....	110
Figura 36. Encuesta a turistas en hostel.....	110
Figura 37. Árbol de problemas .....	111

## Índice de Apéndices

Apéndice A. Ficha de observación directa acerca del servicio Free Walking tour en Quito. .....	97
Apéndice B. Modelo de encuesta diseñada en español .....	99
Apéndice C. Modelo de encuesta diseñada en inglés .....	102
Apéndice D. Modelo de entrevista a guías que operan en la modalidad Free Walking Tour .....	105
Apéndice E. Modelo de entrevista a guía en la modalidad tradicional .....	106
Apéndice F. Modelo de entrevista a operador turístico en la ciudad de Quito.....	107
Apéndice G. Modelo de entrevista a Ministerio de Turismo .....	108
Apéndice H. Fotografías del trabajo de campo .....	109
Apéndice I. Árbol de problemas.....	111

## Resumen

El objetivo de esta investigación es analizar la operación turística de Free Walking Tours y su repercusión en la operación tradicional en la ciudad de Quito. Como metodología se optó por utilizar el método empírico, empleando la investigación descriptiva, enfoque cualitativo y cuantitativo, por lo consiguiente, se aplicaron cuestionarios y entrevistas. Se consideró con una población de 2 625 443 visitas de turistas nacionales y extranjeros de la ciudad de Quito durante el 2018 y se encuestó a 384 turistas para conocer la percepción de ellos al momento de utilizar el servicio. Se realizaron entrevistas al Ministerio de Turismo, a guías acreditados, a quienes operan bajo la modalidad de Free Walking Tour y operadores turísticos y se obtuvo como resultado que la operación se encuentra con guías acreditados y ejercen la actividad a través de una operadora turística. Finalmente se presenta una propuesta de socialización con mesas de trabajo y estrategias dirigidas a la creación de valor para el visitante, sostenibilidad y calidad de vida y herramientas analíticas y de comunicación.

**Palabras clave:** Free walking tours, guianza, operadoras turísticas, Quito, turismo colaborativo, intrusismo profesional.

## **Abstract**

The objective of this research is to analyze the tourist operation of Free Walking Tours and its impact on the traditional operation in the city of Quito. As a methodology, the empirical method was chosen, using descriptive research, qualitative and quantitative approach, therefore, questionnaires and interviews were applied. It was considered with a population of 2 625 443 visits by domestic and foreign tourists from the city of Quito during 2018 and 384 tourists were surveyed to know the perception of them when using the service. Interviews were conducted with the Ministry of Tourism, accredited guides, those operating under the Free Walking Tour modality and tour operators and it was obtained as a result that the operation is met with accredited guides and carry out the activity through a tour operator. Finally, a proposal for socialization is presented with work tables and strategies aimed at creating value for the visitor, sustainability and quality of life and analytical and communication tools.

**Keywords:** Free walking tours, guide, tour operators, Quito, peer to peer, professional intrusion.

## **Introducción**

El turismo se ha consagrado como el tercer rubro de exportaciones a escala mundial. Según datos reportados por la Organización Mundial del Turismo, OMT (2018) este sector logra generar un Producto Interno Bruto del 10% a nivel mundial, mientras que en Ecuador su contribución directa es del 2% según el Ministerio de Turismo (2018). Además, se atribuye que una de cada diez plazas de trabajo es generado, puesto que, esta rama incentiva oportunidades laborales diversificadas que responden a requerimientos y necesidades de quienes se desplazan a un lugar diferente al cual residen. De acuerdo con la Ley de Turismo existen seis actividades turísticas desarrolladas por persona natural o jurídica y se manifiesta que la actividad de guianza constituye uno de los pilares fundamentales en la operación turística y además establece que quienes la ejercen deben cumplir con la debida acreditación, evaluaciones y actualizaciones (Ministerio de Turismo, 2014).

Sin embargo, debido al desarrollo de las tecnologías, hoy se cuenta con la modalidad de turismo colaborativo, el cual se centra en compartir bienes y servicios a través de una plataforma. Las mismas tienen como objetivo ser un intermediario entre los ofertantes y demandantes a cambio de un cobro de comisión establecida que no supera el 15% del precio (Blázquez, Mir-Gual, Murray & Pons, 2016, p.271-272). Este modelo colaborativo tiene como bases principales la confianza y la reutilización de productos y servicios porque los recursos que se disponen son limitados (De la Encarnación, 2016).

Dentro de dicho ámbito, se manifiestan varias plataformas tanto en alojamiento, restauración e intermediación, creadas hace diez años aproximadamente (Pérez, Suárez & Vera, 2016), las cuales han generado popularidad como Air bnb, Eat with y Trip4real. Se opera también a través de redes sociales o páginas web donde el usuario reserva un cupo y su modalidad de pago se basa en propinas al finalizar el recorrido. A pesar de producir beneficios económicos y otorgando a los visitantes experiencias únicas, han traído consigo problemas desencadenantes tanto en el entorno legal, la comunidad receptora y los actores directos del turismo en los destinos. Por lo tanto, con esta alta tendencia de consumo a nivel mundial, la presente investigación desea mostrar cómo el desarrollo de nuevos modelos de negocios “Free Walking Tours o recorridos libres a pie” ha influido en la operación de guianza tradicional.

La presente investigación se ha estructurado en cuatro capítulos, (a) en el primer capítulo se definen y explican las teorías en las que se basa el estudio, (b) seguido del capítulo dos, donde se analiza qué es y cómo opera Free Walking Tour, (c) en el tercer capítulo se detallará el tipo de metodología utilizado, las herramientas para levantar información y los resultados, finalmente (d) en el capítulo cuatro se plantea la propuesta de socialización de información y temas a tratar para fortalecer el servicio de la guianza.

### **Antecedentes**

Sus primeros indicios se remontan a 1992 en la ciudad de Nueva York, donde se desarrolló un proyecto denominado Big Apple Greeters, el cual se basaba en el recorrido de barrios culturales y étnicos de la ciudad a través de voluntarios neoyorquinos alejándose del turismo de masas (Blázquez et al., 2016). Dichas acciones sin fines de lucro se centraron en tres bases fundamentales (a) la capacitación al voluntario para asegurar la calidad de información; (b) marketing y difusión del proyecto y, por consiguiente (c) fuentes de financiamiento donde la administración local y la guía oficial de la ciudad de Nueva York fueron partícipes e impulsores del proyecto (Blázquez et al., 2016). Finalmente, a comienzos del año 2000 se crea la Red Global Greeter, misma que hoy en día se encuentra en 100 ciudades aproximadamente (Blázquez et al., 2016, p.269). Cabe recalcar que los tours siguen siendo completamente gratis, ya que su base fundamental es el turismo participativo, donde fomentan la unión y el intercambio cultural.

Sin embargo, en el año 2004 en la ciudad de Berlín, cambia de una forma disruptiva el panorama. Chris Sandemans, proveniente de la Universidad de Yale en Connecticut realiza un intercambio a Alemania donde empieza a promocionar en hostales recorridos a pie (Brownlee, 2013). Tiempo después por el crecimiento exponencial de páginas webs y de las plataformas es cuando se empieza a ofrecer tours por la ciudad a potenciales clientes, donde las rutas son establecidas por el guía y es el usuario quien otorga un valor de forma voluntaria dependiendo de su grado de satisfacción y experiencia (Recio & Rivera, 2015).

En Ecuador actualmente, es una tendencia que va en aumento debido a varios factores como la crisis económica, la cual ha conllevado a que las personas deseen contribuir con sus conocimientos y aficiones a cambio de generar ingresos complementarios de manera informal y en un tiempo parcial. En ciudades como Guayaquil, Quito y Cuenca se está



desarrollando la actividad y en la última mencionada desde año 2017 cuenta con el apoyo de la Fundación Municipal “Turismo para Cuenca” (Fundación Turismo, 2019).

### **Planteamiento del problema**

Ecuador al ser un país impactado por la crisis internacional del 2008 se vio afectado social y económicamente. La recesión que existió en Estados Unidos y España influyó en la disminución de remesas que ingresaban por la prestación de servicios y de construcción. Otras causas fueron la reducción del precio del barril del petróleo, el sistema financiero experimentó pérdida de liquidez teniendo como consecuencia la restricción de créditos a la población por lo tanto, el pausado desarrollo económico y la falta de accesibilidad a préstamos ha provocado el incremento del desempleo (Acosta, s.f).

Este último efecto ha inducido a que las personas utilicen nuevos modelos de negocios con el fin de poder generar ingresos complementarios, los mismos, son realizados mediante plataformas, redes sociales o páginas web, dando paso a que dichas herramientas de forma muy dinámica e interactiva provoquen el incremento de la informalidad. Generando, así como problema central que; el uso de free tours contribuyen al incremento de la operación turística informal. Según el artículo del diario El Telégrafo, Holbach presidente de la Federación Nacional de Cámaras Provinciales de Turismo de Ecuador (Fenacaptur) expresa que la informalidad genera una afectación del 40% o más a los establecimientos autorizados que, según el catastro del Ministerio de Turismo, en el país superan los 25 mil (El Telégrafo, 2016).

Por otra parte, según lo señaló Rodríguez (2012), de acuerdo a un estudio establecido por el Programa de Recuperación de Empleo en América Latina y el Caribe PREALC considera que la informalidad es un instrumento que permite mantenerse ante la carencia de trabajo suficiente en la economía moderna. Además, el concepto se asocia con los bajos ingresos de los trabajadores y su productividad.

Debido a estos puntos mencionados, los individuos al percatarse que existe la facilidad de poder ingresar a plataformas y ofrecer servicios de guianza sin la necesidad de cumplir con requisitos de estudios o legales, ven la oportunidad de generar algún tipo de ganancia. Cabe recalcar que en el país los guías se clasifican en (a) locales; (b) nacionales; y (c) especializados, y como requisito laboral deben contar con una acreditación, haberse formado en instituciones de Educación Superior constituidas legalmente y sujetarse a toda

norma vigente. Pese a ello, actualmente, en la ciudad de Quito han surgido varias organizaciones como Free Walking Tours Ecuador, Quito Street Tours y plataformas como Strawberry Tours, donde ofrecen recorridos a cambio de propinas voluntarias.

En sus páginas web y en las OTA'S Online Travel Agencies como Trip Advisor manejan libremente sus operaciones. Dicha gestión se debe a que estos medios se encuentran exentos de algún tipo de regulación, ya que varias instituciones poseen una ley antigua que no contempla nuevas tecnologías. Sin embargo, al darse la actividad de guianza en un espacio público se deberían efectuar operativos que verifique que los visitantes cuenten con la compañía de un guía especializado y debidamente acreditado, acción que positivamente está sucediendo en Galápagos.

El Expreso (2019) informó que a través de la ANT Autoridad Nacional de Turismo y Ministerio de Interior en las Islas Galápagos “desde el inicio de este año se han ejecutado diecisiete operativos contra la guianza informal”. Como resultado de esta acción, se ha notificado a cinco propietarios de negocios turísticos por incumplir las normativas. Por consiguiente, en Ecuador continental queda en evidencia la poca gestión de controles por partes de las entidades públicas.

Otra de las causas identificadas es que los ‘millennials’ o generación “Y”, que forman parte de los grupos que han nacido entre los años 1980 y 2000 (Cuesta, Ibáñez, Tagliabue & Zangaro, 2009), con frecuencia eligen opciones de turismo colaborativo al momento de realizar un viaje, el cual se enmarca en el intercambio de bienes y servicios de alojamiento, guianza y restauración a un bajo costo con el fin de experimentar su viaje como locales o residentes. (Hinojosa, 2015). Los millennials al haber crecido en tiempos altamente tecnológicos contemplan que el uso de estas herramientas forman parte de su vida cotidiana como medio de comunicación y socialización. Además, se afirma por parte de Taylor (2005) que esta generación coloca de manera primordial las opiniones y preferencias personales antes que la ciencias o apreciaciones tradicionales.

A raíz de que los free tours contribuyen al incremento de la operación turística informal, quienes ejercen la actividad de manera legal manifiestan que existe un intrusismo profesional, es decir, que personas sin título o sin autorización realizan y ejercen alguna actividad profesional, causando un descontento, puesto que decrece considerablemente la facturación de los operadores dando como efecto un déficit en la protección laboral. Linares

(2015) citado por Recio y Rivera (2015) afirma que “durante el pasado verano algunas empresas que se dedican a las visitas guiadas oficiales han facturado un 80% menos al mes por lo que algunos guías turísticos oficiales españoles han pasado de cobrar unos 800€ a unos 100€ mensuales” (p.22).

Se conoce que los free tours se enfocan en un mercado que busca obtener información desde la perspectiva de un residente local y más auténtica. De acuerdo con un análisis del fenómeno de free tour en Zaragoza se estima que la apreciación que tiene mayor relevancia para los turistas sobre estos free tours es la cercanía que tienen los guías, su carácter más dinámico y carismático. En general, la satisfacción de los turistas con este tipo de empresas se debe a la variedad de rincones que se recorren, de un estilo más local (Recio & Rivera, 2015). No obstante, aunque estén satisfaciendo las necesidades y expectativas de los usuarios, caen en el incumplimiento de requisitos tanto legales como profesionales.

Por otra parte, como consecuencia de estos actos se puede ver afectada la imagen del país, dado que posiblemente están transmitiendo algún tipo de información carente de autenticidad, expresa María Rosa de Juan, miembro de la APIT Asociación Profesional de Guía de Turismo de Madrid (ABC Economía, 2013). Por las causas y efectos detallados anteriormente, la presente investigación tiene como finalidad analizar cómo el uso de las visitas guiadas gratuitas o free tours está afectando a quienes ejercen la actividad de guianza en la ciudad de Quito.

### **Formulación del problema**

¿Cómo afecta la operación turística de los Free Walking Tours en la operación tradicional de la guianza en la ciudad de Quito?

### **Justificación**

La ciudad de Quito al concentrar un gran número de atractivos y manifestaciones culturales, fue la primera ciudad en ser declarada Patrimonio de la Unesco, según el (Instituto Nacional de Patrimonio Cultural, s.f) en 1978 la UNESCO diseña la primera lista de lugares la cual los habitantes deben de proteger para su conservación. Con el transcurso del tiempo ha logrado ser un destino icónico y de alta relevancia turística, pues en los últimos seis años ha sido reconocida como “Destino Líder de Sudamérica”. De acuerdo con una publicación de Quito Informa (2018), se señala que el reconocimiento la conlleva a posicionarse como una de las ciudades finalistas que disputará en los World Travel Awards a nivel internacional.

Al ser Quito un destino que está creciendo en turismo, el proyecto desea rescatar y fortalecer el servicio de la guianza, con el fin de aminorar el intrusismo profesional. La importancia de este estudio radica en determinar mejores formas de operación en la guianza, partiendo de las necesidades que el turista actualmente requiere y conociendo cuáles son sus motivaciones al utilizar un free tour. Por otro lado, este proyecto busca beneficiar a quienes colaboran en la actividad de intermediación, es decir a los operadores y guías turísticos con el fin de que tengan una protección laboral que, a su vez, conozcan cómo mejorar su servicio y el nivel de satisfacción de sus clientes. Además, el proyecto beneficiaría a los turistas de forma directa puesto que, es necesario que conozcan un destino a través de información veraz y acreditada. Las entidades públicas también se ven involucradas, dado que conocerán si existe un nivel de afectación para poner en marcha estrategias y controles. Finalmente quienes estudian para la futura prestación de servicios turísticos lograrán tener eficientes plazas de trabajo que ameriten todo el dinero y esfuerzo invertido a lo largo de su carrera universitaria.

## **Objetivos**

### **Objetivo General**

Analizar la operación turística de Free Walking tours y su repercusión en la operación tradicional de la guianza en la ciudad de Quito.

### **Objetivo Específicos**

- Diagnosticar la situación actual de los free tours y quienes realizan la guianza de manera legal, para conocer su percepción acerca de este fenómeno.
- Determinar las motivaciones que llevan a utilizar el servicio de free tours, para analizar el perfil de la demanda y sus expectativas
- Proponer la socialización de los resultados de la investigación de la modalidad Free Walking Tour a los actores involucrados en esta actividad.

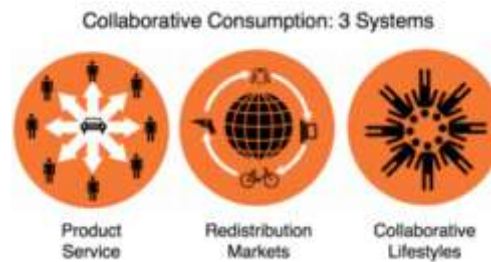
### **Preguntas de investigación**

1. ¿Cuál es el escenario actual de la guianza en la ciudad Quito?
2. ¿Cómo es la participación hoy en día de los free tours en el mercado?
3. ¿Cuáles son los parámetros que los guías deben cumplir para realizar la actividad de forma legal?
4. ¿Cuáles son los motivos para que un turista elija como opción de guianza a los free tours?
5. ¿Cuáles son las fuentes de información que utilizan los free tours para proveerle la actividad de guianza a los turistas?
6. ¿Cuáles serán las estrategias para mejorar el servicio de la guianza?

## Capítulo 1: Fundamentación teórica

### Teoría de la Economía Colaborativa

Desde la óptica de Algar (2007) el consumo colaborativo es un fenómeno que se está extendiendo de forma global y se enmarca en compartir bienes y servicios a través de sitios web. Botsman (2010) citado por Cañigueral (2010) afirma que “la eficiencia de internet, combinada con la capacidad de crear confianza entre extraños ha creado un mercado de intercambios eficientes entre productor y consumidor, prestador y prestatario, y entre vecino y vecino, sin intermediarios” (p.6). En el 2010 con el libro titulado *What is mine is yours: The Rise of Collaborative Consumption* de Rachel Botsman y Roo Rogers identifican tres sistemas:



*Figura 1.* Sistemas de consumo colaborativo. *Adaptado de:* Harvard Business Review, 2010, por Rachel Botsman y Roo Rogers.

1. Sistemas basados en el producto: se realiza el pago por el uso del producto más no por su propiedad, es decir, esta tendencia consiste, simplemente, en que todo lo que hay circule, sin necesidad de producir más y evitar así el hiperconsumo.
2. Sistemas de redistribución: se enfoca en conceder los bienes usados de alguien que ya no los utilice para quien los necesite.
3. Estilos de vida colaborativos: la iniciativa se basa en el intercambio de servicios, habilidades o conocimientos, con el fin de adquirir experiencias.

Tabla 1.  
*Sistemas de consumo colaborativo*

	<b>El problema</b>	<b>La solución</b>
<b>Product Service System</b>	La mitad de los hogares americanos poseen taladradoras, pero la mayor parte la utilizan solamente entre 6 y 13 minutos en su vida	Zilok.com ofrece un servicio de alquiler peer-to-peer diario de herramientas, cámaras de video y otros bienes.
<b>Redistribution Markets</b>	Los estadounidenses desechan 7 millones de toneladas de cartón anualmente	UsedCardBoardBoxes.com “Rescata” y revende cajas para mudanzas
<b>Collaborative Lifestyles</b>	Millones de casas y habitaciones libres de todo el mundo permanecen vacías y tienen capacidad ociosa	Airbnb permite que cualquier residente privado o dueños de propiedades comerciales puedan alquilar su espacio extra.

Tomado de: Harvard Business Review, 2010. Recuperado de <https://hbr.org/2010/10/beyond-zipcar-collaborative-consumption>

De acuerdo a la Comisión Nacional de los Mercados y de la Competencia (2014), la economía colaborativa genera ventajas como: la asignación más eficiente de los recursos infrautilizados; efectos favorables para la competencia que obligan a los proveedores tradicionales a innovar y a reducir sus márgenes y precios; menores costes de transacción; reducción de los problemas de información asimétrica; efectos medioambientales positivos al crear una economía basada en el acceso a los servicios y no tanto en la propiedad de los bienes y por último mayor oferta para el consumidor.

Sin embargo existen autores como Diez (2015) donde expresa que el modelo genera inconvenientes como (a) falta de regulación y competencia desleal, la ausencia de un control genera desigualdad de condiciones entre los sectores tradicionales y las nuevas plataformas de economía colaborativa; (b) desprotección del consumidor, al existir poca regulación suelen producirse abusos donde los consumidores están indefensos ante estas plataformas; (c) monopolios, aunque estas plataformas pueden ser beneficiosas a nivel individual o para pequeñas comunidades, también pueden generar monopolios en el que el beneficio que antes percibían muchos ahora sólo quede en manos de uno.

Según afirmó Diez (2015), la economía colaborativa se debe fundamentar en cuatro aspectos para su desarrollo, (a) gestionar de manera eficiente los bienes comunes, (b) reutilización de recursos a través de la tecnología, (c) crear lazos de confianza y colaboración entre desconocidos y (d) finalmente facilitar percepciones o críticas de consumidores productores, clientes, usuarios y otros miembros.

En los últimos años la economía colaborativa ha causado problemáticas en diferentes ámbitos turísticos por generar nuevas tendencias de consumo, por esto es necesario que las empresas que se encuentran actualmente en el mercado busquen renovar y rediseñar sus procesos con la finalidad de fortalecer este servicio y a su vez poder mantenerse sostenibles en el tiempo.

De acuerdo con Diez (2015) destaca que el proceso de innovación debe existir de forma perenne en toda compañía y debe actualizarse constantemente, porque es necesario entender que los cambios y las ideas son generados desde el exterior de la empresa. (p.11)

En la siguiente tabla se presentan diferentes tipos de políticas que los países europeos y ciudades americanas han tomado en consideración de acuerdo con la economía colaborativa, cabe recalcar que en los países del primer mundo esta nueva tendencia ha marcado mucho más a los negocios y debido a esto se han tomado acciones.

Tabla 2.  
*Reformas en países y ciudades europeas y americanas*

<b>Países</b>	<b>Reformas</b>
<b>Alemania</b>	Toda empresa que tenga contacto con turistas deberá sacar una licencia caso contrario se le impondrá una multa.
<b>Holanda</b>	Aceptación de compañía AirBnB para coordinar la recaudación de tasas turísticas.
<b>San Francisco</b>	Personas que alquilen sus viviendas por medio de plataformas tecnológicas P2P (Peer to peer) deberán cumplir con ciertas normas tales como vivir en el domicilio 275 días, contrato de responsabilidad civil, tiempo de estadía será de 90 días, en el caso de arriendo no se podrá cobrar más de lo pagado por renta.
<b>Francia</b>	“Ley Thevenoud”: consiste en que los taxistas y choferes privados deberán pagar una licencia para su funcionamiento (antes gratuita), se prohíbe que los conductores capten clientes por medio de la geolocalización en caso de infringirla será sancionado con años de cárcel y multas.

Adaptado de Hosteltour, 2015. Recuperado de: [https://www.hosteltur.com/110413\\_como-esta-regulado-airbnb-ciudades-mundo-legislacion.html](https://www.hosteltur.com/110413_como-esta-regulado-airbnb-ciudades-mundo-legislacion.html)



## **Teoría de la Triple Hélice, TH**

El siguiente modelo de acuerdo a Castillo, Lavin y Pedraza (2014) fue propuesto por los investigadores Loet Leydesdorff y Henry Etzkowitz en los años 2000. El cual es interactuado a través de actores o esferas institucionales denominados: Universidad; Industria y; Gobierno, con la finalidad de gestionar un modelo de innovación a partir de los tres ejes descritos. De acuerdo a González (2009) la distribución de riquezas y un desarrollo económico se genera gracias a la innovación que las empresas impulsan como ventajas competitivas.

El modelo de TH se presenta como un esquema facilitador de la planificación pública de actuaciones, de la toma de decisiones y de la evaluación de la acción pública en materias tan importantes como la industria, la enseñanza superior y la universidad, y la investigación científica y tecnológica (González, 2009, p.742).

Por lo tanto, para poder crear una competitividad empresarial y creación de valor a los clientes es trascendental establecer una sociedad del conocimiento donde la universidad, como primer eje, empieza a jugar un papel importante debido a la capacidad de poder brindar fuentes de información que conduzcan a la industria, el segundo actor, a conocer el entorno en el que se desarrollan y en función de dichas necesidades lograr moldear productos o servicios requeridos por la demanda actual.

Según el estudio sobre El Efecto de la Triple Hélice en los Resultados de Innovación realizado por Luengo y Obeso (2013) citan a Mansfield (1991) donde expresa que el 10% de innovaciones desarrolladas en el ámbito empresarial dependen del apoyo de la investigación académica. En el mismo estudio se citó a Tijssen (2002) quien manifestó que el 20% de dichas innovaciones se basan en investigaciones realizadas por universidades públicas. De acuerdo con Castillo (et al., 2014) cita a Almario (2009) señalando que: “las Universidades deben contribuir a tres funciones: la producción de conocimiento, la transmisión y transferencia del mismo” (p.442).

El tercer eje se enfoca al gobierno, el cual basa sus políticas en el control normativo y regulatorio, y como ente financiador para la creación de centros de investigación, ya sean académicos o de transformación tecnológica tan necesarios para la competitividad e innovación.

Finalmente, se ha optado por utilizar dicha teoría, puesto que a través del capítulo III se proporcionan los resultados obtenidos a partir del eje como academia investigativa para que en conjunto con el capítulo IV se generen mesas de trabajo donde la segunda y tercera esfera institucional logren desarrollar estrategias que permitan innovaciones a la operación tradicional y regulaciones a quienes ejercen la modalidad de Free Walking Tour.

### **Teoría de las Necesidades**

La Pirámide de Maslow es una teoría psicológica formulada en 1943 por Abraham Maslow en su obra “Una teoría sobre la motivación humana”. Maslow expone que las acciones de cada persona tienen una finalidad, esto quiere decir que todas las labores buscan satisfacer sus necesidades. Según el psicólogo, mediante la elaboración de una pirámide explica que existen diferentes niveles de exigencias y superación para cada una de ellas. (Ranstad, 2016)

Primero, existen las más básicas para el ser humano: las relacionadas con la supervivencia (base de la pirámide). Una vez alcanzadas las básicas, hay que ascender y desarrollar necesidades más elevadas. Finalmente, la autorrealización será el máximo objetivo a alcanzar (cúspide de la pirámide) (Ranstad, 2016).

La pirámide plantea una jerarquía de necesidades y factores que motivan a los individuos; esta jerarquía inicia identificando cinco categorías. Además, su orden jerárquico es de vital importancia para la supervivencia y la capacidad de motivación. De acuerdo a este modelo, a medida que el hombre satisface sus necesidades nacen otras que modifica el comportamiento del mismo dando resultado al desarrollo potencial, pero teniendo en cuenta que sólo cuando una necesidad esta “razonablemente” satisfecha alcanza un nuevo nivel de superación o autorrealización (Quintero, citado por Colvin y Rutland, 2008).

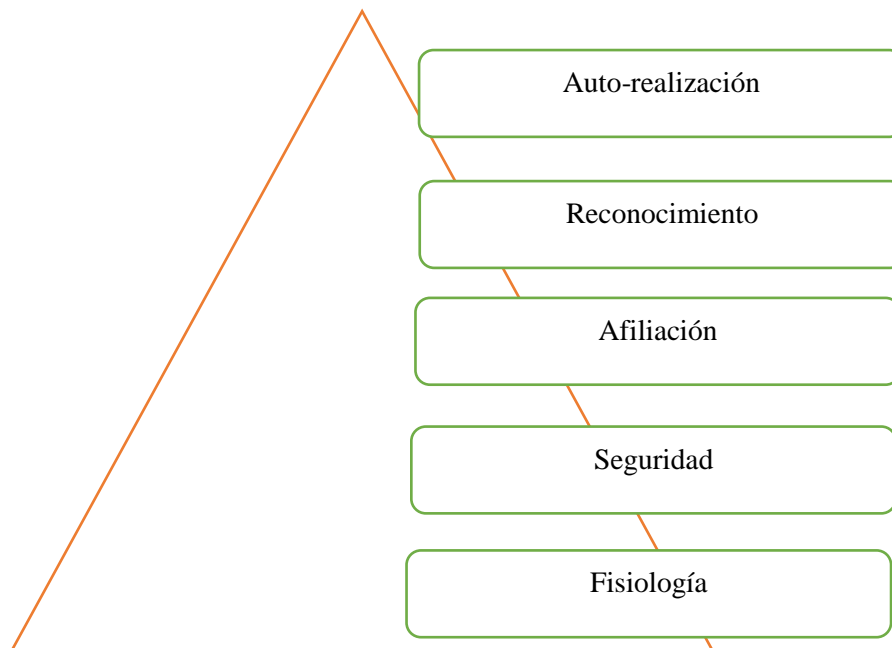


Figura 2. Pirámide de Maslow. Adaptado de: Teoría de las necesidades de Maslow, por J. Quintero, 2011, PDF.

La Pirámide de Maslow tiene cinco necesidades ordenadas jerárquicamente, los cuatro niveles de abajo hacia arriba son agrupados como “Necesidades de déficit”, el nivel superior se denominó “Necesidad de ser”. Las necesidades de déficit pueden ser satisfechas, pero la “Necesidad de Ser” es una fuerza impelente continua.

- Las *Necesidades Fisiológicas*: son vitales para la supervivencia del ser humano dentro del grupo se incluye la respiración, alimentación, vivienda, agua.
- La *Necesidad de Seguridad*: cuando se completa las necesidades fisiológicas nace la necesidad de protección y se orienta a la seguridad personal.
- La *Necesidad de Afiliación*: expresa que se busca superar sentimientos de soledad donde nace la afectividad de un individuo a otro tales como los deseos de casarse, pertenecer a una familia, ser miembro de una sociedad.
- La *Necesidad de Reconocimiento*: también conocido como necesidad de estima, donde está la valoración personal y aumenta la autoestima además de sentirse respetados.
- La *Necesidad de Auto-Realización*: es encontrar una misión en la vida crecimiento personal o desarrollo espiritual, moral o ético (García, s.f.).

Esta teoría fue seleccionada dado que detalla las necesidades del ser humano y sus comportamientos fundamentales para realizar el estudio sobre las influencias del consumo colaborativo acorde al tema principal. Las personas demostrarán cada una de las necesidades que deben satisfacer, pero uno de los niveles fundamentales en nuestra investigación son las necesidades de seguridad, las cuales todo turista necesita al momento de realizar un tour en cualquier ciudad.

Según Handszuh (2010) la seguridad es de suma importancia para las personas asimismo como instinto de supervivencia que conlleva a la inviolabilidad del individuo y el respeto a su integridad física y mental y los derechos y deberes humanos.

Es normal que la seguridad tenga un grado mayor de intensidad en el turismo, de hecho, no es otra cosa que la vida misma, es decir obtener una vida totalmente diferente sean días o semanas. En efecto se logra obtener un cambio de existencia diferente fuera de las rutinas, así mismo satisfacer las necesidades del turista o viajero, pero también sus necesidades básicas como es la seguridad (Handszuh, 2010).

### **Teoría del Ciclo de Deming**

La teoría donde intervienen las fases de (a) Planear, (b) Hacer, (c) Verificar y (d) Controlar, el ciclo PHVA, según García, Quispe y Ráez (2003) fue desarrollado en 1920 por Walter Shewarth mientras que fue reconocido por la difusión de Edwards Deming debido a las constantes capacitaciones brindadas a empresas japonesas a mediados de 1950. El ciclo de Deming se basa en una metodología de proporcionar una mejora continua de la calidad de los procesos a través de esas importantes dimensiones.

Estos cuatro importantes puntos tienen como objetivo principal disminuir los fallos, reducir costos y mejorar la productividad que se dan en los procesos de los productos o servicios brindados mediante una organización y deben ser ejecutados de forma sistemática para lograr la mejora continua.

El ciclo es presentado mediante un diagrama circular, y es importante que todas las funciones se encuentren detalladas con la finalidad de que exista una mayor interacción con todo el equipo de trabajo.

De acuerdo a García et al. (2003) el ciclo de Deming se explica de la siguiente forma:

**Planificar:**

- Involucrar a la gente correcta
- Recopilar los datos disponibles
- Comprender las necesidades de los clientes
- Estudiar exhaustivamente el/los procesos involucrados
- ¿Es el proceso capaz de cumplir las necesidades?
- Desarrollar el plan/entrenar al personal

**Hacer:**

- Implementar la mejora/verificar las causas de los problemas
- Recopilar los datos apropiados

**Verificar:**

- Analizar y desplegar los datos
- ¿Se han alcanzado los resultados deseados?
- Comprender y documentar las diferencias
- Revisar los problemas y errores
- ¿Qué se aprendió?
- ¿Qué queda aún por resolver?

**Actuar:**

- Incorporar la mejora al proceso

## **Marco conceptual**

### **Turismo colaborativo o Peer to peer**

Según Juul (2015) en esta área, compuesta tradicionalmente por hoteles, posadas, taxis y operadores de viaje, los individuos están compartiendo con los turistas lo que poseen (casas, autos, etc.) o lo que hacen (comidas, excursiones), mediante plataformas con o sin fines de lucro.

A partir del crecimiento y evolución de las TIC, tecnologías de información y comunicación se han creado dichos modelos de negocios, donde la demanda como oferta pueden interactuar ofreciendo y recibiendo todo tipo de información. Botsman, autora de “Lo mío es tuyo”, afirmaba en 2010 que “el consumo colaborativo en sí mismo, habla de cómo la tecnología nos está llevando de vuelta a activar conductas de mercado muy antiguas, como el intercambio, el trueque y los préstamos, pero siendo reinventados en maneras y escalas que nunca han sido posibles” (p. 7).

### **Free tours**

Baker (2013) citado por Leal y Medina (2017) manifiesta que “son recorridos a pie donde en principio no hay ningún tipo de coste y los turistas muestran su agradecimiento al dejar una propina a su guía turístico” (p. 325).

Por otra parte Markwell et al. (2004) citado por Leal y Medina (2017) establece que han sido diseñados los recorridos a pie para permitir a los participantes obtener una apreciación de los aspectos de un paisaje urbano, tanto del pasado como del presente pudiendo mejorar la experiencia que el propio visitante tiene de ese lugar (p.325).

### **Guías oficiales**

Según el Reglamento de Guianza Turística del Ecuador (2016), los guías se clasifican en a) Guía local; b) Guía nacional; y, c) Guía nacional especializado; donde este último puede especializarse tanto en patrimonio turístico o aventura. A su vez como requisitos bases deben poseer título oficial de bachiller, capacitaciones, ser residentes por al menos tres años en la localidad donde deseen ejercer la profesión, portar durante el servicio su credencial, entre otros factores que serán explicados más adelante.

## **Millenials**

Kurz, García y McIlvenna (2013) establecen que “es el nombre genérico que se ha dado a los nacidos entre principios de los 80’s y los primeros años de este siglo, y que al día de hoy tienen entre 10 y 30 años de edad.”

De acuerdo a un estudio realizado por Viacom International (2013) y publicado como boletín por Market Research se encontró que los millenials perciben la tecnología como algo esencial para ampliar sus horizontes, comunicarse y establecer relaciones con otros, e incluso se sienten inspirados a usar ese gran poder que tienen en sus manos para cambiar el mundo positivamente. Además, que son orgullosamente Globalocales; se muestran dispuestos a convivir con personas de otras nacionalidades (73%) al tiempo que se afirman tolerantes (86%) y respetuosos de los demás independientemente de su etnia, género, filiación política u orientación sexual (93%).

Por otra parte, Nadal (2010) relaciona el crecimiento de las plataformas con la generación conocida como Millenials, también llamados nativos digitales, personas hiperconectadas que se relacionan a través de la red que utilizan para comunicarse, relacionarse, trabajar, divertirse, etc.

## **Intrusismo profesional**

La Real Academia Española de la Lengua (2015) define “intrusismo como el ejercicio de actividades profesionales por persona no autorizada para ello, con la advertencia expresa de que, en caso de hacerlo, puede constituir un delito”.

## **Demanda turística**

Según Intermark consultores de turismo (2013) comprende un grupo heterogéneo de personas con diferentes características sociodemográficas, motivaciones y experiencias, que, influenciadas por sus intereses y necesidades particulares, desean, pueden y están dispuestos a disfrutar de las facilidades, atractivos, actividades, bienes o servicios turísticos.

## **Mesas de trabajo**

De acuerdo con González (2015) parte de la premisa que es una instancia de coordinación, gestión y control de proyectos, donde se genera un diálogo entre las diferentes partes involucradas para buscar falencias y soluciones. Por tanto, dar lugar a la configuración de diagnósticos y análisis para la toma de decisiones atinentes y contingentes.

## **Marco referencial**

Es esencial revisar el estado del arte para tener un mayor conocimiento del tema propuesto y se convierta en guía para el análisis de las visitas guiadas gratuitas y su repercusión en la guianza tradicional. A continuación se analizan casos donde se expresa la evolución y desarrollo de los Free Tours en Madrid. Seguido de un análisis en la ciudad de Ámsterdam donde implantaron leyes por los inconvenientes causados. Posteriormente se analiza el nivel de aceptación por parte de los turistas en la ciudad de Cuenca y Finalmente se analiza la modalidad de operación de los Free Walking Tour en Santiago de Chile.

### **El desarrollo del fenómeno de los tours gratuitos (free tours) en los destinos culturales. El caso de la ciudad de Madrid: colaboración o negocio**

El estudio realizado por Navalón y Mínguez (2016) establece que a partir del cambio normativo y la aplicación de la directiva de Bolkstein se dio paso a la libre circulación de servicios entre los países de la Unión Europea. En cuanto a los guías turísticos se manifestó que “se liberaliza este subsector turístico eliminándose su exclusividad en las visitas a los bienes integrantes del patrimonio histórico-artístico y cultural ubicados en el territorio regional” (p.275).

Por consiguiente, al haberse liberalizado de permisos el sector de la guianza, aparecen en varias comunidades de España el servicio de guías a través de plataformas. Una de las comunidades con mayor número organizaciones informales arraigadas a esta modalidad de negocios ha sido Madrid. La comunidad madrileña al contar con un patrimonio cultural de excelencia empezó a diversificar su oferta de guianza.

De acuerdo con el estudio realizado por (Navalón & Mínguez, 2016, p.275) existen numerosas plataformas que en ocasiones los voluntarios señalan sus cualidades (profesionales y personales) como valor diferencial sinónimo de calidad o garantía de una experiencia: “ruta de la Guerra Civil con el hijo de un excombatiente”, “Museo del Prado con un historiador del arte”, “Visita las tiendas más cool con una periodista de moda”, entre otras muchas.

Existen plataformas como Guruwalks, Trip4real, TriperOne entre otras donde se publican la ruta del recorrido y un precio. Dentro de este sistema no necesariamente son tours



gratuitos puesto que la persona que realiza el tour o el ofertante debe proveer al sistema el 15% de su ganancia por el uso que el demandante o turista hace de sus servicios.

Las organizaciones también se ven reflejadas en este contexto. En Madrid las que cuentan con mayor participación en el mercado son las siguientes:

- a) Feel the city
- b) Madrid a pie
- c) Sandemans
- d) Ogo tour
- e) Free Walking Tours

En este caso son las organizaciones quienes buscan a guías, no necesariamente acreditados, para que ejerzan la actividad de guianza en rutas ya diseñadas y establecidas por la organización. El guía abona una tasa de aproximadamente 2.5€ a 4€ euros por cada persona que se integre al free tour independiente de que se haya dado o no una propina. (Navalón & Mínguez, 2016). La finalidad de este tipo de guianza es generar experiencia y que el turista sea quien determine el valor a pagar por el recorrido.

Una particularidad entre estas organizaciones es su modalidad de trabajar para poder generar ingresos fijos basándose en el concepto “freemium”. Un sistema donde el usuario, en este caso el turista, pueda adquirir algún recorrido totalmente gratis y más adelante pagar un valor determinado por alguna actividad en especial, ya sea por cata, degustación de gastronomía, u otra actividad turística.

Este caso genera como conclusión que las organizaciones oferentes de free tours no deben ser consideradas como consumo colaborativo, puesto que el concepto de “tours gratis” es una estrategia comercial para acaparar un segmento de mercado, dejando en segundo plano ofrecer una guianza a través de personas locales que transmitan una experiencia auténtica. Según Leal y Medina (2016) “durante una ruta gratuita a pie es bastante normal promover o vender excursiones de pago. De hecho, en un grupo de una de las organizaciones, siete personas de 25 compraron visitas de pago” (p.14). Además, que es necesario hacer un frente a la regulación de las condiciones laborales de los guías, ya que, actualmente se da una desprotección laboral y una baja remuneración.

Como acotación al proyecto de titulación se investigó sobre la Directiva de Bolkstein, la cual nace en el año 2004 de la mano de la Comunidad Europea, CE. También conocida

como la directiva de servicios, tiene como fin “establecer un marco jurídico que suprima los obstáculos a la libertad de establecimiento de los prestatarios de servicios y a la libre circulación de los servicios entre los Estados miembros” (Fritz & Jenna, 2004). Al eliminar estas barreras fronterizas se creyó que se podría fomentar el crecimiento económico y proveer de mayores puestos de trabajo particularmente a quienes se rigen dentro de las pequeñas y medianas empresas (pymes). Dicha directiva conllevó a que todo guía acreditado pueda ejercer la actividad en algún país de la Unión Europea, colocando en el mercado un mayor grado de competencia y competitividad.

En el Art. 33 de la presente directiva se demuestra los tipos de servicios que abarcan: “Los servicios destinados a los consumidores quedan también incluidos, como los relacionados con el turismo, incluidos los guías turísticos, los servicios recreativos, los centros deportivos y los parques de atracciones”.

### **Ámsterdam: Interpretando la ciudad a través del “Free” Walking Tour**

Esta investigación tuvo como objetivo analizar la interpretación que realizan las organizaciones de visitas guiadas gratis acerca de la ciudad de Ámsterdam. Se utilizó como método la exploración y observación a cinco recorridos de free tours pertenecientes a Sandemans New Europe donde se realizaron tres recorridos y dos trayectos en Free Walking Tours Ámsterdam. El diagnóstico de las situaciones se llevó a cabo a partir de agosto del 2016 y febrero de 2017. Además, se realizó una búsqueda en sus sitios web con la finalidad de conocer sus filosofías y como son solicitados por los usuarios.

La investigación mostró que Sandemans fue la primera en operar bajo el concepto de propinas y que en la actualidad se encuentra en 18 ciudades de Europa, Medio Oriente y Estados Unidos. En Ámsterdam ofrece seis salidas diarias en el Barrio Rojo y además expende cinco tours pagados que oscilan entre los 14 € y 26 € por persona. La investigación reveló que en febrero los tours contaban con más de cincuenta personas aproximadamente. Por parte de Free Walking Tours Ámsterdam se obtuvo un promedio de veinte turistas. Según menciona Koerts (2017) es un número alto para realizar la actividad de guianza. Se suma al problema que existen pocos lugares con suficiente espacio para este determinado grupo y el lugar tendrá acogida de otros turistas simultáneamente.

Otro resultado arrojado en la investigación fue que en sitios web los free tours proporcionan una ruta establecida, sin embargo, no se realizan el mismo número de paradas

que contempla. Se establece que se realiza una parada técnica en una cafetería y es el momento donde ofrecen los tours pagados a sitios turísticos como la Casa de Anne Frank y sus alrededores. En cuanto a la narración, manejan un enfoque histórico similar a los ofrecidos por los operadores turísticos tradicionales. La interpretación realizada y las historias contadas no ofrecieron perspectivas nuevas o adaptadas a alguna experiencia local. Por otra parte, Koerts (2017) establece que la narración carismática depende de la personalidad y habilidades del guía, pues en los recorridos que se hicieron había casos donde la persona realizaba comentarios de la forma de vida de los holandeses que causaba risas a su audiencia, sin embargo, en otros casos había poca interacción con los turistas. (p.119)

El estudio concluye que la administración local de Ámsterdam impuso una política en el año 2017 con la finalidad de regular el excesivo número de personas concentradas en un grupo, puesto que se estaban generando inconvenientes como bloqueo de pasillos, obstrucción de entradas y el ruido que afectaba a la comunidad receptora. Por los motivos establecidos el gobierno elaboró un convenio con los operadores de visitas a pie para restringir el tamaño de sus grupos preferiblemente a veinte y máximo veinticinco personas y no realizar tours después de las 19h00 horas.

Sin embargo, no se llegó a un acuerdo por las partes. Sandmans New Europe fue una de las organizaciones que no cedió debido a que las normas a tomar eran muy estrictas y decidieron que sus guías no realizarían paradas frente a tiendas en una distancia de tres metros aproximadamente (Pen & Damen, 2017). Este déficit de acatar órdenes condujo a que Boutkan, miembro del consejo municipal del partido político PvdA, opte por establecer un reglamento donde sólo los guías acreditados están autorizados a realizar tours en el Barrio Rojo y se deseaba extender esta medida a otras partes de la ciudad donde se ve una excesiva aglomeración de grupos. (Couzy, 2017).

Al realizar las investigaciones actuales según expresa El Comercio (2019) para marzo del presente año se suspendieron las visitas guiadas tanto para los oficiales como para los Free Walking Tours, debido a que según el Municipio de Ámsterdam “un promedio de diez grupos guiados se detiene cada hora en la Oudekerksplein, el corazón del Barrio Rojo. La cifra puede aumentar hasta los 48 encuentros de turistas en la hora pico”.

El principal objetivo de prohibir las visitas guiadas en el Barrio Rojo se fundamenta en evitar que las trabajadoras sexuales sean vistas como una atracción en el destino y a su

vez marcar un final a todos los problemas que se han desencadenado por el turismo masivo; como la basura, el ruido y las molestias a la comunidad receptora. A la presente acción se le dará vigencia desde el 1 de enero del 2020.

Las visitas guiadas en el centro de la ciudad se realizarán en grupos de quince personas como máximo y cada turista pagará un impuesto denominado “Cuota de Entretenimiento”, puesto que la administración local desea cambiar el target de visitantes como mochileros por un consumidor que esté dispuesto a hacer un verdadero gasto turístico. (El Mundo, 2019)

Este caso expone como la informalidad turística logra afectar de manera negativa a quienes ejercen el trabajo en diferentes ramas, porque prohibir el ingreso de turistas a uno de los sectores con mayor relevancia turística disminuye considerablemente las ventas de bares, coffee shops y restaurantes.

### **Análisis del Free Walking Tour como alternativa de turismo cultural en la ciudad de Cuenca**

Como caso de estudio se utilizó la ciudad de Cuenca donde se realiza el Free Walking Tour. Turistas nacionales y extranjeros eligen esta ciudad principalmente por su cultura y patrimonio; declarada Patrimonio Cultural de la Humanidad por la UNESCO en 1999 y Capital Cultural de las Américas en 2001 tiene potencial para el turismo cultural. Otra de las cualidades por la que escogen la ciudad es por los atractivos turísticos, la naturaleza, gastronomía y factor climático de la ciudad (Rovati, 2009).

La mayoría de los turistas conocen del Free Walking Tour mediante los establecimientos de alojamiento, antes que por agencias de viajes u operadora de turismo de acuerdo a la encuesta realizada a turistas nacionales y extranjeros que acuden diariamente a Cuenca.

En el Free Walking Tour los recorridos se realizan de forma gratuita y no existe una tasa fijada de cobro al público presente, dejando al turista en libertad de dar propina acorde al servicio que reciben por parte del guía turístico al término del recorrido. De acuerdo al estudio se estableció que el 54% considera que daría entre USD 2,00 a USD 4,00 dólares de propina, el 36% daría entre USD 5,00 a USD 7,00 dólares de propina y con porcentajes menos representativos están el 6% de turistas que estarían

dispuestos a dar entre USD 8,00 a USD 10,00 dólares de propina y el 5% daría menos de USD 1,00 de propina (Chicaiza, 2018).

Otro resultado que arrojó la investigación es que el gasto turístico de este target es de USD30, 00, por lo cual, si se les ofreciese tours con valores establecido estarían dispuestos a pagar hasta USD 50,00. Finalmente, el 95% de los turistas recomendarían el tour puesto cumplió con las expectativas el recorrido realizado por el guía turístico (Chicaiza, 2018).

### **Caso Chile Walk up Santiago: Free Walking Tour**

En la actualidad existen tres empresas dedicadas a realizar Free Walking Tours, Spicy Chile, Free Tour Santiago y Tour 4 tips, la finalidad de estas empresas es visitar sitios turísticos en distintos puntos de Santiago de Chile y al finalizar el recorrido puedan realizar una contribución o propina al guía turístico. En estos recorridos los asistentes utilizan stickers con sus nombres, realizan trivias y se presentan personalmente al grupo. Adicionalmente se realiza un grupo en la plataforma Facebook para estar en contacto los clientes con la compañía de guianza a fin de recomendar el servicio y tener una calificación alta acorde a sus opiniones y valoraciones (De la Paz, Halpern, & Robles, 2012).

La estrategia comunicacional de la compañía se basa en la realización de un sitio web, flyers, tarjetas de presentación y alianzas estratégicas con distintas empresas y universidades, todo esto permitirá al público objetivo obtener información de rutas, destinos de partida, características del guía, horario y fechas de los tours. Los guías utilizan poleras verdes para distinguirse de la competencia y se encuentran ubicados en estaciones del metro facilitando la llegada de los turistas. Estas compañías se encuentran en TripAdvisor donde son calificadas a fin de mejorar el servicio de la compañía (De la Paz, Halpern, & Robles, 2012).

El público objetivo y método de difusión de las empresas que realizan Free Walking Tour son las siguientes:

Tabla 3.  
*Empresas que realizan Free Walking Tours en Chile*

<b>Walk Up Santiago</b>	<b>Spicy Chile</b>	<b>Free Tour Santiago</b>	<b>Tour 4 Tips</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>Alumnos chilenos y de intercambio de la Universidad de Chile</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Extranjeros que vienen por un periodo reducido a Chile</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Extranjeros que vienen por un periodo reducido a Chile</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Extranjeros que vienen por un periodo reducido a Chile</li> </ul>
<b>Métodos de difusión</b>	<b>Métodos de difusión</b>	<b>Métodos de difusión</b>	<b>Métodos de difusión</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>Facebook, Página Web y Flyers</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Facebook, Página Web y Twitter</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Página Web</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Redes sociales, folletos en hoteles y hostales</li> </ul>

Tomado de: *Walk up Santiago: Free Walking Tours*, 2012. Recuperado de <http://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/111752/Tesis%20Walk%20Up%20Santiago.pdf?sequence=3&isAllowed=y>

Se concluye que estas empresas que laboran como Free Walking Tours brindan alternativas para los clientes que deseen realizar recorridos a distintos puntos de la ciudad. Otras características a destacar son la puntualidad del tour, la calidad de los guías, el dominio de idiomas para mejorar la comunicación con los clientes, y el eficaz uso del tiempo para conocer los principales atractivos de la ciudad.

### **Marco legal**

Afirma OIT (2017) que el turismo es un sector de servicios competitivo y en rápida evolución que requiere adaptabilidad a las tendencias y la demanda del mercado. Ante la ausencia de legislación, las repercusiones de las nuevas tecnologías y las redes sociales, así como la función de los motores de búsqueda y la aparición de servicios de turismo privado a través de plataformas digitales (para transporte, alojamiento, restaurantes, etc.) han potenciado la informalidad y además ello está menoscabando los valores del trabajo decente. Las nuevas modalidades y plataformas pueden entonces requerir el establecimiento de nuevos marcos jurídicos (p.11).

### **Reglamento de Guianza Turística**

En el Acuerdo Ministerial (2016) se expresa lo siguiente:

Que, el turismo ha sido declarado por el Gobierno Nacional como una política de Estado, encaminada a la consecución del Buen Vivir a través de la generación de empleo, cadenas productivas, divisas, redistribución de la riqueza e inclusión social (p.2).

Que, es importante considerar que la actividad turística comprende un conjunto de diversas actividades y servicios de índole económico que se interrelacionan entre sí con el objetivo de satisfacer las necesidades e intereses tanto de los turistas como de los prestadores de servicios turísticos, en este sentido la cadena de valor del turismo incluye la prestación del servicio de guianza, constituyendo uno de los pilares de la actividad turística de operación. (p.3)

En el título II del Reglamento de Guianza Turística se encuentra la clasificación de los guías:

**Art. 4.-** Clasificación de los guías de turismo. - Los guías de turismo se clasifican en:

- a) Guía local;
- b) Guía nacional; y,
- c) Guía nacional especializado:
  - c.1.- Patrimonio turístico
  - c.2.- Aventura.

En la presente investigación se enfocará en las regulaciones al “guía local”, dado que, la intención del proyecto se basa en la guianza de los atractivos turísticos de la ciudad de Quito.

**Art. 5.-** El guía local es la persona natural que tiene conocimiento y experiencia para proporcionar a los visitantes información detallada respecto del valor turístico - natural/cultural- de los sitios asignados a tal uso. Los guías locales no podrán ejercer la guianza turística en las áreas protegidas del Patrimonio de Áreas Naturales del Estado (en adelante PANE), así como ejercer las competencias determinadas para un guía nacional de turismo. Se exceptúa de esta regla a los miembros de comunidades, comunas, pueblos o nacionalidades ancestrales que habitan en las áreas protegidas y sus zonas de amortiguamiento, en cuyos casos podrán ejercer tales actividades únicamente en dichos espacios. Los guías locales, deben registrarse en el catastro único y portar durante la prestación del servicio la credencial emitida por la Autoridad Nacional de Turismo y/o la Autoridad Ambiental Nacional. (p. 5)

**Art. 7.-** Requisitos para la acreditación del guía local:

- a) Título oficial de bachiller;
- b) Cursos de capacitación específicos para guías locales, aprobados y avalados por la Autoridad Nacional de Turismo y con la autoridad que corresponda;
- c) Certificar mediante una declaración juramentada que son residentes por al menos tres años en la localidad donde ejercerán la actividad;
- d) Pagar la tasa para la obtención de la credencial de guía local; y,
- e) Como requisito para la renovación de la credencial, los guías deberán acreditar al menos dos cursos de actualización o contar con una certificación en competencias laborales referente al servicio de guianza.
- f) Como segunda disposición general. - para las personas que cuenten con un título de guía de turismo expedido por una institución reconocida por el Sistema de Educación Superior, la Autoridad Nacional de Turismo acreditará como válidos los certificados de aprobación de los niveles requeridos en el idioma inglés para la obtención del título respectivo. (p.5)

Tabla 4.

*Ramas de conocimiento afines a la guianza turística*

<b>Campos Específicos</b>	<b>Campos Detallados</b>
<b>101 Servicios personales</b>	1015 Viajes, turismo y actividades recreativas
<b>051 Ciencias Biológicas y afines</b>	0511 Biología
<b>052 Medio Ambiente</b>	0521 Ciencias del medio ambiente 0522 Medio ambientes naturales y vida silvestre
<b>022 Humanidades (excepto idiomas)</b>	0222 Historia y arqueología
<b>031 Ciencias Sociales y del comportamiento</b>	0314 Sociología y estudios culturales

Tomado de: *Reglamento de Guianza Turística*, por Ministerio de Turismo, 2016, p.20. Recuperado de <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/05/Registro-Oficial-N%C2%B0-761-Guianza-Tur%C3%ADstica2.pdf>

Siguiendo en el ámbito de derechos, obligaciones y prohibiciones, otorgado por el Ministerio de Turismo (2016, pp.23-24) en el Reglamento Nacional de Guianza Turística se tomaron en cuenta los siguientes literales:



**Art. 22.-** Derechos y Obligaciones de los guías nacionales de turismo, especializados y guías locales:

- a) Ejercer la prestación del servicio a través de las agencias de servicios turísticos, así como en cualquier institución pública o privada, nacional o extranjera, que requiera de sus servicios, con los límites establecidos por este Reglamento y demás normativa vigente;
- b) Registro Único de Contribuyentes (RUC), registrado en la actividad de servicios profesionales de guianza establecido por la Autoridad Competente.
- c) Percibir las remuneraciones u honorarios pactados para los servicios prestados, y ser cancelados sus haberes puntualmente.
- d) Denunciar el ejercicio ilegal e informal del servicio de guianza o tour líder, según sea el caso. Denunciar ante la Autoridad Nacional de Turismo, a las agencias de servicios turísticos que contraten guías sin la credencial vigente.
- e) Portar su credencial en un lugar visible.
- f) Contribuir a la conservación del patrimonio turístico natural y cultural.
- g) Dar información veraz, completa y oportuna a los visitantes.

**Art. 23.-** Prohibiciones para los guías nacionales de turismo, especializados y guías locales.

- a) Los guías locales no podrán ejercer su actividad fuera de lo contemplado en este Reglamento.
- b) Operar u organizar tours o excursiones independientes por cuenta propia.
- c) Los guías de turismo no podrán ejercer el servicio de guianza turística en otra clasificación que no corresponda a la otorgada.

### **Disposiciones generales**

**DÉCIMA.** - Los guías locales que ejerzan sus actividades dentro de áreas naturales protegidas podrán ofrecer sus servicios directamente, sin necesidad de ser contratados por una agencia de servicios turísticos, a los visitantes, cumpliendo con lo previsto en este reglamento, así como con la normativa, plan de manejo y otros instrumentos técnicos que la Autoridad Ambiental Nacional emita.

## **Ley de Turismo**

**Art. 5.-** Se consideran actividades turísticas las desarrolladas por personas naturales o jurídicas que se dediquen a la prestación remunerada de modo habitual a una o más de las siguientes actividades:

- a. Alojamiento;
- b. Servicio de alimentos y bebidas;
- c. Transportación, cuando se dedica principalmente al turismo; inclusive el transporte aéreo, marítimo, fluvial, terrestre y el alquiler de vehículos para este propósito;
- d. Operación, cuando las agencias de viajes provean su propio transporte, esa actividad se considerará parte del agenciamiento;
- e. La de intermediación, agencia de servicios turísticos y organizadoras de eventos congresos y convenciones; y,
- f. Casinos, salas de juego (bingo-mecánicos) hipódromos y parques de atracciones estables.

**Art. 8.-** Para el ejercicio de actividades turísticas se requiere obtener el registro de turismo y la licencia anual de funcionamiento, que acredite idoneidad del servicio que ofrece y se sujeten a las normas técnicas y de calidad vigentes (MINTUR, 2002, p.2).

## **Reglamento de Operación e Intermediación Turística**

Por otra parte, existen requisitos previos a cumplirse, según establece el Acuerdo Ministerial del Ministerio de Turismo (2016)

**Art 20.-** Requisitos para las agencias de servicios turísticos.

Las agencias de servicios turísticos indistintamente de su clasificación deberán cumplir con los siguientes requisitos:

- a) Al menos el 30% del personal deberá contar con título profesional en turismo, ramas afines o certificado en competencias laborales en intermediación, operación, hospitalidad o las que determine la autoridad nacional de turismo;
- b) Al menos el 20% del personal deberá acreditar mínimo el nivel B1 de conocimiento de al menos un idioma extranjero. Para efectos de control, la agencia de servicios turísticos deberá contar con un expediente físico que evidencie el cumplimiento de los requisitos solicitados en este artículo. Dicho expediente podrá ser solicitado por el inspector de control de la autoridad nacional de turismo o del gobierno autónomo

descentralizado al que se le haya transferido esa competencia, de no contar con dicho expediente será sancionado conforme a lo establecido por la Ley de Turismo y sus reglamentos. (p.7)

### **Disposición general**

**SÉPTIMA.** - Las agencias de servicios turísticos que contraten a personas que ejerzan la guianza turística sin la correspondiente credencial, y/o a personas que realicen actividades de intermediación de manera informal, como la comercialización en espacios públicos, serán sancionadas conforme la normativa pertinente. (p.10)

### **Reglamento de Actividades Turísticas**

**Art. 121.-** Obligación de contratar guías profesionales de turismo. - Para la atención de grupos organizados de turismo, las agencias de viajes operadoras están obligadas a contratar el servicio de una guía profesional de turismo por cada quince pasajeros o fracción de ellos (p.24).

### **PLANDETUR 2020**

#### **Objetivos generales**

1. Consolidar al turismo sostenible como uno de los ejes dinamizadores de la economía ecuatoriana, que busca mejorar la calidad de vida de su población y la satisfacción de la demanda turística, aprovechando sus ventajas competitivas y elementos de unicidad del país. (p.128)  
[...]
7. Atraer una demanda turística internacional selectiva, consiente de la sostenibilidad y con mayor disposición al gasto turístico por su estancia, así como una demanda turística nacional amplia y abierta a todos los sectores de la población que ejerce el ocio como un derecho. (p.128)

## Capítulo 2: Situación actual del turismo en la ciudad de Quito

### Datos de la situación actual en turismo

De acuerdo con las estadísticas de la Empresa Pública Metropolitana de Quito (2019), el Aeropuerto Internacional Mariscal Sucre en el año 2018 recibió 2 625 443 visitas en total respecto a vuelos internacionales y vuelos domésticos, obteniendo una variación del 7,27% en comparación al año 2017. En cuanto al presente año en las entradas de enero y febrero se registran 402 113 llegadas.

A continuación, se presenta una figura del total de llegadas internacionales y vuelos domésticos respecto a los dos últimos años y los dos primeros meses del año actual.



Figura 3. Llegadas internacionales y vuelos domésticos, 2018/2019. Tomado de: Empresa Pública Metropolitana de Gestión de Destino Turístico. Quito en cifras.

En cuanto a la participación de mercados emisores o de procedencia del año 2018, dentro de las diez primeras nacionalidades se enmarcan a) Ecuador con un 22%, b) Estados Unidos con 21%, c) Colombia con un 8%, d) España con 5%, e) México f) Alemania con el 3% g) Canadá con un 3%, h) Perú con el 2% i) Reino Unido con un 3%; y finalmente j) Argentina no muestra datos (Empresa Pública Metropolitana de Gestión de Destino Turístico, 2019).

Según datos del Distrito Metropolitano de Quito publicados en el año 2019, los establecimientos turísticos que cuentan con el permiso de Registro de Turismo sumaron al 2018 un total de 4 381. De los cuales el 86% se encuentran en el área urbana y el 14% en la zona rural.

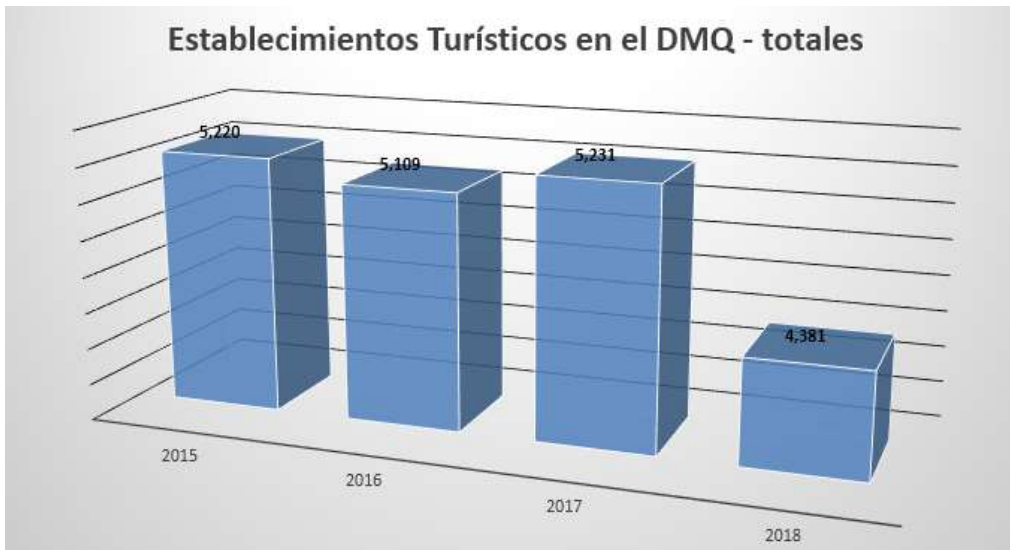


Figura 4. Establecimientos con Registro de Turismo, 2018. Tomado de: Empresa Pública Metropolitana de Gestión de Destino Turístico. Quito en cifras.

Se establece en el siguiente gráfico una disminución año a año de los establecimientos que poseen el registro de turismo. Del 2015 al 2016 hubo una disminución del -2% según manifiesta las estadísticas de Quito en cifras. Para los años del 2016 al 2017 hubo un alza del 2%, sin embargo, del año 2017 al 2018 existe una disminución del -16%.

En particular, la actividad económica de operación e intermediación turística para el 2018 obtuvo una participación en el mercado del 15%. Con un total de 644 establecimientos. Es necesario mencionar que esta actividad ha tenido una disminución constante desde el año 2015 (Empresa Pública Metropolitana de Gestión de Destino Turístico, 2019).



Figura 5. Participación de las actividades económicas. 2018. Tomado de: Empresa Pública Metropolitana de Gestión de Destino Turístico. Quito en cifras.

En cuanto a las estadísticas del empleo en el Distrito Metropolitano de Quito, DMQ, están divididas por el Centro Histórico y La Mariscal. Según Empresa Pública Metropolitana de Gestión de Destino Turístico (2019), el sector turístico de La Mariscal genera un 24% del total de empleos al DMQ, aproximadamente son 6 900 trabajadores entre hombres y mujeres correspondiente a todas las actividades económicas respaldadas por la Ley de Turismo. Este importante rubro en La Mariscal se debe a una gran concentración de establecimientos de alimentos y bebidas.

En el sector del Centro Histórico que se divide en la Zona ZET y Adm. Zonal Manuel Saenz hay un total de 4 767 individuos que forman parte de la Población Económicamente Activa, PEA. Dichas estadísticas se mantienen al 25 de abril del presente año.

Finalmente, los sitios más visitados de acuerdo con Empresa Pública Metropolitana de Gestión de Destino Turístico (2019) en el año 2017 está el Centro Histórico con un 67%, seguido de La Mariscal y los miradores con un 12% un 6% en base a los parques de la ciudad, en cuanto a iglesias y teatros son visitados por 2% de los turistas no residentes y por último 1% visita los centros comerciales.

A continuación se presenta una tabla donde se establecen todos los atractivos visitados por los turistas no residentes en el año 2017. Cabe mencionar que en la tabla no se presenta el porcentaje de visitas a La Mitad del Mundo, mas este atractivo recibe aproximadamente un 86,1% de turistas.

Tabla 5.  
*Visitas de turistas en el Centro Histórico de Quito, CHQ. En el 2017*

<b>Lugar visitado en Quito</b>	<b>Porcentaje en el total (%)</b>	<b># visitantes no residentes 2017 (de acuerdo a datos de llegadas 2017 - 652,912 turistas) (datos estimados)</b>
<b>Total visitas</b>	<b>100.00</b>	<b>652,912</b>
<b>CENTRO HISTÓRICO</b>	<b>67.43</b>	<b>440,226</b>
<b>Centro histórico (en su conjunto)</b>	29.81	194,655
<b>El Panecillo</b>	11.28	73,656
<b>La Ronda</b>	9.22	60,177
<b>La Basílica</b>	5.69	37,163
<b>Plaza de la Independencia incluye Palacio de Carondelet</b>	1.84	11,998
<b>Compañía de Jesús</b>	1.60	10,460
<b>La Catedral</b>	1.47	9,615
<b>Museo de cera</b>	1.39	9,070
<b>San Francisco</b>	1.03	6,733
<b>Museo del agua</b>	0.81	5,265
<b>Museo de la ciudad</b>	0.66	4,282
<b>La Merced</b>	0.23	1,524
<b>Teatro Sucre</b>	0.22	1,451
<b>Plaza del Teatro</b>	0.19	1,222
<b>Sto. Domingo</b>	0.16	1,036
<b>San Agustín</b>	0.13	864
<b>El Carmen Alto</b>	0.05	317

Tomado de *Empresa Pública Metropolitana de Gestión de Destino Turístico, 2019*, por Quito en cifras  
 Recuperado de: <https://www.quito-turismo.gob.ec/estadisticas/datos-turisticos-principales/category/82-quito-en-cifras>

Tabla 6.  
*Visitas de turistas en La Mariscal, 2017.*

Lugar visitado en Quito	Porcentaje en el total (%)	# visitantes no residentes 2017 (de acuerdo a datos de llegadas 2017 - 652,912 turistas) (datos estimados)
<b>Total visitas</b>	<b>100.00</b>	<b>652,912</b>
<b>LA MARISCAL</b>	11.61	75, 821
<b>Plaza Foch - zona rosa</b>	5.40	35,248
<b>La Mariscal (en su conjunto)</b>	3.05	19,924
<b>Mercado artesanal</b>	2.78	18,151
<b>Cines</b>	0.27	1,775

Tomado de: *Empresa Pública Metropolitana de Gestión de Destino Turístico, 2019*, por Quito en cifras Recuperado de: <https://www.quito-turismo.gob.ec/estadisticas/datos-turisticos-principales/category/82-quito-en-cifras>

Tabla 7.  
*Visitas de turistas en Los Miradores, 2017.*

Lugar visitado en Quito	Porcentaje en el total (%)	# visitantes no residentes 2017 (de acuerdo a datos de llegadas 2017 - 652,912 turistas) (datos estimados)
<b>Total visitas</b>	<b>100.00</b>	<b>652,912</b>
<b>LOS MIRADORES</b>	<b>11.77</b>	<b>76,835</b>
<b>Teleférico</b>	8.31	54,246
<b>Guápulo</b>	1.25	8,160
<b>Itchimbia</b>	1.08	7,076
<b>Ruco Pichincha</b>	0.95	6,228
<b>Cima de la Libertad</b>	0.17	1,124

Tomado de: *Empresa Pública Metropolitana de Gestión de Destino Turístico, 2019*, por Quito en cifras Recuperado de: <https://www.quito-turismo.gob.ec/estadisticas/datos-turisticos-principales/category/82-quito-en-cifras>

Tabla 8.  
*Visitas de turistas a las iglesias, museos, teatros, 2017.*

Lugar visitado en Quito	Porcentaje en el total (%)	# visitantes no residentes 2017 (de acuerdo a datos de llegadas 2017 - 652,912 turistas) (datos estimados)
<b>Total visitas</b>	<b>100.00</b>	<b>652,912</b>
<b>IGLESIAS, MUSEOS, TEATROS</b>	<b>1.83</b>	<b>11,923</b>
<b>Museo Guayasamin / Capilla del Hombre</b>	1.43	9,325
<b>Museos</b>	0.15	965
<b>Museo BCE</b>	0.15	961
<b>Casa de la Cultura</b>	0.10	672

Tomado de *Empresa Pública Metropolitana de Gestión de Destino Turístico, 2019*, por Quito en cifras Recuperado de: <https://www.quito-turismo.gob.ec/estadisticas/datos-turisticos-principales/category/82-quito-en-cifras>



Tabla 9.  
*Visitas de turistas a parques de la ciudad, 2017.*

<b>Lugar visitado en Quito</b>	<b>Porcentaje en el total (%)</b>	<b># visitantes no residentes 2017 (de acuerdo a datos de llegadas 2017 - 652,912 turistas) (datos estimados)</b>
<b>Total visitas</b>	<b>100.00</b>	<b>652,912</b>
<b>PARQUES</b>	<b>6.28</b>	<b>41,026</b>
<b>La Carolina</b>	5.05	32,976
<b>El Ejido</b>	1.04	6,820
<b>Jardín Botánico</b>	0.19	1,231

Tomado de *Empresa Pública Metropolitana de Gestión de Destino Turístico, 2019*, por Quito en cifras  
 Recuperado de: <https://www.quito-turismo.gob.ec/estadisticas/datos-turisticos-principales/category/82-quito-en-cifras>

### **Situación actual de las visitas guiadas gratuitas en el Centro Histórico de Quito**

Actualmente en el mercado Quiteño están posicionadas cuatro organizaciones; Free Walking Tour Ecuador, Strawberry Tour, Quito Street Tour y Free Quito Walking Tour. Dentro del marco de la investigación se analizó a las dos primeras, mientras que Free Quito Walking Tour al ser contactada durante el proceso de recolección de información manifestó que ya no estaban ofreciendo dicho servicio. Finalmente, Quito Street Tour quedaba fuera de la delimitación de la investigación puesto que sus recorridos son el Sector de la Floresta.

### **Descripción de las organizaciones**

#### **Free Walking Tour Ecuador**

Es una organización que opera visitas guiadas en el Centro Histórico de la ciudad de Quito de lunes a sábados en horarios de 10h30 y 14:h30. El punto de partida de los recorridos es el Café Crustum localizado en la Plaza San Agustín. Tienen una duración aproximadamente de tres horas y sus tours son proporcionados apenas en inglés. Es importante mencionar que FWTE se encuentra aliada a una operadora de turismo legalmente constituida, denominada Community Travel Group (Free Walking Tour Ecuador, 2019).

Cuentan con dos canales principales para ofrecer sus tours, los mismos son comercializados a través de la web 2.0., como redes sociales o páginas web que muestran interacción con los usuarios. Otro de sus medios se basa en promocionarse en el alojamiento de Community Hostel Quito, un hostel que brinda habitaciones compartidas o privadas y además imparten diariamente actividades como noches de salsa, yoga e informan a los

turistas que pueden adquirir un free tour por el Centro Histórico de Quito (Free Walking Tour Ecuador, 2019.).

Free Walking Tour Ecuador visita atractivos culturales como (a) La Plaza Grande; (b) Compañía de Jesús; (c) Iglesia San Francisco; (d) Museo de la Ciudad recalando que se visita la parte gratuita; (e) La Ronda, finalmente el tour puede culminar en (f) Plaza Santo Domingo, o (g) Teatro Bolívar, según lo explicado es el guía quien decide en cuál de los dos atractivos finaliza el tour.

Una de sus políticas se basa en realizar un “pre-book” o reserva antes de tomar un tour con el fin de separar un cupo previo inicio del recorrido. Sin embargo, al momento de realizar el itinerario, visitantes sin reserva pueden unirse en cualquier punto del trayecto, lo cual ha generado descontentos en varios turistas por el número máximo de personas permitidas en un recorrido.

Es preciso mencionar que al realizar la investigación quedó en constancia que FWTE no ofrece ninguna visita guiada a otros atractivos o destinos cercanos. Sin embargo, el guía del recorrido comentó que los hostales de la zona prefieren enviar a los turistas al punto de partida ubicado en el Café Crustum, ya que si son enviados a la operadora de Community Travel Group les ofrecen tours pagados.

### **Strawberry Tours**

Strawberry Tours inició en Londres en el año 2013, actualmente se encuentra en ciudades de Europa y América del Sur. En la ciudad de Quito han diseñado tres recorridos diferentes, los cuales se dividen en recorridos por el Centro Histórico de Quito, Comida Gratis Tour Quito y finalmente Tours Privados (Strawberry Tours, 2019).

La ruta destinada para el primer tour parte desde la Plaza de Independencia a las 15h00 los lunes y de martes a sábados a partir de las 10h00. Al pie de la Estatua de la Libertad se encuentra el guía, quién por política utiliza un paraguas o abrigo rojo con el nombre de la organización para facilitar su identificación. Este servicio se diferencia de forma positiva de los tours realizados en la ciudad de Guayaquil, quienes no tienen una política de identificación.

La mayor concentración de atractivos se centra en las manifestaciones culturales, visitando iglesias como; (a) Iglesia de la Merced; (b) Iglesia y Convento San Francisco;(c)

Iglesia de la Compañía de Jesús; seguido por (d) La Catedral Metropolitana; (e) El Palacio Presidencial, y finalmente (f) La Ronda, donde se puede observar las estrechas calles de la ciudad.

El Tour de Comida Gratis es realizado una vez a la semana entre los días jueves o viernes en el horario de 10h30 a 13h30. El recorrido incluye el Mercado San Francisco, seguido de un trayecto de comida y dulces tradicionales y finaliza con una degustación de chocolate. Realizar una reservación no tiene costo alguno y las personas pueden acudir al tour sin la obligación de adquirir algún producto. En caso de que el turista deguste productos gastronómicos en cuanto dure el recorrido deberá pagar un valor entre \$15,00 a \$18,00 (Strawberry Tours, 2019).

Se ofrecen tours privados para grupos que son numerosos. Acorde a su política cada grupo guiado debe ser de hasta máximo diez personas siendo obligatorio realizar una reserva previa, a diferencia de Free Walking Tour Ecuador, no permiten que ingresen otros turistas en algún punto del recorrido para no afectar la guianza. El recorrido sí ofrece más opciones, pudiendo elegir tanto la ruta establecida como un circuito de atractivos de acuerdo a los requerimientos de los turistas.

### **Análisis de la satisfacción de los clientes en base a calificaciones de las agencias de viajes online OTAS**

Las tecnologías de información y comunicación TIC se encuentran modificando el mercado turístico. Actualmente los consumidores disponen de información con un grado alto de fiabilidad según HOSTELTOUR (2014) en un estudio realizado por PhoCusWright en el año 2013 en TripAdvisor “el 80% de los encuestados globales lee al menos entre seis y doce opiniones antes de tomar su decisión”, y además dos factores que inciden en la elección de algún destino, alojamiento, o actividad de interés se basa en las fotos de los viajeros y en la cantidad de premios otorgados por TripAdvisor.

Debido a la importancia de los feedbacks, se ha revisado la mencionada OTA con el fin de conocer la satisfacción generada a través del uso del servicio de Free Walking Tour Ecuador y de Strawberry Tour.

## **TripAdvisor: Free Walking Tour Ecuador**

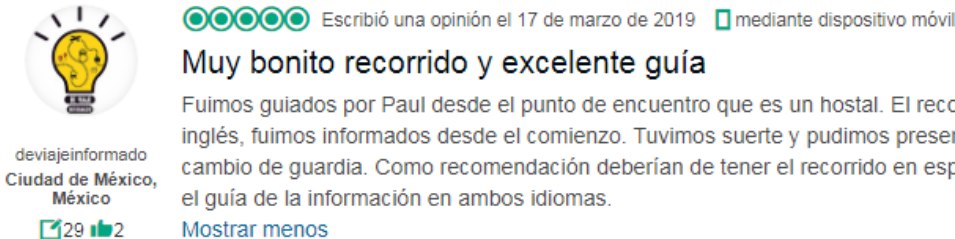
Las visitas gratuitas guiadas a pie han alcanzado una calificación de 5/5 de acuerdo a la página de TripAdvisor, lo cual los ha hecho acreedores del certificado de excelencia emitido por esta agencia de viajes online. Se han expuesto 929 reseñas, de las cuales el 91% son excelentes, seguido del 7% como muy bueno, el 1% menciona que el servicio brindado ha sido regular, y finalmente se da otro 1% donde se establece como pésimo. (TripAdvisor, 2019)

Los usuarios reaccionan de manera positiva, tanto a la actitud que ofrece el guía, como a sus conocimientos de la historia, cultura y arte de Quito y a su vez a los aportes o perspectivas de la política y economía del Ecuador en la actualidad. Destacan que al público le interesa acudir a los mercados puesto que degustan dulces o frutas que son exóticos para ellos. Por otra parte resaltan que cada uno de los guías manejan un buen dominio de lenguas como el inglés.



*Figura 6. Free Walking Tour Ecuador. Opiniones de viajeros. Tomado de: TripAdvisor, 2019.*

En cuanto a comentarios negativos o recomendaciones, los usuarios hacen hincapié que las visitas guiadas ofrezcan tours en español. Hay reseñas donde exponen que el guía realiza el tour netamente en inglés y en el caso de que haya alguna inquietud en los hispanohablantes, esta es respondida sin ningún problema, pero hay turistas que se sienten afectados ante esta política de tours restrictiva al idioma. Cabe recalcar que al momento de realizar una reserva ellos comunican las normas del tour incluyendo el idioma, dejando la decisión final al turista en aceptar o no el tour. Otra crítica se dirige a la cantidad de personas en un grupo, ya que un gran grupo de personas impide el buen entendimiento del recorrido.




**Muy bonito recorrido y excelente guía**

Fuimos guiados por Paul desde el punto de encuentro que es un hostel. El recorrido fue en inglés, fuimos informados desde el comienzo. Tuvimos suerte y pudimos presenciar el cambio de guardia. Como recomendación deberían de tener el recorrido en español o que el guía de la información en ambos idiomas.

[Mostrar menos](#)

**Fecha de la experiencia:** marzo de 2019

Figura 7. Free Walking Tour Ecuador. Opiniones de viajeros. Tomado de: TripAdvisor, 2019.



**Menosprecio de los hispano-hablantes**

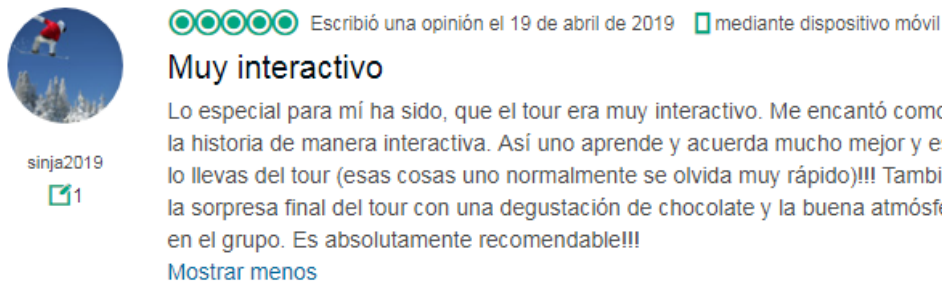
Mostrar mi absoluto desagrado hacia el trato recibido por parte de uno de los guías que decidío que todo el tour se iba a desarrollar en ingles, pese a haber varias personas en el grupo que hablabamos español. En ningun momento tradujo nada aun sabiendo que habia personas que no hablaban ingles en absoluto. El guia por cierto, era ecuatoriano. Se ve que es mucho mas "cool" hablar en ingles que en español. Asi nos va. Sugiero que al menos avisen que los tours van a ser en ingles (sus guías dicen que hablan varias idiomas pero no se para que) y asi que cada uno decida. Una desagradable experiencia.

[Mostrar menos](#)

Figura 8. Free Walking Tour Ecuador. Opiniones de viajeros. Tomado de: TripAdvisor, 2019.

### **TripAdvisor: Strawberry tours**

De acuerdo con la página, Strawberry Tours cuenta con 46 reseñas en total, donde los usuarios exponen el excelente servicio entregado y además destacan que el tour finalice degustando el chocolate artesanal. En cuanto a comentarios negativos se encontró uno, el mismo que se enmarca en un básico conocimiento por parte del guía e información errónea.



**Muy interactivo**

Lo especial para mí ha sido, que el tour era muy interactivo. Me encantó como Katty contó la historia de manera interactiva. Así uno aprende y acuerda mucho mejor y es algo que te lo llevas del tour (esas cosas uno normalmente se olvida muy rápido)!!! También me gustó la sorpresa final del tour con una degustación de chocolate y la buena atmósfera que había en el grupo. Es absolutamente recomendable!!!

[Mostrar menos](#)

**Fecha de la experiencia:** abril de 2019

[Preguntá a sinja2019 sobre Strawberry Tours](#)

Figura 9. Strawberry Tours. Opiniones de viajeros. Tomado de: TripAdvisor, 2019

## **Operadoras de turismo en la ciudad de Quito**

Con la finalidad de conocer cuáles son los paquetes turísticos que se comercializan en la ciudad de Quito, se acudió a tres operadoras turísticas que se encuentran en el Centro Histórico y además se visitó el Centro de Información Turística localizado en la Plaza de la Independencia o Plaza Grande.

Al realizar las visitas se pudo detectar que existen operadoras que dentro de su portafolio de servicios promocionan el servicio de los Free Walking Tours, mientras que, otras operadoras mantienen alianzas con las organizaciones mencionadas anteriormente.

En la operadora A venden el circuito de Quito city tour bajo la modalidad Hop on – Hop off, es decir mediante un bus panorámico el turista tiene la opción de subir y bajar en alguna de las 13 paradas haciendo uso del mismo ticket. El trayecto se basa en los alrededores del centro histórico y manejan tarifas de \$15,00 para adultos y \$7,50 para niños de hasta 12 años, mayores de 65 años y personas con discapacidad.

Según el operador y el folleto con la compra del ticket incluyen gratis un recorrido por parte de los Free Walking Tours, en este caso es manejado por Quito Walking Tours, consultando previa disponibilidad, ya que son realizados de lunes a viernes en horarios de 11h00 a 13h00. Otro de los recorridos es a la Mitad del Mundo, con un valor de \$30,00 e incluye traslados al Mirador del cráter del Volcán Pululahua y un recorrido guiado por parte de los Free Walking Tours dentro del Complejo Turístico Mitad del Mundo. Finalmente ofrecen paquetes full day a Cotopaxi, Quilotoa, Papallacata, Otavalo y Mindo con tarifas de máximo hasta \$70,00 por persona e incluye; guía, transporte, snack, y tickets.

La operadora B netamente ofreció un Free Walking Tour y no mostro ninguna otra opción como paquete turístico. La operadora ofreció el recorrido de Free Walking Tour Ecuador en la Plaza Huerto San Agustín.

La operadora C; venden excursiones de uno y dos días a la Reserva Ecológica Antisana, Baños, Mindo, Otavalo, Quilotoa y Termas de Papallacta. Otro de sus tours es al Centro Histórico y Mitad del Mundo con una tarifa establecida de \$60,00 mínimo dos pax o \$100 si es privado, donde incluye guía y transporte, y como segunda opción ofrecen también los recorridos de Free Walking Tours, donde establecen que al menos la propina debe ser del 10% con relación al precio de tour privado.

## **Capítulo 3: Metodología de la investigación**

### **Métodos de investigación**

Dentro de este ámbito investigativo se realiza el estudio de caso, el cual se enmarca en observar las características de una unidad con el fin de analizarlos y presentar conclusiones.

En un artículo realizado por (Monge, 2010) publicado en la Revista Nacional de Administración son citados Merriam y Yin (1988), donde explican que “con una investigación de estudio de caso se pueden lograr diferentes objetivos: hacer una descripción, ofrecer explicaciones o interpretaciones sobre el fenómeno investigado, explorar sus características y funcionamiento o hacer una evaluación” (p. 37).

### **Tipo de investigación**

Para el presente trabajo se ha optado por utilizar el método empírico. Según Rodríguez (2014) expresa que los métodos empíricos son basados en conocimiento dado por la experiencia, permite estudiar la información preliminar, del mismo modo verifica y comprueba teorías. Se emplea la observación para llegar a una conclusión, se busca utilizar este método para encontrar una respuesta a los fenómenos de la investigación y se basa en experiencia del individuo.

Posteriormente se utilizaría la investigación descriptiva donde, Zikmund (1998). Manifiesta que “consiste en describir las características de la población como: tamaño del mercado, quienes compran el producto, conocer la competencia. La investigación descriptiva determina: quién, qué, cuándo, dónde y cómo.”

Por consiguiente, es dicha investigación la que ayudará a determinar si los Free Walking Tours generan una influencia directa a quienes ejercen la actividad de recorridos tradicionales.

### **Técnicas de recolección de información**

El autor Cubillan (2014) relató que son técnicas donde el investigador obtiene la información necesaria para el proceso investigativo. En esta investigación se empleará fuente de información primaria como entrevistas, encuestas y por medio de la observación, además se utilizará fuente de información secundaria obtenida de libros y papers.

## **Fuente de información primaria**

Información que se obtiene de la realidad misma, sin tener ningún proceso de elaboración previa. Obtenida por medio de observación directa e indirecta, cuestionarios y entrevistas.

### **Observación**

De acuerdo a Kawulich (2005) “la observación participante es el proceso que faculta a los investigadores a aprender acerca de las actividades de las personas en estudio en el escenario natural a través de la observación y participando en sus actividades”.

Con la finalidad de determinar la forma de operar y conocer el nivel de servicio del Free Walking Tour se ha practicado una observación directa o empírica haciendo uso de un checklist como formato de herramienta para obtener información sistemática del servicio, el mismo fue calificado mediante la escala de Likert y desde el punto de vista de las investigadoras. Las variables estudiadas se basan en (a) inicio del recorrido; (b) actitudes; (c); habilidades del guía; (d); conocimientos; (e) técnicas de guiado; (f) formas de comercialización; y (g) seguridad. (Ver apéndice A).

### **Encuesta**

Según Cubillan (2014) es un método de información en la cual se utilizan formularios dirigido a un grupo de personas. La encuesta es el mismo formato para todos. Dentro contienen una serie de preguntas que se responden en el mismo formulario, además, muestra datos cuantitativos acerca de un tema o problema, pero se puede optar por un estudio cualitativo.

Según Rodríguez (2010) método por donde se habilita las respuestas en términos significativos y descriptivos donde incluye variables por medio del resultado de información sistemática con una herramienta establecida que asegure el rigor del resultado de la información alcanzada.

El objetivo de realizar la encuesta se fundamenta en conocer el perfil del turista, sus motivaciones para elegir este tipo de tour y finalmente para conocer la percepción sobre el servicio brindando a base de los Free Walking Tours, con su respectiva variable se obtiene un cuestionario con 24 interrogantes clasificados por medio de dimensiones. (Ver apéndice B) el cual fue diseñado en español y para visualizar el modelo en inglés (Ver apéndice C).



Tabla 10.  
Dimensiones de la encuesta

Variable	Dimensiones	Criterios
Guianza	Organización	<ul style="list-style-type: none"> <li>• El guía está en el punto de encuentro</li> <li>• Es fácil determinar quién es el guía asignado</li> <li>• El guía se presenta ante todos los turistas</li> <li>• El tour empieza a la hora determinada</li> <li>• Antes del recorrido se menciona con exactitud toda la ruta a realizar</li> <li>• Se realizan todas las paradas mencionadas</li> </ul>
	Seguridad	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Considera usted que el guía le transmite confianza</li> <li>• Se siente seguro por las calles que recorre</li> <li>• Se siente confiado de recibir la información correcta</li> <li>• Se siente seguro de ingerir alimentos en los mercados recorridos</li> <li>• Considera que el guía debe poseer un botiquín de primeros auxilios</li> </ul>
	Servicio	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Considera que ha tenido una experiencia diferente a un tour tradicional</li> <li>• Considera atractivos los horarios que establecen</li> <li>• Considera que el guía cumple con conocimiento suficiente</li> <li>• El personal de guianza recalca que es un servicio a base de propinas</li> <li>• Durante el recorrido tuvo una atención personalizada</li> <li>• La forma de promocionar los tours en internet es atractiva</li> <li>• Durante el recorrido le ofrecen tours pagados</li> <li>• El personal tiene buena apariencia (uniforme)</li> <li>• Si el recorrido no es de su agrado, se iría a mitad de camino</li> </ul>
	Empatía	<ul style="list-style-type: none"> <li>• El guía muestra interés ante alguna pregunta o requerimiento especial</li> <li>• El guía posee dominio de lenguas extranjeras</li> <li>• El guía está dispuesto a ayudar al turista</li> <li>• Cree que sus preguntas fueron contestadas con veracidad</li> </ul>

### **Dimensión 1: Organización**

Se conocerá toda la planificación de su servicio, tiempo establecido del comienzo durante y terminación del tour, paradas indicadas por el guía, ruta determinada por medio de seis interrogantes.

### **Dimensión 2: Seguridad**

Por medio de cinco interrogantes se obtendrá información acerca de confiabilidad que tiene la persona ya que, al tomar el tour, se especifica acerca de la seguridad que transmite el guía, la información que brinda o caminar por las calles sin temor a sentirse afectado personalmente y si considera que cada guía tenga a su disposición un botiquín de primeros auxilios

### **Dimensión 3: Servicio**

Mediante nueve interrogantes se analiza la calidad de servicio que reciben los turistas tanto nacionales como extranjeros donde se incluye horarios, experiencia, tours adicionales, apariencia y servicios adicionales. Se estudiará el agrado de las personas que lo toman y cuáles son las deficiencias que tienen este tipo de tour.

### **Dimensión 4: Empatía**

En esta dimensión se conocerá si el guía conoce diferentes idiomas, además si muestra interés con pregunta que se le realiza y si está dispuesto ayudar al turista por medio de cuatro interrogantes.

### **Entrevista**

De acuerdo con Ramírez (2013) cita a Galicia (1976) indica que es una forma de comunicación interpersonal que tiene por objeto proporcionar o recibir información y en virtud de las cuales se toman determinadas decisiones.

Las entrevistas para el proyecto en desarrollo fueron realizadas a guías que realizan los Free Walking tours; así como también a un guía que realiza la actividad de forma tradicional; a un operador turístico; y finalmente al Ministerio de Turismo de forma particular al Departamento Técnico. El objetivo de las entrevistas se basa en conocer la forma de operar de los Free Walking Tours, indagar como podrían ser afectados los guías tradicionales y por último si el Ministerio de Turismo cuenta con datos estadísticos en base a quejas o reclamos suscitados por esta nueva modalidad. (Ver apéndices D, E, F y G).

### **Fuente de información secundaria**

Se obtiene a partir de investigaciones ya realizadas por otros investigadores con otros propósitos. La investigación es obtenida por medio de libros expedientes, estadísticas, censo, base de datos, bibliotecas.

En la investigación que se realizará se hará uso de fuentes de información primaria en donde se puede encontrar la observación directa y hacer uso de los cinco sentidos por lo que se acudirá a la capital del país donde practican este tipo de tour y así estudiar el comportamiento de quienes lo practican y realizan. Además, se utilizará como ejemplo información secundaria tales como libros, artículos y directorios donde se encontrará este tipo de investigación.

### **Instrumentos y herramientas para la recolección de información**

Los instrumentos utilizados fue un formato de preguntas para conocer la percepción de la calidad del servicio y conocer las motivaciones que lo llevan a elegir este tipo de tour y una grabadora para obtener información del entrevistado.

### **Objeto de la investigación**

El objeto de la investigación se basa en las visitas de los turistas nacionales e internacionales de Quito. Asimismo, los guías acreditados de turismo y quienes operan los free tour. Además, el Ministerio de Turismo será el objeto clave para conocer la situación actual de los guías acreditados y como ha incurrido en esta nueva tendencia de mercado en la ciudad.

### **Enfoque de la investigación**

En un libro publicado por Ruíz (2011) citan a los autores Blasco y Pérez (2007), señalan que la investigación cualitativa estudia la realidad y como se desarrolla, se obtiene la interpretación de la situación expuesta con factores implicados (p.25).

Utiliza variedad de instrumentos para recoger información como las entrevistas, observaciones, imágenes, en los que se describen las rutinas y las situaciones problemáticas, así como los significados en la vida de los participantes.

Además Monje (2011) indica que la investigación cuantitativa forma parte de cuerpos teóricos aceptados por científicos para determinar el nivel de relaciones previstas entre variables.

En la presente investigación, se ha optado por elegir la investigación cualitativa y cuantitativa, dado que, va a permitir establecer su forma de operar, los motivos de preferencia de este tipo de recorridos turísticos, cuál es el mercado objetivo y su satisfacción ante el servicio y permitirá saber cómo influye en la guianza tradicional.

### **Tamaño de la muestra**

Para conocer el tamaño de la muestra se procedió a aplicar la siguiente fórmula, se tomó en cuenta como población el número de visitantes nacionales y extranjeros de la ciudad de Quito. De acuerdo con las estadísticas de la Empresa Publica Metropolitana de Quito, el Aeropuerto Internacional Mariscal Sucre recibió 2 625 443 visitas durante el 2018 de vuelos internacionales y nacionales.

Dónde:

$$n = \frac{N}{E^2(N - 1) + 1}$$
$$n = \frac{2,625,443}{0.05^2(2,625,443 - 1) + 1}$$
$$n = 384$$

Se expresa de la siguiente manera:

n = Tamaño de la muestra (se refiere al número de la población con la cual se va a trabajar).

N = Población (total de la población donde se va a realizar la investigación).

E = Error de muestreo (Se va a trabajar con un margen de error del 0,05).

### **Metodologías de análisis de resultados**

El análisis se determinó manualmente después de la información recolectada, se procedió a analizar cada una de las respuestas de los encuestados y se lo presenta por medio de gráficos e interpretaciones. Además, se mantuvo un estudio general por parte de Ministerio de Turismo y guías acreditados por medio de entrevistas.

Antes de efectuar la entrevista con los guías que realizan esta actividad, se elaboraron diez preguntas, las cuáles ayudaran a conocer su forma de operación, además se busca conocer si reciben algún tipo de capacitaciones antes de realizar los tours y conocer el tipo de marketing que utilizan para su empresa. Asimismo, se elaboró un banco de preguntas para el Ministerio de Turismo en Quito para conocer más detalles sobre este fenómeno llamado Free Walking Tour ante la guianza tradicional.

## Análisis de encuestas

Se realizó la encuesta a turistas nacionales y extranjeros que optaron por tomar un Free Walking Tour entre el 12 al 16 de junio del presente año. Las encuestas fueron realizadas en el Centro Histórico de la Ciudad de Quito y Community Hostel donde se ubica la mayor cantidad de turistas que hacen uso del servicio.

Para conocer la situación actual se realizó un total de 384 en el Distrito Metropolitano de Quito, los resultados obtenidos de dichas encuestas son los siguientes:

Tabla 11.  
*Análisis demográficos de turistas encuestados en la capital del país*

Datos demográficos de turistas en la Ciudad de Quito							
<b>Sexo</b>							
<u>Femenino</u>	65%			<u>Masculino</u>	35%		
<b>Procedencia</b>							
<u>Nacional</u>	17%			<u>Extranjero</u>	83%		
<b>Edad</b>							
<u>Entre 18-28</u>	62%	<u>Entre 29-39</u>	18%	<u>Entre 40-50</u>	12%	<u>Entre 51 o más</u>	8%
<b>Nivel de ocupación</b>							
<u>Estudiante</u>	52%	<u>Trabajador dependiente</u>	17%	<u>Trabajador independiente</u>	26%	<u>Jubilado</u>	5%

Según las encuestas realizadas, la mayor parte de personas que optan por tomar Free Walking tour son mujeres obteniendo un porcentaje de 65% y 35% hombres, entre los visitantes encuestados se encontró que el 62% tiene entre 18 a 28 años, seguidos por un 18% en el rango de 29 a 39 años, con un 12% son de 40 a 50 años y el 5% restante en el rango de 51 años en adelante. Los turistas en su mayor parte son extranjeros con un 83%, Sin embargo, los turistas nacionales ocupan un 17% del total de las encuestas. El mayor nivel de ocupación son estudiantes con un 52% dando como resultado más de la mitad de los encuestados, como segundo dato se conoce que son trabajadores independientes con un 26% ya que no se encuentran vinculados con algún tipo de empresa mediante un contrato de trabajo.

A continuación, se detallan las preguntas y resultados obtenidos mediante la encuesta realizada a extranjeros y nacionales que utilizan este servicio en la ciudad de Quito.

**Pregunta 1: ¿Cómo planifica su viaje?**

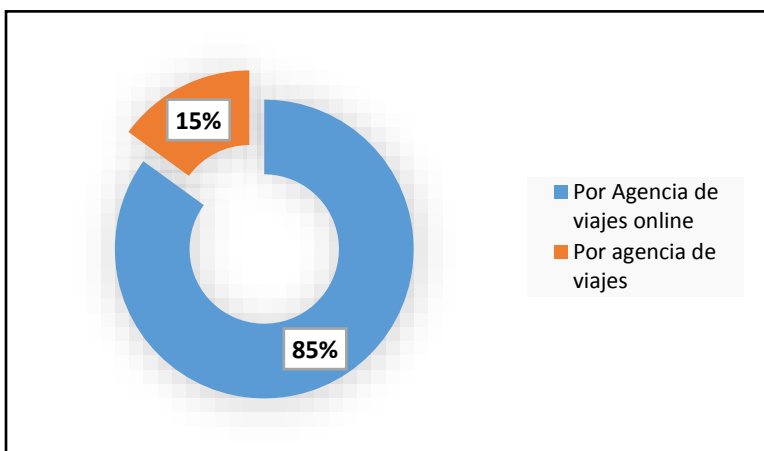


Figura 10. Cómo es planificado el viaje.

**Análisis de resultados:**

El 85% de las personas encuestadas contestaron que planifican sus viajes por medio de plataformas virtuales como Trip Advisor, Despegar.com, Trip4real y el 15% seleccionó que optan por agencias de viajes presenciales. Es decir, las agencias de viajes online tienen mayor selección dentro de los usuarios.

**Pregunta 2: ¿Usted realiza tours en la ciudad?**

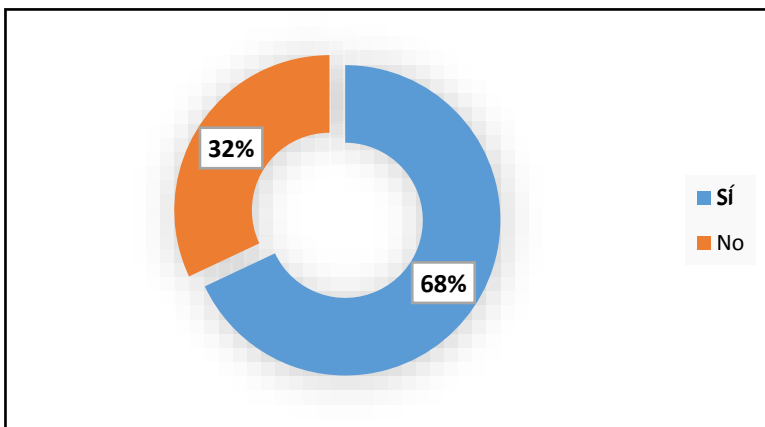


Figura 11. Uso de tours en la ciudad de Quito.

**Análisis de resultados:**

El 68% de las personas encuestadas afirmaron que realizan tours en la ciudad, mientras que, el 32% de los encuestados dieron un resultado negativo.

**Pregunta 3: Si su respuesta anterior fue SÍ ¿De qué manera contrata tours?**

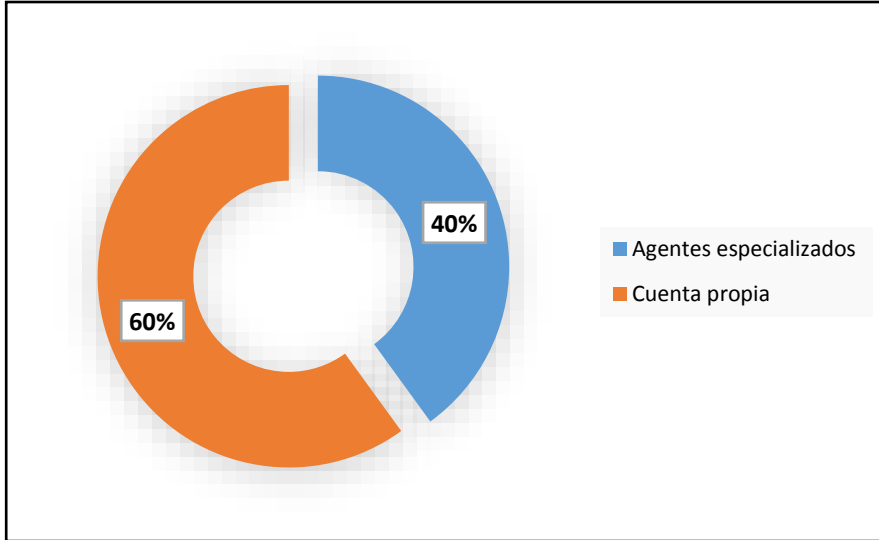


Figura 12. Cómo contrata tours.

**Análisis de resultados:**

Los encuestados que afirmaron que si optan por realizar tours señalaron que lo realizan por medio de agentes especializados como agencias de viajes dando un resultado de 60% y con un 40% lo hacen por cuenta propia.

**Pregunta 4: ¿Conoce usted acerca de los Free Walking Tours?**

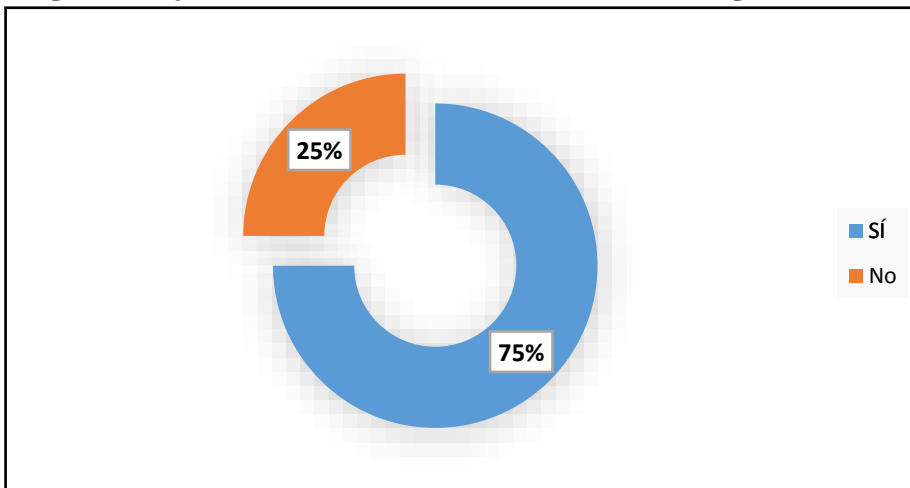


Figura 13. Conocimiento acerca de los Free Walking Tour.

**Análisis de resultados:**

Se obtuvo que un 75% de los encuestados si conoce los Free Walking Tours, como por ejemplo su manera de operación, condiciones y características que poseen. Por consiguiente, se obtuvo un 25% en base al desconocimiento acerca de esta nueva modalidad de operación.

**Pregunta 5: ¿Ha tomado un Free Walking Tour en la ciudad de Quito?**

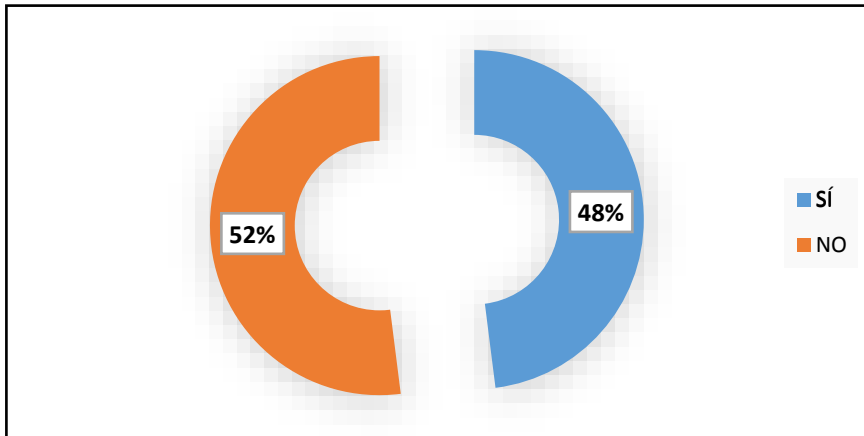


Figura 14. Uso de Free Walking Tour en Quito por los turistas.

**Análisis de resultados:**

El 48% de las personas encuestadas señalaron que, si han tomado un Free Tour en la ciudad de Quito, seguidamente el 52% de los encuestados dieron un resultado negativo.

**Pregunta 6: ¿De qué país proviene?**

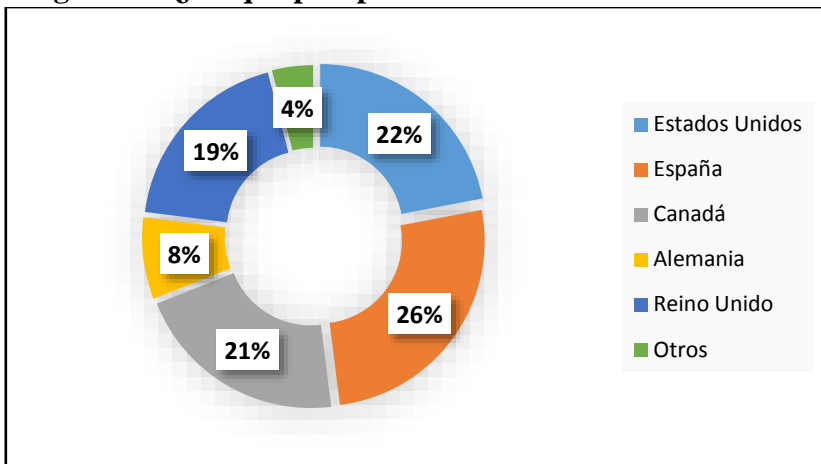


Figura 15. País de procedencia

**Análisis de resultados:**

Según las encuestas los extranjeros que optan por tomar un Free Walking tour son procedentes de España con un 26%, Reino Unido con un 23% seguidamente de Estados



Unidos con el 22%, Canadá con 21% y finalmente Alemania ocupa el 8% del total de los encuestados.

**Pregunta 7: ¿Cuánto estaría dispuesto a entregar de propina?**

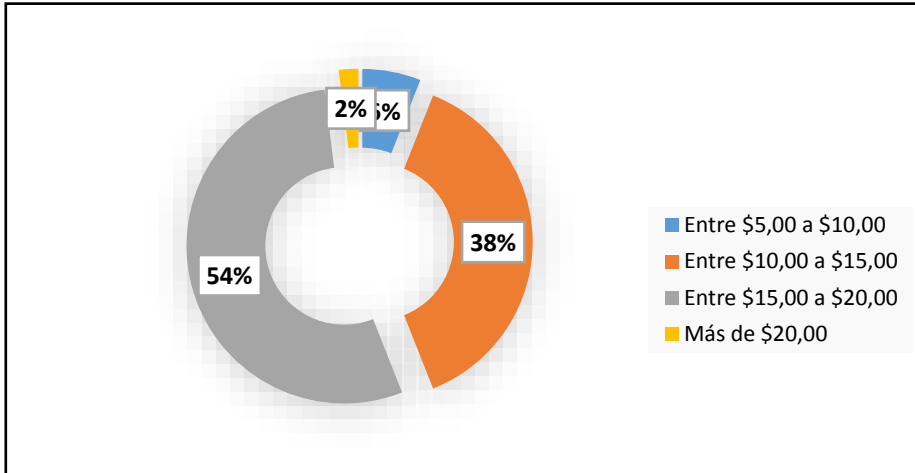


Figura 16. Disposición de los turistas para entregar propina.

**Análisis de resultados:**

El 54% de personas encuestadas estarían dispuestos a dar una propina entre \$15 a \$20 dólares en cada tour, también se debe indicar que el 38% darían un aproximado de \$10 y \$15 dólares cada uno, seguido de un 6% que estarían dispuestos a colaborar entre \$5 y \$10 y con un 2% pagarían más de \$20 dólares como voluntad.

**Pregunta 8: ¿Recomendaría a sus conocidos a realizar un free tour en la ciudad de Quito?**

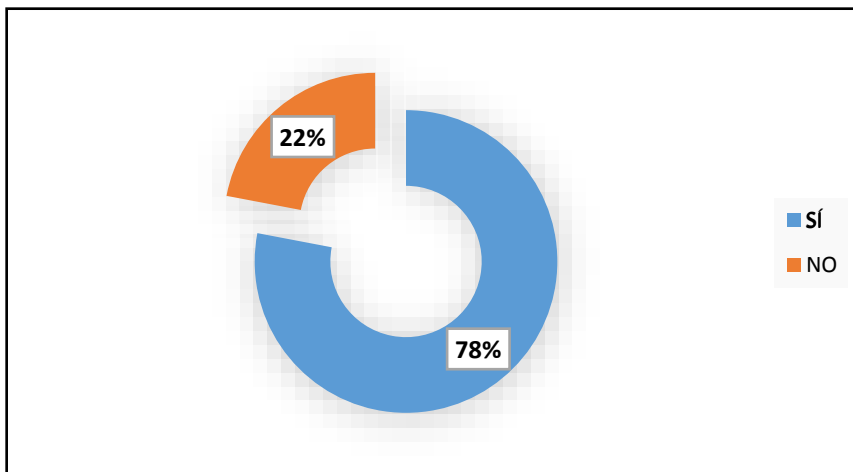
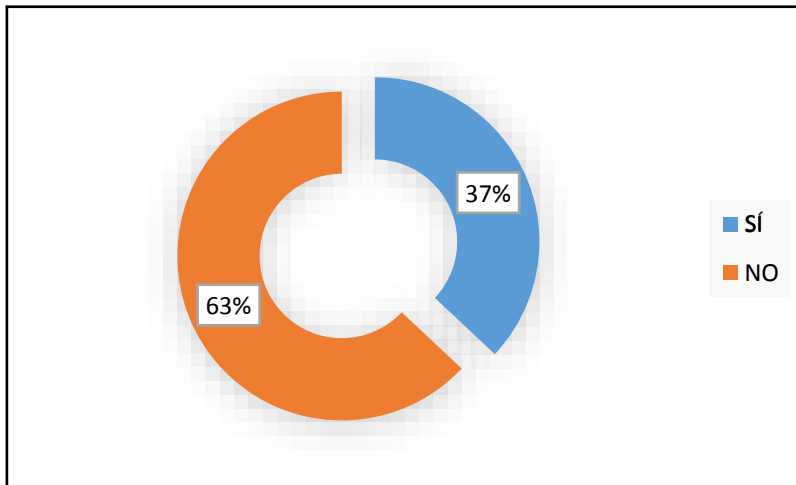


Figura 17. Recomendación a conocidos sobre realizar el Free Walking Tour en Quito.

### **Análisis de resultados:**

Con un 78% los encuestados responden que si recomendaran a realizar un Free Tour en la ciudad de Quito y el 22% indicó que no lo recomendarían.

### **Pregunta 9: ¿Hace uso de los tours pagados que ofrecen los free tours?**

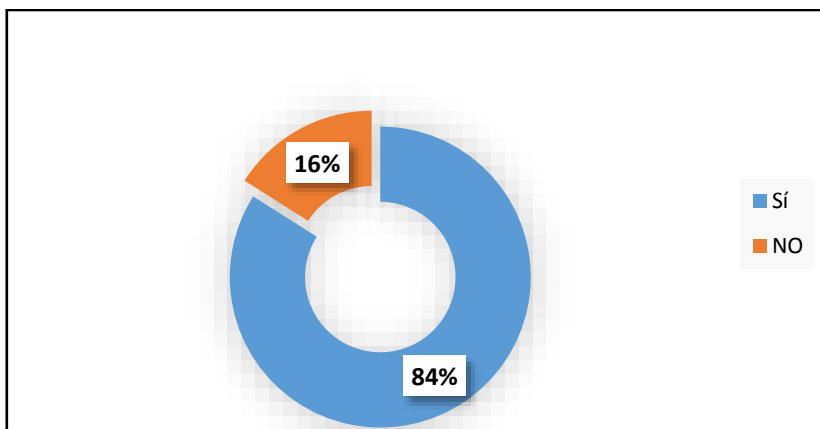


*Figura 18.* Adquisición de tours con tarifas ofrecidos durante el recorrido.

### **Análisis de resultados:**

Según los encuestados en la ciudad de Quito señalaron con un 63% que no hacen uso de los tours pagados adicionales que ofrecen las operadoras como son Quilotoa, Mitad del Mundo o tours gastronómicos y un 37% si optan por tomar un full day.

### **Pregunta 10: ¿Cree usted que el servicio proporcionado es informal?**



*Figura 19.* Consideración del servicio informal.

### **Análisis de resultados:**

La mayoría de encuestados indicó que el servicio proporcionado es informal con un 84%, sin embargo, el 16% señalaron que no considera el servicio como informal.

**Pregunta 11: En una escala del 1 al 5 califique cuales son los motivos por los que utiliza un Free Walking Tour, siendo 1 la calificación más baja y 5 la más alta**

Tabla 12.

*Resultados de las motivaciones que conllevan a utilizar un Free Walking Tour*

	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>TOTAL</b>
Por obtener una experiencia local	2%	1%	6%	34%	57%	100%
Por no tener una tarifa establecida	10%	22%	5%	42%	21%	100%
Por la facilidad de reservar un cupo	3%	6%	21%	23%	47%	100%
Se ajustan al presupuesto del turista	5%	14%	7%	28%	46%	100%
Hay menos personas	23%	8%	35%	24%	10%	100%
Se conoce mejor la ciudad caminando	9%	12%	21%	3%	55%	100%
Por el horario que establecen	18%	14%	34%	21%	13%	100%
Por las visitas a atractivos culturales y gastronómicos	4%	1%	26%	64%	5%	100%
El guía da una atención personalizada	5%	3%	18%	11%	63%	100%
En 3 horas se conoce los sitios turísticos	43%	19%	5%	19%	14%	100%
Porque los guías son más jóvenes y poseen mejor actitud	34%	11%	9%	23%	23%	100%
Por la facilidad de encontrarlos en Internet	23%	2%	12%	29%	34%	100%

**Análisis de Resultados**

Se analiza de manera general cuales fueron las motivaciones que llevaron a los encuestados a contratar el servicio de Free Walking Tour, según los resultados obtenidos expresan que la principal motivación es la atención personalizada por parte del guía, también muestran interés por adquirir este servicio ya que obtienen una experiencia local caminando. Entre otras motivaciones los encuestados indican sobre la facilidad de encontrarlos en Internet, el horario que establecen y no poseen una tienen una tarifa establecida.

Se desglosó cada uno de los parámetros para un mejor análisis.

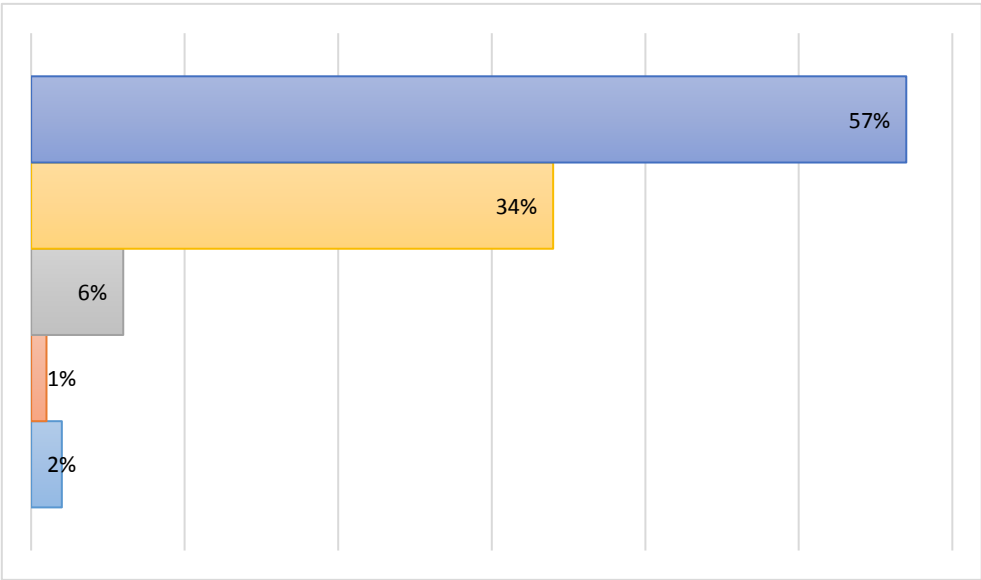


Figura 20. Por obtener una experiencia local.

**Análisis de resultados:**

Con un 57% los encuestados señalan que están totalmente de acuerdo que lo eligen por obtener una experiencia local, mientras que un 34% está de acuerdo, un 6% calificó con un tres que quiere decir que no se encuentran en acuerdo ni en desacuerdo, un 1% califico con dos la cual están en desacuerdo y un 2% están totalmente en desacuerdo.

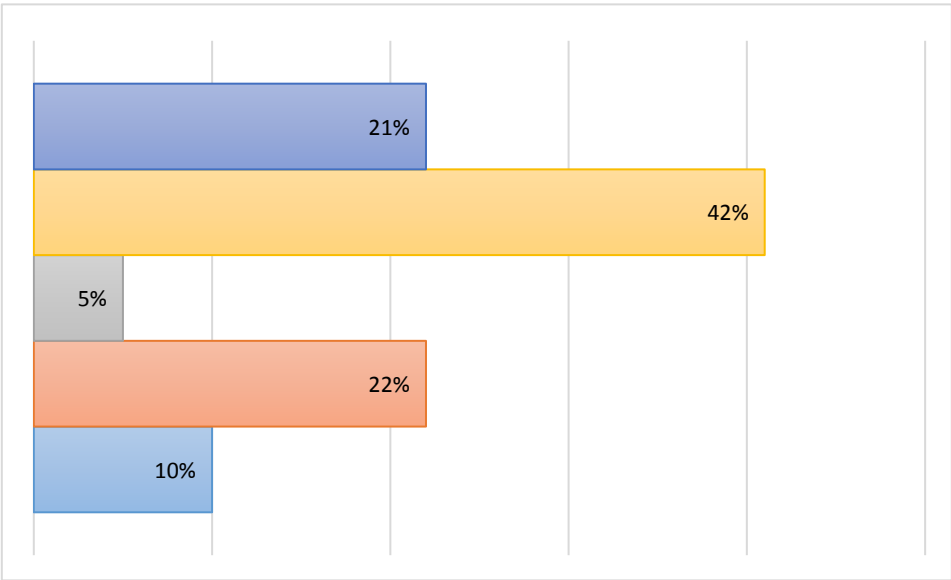


Figura 21. Por no tener una tarifa establecida.

**Análisis de resultados**

Se pudo distinguir dos tipos de reacciones ante esta interrogante, pues el porcentaje alto indicó que los encuestados se encuentran de acuerdo en elegir el tour por no tener una tarifa establecida con un 42% del total pero se obtiene un resultado similar donde los encuestados con un 21% señalan que no se encuentran en total desacuerdo seguido de un 22% que se encuentran totalmente de acuerdo que sus principales motivaciones por elegir este tipo de tour es por carecer una tarifa exacta, así mismo con un 10% se encuentra totalmente desacuerdo y el 5% explica que es irrelevante este factor.

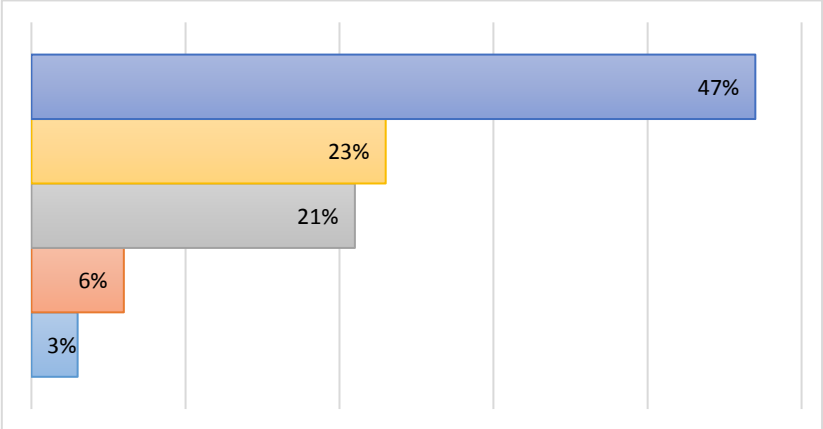


Figura 22. Facilidad de reservar un cupo para el recorrido.

**Análisis de resultados**

Según los resultados, un 47% explica que, una de las principales motivaciones que tienen por tomar el tour es la facilidad de reservar cupo, seguido con un 23% en el que están de acuerdo, además el 21% considera que no afecta a la decisión, sin embargo, el 6% y 3% con valor mínimo del total considera que están en desacuerdo con este factor.

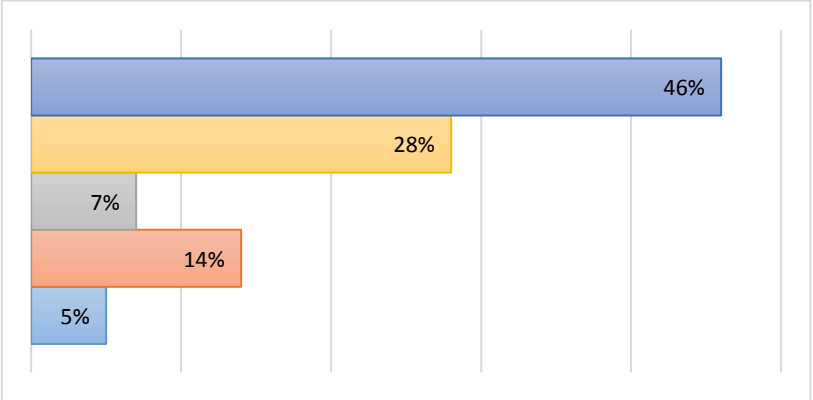


Figura 23. Modalidad de pago se ajusta al presupuesto del turista.

### Análisis de resultados

Uno de los factores que más influye en la decisión de tomar o no un tour es la parte económica, en el siguiente gráfico se puede observar que un 46 % opina que está muy de acuerdo un 28% asevera que está de acuerdo, un 14% es neutral en esta decisión y un porcentaje mínimo del 7% y 5% señaló que no están de acuerdo.

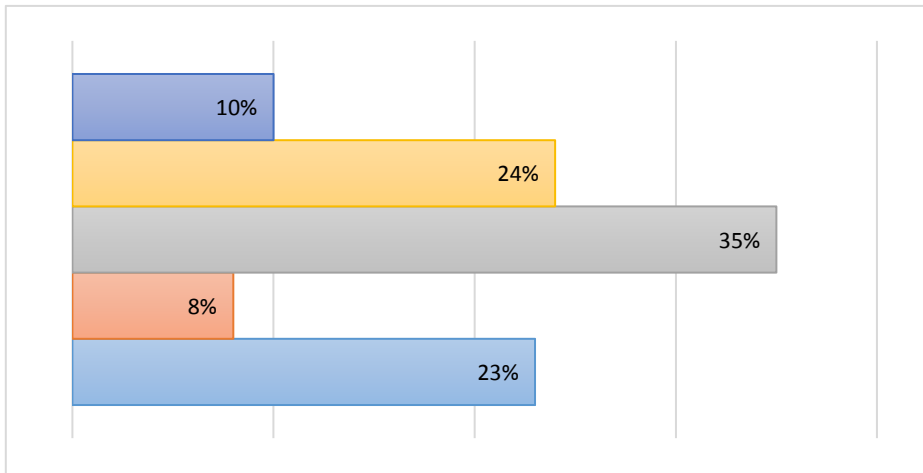


Figura 24. Menor cantidad de turistas durante el recorrido.

### Análisis de resultados

El 35% de las personas encuestadas indicó que es irrelevante que acudan grandes cantidades de personas, sin embargo, con un 24% se encuentran de acuerdo, junto al 10% que está totalmente de acuerdo, pero el 23% está totalmente en desacuerdo.

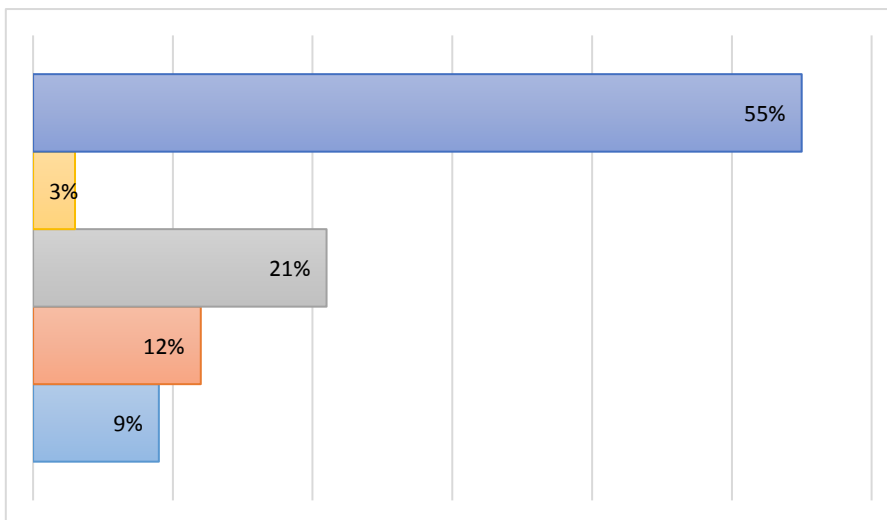
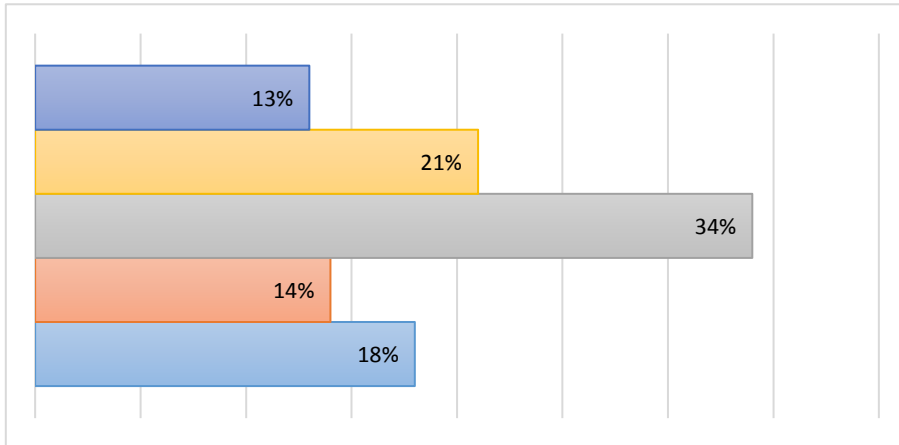


Figura 25. Recorrer la ciudad caminando.

### **Análisis de resultados**

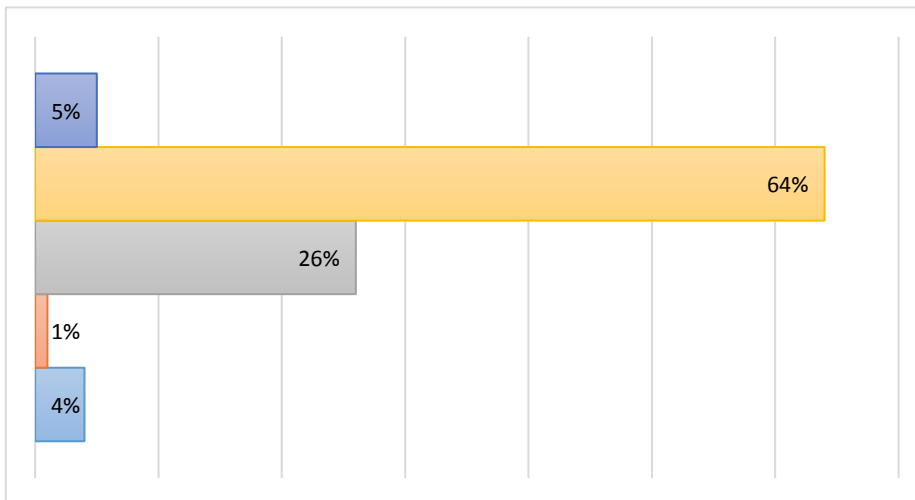
En la siguiente pregunta se deseaba conocer si las personas creen que es mejor conocer la ciudad caminando la cual se obtuvo un resultado del 55% que están totalmente de acuerdo y con un porcentaje mínimo del 3% se encuentra en total desacuerdo esta función. A su vez establecieron con un 21% que es indiferente este factor



*Figura 26.* Por el horario de recorrido establecido.

### **Análisis de resultados**

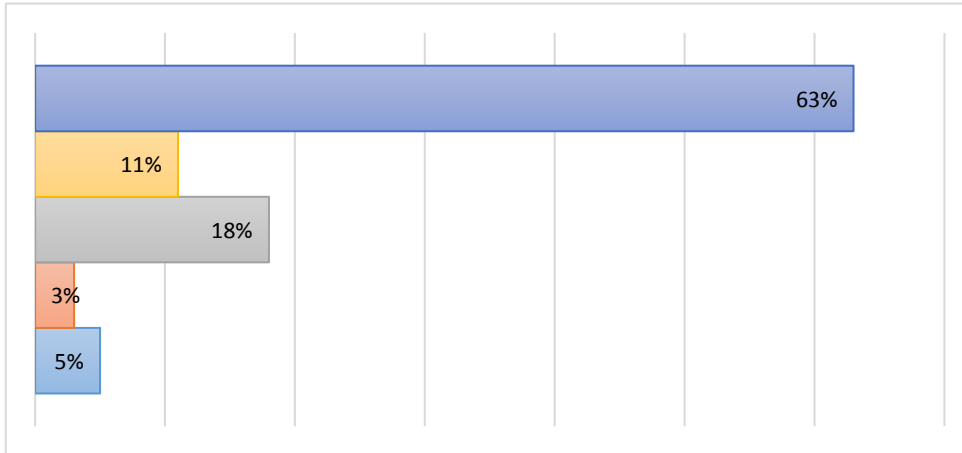
Son totalmente irrelevantes los horarios que manejan cada empresa según los encuestados ya que se obtuvo un 34% seguido de un 21% que está de acuerdo con esta notación, con un 18% y 14% se encuentran en total desacuerdo.



*Figura 27.* Por visitar atractivos culturales y gastronómicos.

### **Análisis de resultados**

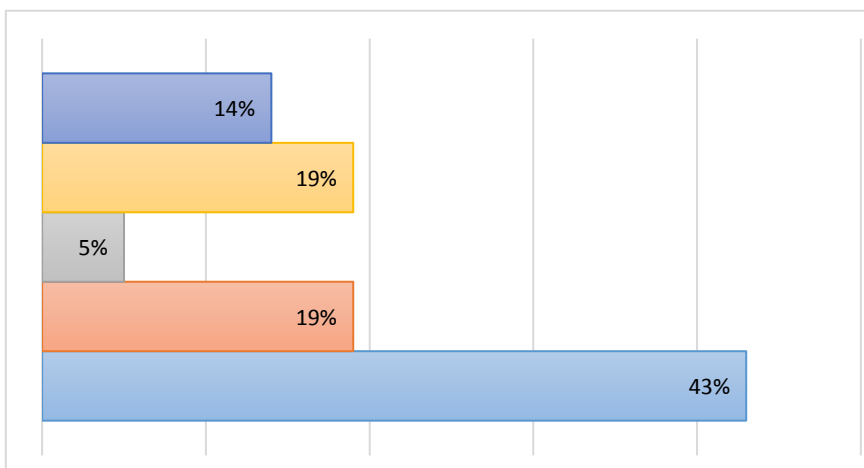
Positivamente el nivel de satisfacción de los turistas por visitar atractivos culturales y gastronómicos es muy alto obteniendo un 64% junto al 5% que se encuentran totalmente de acuerdo seguidamente un 26% no se encuentra ni de acuerdo ni en desacuerdo y con mínimo desacuerdo del 4% y 1% del total.



*Figura 28.* Por la atención personalizada del guía.

### **Análisis de resultados**

Con más de la mitad de los resultados están de acuerdo que el guía da una atención personalizada dando como resultado el 63% la cual es uno de los principales motivos por el cual deciden tomar el tour, con un 18% es totalmente indiferente y el 5% junto al 3% no están de acuerdo con este factor.



*Figura 29.* Porque en tres horas se conocen los atractivos.



### Análisis de resultados

Las encuestas indican un total desacuerdo en que tres horas se conoce los sitios turísticos por medio de un 43% seguidamente con un 19% de desacuerdo y con un mínimo resultado del 14% se encuentran totalmente de acuerdo.

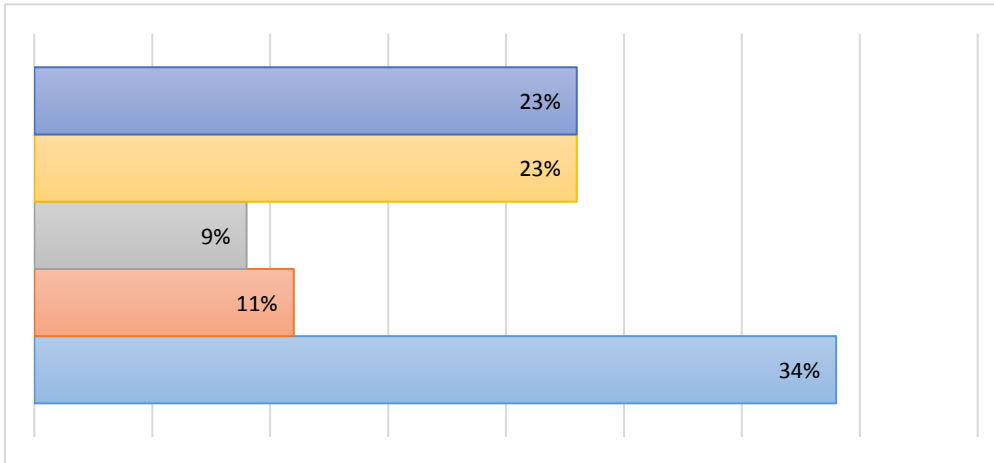


Figura 30. Porque los guías son jóvenes y poseen mejor actitud.

### Análisis de resultados

El 34% de las encuestas señalan que existe un total desacuerdo en que el motivo principal de elegir un tour son por los guías jóvenes ya que poseen mejor actitud, pero un 23% está totalmente de acuerdo de esta condición, sin embargo, el 9% no considera un aspecto favorable al momento de decidir por el servicio.

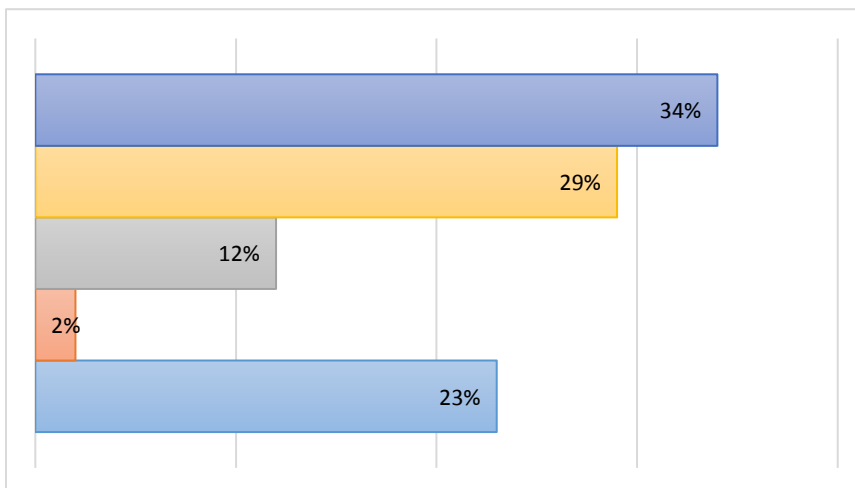


Figura 31 Por la facilidad de encontrarlos en internet.

### **Análisis de resultados**

Según las encuestas realizadas los Free Walking Tours tienen la facilidad de encontrarlos por internet con un 34% y 29% lo cual están totalmente de acuerdo con la condición, aunque el 23% del total se encuentre en total desacuerdo a esta motivación.

A continuación, se detallará los resultados de las dimensiones de la encuesta realizada.

#### **Dimensión 1: Organización**

Tabla 13.

*Resultados de la Dimensión Organización de los Free Walking Tours en la ciudad de Quito.*

	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>TOTAL</b>
El guía está en el punto de encuentro	7%	9%	3%	10%	71%	100%
Es fácil determinar quién es el guía asignado	14%	19%	10%	23%	34%	100%
El guía se presenta ante todos los turistas	12%	2%	23%	30%	33%	100%
El tour empieza a la hora determinada	5%	2%	9%	61%	23%	100%
Antes del recorrido se menciona con exactitud toda la ruta a realizar	57%	7%	12%	15%	9%	100%
Se realizan todas las paradas mencionadas	22%	42%	21%	12%	3%	100%

### **Análisis de resultados**

Dentro de esta dimensión, los turistas encuestados dan a conocer la organización que realizan los Free Tour, con un 71% manifiestan que el guía siempre se encuentra en el punto de encuentro determinado por la empresa, además es fácil determinar el guía asignado ya que el resultado fue de 34% siendo el mayor porcentaje dentro de esta nominación. Por lo consiguiente, los guías se presentan ante todos y el tour por lo general empieza a la hora dictada por la empresa, Sin embargo, existe un déficit al momento de comenzar el recorrido ya que no mencionan la ruta que se realizará antes de los tours y por como resultado se desconoce las paradas que se ejecutarán durante el recorrido.

## Dimensión 2: Seguridad

Tabla 14.

*Resultados de la Dimensión Seguridad de los Free Walking Tour en la ciudad de Quito.*

	1	2	3	4	5	TOTAL
Considera usted que el guía le transmite confianza	2%	7%	1%	29%	61%	100%
Se siente seguro por las calles que recorre	16%	55%	4%	2%	23%	100%
Se siente confiado de recibir la información correcta	8%	9%	12%	24%	47%	100%
Se siente seguro de ingerir alimentos en los mercados recorridos	4%	12%	3%	47%	34%	100%
Considera que el guía debe poseer un botiquín de primeros auxilios	13%	43%	2%	23%	19%	100%

### Análisis de resultados

Según las encuestas los usuarios si consideran que el guía les trasmite confianza obteniendo un 61%, además se sienten seguros en ingerir alimentos en los mercados recorridos, Por otro lado, consideran que no se sienten seguros por las calles que recorren ya que no cuentan con ningún seguro y solo se encuentran con policías metropolitanos en las calles, aunque consideran que no deberían poseer un botiquín de primeros auxilios. Sin embargo, la información que obtienen de los guías la aprecian como correcta.

### Dimensión 3: Servicio

Tabla 15.

*Resultados de la Dimensión Servicio de los Free Walking Tours en la ciudad de Quito.*

	1	2	3	4	5	TOTAL
Considera que ha tenido una experiencia diferente a un tour tradicional	12%	2%	3%	30%	53%	100%
Considera atractivos los horarios que establecen	23%	3%	35%	31%	8%	100%
Considera que el guía cumple con conocimiento suficiente	2%	17%	5%	23%	53%	100%
El personal de guianza recalca que es un servicio a base de propinas	23%	12%	7%	15%	43%	100%
Durante el recorrido tuvo una atención personalizada	12%	23%	11%	13%	41%	100%
La forma de promocionar los tours en internet es atractiva	3%	12%	17%	27%	53%	100%
Durante el recorrido le ofrecen tours pagados	25%	46%	12%	1%	16%	100%
El personal tiene buena apariencia (uniforme)	21%	33%	29%	12%	5%	100%
Si el recorrido no es de su agrado, se iría a mitad de camino	55%	19%	4%	12%	10%	100%

#### **Análisis de resultados:**

La tercera dimensión trata sobre el servicio que reciben lo cual consideran que han tenido una experiencia diferente al tour tradicional obteniendo un 53% del resultado seguidamente con un 30%, eso quiere decir que se encuentran muy satisfechos del servicio que reciben, pero en el caso que no sea de su agrado no se irían a mitad del camino. Entre otros factores se determina que los horarios que establecen no son relevantes para los usuarios, pero consideran que el guía cumple con conocimientos suficientes y señala que su trabajo es a base de propina. Por consiguiente, señalan que durante el recorrido la atención es personalizada pero no ofrecen tours pagados dentro del mismo. Por último, los guías no cuentan con algún tipo de uniforme.

#### **Dimensión 4: Empatía**

Tabla 16.

*Resultados de la Dimensión Empatía de los Free Walking Tours en la ciudad de Quito.*

	1	2	3	4	5	TOTAL
El guía muestra interés ante alguna pregunta o requerimiento especial	22%	9%	3%	11%	55%	100%
El guía posee dominio de lenguas extranjeras	12%	32%	19%	3%	34%	100%
El guía está dispuesto a ayudar al turista	7%	8%	6%	14%	65%	100%
Cree que sus preguntas fueron contestadas con veracidad	3%	8%	17%	26%	46%	100%

#### **Análisis de resultados:**

En la cuarta dimensión se considera el porcentaje de los valores evaluados por los turistas en cuanto a la empatía que transmitió el guía. De acuerdo los resultados evaluados fueron muy altos. Como se puede evidenciar, el resultado que se obtuvo indica la satisfacción de la disponibilidad para responder a las preguntas de los turistas. Sin embargo, se debe mejorar en el dominio de lenguas extranjeras ya que no es muy amplio en este aspecto.

#### **Entrevistas realizadas al sector público y privado de la ciudad de Quito**

Para poder analizar si las visitas guiadas gratuitas o conocidas como Free Walking Tour se encuentran repercutiendo o afectado de alguna manera a la guianza tradicional, se consideró entrevistar a dos coordinadoras técnicas del Ministerio de Turismo; a dos guías Nacionales, quienes imparten el recorrido de Free Walking Tour, a un especialista en la actividad de la guianza que lleva trabajando en el mercado por más de 20 años y quien forma parte del proceso de certificación de guías. Y finalmente a un agente de viajes que forma parte del equipo de una agencia mayorista de turismo con trascendencia en el mercado.

Cabe recalcar que cada uno de los involucrados concedieron muy amablemente su opinión, sin embargo, por diferentes cuestiones se optó por mantener sus nombres de manera anónimo para la presente investigación.

Tabla 17.

*Entrevistas a guías que realizan Free Walking Tour parte 1*

Interrogantes	Entrevistado #1	Entrevistado #2
<b>¿Cómo surgió la idea de realizar la actividad de Free Walking Tour?</b>	Hace algunos años la idea era hacer algo informal, algo en donde los turistas puedan venir sin ninguna atadura de una agencia, y que te presionen en que hacer, además del tiempo que debes tomar.	Viene de la idea de un guía experimentado, que realizó tours en Cuzco e implementó un Walking Free Tour en Baños, hace siete años apertura Free Walking Tour Ecuador.
<b>¿Cuántas personas tienen a diario en los tours?</b>	En la mañana se obtiene alrededor de 40 personas y en la tarde el grupo de personas es menor.	Hay mucha variedad, por lo general en la mañana se tiene mayor cantidad de personas.
<b>En caso de emergencia, ¿Qué procedimientos toman?</b>	En cuanto a seguridad por suerte a mis grupos no se ha dado algún percance como de robos ni insultos, dentro de las capacitaciones no dictan primeros auxilios, el único conocimiento que se obtiene es al momento de sacar la licencia, pero igual no es una actividad de alto riesgo.	Todos adquieren conocimientos de primeros auxilios y con un botiquín personal.

Tabla 18.

*Entrevista a guías que realizan Free Walking Tour parte 2*

<b>Interrogantes</b>	<b>Entrevistado #1</b>	<b>Entrevistado #2</b>
<b>¿Han tenido algún tipo de inconveniente con guías acreditados?</b>	Actualmente somos guías acreditados por el Ministerio de Turismo	Free Walking tour Ecuador se rige por lo que es Community Travel, si se menciona en tema legal se encuentra bajo el paragua de ellos y Free Walking Tours sería como un producto de ellos.
<b>¿Cuál es el perfil del individuo que toma este servicio?</b>	No hay un perfil determinado.	El tour lo toman de edades muy diferenciadas.
<b>¿Realizan algún tipo de encuesta de satisfacción posterior al tour?</b>	No por medio de la propina se puede verificar su satisfacción.	No.
<b>¿Cuentan con algún tipo de formación académica para la realización del tour?</b>	En cuanto a la capacitación no es del MINTUR pero nos enseñan sobre storytelling por 3 meses, donde incluye muchas cosas de lenguaje corporal que a veces parecen fácil pero en realidad no, y además se tiene que llegar a bastante gente.	Todos cuentan con la licencia de guía de turismo, el requisito es tener la licencia nacional. Además, poseen dos meses de capacitaciones, se dan guiones dentro de la empresa, acompañas a 2 tours para ver la dinámica y luego ya vas solo.

Tabla 19.

*Entrevista a guía acreditado parte 1*

Interrogantes	Entrevistado #3
<b>¿Ha escuchado sobre los Free Walking Tour?</b>	Free Walking tour fue un proceso, en Cuenca por ejemplo los desterraron, y en Quito también. Alguna vez en Lima yo vi cómo eran aparentemente son Free Walking Tour, pero era como diferente y te obligaban a dar una propina.
<b>¿Sabe usted si han realizado un tipo de reclamo acerca de esta situación?</b>	Formalmente no. No se han dado cuenta sobre lo que está pasando, en que afecta inclusive va más allá como es la calidad, tipo de servicio, la informalidad se volvió tan básico ya que cualquiera puede hacerlo se aprende cuatro cosas de aquí y se vuelve monótono, pero va mucho más allá, el conocimiento que el guía da en el guion pero no es que no sepa más sino que el pasajero también tiene que ser más preguntón.
<b>¿Cree usted que afectan de alguna forma los free tours o ellos se encuentran atendiendo a una demanda diferente?</b>	Realmente no hay ningún impacto, no lo veo como gran afectación me preocupa más de la calidad como baja, que tanto pueda bajar, que tanto puede ser un tour básico, hablando en el contexto de las personas que no cuentan con licencia y realizan la actividad como guía, pero si son guías con licencia no hay por qué cuestionar su modo de trabajar.
<b>¿Cuál es el promedio de tours que realiza mensualmente?</b>	Varía mucho. El primer semestre unos 15 a 20 días de trabajo recorrido, el segundo semestre bajo un poco, septiembre no es nada es muy bajo.
<b>En comparación a los años anteriores ¿la demanda de sus servicios de guía ha aumentado o disminuido?</b>	La demanda no ha aumentado, la oferta si ahora hay muchos más guías.



Tabla 20.

*Entrevista a guía acreditado parte 2*

Preguntas	Respuesta
<b>¿Considera que los ingresos que recibe son adecuados?</b>	Si, en una compañía paga hasta \$120 el día, pero a mí me paga \$60, bueno aquí viene la ley oferta y demanda si yo tengo \$60 por cuantos días, son trabajos de 10 días, supongamos que son 24 pasajeros. La cual la compañía tiene como política que el guía recibe directamente al final del tour \$6 por pasajero diario de propina son \$144 por 10 días son \$1444.
<b>¿Considera que la creación de nuevas modalidades de negocios como son los Free Tour afecta en la disminución de la facturación para quienes si cobran una tarifa establecida?</b>	Los Free Walking tours en Quito están atendiendo un sector del mercado que no lo pueden cubrir las agencias entonces considero que no existe una afectación a la facturación en una tarifa ya establecida.
<b>¿Usted como guía tiene alguna obligación tributaria? ¿Qué tipos de impuestos paga?</b>	Los impuestos como guías yo tengo que declarar mensualmente, por ejemplo, yo facturo y me hacen las retenciones de ley porque como mis servicios son profesionales depende de la empresa si me retiene todo en parte, yo trabajo con empresas a las que le facturo, depende las tarifas establecidas. Como guía no tengo tarifas establecidas hay una ley de oferta y demanda.
<b>¿Qué medidas considera que se deben tomar para disminuir la informalidad?</b>	Yo propondría que se los norme, se los regule, siempre y cuando sean guías con licencia, tienen que ser guías porque deben de estar establecidos dentro del marco legal, normar tal vez en esa parte de que el guía no puede vender directo cambiar eso, si existe un mercado porque quitarlo.

Tabla 21.  
Entrevista a agente de viajes

Preguntas	Respuesta
<b>¿Qué tipo de tours ofrece la operadora en Quito?</b>	A nivel de Quito, se vende full days fuera de Quito como: Quilotoa, Antisana, Cotopaxi y dentro en la ciudad se vende mitad del mundo, city tour medio día, teleférico.
<b>Al momento de ofrecer sus servicios que le garantizan a los turistas aparte de seguridad</b>	Aparte de seguridad se ofrece calidad, cumplimiento de itinerario, normalmente se le da un plus. Por ejemplo, si el turista compra sólo mitad del mundo los llevamos a los miradores de Pululahua o si se habla de un City Tour al final se trata de ofrecer claro ya es un costo extra ir al Museo de Guayasamin. Siempre se trata de darle algo más a lo que se vende con anticipación.
<b>¿En qué época del año cree usted que existe mayor afluencia de turistas?</b>	La afluencia de visitantes es muy relativa, personalmente este mes considero que los tours han subido, en este mes se ha trabajado aproximadamente con 200 pasajeros, pero en sí es un tema muy variante.
<b>¿Conoce usted acerca de los Free Walking Tour?</b>	Sí, lo conozco hace seis u ocho meses.
<b>¿Por qué ha implementado este tipo modelo de negocio dentro de su operadora? ¿Por qué no?</b>	No estoy de acuerdo porque es una competencia desleal porque existen agencias que han invertido bastante en su propia planta de guías, transportes, infraestructura y es algo perjudicial para la industria ellos actualmente tienen como una base mínima de \$5,00 por pasajero que tienen que entregar
<b>¿Tienen algún tipo de relación laboral con los Free Walking Tour?</b>	La verdad desconozco, para mí estas son agencias nuevas que están apoyando esta modalidad, de hecho, conozco a una de las personas que tiene aquí es Quito Free Walking Tour y es de un guía que trabajaba conmigo hace un tiempo.
<b>¿Cómo ha influido Los free Walking Tour dentro de su operadora?</b>	En cuando a afectarnos en la operadora no, en realidad ellos manejan un mercado básicamente de mochileros y quieren tomar el tour, pero nosotros lo que manejamos ya son paquetes y turistas que vengan con visitas ya programadas. Claramente esto en un futuro sí va a afectar luego de un tiempo y bastante porque va a haber gente que preferible va a llegar acá viene al destino y contratará los servicios directamente acá.
<b>¿Ha realizado algún tipo de reclamo ante esta nueva tendencia de mercado? ¿Qué medidas han tomado?</b>	En cuanto a reclamos sí se han estado realizando, en la página web en la Asociación de Guías de Quito, hay comentarios de gente que no está de acuerdo con esto y que en realidad le quitan una plaza de trabajo para gente que realmente está preparada, que conoce y digo son gente que tal vez son guías que recibieron esos cursos básicos de guía y están trabajando así de esa manera.
<b>¿Consideraría tener una alianza con los Free Walking Tour para incentivar la compra de sus tours?</b>	No lo veo factible que ellos nos vendan nuestros tours porque ellos ya tienen su gente que ellos mismo pueden vender directamente si es que manejan una agencia operadora. Además, con tres o cuatro personas que se reúnan ya se puede armar un propio tour por eso no lo veo viable que puedan recomendar tours de otras agencias.
<b>¿Poseen algún tipo de buzón de comentarios y que expresan los turistas acerca del servicio de guía?</b>	Sí normalmente cuando finaliza el tour a cada turista se le da una hoja de comentarios de que tal le pareció el tour, servicio. Se califican varios puntos como la vestimenta del guía, el transporte, puntualidad, tema itinerario, y las mejoras del tour. En cuanto al nivel de inglés para los turistas no hay problema en los idiomas.

Tabla 22.

*Entrevista al Ministerio de Turismo*

<b>Preguntas</b>	<b>Respuesta</b>
<b>¿La operación de Free Walking Tour está reconocida como actividad turística por el MINTUR?</b>	No están reconocidos por el MINTUR sino que lo realizan los guías por su cuenta, que pueden o no tener licencia. Se sabe que si hay guías que están acreditados que es lo ideal y hay otros que no y lo hacen de forma informal.
<b>¿Tienen una base de datos acerca de la afectación de los Free Walking tours?</b>	Datos como tal o levantamiento de información de guías informales, como normativa no lo tenemos, se podría preguntar a la dirección de registro y control, pero no creo porque es muy reciente e implica hacerlo en varias ciudades ya que Quito no es una muestra tan representativa estadísticamente.
<b>¿Cuándo consideran que la actividad es formal e informal?</b>	En el caso de que la operadora ofrezca un Free Walking Tour está bien, eso no es informalidad. Los guías por su cuenta no pueden ofrecer el servicio de guianza turística, siempre tienen que estar ligados a una operadora. El problema se da cuando un individuo se para en la vereda y se promociona con un cartelito de Free Walking Tour sin credencial de guía ni registro de turismo de operadora de servicios turísticos.
<b>En la parte tributaria, ¿Consideran algún tipo de afectación como MINTUR?</b>	En la parte tributaria, si claro no te está facturando, a nosotros no nos afecta porque es el estado el SRI a quienes haces la declaración del impuesto a la renta.
<b>¿Se realizan algún tipo de control para evitar esta actividad?</b>	En cuanto a control se hacen operativos, pero no todos los días porque no hay la capacidad para controlar a todos los prestadores de servicios turísticos. Cuando se encuentran estos casos se notifica a la persona y en el caso de que incurra en el mismo se procede a sancionar. Ha habido caso de notificaciones y de sanciones. En realidad, no hay muchas personas sancionadas tal vez por la capacidad operativa interna pero el procedimiento si existe.
<b>¿Cuál es su opinión acerca de los Free Walking Tours?</b>	Los Free Walking Tour son una gran iniciativa porque es una manera de comercializarte diferente y a traer un público distinto, el problema está en que algunos lo realizan de manera informal al no tener licencias . Por eso el gremio formal se queja y solicita más control hacia los informales.
<b>¿Se han visto afectados los establecimientos de prestación de servicios de turismo por esta actividad?</b>	En cuanto a la disminución de los establecimientos con registro de turismo la informalidad puede ser un factor, pero el catastro puede variar, porque se dieron de baja, los establecimientos quisieron cerrar, se hizo una depuración y ya no son turísticos, sino que están bajo la supervisión de la intendencia.

## **Resultados de las encuestas realizadas**

Como conclusión en cuanto a la encuesta dirigida a turistas en el Centro Histórico de Quito, se analizó que el 65% pertenecen al género femenino y provienen del extranjero, además la edad promedio de los turistas que optan por un Free Walking tour es de 18 a 28 años y son estudiantes.

Los turistas encuestados señalaron que su forma de planificación para sus viajes es por medio de agencias de viajes online como Trip Advisor, Trip4real, Airbnb, obteniendo la mayor parte de las encuestas con un 85% y optan por tomar un tour en la ciudad de Quito por cuenta propia.

Los encuestados expresaron que si tienen conocimientos acerca de los Free Walking Tours y usan el servicio. En cuanto a la propina se obtuvo un resultado que están dispuesto a ofrecer en un rango de \$15,00 a \$20,00 pero no están de acuerdo en pagar más de \$20,00 por un tour con tarifas establecidas. Por último, los encuestados consideran que es un servicio informal, pero si lo realizarían.

Las principales motivaciones que llevan a tomar un Free Walking Tour se da por la experiencia local ya que visitan atractivos culturales y gastronómicos, sin dejar de mencionar que incluye una atención especializada por parte del guía y es una nueva forma de conocer la ciudad caminando, además que tiene la facilidad de reservar cupo y se ajustan al presupuesto del turista.

Según el análisis de las cuatro dimensiones que se presenta dentro de la encuesta se concluyó en lo que concierne a la dimensión de organización; que el guía siempre está en el punto de encuentro antes de realizar el tour, sin embargo, se debe mejorar en aspectos que obtuvieron una calificación muy baja como; no empezar a la hora determinada, y comentan que el guía no menciona con exactitud toda la ruta a realizar.

En la dimensión seguridad; los encuestados señalan que el guía transmite confianza al momento de dar el tour y se siente seguro de recibir la información correcta de cada lugar, por el contrario, no se encuentran seguros en las calles donde se realiza el recorrido en la ciudad de Quito, y por otra parte estiman que no es un factor de gran importancia que el guía posea un botiquín de primeros auxilios.

En la tercera dimensión se basa sobre el servicio que brindan los Free Walking Tours y expresaron que, si han obtenido una experiencia diferente a un tour tradicional, ya que, el

guía cumple con los conocimientos suficientes acerca del lugar y además en caso de que el tour no fuera de su agrado no considera en retirarse. Por otra parte, indicaron que el personal de guianza recalca que es un servicio a base de propinas y manifiestan que la forma de promocionar los tours en internet es atractiva.

Finalmente, en la cuarta dimensión se encuentra la empatía los encuestados consideran que el guía está dispuesto a ayudar al turista y muestra interés ante alguna pregunta o requerimiento, pero expresan que el guía no posee el dominio de lenguas extranjeras la cual es una desventaja al tomar el tour.

### **Resultados de las entrevistas realizadas**

La recolección de información se realizó en la ciudad de Quito entre las fechas del 12 al 16 de junio del presente año. Es preciso mencionar que la recolección de datos se basa en el empirismo, puesto que al ser una nueva tendencia no hay hasta la fecha datos estadísticos recolectados por las entidades competentes. Las entrevistas realizadas fueron grabadas para su posterior transcripción.

De acuerdo con lo especificado por los guías de Free Walking Tour Ecuador esta idea de negocio nació hace siete años aproximadamente, según establecen la modalidad de operar si empezó de manera informal, sin embargo, hoy en día todos quienes realizan la actividad de guianza en la organización son guías acreditados y además los recorridos son ofrecidos mediante agencias de viajes u operadoras que se encuentran netamente registradas en el Ministerio de Turismo.

Por consiguiente, al realizar la entrevista a las coordinadoras técnicas del Ministerio de Turismo, aclararon que efectivamente el Free Walking Tour no es reconocido por la entidad, sin embargo, si los guías que están practicando la actividad en el Centro Histórico están avalados por alguna operadora, además si esta posee su registro de turismo y el guía es acreditado, no se puede hablar de informalidad, ya que al cumplir con los tres parámetros se encuentran alineados al reglamento. Por otra parte, en cuanto a la informalidad se establece que no existe el levantamiento de datos estadísticos, sin embargo, si se realizan controles, pero a pesar de ellos la capacidad técnica no es lo suficiente para promover un mayor número de control. Finalmente consideran que los Free Walking Tours son una gran iniciativa porque es una manera de comercializar diferente y atraen un público distinto, el problema está en la forma en que lo practican.

Para conocer de qué manera ha podido repercutir esta modalidad se entrevistó a un guía nacional, quien, a su vez, está involucrado en el proceso de certificación de guías. El entrevistado manifestó que hasta la fecha no han existido reclamos formales por parte de los demás guías. Además, se estableció que los Free Walking Tours están operando un espacio para personas que buscan alternativas más fáciles.

Se consideró que la modalidad puede afectar en el nivel de calidad de información y servicio que se brinde si el tour es ofrecido por alguien sin acreditación, no obstante, si la persona cuenta con licencia no se debería de cuestionar su modalidad de operar. Por último, el entrevistado arroja que es necesario modificar el Reglamento de Guianza Turística y la Ley de Turismo, ya que, la guianza debe ser considerada como una actividad turística más y que el guía pueda ser contratado de forma directa por un turista sin necesidad de intermediarios.

Además, se procedió a entrevistar a un agente de viajes donde indica su opinión acerca de los Free Walking Tours en Quito. Como operadora además de brindar seguridad, garantiza calidad, cumplimiento de itinerario y además el turista obtiene un adicional por parte de la operadora y al finalizar el tour poseen un buzón de comentarios donde indica acerca del servicio, vestimenta del guía, transporte, puntualidad, itinerario entre otros detalles.

El entrevistado tiene conocimiento de la operación de los Free Walking Tour y no se encuentra de acuerdo, ya que considera que es desleal por lo que existen operadoras que invierte en su planta de guías, transporte, infraestructura y es perjudicial para la industria. Dentro de su operadora turística no mantienen ningún tipo de vínculo con esta nueva modalidad de negocio, a criterio personal considera que son empresas nuevas en el mercado. Asimismo indica que no se encuentra afectado porque es un target de mercado totalmente diferente al que manejan, pero considera que a largo plazo la afectación será mayor, puesto que, los turistas optaran por llegar al destino y contratar los servicios directamente en el lugar. En cuanto a reclamos expresa que en la página web de la Asociación de Guías de Quito existen comentarios negativos acerca de la actividad por que disminuye las plazas de trabajo para los guías que realmente se encuentren preparados. También consideran no tener ninguna alianza con los Free Walking Tours ya que, no es factible para la operadora por que incentiva a la informalidad.

Luego de realizar la investigación y estudiar detalladamente la Ley de Turismo y Reglamento de Guianza Turística se considera que la modalidad de guianza realizada por los Free Walking Tours en la ciudad de Quito efectivamente no se encuentran en el marco del intrusismo profesional, puesto que el guía al poseer su licencia, estar debidamente acreditado, constar en el Catastro Nacional de Guías y cumplir con el Art. 22 de Derechos y Obligaciones, literal (a) el cual menciona que, *se debe ejercer la prestación del servicio a través de las agencias de servicios turísticos*, se comprueba que los guías no están incurriendo en ninguna ilegalidad.

Sí se considera que quienes no están apegados a la Ley de Turismo son algunas de las operadoras de servicios turísticos, puesto que en la misma indica explícitamente que toda actividad turística deber ser remunerada. En el Art. 5 se manifiesta que; se consideran actividades turísticas las desarrolladas por personas naturales o jurídicas *que se dediquen a la prestación remunerada de modo habitual*. Y a su vez, el Art.22 Derechos y Obligaciones de los guías se expresa que; *se debe percibir las remuneraciones u honorarios pactados para los servicios prestados, y ser cancelados sus haberes puntualmente*.

Por tales motivos expuestos, se concluye que algunas de las agencias de servicios turísticos de Quito son quienes no están prestando garantías necesarias para la prestación del servicio y se está legitimando normas no contempladas en la ley.

## **Capítulo 4: Propuesta de socialización de la información de la modalidad de Free Walking Tours en la ciudad de Quito**

La propuesta a emplear en el presente proyecto de titulación se basa en presentar la socialización de los resultados de la investigación de la operación de Free Walking Tours para todos aquellos actores que intervengan de forma directa e indirecta sobre la actividad de guianza en la ciudad de Quito.

Posterior al análisis realizado sobre la situación actual de los Free Walking Tours y conocer los motivos de elección de esta modalidad por parte de los turistas es necesario gestionar espacios de trabajo; tanto con el sector público como privado donde se faciliten intercambios de información y se desarrollen lineamientos que tengan como objetivos fomentar el turismo responsable, seguro y que aporte económicamente a toda una industria.

Según Participación Ciudadana en el Poder Judicial, establece que:

Una mesa de trabajo coloca actores y actoras diversas en un mismo lugar, para que reflexionen sobre un tema específico. Casi siempre se orienta a lograr acuerdos, en el sentido de que lo conversado modifique aquello que se está discutiendo. La parte central de esta actividad es precisamente el dialogo: la posibilidad de expresar y de escuchar.

Por lo que se sugiere, mesas de trabajo con el propósito de mostrar los resultados obtenidos desde la perspectiva de cada uno de los involucrados; donde se conozca fortalezas, debilidades, amenazas, oportunidades y sobre todo que se desarrolle la gestión y planificación para generar políticas y regulaciones que beneficien y revaloricen la industria turística en la capital del país.

### **Beneficiarios de la propuesta**

Quienes se verán beneficiado de manera directa son los operadores y los guías turísticos puesto que, al tomar decisiones de la situación real y plantear soluciones son ellos quienes gozaran de un mejor desarrollo de la actividad y sus inversiones se verían protegidas, por otro lado, los turistas son los terceros beneficiados, ya que, es necesario que se vele por su seguridad dentro del destino. Por último, en cuanto a beneficiarios indirectos se tiene al Ministerio de Turismo dado que al existir un mayor control y regulación se lograría mejorar la calidad e imagen del destino.



## **Objetivos**

### **Objetivo General**

- Socializar la información de los resultados de la modalidad de Free Walking Tours en la ciudad de Quito para un mejor desarrollo de la guianza turística.

### **Objetivos Específicos**

- Proveer el diagnóstico de los factores positivos y negativos de la modalidad Free Walking Tour para la implementación de estrategias y políticas por parte de las entidades competentes.
- Fomentar el desarrollo de mesas de trabajo orientado a la participación del sector público y privado.
- Implementar programa de reuniones para las mesas de trabajo.

### **Análisis de factores de la operación Free Walking Tours en la ciudad de Quito**

De acuerdo con la investigación y el diagnóstico realizado se pone a disposición de las entidades competentes los resultados preliminares; de manera concisa y precisa con la finalidad de abordar temas que propongan una solución al descontento que se está causando a la industria turística y que a largo plazo como lo indican los operadores podrían llegar haberse afectadas sus inversiones.

Tabla 23.

*Factores detectados en la modalidad Free Walking Tour*

<b>Factores positivos detectados</b>	<b>Factores negativos detectados</b>
Los guías turísticos están debidamente acreditados y constan en el Catastro Nacional de Guías.	Trabajan sin remuneración y su trabajo; puede, como no, ser pagado mediante propinas.
Ejercen la actividad mediante agencias de servicios turísticos.	Déficit de inseguridad que se le debería brindar a los turistas.
El 90% de turistas califican el servicio como excelente en las Agencias de Viajes en Línea, OTAS.	Carecen de algún tipo de relación laboral con la agencia a la que pertenecen.
Los turistas consideran que la atención es personalizada.	Varios guías no portan la licencia de manera visible al momento de prestar el servicio
Ministerio de Turismo considera que son una gran iniciativa de comercialización para un target diferente.	Existencia de competencia desleal generando disminución en la redistribución de la riqueza.
-	Reclamos y comentarios sobre disminuciones de plazas de trabajo.
-	Operadores atribuyen que en un futuro la compra programada de paquetes turísticos disminuirá.
-	Disminución de la calidad de servicio e información brindada al turista
	84% de turistas encuestados consideran al servicio como informal.

## **Desarrollo de mesas de trabajo consolidando la participación de organismos estatales y gremios del sector privado**

Al ser la actividad de guianza un pilar fundamental en la cadena del turismo se necesita conformar un Comité donde intervengan representantes de las diferentes entidades como:

- Ministerio de Turismo
- Corporación de Guías de Turismo del Ecuador, CGTE
- Asociación Nacional de Operadores de Turismo Receptivo del Ecuador, OPTUR
- Asociación Ecuatoriana de Agencias de Viajes y Turismo del Ecuador, ASE CUT
- Empresa pública Metropolitana de Gestión de Destino Turístico, Quito Turismo
- Cámara de Turismo de Pichincha, CAPTUR

Como representantes especializados lo que se busca es que las autoridades competentes y pertinentes conozcan la existencia de un descontento en el sector privado como ya se mencionó, así como también, motivos por los cuales los turistas extranjeros hacen uso de dicha modalidad y como podrá afectar tanto en vertientes económicas como en la sostenibilidad del destino, finalmente se daría paso a la discusión, análisis y concretar directrices para un mejor desarrollo de la actividad de guianza en la ciudad de Quito.

### **Presentación de temas a dialogar**

La propuesta pretende que la actividad de guianza y de operación se alineen respectivamente a los objetivos estratégicos del PLANDETUR 2020; donde se menciona que es de suma importancia que el país logre desarrollar productos y servicios de calidad los cuales incentiven a realizar un verdadero gasto turístico y que en efecto logre mejorar la calidad de vida de los ecuatorianos.

Los temas serán planteados a través de lineamientos o estrategias donde se debe llegar a un consenso de cuál de estas debe ser realizada con mayor prioridad. Al proponer los siguientes temas se desea prevenir efectos negativos provenientes del uso de nuevas modalidades de guianza; que a largo plazo no causen disconformidad a la experiencia, seguridad turística, y la protección de los trabajadores.

## **Estrategia 1: Creación de valor para el visitante**

Tabla 24.

*Programa de mejora*

---

**Programa: Mejora continua en cursos de actualización a los guías de turismo**

**Prioridad:** Alta  Media  Baja

---

**Descripción:**

Para un turista, el llevar una experiencia del destino, se basa en la suma de factores tangibles e intangibles. Y Quito al poseer una concentración de atractivos dentro de un Patrimonio de la Humanidad, sería elocuente que se especialicen en Storytelling; el arte de contar historias dando la posibilidad de construir relatos de la ciudad que permitan incrementar el consumo del turismo cultural. Así como también la animación cultural; saber cómo expresar las tradiciones de la cultura de un destino, y a su vez exigir la renovación de conocimientos idiomáticos que logren generar satisfacción a quien visita la capital del país.

---

Tabla 25.

*Programa de desarrollo*

---

**Programa: Desarrollo de plataformas o webs que aporten al proceso de promoción, captación y atención del turista**

**Prioridad:** Alta  Media  Baja

---

**Descripción:**

Con la finalidad de incentivar a la programación de reservas y compras de servicios turísticos previo al viaje, es fundamental que el sector privado de un mejor empleo a las herramientas de tecnología de información y comunicación, TIC's añadiendo mayor facilidad a sus posibles compradores tanto en muestra de circuitos como en métodos de pago en sus contenidos digitales. En un marco donde la modernización tecnológica y los contenidos en línea son la clave esencial, se considera necesaria la innovación para progresar en la gestión turística ya que, el visitante y el mercado son cada vez más digitales.

---

## Estrategia 2: Sostenibilidad y calidad de vida

Tabla 26.

*Programa de regulación*

---

**Programa: Regulación de la diversidad de ofertas para promover la igualdad en los mercados**

**Prioridad:** Alta  Media  Baja

---

**Descripción:**

Se puede concebir la idea que al comercializar alternativas de guianza a un costo inferior, tenga como efecto que el país sea colocado en el mapa de destinos asequibles para ser visitado por un target diferente. Sin embargo, aplicando los objetivos estratégicos del PLANDETUR, sobre un turismo sostenible no implica concentrar un gran número de turistas, sino más bien, crecer de manera inteligente atrayendo a un mercado dispuesto a aumentar el gasto medio turístico ofreciéndoles una diversidad en cuanto a propuestas de valor de acuerdo a sus motivaciones y adaptándose a sus requerimientos.

---

Tabla 27.

*Programa de control a agencia de viajes y operadoras turísticas*

---

**Programa: Control a las agencias de viajes y operadoras turísticas**

**Prioridad:** Alta  Media  Baja

---

**Descripción:**

Una mirada a este fenómeno identificó que las operadoras están formando parte de la promoción de la modalidad de propinas lo que indica que se debe poner en marcha mecanismos de regulación, inspección, cumplimiento de la normativa turística y concientización para evitar conflictos de competencias desleales y a su vez no llegar a disminuir la calidad de vida de los Quiteños.

Es necesario que el enfoque de venta de las agencias u operadoras turísticas sea a través de la conformación de paquete de productos turísticos que motive a la compra teniendo en consideración la relación calidad-precio en función de las capacidades y motivaciones de gasto de cada segmento de cliente.

---

### Estrategia 3: Herramientas analíticas y de comunicación

Tabla 28.

*Programa de levantamiento de quejas*

---

**Programa: Levantamiento de informes de las quejas percibidas por irregularidades**

**Prioridad:** Alta  Media  Baja

---

**Descripción:**

Es necesario que todo tipo de queja sea realizado de manera formal con el objetivo de que estas sean controladas y examinadas, por lo que se sugiere la creación de un canal de comunicación que permita receptor quejas y sugerencias sobre posibles irregularidades en el mercado turístico. Se sugiere que las entidades como MINTUR O CGTE habiliten botones en sus páginas web para receptor los reclamos por partes de los guías y así generar datos que permitan analizar el incremento o disminución de dicha problemática.

---

Tabla 29.

*Programa de Promoción*

---

**Programa: Promocionar el uso de servicios turísticos registrados legalmente**

**Prioridad:** Alta  Media  Baja

---

**Descripción:**

Mediante protocolos de promoción; compartir y socializar permanentemente a través de páginas web o puntos de información turística, las ofertas de operadoras turísticas registradas; brindando seguridad y calidad de servicios a quienes visitan la capital y contribuyendo así a la mejora de la imagen del destino.

---

## Programa de reuniones para mesas de trabajo

Tabla 30.

*Programa de reuniones para mesas de trabajo parte 1*

<b>Estrategia</b>	<b>Programa</b>	<b>Participantes</b>
<b>Creación de valor para el visitante</b>	Mejora continua en cursos de actualización a los guías de turismo	-Ministerio de Turismo -Corporación de Guías de Turismo del Ecuador. -Guías acreditados
	Desarrollo de plataformas o webs que aporten al proceso de promoción, captación y atención del turista	-Ministerio de Turismo -Guías acreditados -Asociación Nacional de Operadores de Turismo Receptivo del Ecuador. -Asociación Ecuatoriana de Agencias de Viajes y Turismo del Ecuador.
<b>Sostenibilidad y calidad de vida</b>	Regulación de la diversidad de ofertas para promover la igualdad en los mercados	-Ministerio de Turismo -Asociación Nacional de Operadores de Turismo Receptivo del Ecuador. -Asociación Ecuatoriana de Agencias de Viajes y Turismo del Ecuador.
	Control a las agencias de viajes y operadoras turísticas	-Ministerio de Turismo -Empresa pública Metropolitana de Gestión de Destino Turístico, Quito Turismo -Cámara de Turismo de Pichincha.

Tabla 31.

*Programa de reuniones para mesas de trabajo parte 2*

<b>Herramientas analíticas y de comunicación</b>	Levantamiento de informes de las quejas percibidas por irregularidades	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Asociación Nacional de Operadores de Turismo Receptivo del Ecuador.</li> <li>-Asociación Ecuatoriana de Agencias de Viajes y Turismo del Ecuador.</li> <li>-Empresa pública Metropolitana de Gestión de Destino Turístico, Quito Turismo</li> <li>-Guías acreditados.</li> <li>-Cámara de Turismo de Pichincha.</li> </ul>
	Promocionar el uso de servicios turísticos registrados legalmente	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Ministerio de Turismo</li> <li>-Guías acreditados</li> <li>-Asociación Nacional de Operadores de Turismo Receptivo del Ecuador.</li> <li>-Asociación Ecuatoriana de Agencias de Viajes y Turismo del Ecuador.</li> <li>-Empresa pública Metropolitana de Gestión de Destino Turístico, Quito Turismo</li> <li>-Cámara de Turismo de Pichincha.</li> </ul>



## Conclusiones

La investigación se fundamenta en la teoría de la economía colaborativa que expone sobre la creación de nuevas tendencias de consumo por medio de plataformas, además se optó por la teoría de Maslow donde explica sobre las necesidades del ser humano; a su vez, el ciclo de Deming que mediante cuatro procesos su objetivo principal es la disminución de fallos durante los procesos de productos o servicios brindados y finalmente de la teoría Triple Hélice. Además, se maneja la parte conceptual donde expone los términos asociados de la investigación. También el marco legal que explica sobre el Reglamento de Operación e Intermediación Turística, Reglamento de Guianza Turística y PLANDETUR2020 y finalmente el marco referencial que expone los casos de Madrid, Ámsterdam, Cuenca y Chile que permite concretar ideas y presentar criterios de acuerdo con el medio que se desarrolla.

A continuación se presenta la caracterización de la situación actual turística de la ciudad de Quito y la descripción de las organizaciones que manejan Free Walking Tour y además se analiza a los operadores de turismo.

Además, se presenta el desarrollo del marco metodológico por medio del método empírico e investigación descriptiva también se desarrolló técnicas de investigación primaria y secundaria

Se procedió a realizar entrevistas por parte del Ministerio de Turismo así mismo a los guías acreditados y a los individuos que operan bajo la modalidad de Free Walking Tour para así conocer la situación actual dentro de la operación turística. Del mismo modo se encuestó a los turistas para conocer la percepción de ellos al momento de utilizar el servicio.

Como resultado se obtiene que la operación de los guías que trabajan bajo la modalidad de Free Walking Tour son acreditados eso quiere decir que todos son certificados por parte del Ministerio de Turismo por ende constan en el Catastro Nacional de Guías en la ciudad de Quito. Sin embargo, las agencias de servicios turísticos son quienes no están prestando garantías necesarias para la prestación del servicio y se está legitimando normas no contempladas en la ley.

Además, los comentarios obtenidos por parte de las operadoras turísticas en Quito indicaron que no se encuentran afectados por parte de los Free Walking Tours ya que manejan otro segmento de mercado, pero no descartan la afectación para un futuro.

La propuesta se basa en socializar mediante mesas de trabajo para concretar directrices con la finalidad de un mejor desarrollo de la actividad de guianza turística en la ciudad de Quito con la intervención de los sectores públicos y privados involucrados en la guianza turística.

### **Recomendaciones**

- Implemento de estrategias para el desarrollo de mesas de trabajo que incluye la participación del sector privado y público.
- Cumplir con el programa establecido para la pro-mejora de la guianza en la ciudad de Quito.
- Se recomienda revisar y analizar periódicamente los resultados obtenidos de las estrategias cumplidas.
- Realizar tipos de investigaciones similares respecto al desarrollo del turismo colaborativo en diferentes ciudades del país.
- Con respecto al Ministerio de Turismo considerar el levantamiento de información de datos estadísticos sobre la informalidad en las diferentes actividades turísticas.

## Bibliografía

- ABC ECONOMÍA . (26 de Julio de 2013). *Guía turístico: una profesión clave para potenciar el turismo en nuestro país*. Obtenido de <https://www.abc.es/economia/20130725/abci-guia-turistico-espaa-201307241007.html>
- Acosta, A. (s.f.). *Ecuador frente a la crisis económica internacional: un reto de de múltiples artistas*. Obtenido de [https://www.usfq.edu.ec/publicaciones/polemika/Documents/polemika001/polemika001\\_005\\_articulo001.pdf](https://www.usfq.edu.ec/publicaciones/polemika/Documents/polemika001/polemika001_005_articulo001.pdf)
- Algar, R. (Abril de 2007). *Collaborative Consumption* . Obtenido de <http://web.archive.org/web/20130514173126/http://www.oxygen-consulting.co.uk/docs/collaborative-consumption.pdf>
- Blàzquez, M. M.-G. (2016). *Turismo y crisis, turismo colaborativo y ecoturismo*. Obtenido de [http://www.age-geografia.es/downloads/Monografies\\_SHNB\\_2016\\_vol023.pdf](http://www.age-geografia.es/downloads/Monografies_SHNB_2016_vol023.pdf)
- Brownlee, J. (16 de Octubre de 2013). *Interview with Chris Sandeman of Sandeman's New Europe*. Obtenido de <https://www.youtube.com/watch?v=E8sAIHnpYaY>
- Cañigual, A. (s.f.). *Introducción al Consumo Colaborativo* . Obtenido de <file:///C:/Users/USER/Downloads/D0100073.pdf>
- Castillo, L., Lavin, J., & Pedraza, N. (Octubre de 2014). *La gestión de la triple hélice: fortaleciendo las relaciones entre la universidad, empresa, gobierno*. Obtenido de Multiciencias: <http://www.redalyc.org/comocitar.oa?id=90433839002>
- Chicaiza, N. (2018). *Análisis del free walking tour como alternativa de turismo*. Obtenido de <http://dspace.ucuenca.edu.ec/bitstream/123456789/31298/1/Tesis.pdf>

- Colmenares, A. M. (2012). Investigación-acción participativa: una metodología integradora del conocimiento y la acción. *Revista Latinoamericana de Educación*, 14.
- Comisión Nacional de los Mercados y de la Competencia. (16 de Julio de 2014). *Economía Colaborativa y Regulación*. Obtenido de <https://ecolaborativa.com/2014/07/16/la-regulacion-de-la-economia-colaborativa-segun-la-cnmc/>
- Couzy, M. (14 de Junio de 2017). *D66 y PvdA desean que las guías soliciten un permiso para sus recorridos por la ciudad*. Obtenido de <https://www.parool.nl/nieuws/d66-en-pvda-gids-moet-vergunning-aanvragen~bc14d8d5/>
- Cubillan, R. (17 de Febrero de 2014). *Técnicas de recolección de información*. Obtenido de <http://tecnicasrecoleccioninfor.blogspot.com/2014/02/tecnicas-de-recoleccion-de-informacion.html?m=1>
- Cuesta, E., Ibáñez, M., Tagliabue, R., & Zangaro, M. (31 de Agosto de 2009). *La nueva generación y el trabajo* .
- De la Encarnación, A. (2016). El alojamiento colaborativo: Viviendas de uso turístico y plataformas virtuales. *Revista de Estudios de la Administración Local y Autonómica*, 30-55. Obtenido de <https://revistasonline.inap.es/index.php/REALA/issue/view/696/18>
- De la Paz, J. F., Halpern, B. C., & Robles, C. (2012). *WALK UP SANTIAGO: FREE WALKING TOURS*. Obtenido de <http://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/111752/Tesis%20Walk%20Up%20Santiago.pdf?sequence=3&isAllowed=y>

Diez, S. (25 de Julio de 2015). *La economía colaborativa: un nuevo modelo de consumo que requiere la atención política económica* . Obtenido de <http://uvadoc.uva.es/bitstream/10324/15665/1/TFG-E-141.pdf>

El Comercio. (27 de Marzo de 2019). *Ámsterdam suspenderá visitas guiadas de turistas al famoso Barrio Rojo*. Obtenido de <https://www.elcomercio.com/actualidad/visitas-turismo-barrio-rojo-amsterdam.html>

El Mundo . (21 de Marzo de 2019). *Ámsterdam prohíbe las visitas guiadas al Barrio Rojo para "limpiar" la zona* . Obtenido de <https://www.elmundo.es/internacional/2019/03/21/5c933b5efdddf27868b4700.html#>

El Telegrafo . (13 de Agosto de 2016). *La informalidad afecta en un 40% al sector turístico*. Obtenido de <https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/economia/8/la-informalidad-afecta-en-un-40-al-sector-turistico>

Empresa Pública Metropolitana de Gestión de Destino Turístico. (2018 ). *Quito en cifras* . Obtenido de <https://www.quito-turismo.gob.ec/estadisticas/datos-turisticos-principales/category/82-quito-en-cifras>

Expreso. (14 de Mayo de 2019). *Más controles contra la informalidad en servicios turísticos en Galápagos*. Obtenido de <https://www.expreso.ec/actualidad/controles-informalidad-sectores-turisticos-XH2832415>

Free Walking Tour Ecuador . (2019). Obtenido de <https://freewalkingtourecuador.com/>

Fritz, T., & Jenna, R. (Octubre de 2004). *La directiva de Bolkestein*. Obtenido de <file:///C:/Users/USER/Downloads/La-Directiva-Bolkestein.pdf>

Fundación Turismo para Cuenca . (23 de Mayo de 2019). *FREE WALKING TOURS*.

Obtenido de <https://cuencaecuador.com.ec/es/blog/free-walking-tours>

García, J. (s.f.). *Pirámide de Maslow: la jerarquía de las necesidades humanas*. Obtenido de

<https://psicologiaymente.com/psicologia/piramide-de-maslow>

García, M., Quispe, C., & Ráez, L. (1 de Agosto de 2003). *Mejora continua de la calidad en*

*los procesos*. Obtenido de <http://www.redalyc.org/pdf/816/81606112.pdf>

González. (Enero de 2015). *DocIRS Technology*. Obtenido de

[https://www.docirs.cl/Mesa\\_de\\_Trabajo.htm](https://www.docirs.cl/Mesa_de_Trabajo.htm)

González, T. (Agosto de 2009). Obtenido de El Modelo De Triple Hélice De Relaciones

Universidad, Industria Y Gobierno: Onu Análisis Crítico:

[https://www.researchgate.net/publication/26627202\\_El\\_modelo\\_de\\_Triple\\_Helice\\_de\\_relaciones\\_universidad\\_industria\\_y\\_gobierno\\_un\\_analisis\\_critico](https://www.researchgate.net/publication/26627202_El_modelo_de_Triple_Helice_de_relaciones_universidad_industria_y_gobierno_un_analisis_critico)

Handszuh, H. F. (2010). Destinos seguros en el marco del turismo. *Seguridad Turística-*

*Municipios turísticos y seguridad* , 7-9.

Harvard Business Review. (Octubre de 2010). *Beyond Zipcar: Collaborative Consumption*.

Obtenido de <https://hbr.org/2010/10/beyond-zipcar-collaborative-consumption>

Hinojosa, V. (23 de Marzo de 2015). Obtenido de

[https://www.hosteltur.com/110321\\_millennials-economia-colaborativa.html](https://www.hosteltur.com/110321_millennials-economia-colaborativa.html)

Hosteltour. (12 de Febrero de 2014). *TripAdvisor: ¿son fiables los comentarios de los*

*viajeros?* Obtenido de TripAdvisor: ¿son fiables los comentarios de los viajeros?

Hosteltour. (27 de Marzo de 2015). *Cómo está regulado Airbnb en las ciudades del mundo con legislación*. Obtenido de [https://www.hosteltur.com/110413\\_como-esta-regulado-airbnb-ciudades-mundo-legislacion.html](https://www.hosteltur.com/110413_como-esta-regulado-airbnb-ciudades-mundo-legislacion.html)

Instituto Nacional de Patrimonio Cultural. (s.f.). *Quito, declarada Patrimonio de la Humanidad en 1978*. Obtenido de <http://patrimoniocultural.gob.ec/quito/#>

Intermark . (2013). *Mercadeo Aplicado al Turismo*. Obtenido de <http://ucipfg.com/Repositorio/MGTS/MGTS15/MGTSV15-07/semana4/LS4.1..pdf>

Juul. (8 de Abril de 2017). *Turismo Colaborativo Un nuevo modelo de negocios en el rubro de la alimentación brasileña*. Obtenido de <http://www.redalyc.org/jatsRepo/1807/180755643005/html/index.html>

Kawulich, B. (Mayo de 2005). *La observación participante como método de recolección de datos*. Obtenido de <http://www.qualitative-research.net/index.php/fqs/article/view/466/998>

Koertz, D. (2017). *Amsterdam: Interpreting the city in “free” walking tours*. Obtenido de [https://rucforsk.ruc.dk/ws/portalfiles/portal/60837515/Procceding\\_5th\\_International\\_research\\_Forum\\_on\\_Guided\\_Tours.pdf#page=114](https://rucforsk.ruc.dk/ws/portalfiles/portal/60837515/Procceding_5th_International_research_Forum_on_Guided_Tours.pdf#page=114)

Latorre, A. (2005). *La investigación-acción*. España : Graó.

Leal, M. d., & Medina, X. (11 de Marzo de 2017). *Turismo y economía colaborativa: EL caso de los recorridos gratuitos a pie en Barcelona* . Obtenido de <https://pdfs.semanticscholar.org/c170/3e612151393a49c9877616fbafbdeba793ed.pdf>

f



Luengo, M. J., & Obeso, M. (2013). El Efecto de la Triple Hélice en los Resultados de Innovación. *RAE*, 388-399.

Medina, M. I. (Marzo de 2011). *Eumed.net*. Obtenido de [http://www.eumed.net/tesis-doctorales/2012/mirm/tecnicas\\_instrumentos.html](http://www.eumed.net/tesis-doctorales/2012/mirm/tecnicas_instrumentos.html)

Ministerio de Turismo . (26 de Septiembre de 2007). *Diseño Del Plan Estratégico De Desarrollo De Turismo Sostenible Para Ecuador “Plandetur 2020”*. Obtenido de <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/02/PLANDETUR-2020.pdf>

Ministerio de Turismo . (9 de Enero de 2008). *Reglamento General de Actividades Turísticas* . Obtenido de <http://www.amevirtual.gob.ec/wp-content/uploads/2018/05/Reglamento-General-De-Actividades-Turisticas.pdf>

Ministerio de Turismo . (2014). *Ley de Turismo* . Obtenido de <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2015/04/LEY-DE-TURISMO.pdf>

Ministerio de Turismo . (29 de Diciembre de 2014). *Ley de Turismo* . Obtenido de <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2015/04/LEY-DE-TURISMO.pdf>

Ministerio de Turismo . (24 de Mayo de 2016). *Reglamento de Guianza Turística*. Obtenido de <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/06/Reglamento-De-Guianza-Turistica.pdf>

Ministerio de Turismo . (24 de Junio de 2016). *Reglamento de Operación e Intermediación Turística* . Obtenido de <https://www.quito-turismo.gob.ec/descargas/2017/LUAE/7.pdf>

- Ministerio de Turismo . (2018). *Turismo en cifras*. Obtenido de <https://servicios.turismo.gob.ec/index.php/turismo-cifras>
- Monge, E. C. (2010). El estudio de casos como metodología de investigación y su importancia en la dirección y administración de empresas. *Revista Nacional de Administración* , 37.
- Monje, C. (2011). *Metodología De La Investigacióncuantitativa Y Cualitativaguía didáctica*. Obtenido de <https://www.uv.mx/rmipe/files/2017/02/Guia-didactica-metodologia-de-la-investigacion.pdf>
- Nadal, J. (16 de Marzo de 2010). Obtenido de La educación ha de apoyarse en las TIC y la experiencia de los nativos digitales: [https://www.fundaciontelefonica.com/2010/03/16/17\\_01\\_2014\\_esp\\_6370-1262/](https://www.fundaciontelefonica.com/2010/03/16/17_01_2014_esp_6370-1262/)
- Navalón, R., & Mínguez, M. d. (2016). *El desarrollo del fenómeno de los tours gratuitos (free tours) en los destinos culturales. El caso de la ciudad de Madrid: colaboración o negocio*. Obtenido de [http://ibdigital.uib.es/greenstone/collect/monografiesHistoriaNatural/index/assoc/Monograf/iesSHNB\\_/2016vol0/23p265.dir/MonografiesSHNB\\_2016vol023p265.pdf](http://ibdigital.uib.es/greenstone/collect/monografiesHistoriaNatural/index/assoc/Monograf/iesSHNB_/2016vol0/23p265.dir/MonografiesSHNB_2016vol023p265.pdf)
- Oficina Internacional del Trabajo . (2017). *Pautas de la OIT sobre trabajo decente y turismo socialmente responsable* . Obtenido de [https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/--ed\\_dialogue/---sector/documents/normativeinstrument/wcms\\_546341.pdf](https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/--ed_dialogue/---sector/documents/normativeinstrument/wcms_546341.pdf)
- Organización Mundial del Turismo . (2018). *Panorama OMT del Turismo Internacional* . Obtenido de <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284419890>

- Pen, H., & Damen, T. (27 de Mayo de 2017). Obtenido de <https://www.parool.nl/nieuws/gidsen-trekken-zich-niks-aan-van-afspraken-over-betere-doorstroming-op-de-wallen~b211bb35/>
- Perez, B. &. (2007). Eumed. Obtenido de [http://www.eumed.net/tesis-doctorales/2012/mirm/enfoque\\_cualitativo.html](http://www.eumed.net/tesis-doctorales/2012/mirm/enfoque_cualitativo.html)
- Perez, M., Suárez, M., & Vera, D. (2016). *La economía colaborativa El caso de Airbnb: ¿Economía o Colaboración?* Obtenido de <https://riull.ull.es/xmlui/bitstream/handle/915/3606/La%20economia%20colaborativa%20-%20El%20caso%20de%20Airbnb%20%C2%BFEconomia%20o%20Colaboracion.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Quintero, J. R. (s.f). *Teoria de las necesidades de Malow-EVA*. Obtenido de <https://eva.udelar.edu.uy/pluginfile.php/.../Teoría%20de%20Maslow.pdf>
- Quito Informa. (15 de Septiembre de 2018). *Quito es Destino Líder de Sudamérica por sexta vez*. Obtenido de <http://www.quitoinforma.gob.ec/2018/09/15/quito-destino-lider-de-sudamerica-por-sexta-vez/>
- RAE. (s.f.). *Asociación de academias de la lengua española*. Obtenido de <https://dle.rae.es/srv/search?m=30&w=intrusismo>
- Ramirez, M. J. (29 de Octubre de 2013). *Prezi* . Obtenido de [https://prezi.com/ddgub6\\_naxgt/la-entrevista-en-las-organizaciones/](https://prezi.com/ddgub6_naxgt/la-entrevista-en-las-organizaciones/)
- Randstad. (13 de Junio de 2016). Obtenido de <https://www.randstad.es/tendencias360/la-piramide-de-maslow-en-el-ambito-laboral/>

- Recio, E., & Rivera, M. I. (Diciembre de 2015). *Análisis del Fenómeno Free Tour en el Sector Turístico*. Obtenido de <https://zaguan.unizar.es/record/36905/files/TAZ-TFG-2015-4494.pdf>
- Rodriguez, D. (Octubre de 2012). *Análisis de los negocios informales en la economía ecuatoriana y su transición a la formalidad*. Obtenido de <http://repositorio.puce.edu.ec/bitstream/handle/22000/6878/7.36.001479.pdf?sequence=4&isAllowed=y>
- Rodriguez, J. (7 de Septiembre de 2014). *SlideShare* . Obtenido de <https://es.slideshare.net/jaimericardorodriguez5/metodos-empiricos>
- Rodríguez, M. (19 de Noviembre de 2010). *Metodologías de la investigación* . Obtenido de <https://metodologiasdelainvestigacion.wordpress.com/2010/11/19/la-tecnica-de-la-encuesta/>
- Rosero, R. (Noviembre de 2009). *El impacto de la crisis económica desde la perspectiva de género* . Obtenido de <http://library.fes.de/pdf-files/bueros/quito/07393.pdf>
- Rovati, L. (12 de Marzo de 2009). *Cuenca, Patrimonio cultural de la Humanidad en Ecuador*. Obtenido de <https://www.diariodelviajero.com/america/cuenca-patrimonio-cultural-de-la-humanidad-en-ecuador>
- Ruiz. (2011). *Políticas Públicas En Salud Y Su Impacto En El Seguro Popular En Culiacán, Sinaloa, México*. Sinaloa.
- Strawberry Tours. (2019). Obtenido de <https://strawberrytours.com/quito>

Taylor, M. (2006). *Generation NeXt Comes to College: 2006 Updates and Emerging Issues*.

Obtenido de [https://taylorprograms.com/wp-content/uploads/2018/11/Gen\\_NeXt\\_article\\_HLC\\_06.pdf](https://taylorprograms.com/wp-content/uploads/2018/11/Gen_NeXt_article_HLC_06.pdf)

TripAdvisor . (2019). *Free Walking Tour Ecuador* . Obtenido de

[https://www.tripadvisor.co/Attraction\\_Review-g294308-d6480193-Reviews-Free\\_Walking\\_Tour\\_Ecuador-Quito\\_Pichincha\\_Province.html](https://www.tripadvisor.co/Attraction_Review-g294308-d6480193-Reviews-Free_Walking_Tour_Ecuador-Quito_Pichincha_Province.html)

TripAdvisor . (2019). *Strawberry Tours* . Obtenido de

[https://www.tripadvisor.co/Attraction\\_Review-g294308-d15832202-Reviews-Strawberry\\_Tours-Quito\\_Pichincha\\_Province.html](https://www.tripadvisor.co/Attraction_Review-g294308-d15832202-Reviews-Strawberry_Tours-Quito_Pichincha_Province.html)

Viacom International . (2013). *La generación de los millenials* . Obtenido de

[https://www.100research.com/respaldoWeb/boletines\\_la\\_generacion\\_de\\_los\\_millenials](https://www.100research.com/respaldoWeb/boletines_la_generacion_de_los_millenials)

Zikmund, W. G. (1998). *Investigación de mercados* . Chicago, Estados Unidos: Prentice-Hall

Hispanoamericana.

Apéndices

**Apéndice A.** Ficha de observación directa acerca del servicio Free Walking tour en Quito.

	Calificación				
	1	2	3	4	5
<b>Inicio</b>					
Bienvenida al grupo	x				
Presentación				x	
Preguntas al grupo			x		
Breve resumen de la ruta					x
<b>Aptitudes</b>					
Imagen				x	
Actitud de servicio					x
Paciencia				x	
Sonrisa		x			
Puntualidad					x
Flexibilidad					x
<b>Actitudes</b>					
Liderazgo				x	
Habilidades sociales			x		
Extroversión		x			
Idiomas		x			
Buen comunicador					x
<b>Conocimientos</b>					
Fechas de fundación			x		
Datos históricos relevantes					x
Aspectos demográficos y geográficos			x		
Personajes Importantes				x	
Leyendas, costumbres o anécdotas			x		
Estilos arquitectónicos				x	
Artistas - Escultores		x			
Nombre de atractivos					x
Área o extensión	x				
Flora y fauna	x				
<b>Técnicas de guiado</b>					
Interpretación: sencilla- lenguaje comprensible					x
Cautiva el interés de la audiencia					x
Busca sitios que faciliten la exposición				x	
Planifica el tiempo					x
Habla a todo el grupo					x
Usa comunicación gestual			x		
Realizan demostraciones dramáticas	x				

<b>Duración</b>					
2 horas					
2 horas y media					x
3 horas					
Más de 3 horas					
<b>Forma en que presta sus servicios a turistas</b>					
Directa				x	
A través de agencias de viajes u operador					x
<b>Forma en que publicita sus servicios a turistas</b>					
Redes sociales					x
Página web propias					x
OTAS					x
Afiches					x
Prensa					
<b>Equipos de seguridad</b>					
Botiquín de primeros auxilios	x				

## Apéndice B. Modelo de encuesta diseñada en español



### Encuesta para turistas nacionales y extranjeros en la ciudad de Quito

La presente encuesta es realizada para conocer cuál es su percepción sobre el servicio de Free Walking Tour y motivaciones para su elección.

- **Género**  
Femenino \_\_\_\_\_ Masculino \_\_\_\_\_
  - **Procedencia** \_\_\_\_\_
  - **Edad**  
Entre 18-28 \_\_\_\_\_ Entre 29-39 \_\_\_\_\_ Entre 40-50 \_\_\_\_\_ Entre 51 o más \_\_\_\_\_
  - **Nivel de ocupación**  
Estudiante \_\_\_\_\_ trabajador independiente \_\_\_\_\_  
Trabajador dependiente \_\_\_\_\_ Jubilado \_\_\_\_\_
1. **¿Cómo planifica su viaje?**  
Agencias de viajes en línea \_\_\_\_\_  
Agencias de viajes tradicionales \_\_\_\_\_
  2. **¿Usted realiza tours en la ciudad de Quito?**  
Sí \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_
  3. **Si su respuesta anterior fue SI, ¿de qué manera contrata tours?**  
Agentes especializados (agencias de viaje o tour operadores) \_\_\_\_\_  
Cuenta propia (internet, plataformas, redes sociales) \_\_\_\_\_
  4. **¿Conoce usted acerca de los Free Walking Tours?**  
Sí \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_
  5. **¿Ha tomado un Free Walking Tour en la ciudad de Quito?**  
Sí \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_
  6. **¿Cuánto está dispuesta a entregar de propina?**  
Entre \$5,00 a \$10,00 \_\_\_\_\_ Entre \$15,00 a \$20,00 \_\_\_\_\_  
Entre \$10,00 a \$15,00 \_\_\_\_\_ Más de \$20,00 \_\_\_\_\_
  7. **¿Recomendaría a sus conocidos a realizar un Free Walking Tour en Quito?**  
Sí \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_
  8. **¿Hace uso de los tours pagados que ofrecen los Free Walking Tours?**  
Sí \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_
  9. **¿Cree usted que el servicio proporcionado es informal?**  
Sí \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_



**10. ¿En la escala del 1 al 5 califique cuáles son los motivos por los que utiliza un Free Walking Tour?**

	1	2	3	4	5
Por obtener una experiencia local					
Por no tener una tarifa establecida					
Por la facilidad de reservar un cupo					
Se ajustan al presupuesto del turista					
Hay menos personas					
Se conoce mejor la ciudad caminando					
Por el horario que establecen					
Por las visitas a atractivos culturales y gastronómicos					
El guía da una atención personalizada					
En 3 horas se conoce los sitios turísticos					
Los guías son jóvenes y poseen mejor actitud					
Por la facilidad de encontrarlos en internet					

**11. Indique su nivel de satisfacción del servicio brindado siendo que, 1 corresponde a estar totalmente en desacuerdo; 2, en desacuerdo; 3, neutral; 4, de acuerdo; y 5, totalmente de acuerdo.**

<b>Dimensión 1: Organización</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
El guía está en el punto de encuentro?					
Es fácil determinar quién es el guía asignado?					
El guía se presenta ante todos los turistas?					
El tour empieza a la hora determinada?					
El tour termina a la hora determinada?					
Antes del recorrido se menciona con exactitud toda la ruta a realizar?					
Se realizan todas las paradas mencionadas?					
<b>Dimensión 2: Seguridad</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
Considera usted que el guía le transmite confianza?					
Se siente seguro por las calles que recorre?					
Se siente confiado de recibir la información correcta?					
Se siente seguro de ingerir alimentos en los mercados recorridos?					
Considera que el guía debe poseer un botiquín de primeros auxilios?					

<b>Dimensión 3: Servicio</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
Considera que ha tenido una experiencia diferente a un tour tradicional?					
Considera atractivos los horarios que establecen?					
Considera que el guía cumple con conocimiento suficiente?					
El personal de guianza recalca que es un servicio a base de propinas?					
Durante el recorrido tuvo una atención personalizada?					
La forma de promocionar los tours en internet es atractiva?					
Durante el recorrido le ofrecen tours pagados?					
El personal tiene buena apariencia (uniforme)					
Si el recorrido no es de su agrado, se iría a mitad de camino?					
<b>Dimensión 4: Empatía</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
El guía muestra interés ante alguna pregunta o requerimiento especial?					
El guía posee dominio de lenguas extranjeras?					
El guía está dispuesto a ayudar al turista?					
Cree que las respuestas a sus preguntas fueron contestadas con veracidad?					

**Apéndice C.** Modelo de encuesta diseñada en inglés



This survey is conducted to learn about your experience on the Free Walking Tour service, and which are the motivations for your choice.

- **Gender**  
Female \_\_\_\_\_ Male \_\_\_\_\_
  - **Country, province or city of residence** \_\_\_\_\_
  - **Age**  
Between 18-28 \_\_\_\_\_ Between 29-39 \_\_\_\_\_ Between 40-50 \_\_\_\_\_ Between 51 or more \_\_\_\_\_
  - **Occupation**  
Student \_\_\_\_\_ Independent employee \_\_\_\_\_  
Dependent employee \_\_\_\_\_ Retired \_\_\_\_\_
1. **How do you plan your trip?**  
Online Travel agency (TripAdvisor, Booking) \_\_\_\_\_  
Common travel agents \_\_\_\_\_
  2. **Do you carry out tours in the city?**  
Yes \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_
  3. **If your answer was YES. How do you hire the tours?**  
Common travel agent \_\_\_\_\_  
Internet-Platforms- Social Medias \_\_\_\_\_
  4. **Do you know about the Free Walking Tours?**  
Yes \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_
  5. **Have you ever taken a Free Walking Tour in Quito?**  
Yes \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_
  6. **How much are you willing to give a tip?**  
Between \$5,00-\$10,00 \_\_\_\_\_ Between \$10,00-\$15,00 \_\_\_\_\_  
Between \$15-\$20,00 \_\_\_\_\_ More than \$20,00 \_\_\_\_\_
  7. **Would you recommended to your friends to take a Free Tour in Quito?**  
Yes \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_
  8. **Dou you use the paid tours offered by the Free Walking Tours?**  
Yes \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_
  9. **Dou you think that the service provided is informal?**  
Yes \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_

**10. On the scale of 1 to 5 rate what are the main reasons to use a Free Walking Tour?**

	1	2	3	4	5
For getting a local experience					
For not having a set rate					
For easy reserving					
They fit the budget of the tourist					
There are fewer people					
The city is better known by walking					
For the schedule that they establish					
For visit to cultural and gastronomic attractions					
The guide gives personalized attention					
In 3 hours you know the tourist sites					
The guides are younger and have better attitude					
for the easy of finding them on the internet					

**11. With the purpose of knowing your perception about the quality of service the question posed will be rated according to the Likert scale, where 1 corresponds to strongly disagree; 2 in disagreement; 3 neutral; 4 according and 5 totally agree.**

<b>Dimension 1: Organization</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
The guide is at the meeting point?					
It is easy to determine who is the assigned guide?					
the guide is presented to all tourist?					
The tour starts at a certain time?					
The tour ends at a specific time?					
Before the tour, Is the entire route to be made mentioned exactly?					
Are all the mentioned stops made?					
<b>Dimensión 2: Security</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
Do you think the guide transmitted confidence?					
Do you feel safe in the streets you walk					
Are you confident of receiving the correct information?					
Do you feel safe ingesting food in the markets covered?					
Do you consider that the guide must have a first aid kit?					

<b>Dimension 3: Service</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
Do you consider that you have had a different experience than a traditional tour?					
Do you consider the schedules are attractive?					
Do you consider that the guide has sufficient knowledge?					
The staff stress that it is service based on tips?					
During the tour had a personalized attention?					
Is attractive the way to promoted the tours on the Internet?					
During the tour, do you offer paid tours?					
The staff looks good(uniform)					
If the tour is not to your liking, would it go halfway?					
<b>Dimension 4: Emphaty</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
Does the guide interest in any question on special request?					
Does the guide have a command of foreign languages?					
The guide is willing to help the tourist?					
Do you believe that the answers to your questions were answered truthfully?					

**Apéndice D.** Modelo de entrevista a guías que operan en la modalidad Free Walking Tour



**Trabajo de Investigación**

**Entrevista para guías de la modalidad Free Walking Tour**

**Nombre del entrevistado:**

**Nombre de entrevistadores:**

**Fecha:**

1. ¿Cómo surgió la idea de realizar la actividad de Free Walking Tour?
2. ¿Cuántas personas tienen a diario en los tours?
3. En caso de emergencia, ¿Qué procedimientos toman?
4. ¿Han tenido algún tipo de inconveniente con guías acreditados?
5. ¿Cuál es el perfil del individuo que toma este servicio?
6. ¿Realizan algún tipo de encuesta de satisfacción posterior al tour?
7. ¿Cuentan con algún tipo de formación académica para la realización del tour?

## **Apéndice E. Modelo de entrevista a guía en la modalidad tradicional**



### **Trabajo de Investigación**

#### **Entrevista para guía en la modalidad tradicional**

**Nombre del entrevistado:**

**Nombre de entrevistadores:**

**Fecha:**

1. ¿Ha escuchado sobre los Free Walking Tour?
2. ¿Sabe usted si han realizado un tipo de reclamo acerca de esta situación?
3. ¿Cree usted que afectan de alguna forma los free tours o ellos se encuentran atendiendo a una demanda diferente?
4. ¿Cuál es el promedio de tours que realiza mensualmente?
5. ¿En comparación a los años anteriores ¿la demanda de sus servicios de guía ha aumentado o disminuido?
6. ¿Considera que los ingresos que recibe son adecuados?
7. ¿Considera que la creación de nuevas modalidades de negocios como son los Free Tour afecta en la disminución de la facturación para quienes si cobran una tarifa establecida?
8. ¿Usted como guía tiene alguna obligación tributaria? ¿Qué tipos de impuestos paga?
9. ¿Qué medidas considera que se deben tomar para disminuir la informalidad?

## **Apéndice F. Modelo de entrevista a operador turístico en la ciudad de Quito**



### **Trabajo de Investigación Entrevista para operador turístico**

**Nombre del entrevistado:**

**Nombre de entrevistadores:**

**Fecha:**

1. ¿Qué tipo de tours ofrece la operadora?
2. ¿Cuál es la demanda total por mes de los tours que ofrecen en la ciudad de Quito?
3. ¿Al momento de ofrecer sus servicios que le garantizan a los turistas aparte de seguridad?
4. ¿En qué época del año cree usted que existe mayor afluencia de turistas?
5. ¿Conoce usted acerca de los Free Walking Tour?
6. ¿Por qué ha implementado este tipo modelo de negocio dentro de su operadora? ¿Por qué no?
7. ¿Desde cuándo empieza la actividad de Free Walking Tour dentro de la operadora?
8. ¿Tienen algún tipo de relación laboral con los Free Walking Tour?
9. ¿Cómo ha influido los Free Walking Tours dentro de su operadora?
10. ¿Ha realizado algún tipo de reclamo ante esta nueva tendencia de mercado? ¿Qué medidas han tomado?
11. ¿Consideraría tener una alianza con los Free Walking Tour para incentivar la compra de sus tours?



## **Apéndice G. Modelo de entrevista a Ministerio de Turismo**



### **Trabajo de Investigación Entrevista para autoridad de Turismo**

**Nombre del entrevistado:**

**Nombre de entrevistadores:**

**Fecha:**

1. ¿La operación de Free Walking Tour está reconocida como actividad turística por el MINTUR?
2. ¿Tienen una base de datos acerca de la afectación de los Free Walking Tours?
3. ¿Cuándo consideran que la actividad es formal e informal?
4. En la parte tributaria, ¿Consideran algún tipo de afectación como MINTUR?
5. ¿Se realizan algún tipo de control para evitar esta actividad?
6. ¿Cuál es su opinión acerca de los Free Walking Tours?
7. ¿Se ha visto afectado los establecimientos de prestación de servicios de turismo por esta actividad?

## Apéndice H. Fotografías del trabajo de campo



*Figura 32. Free Walking Tour en La Plaza San Francisco*



*Figura 33. Familiarización con guía de Quito Turismo*



*Figura 34.* Encuestas a turistas en la Ronda

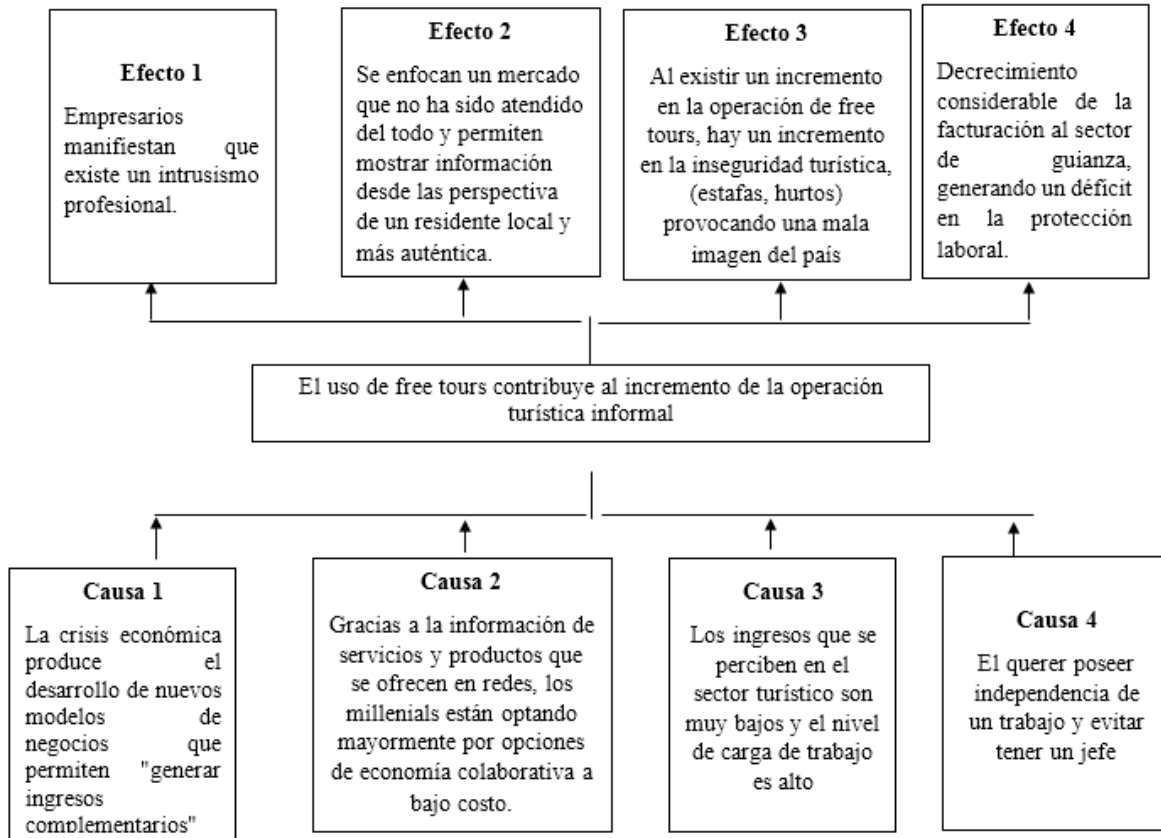


*Figura 35.* Familiarización con Ministerio de Turismo



*Figura 36.* Encuesta a turistas en hostel

**Apéndice I. Árbol de problemas**



*Figura 37. Árbol de problemas*



Presidencia  
de la República  
del Ecuador



Plan Nacional  
de Ciencia, Tecnología,  
Innovación y Saberes



SENESCYT  
Secretaría Nacional de Educación Superior,  
Ciencia, Tecnología e Innovación

## DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Nosotras, **López Melendres, Ana Gabriela** con C.C: # **0921722518** y **Nieto Coveña, Sharon Michelle** con C.C: # **0928682079** autoras del trabajo de titulación: **Análisis de la operación turística “Free Tours” y su repercusión en la operación tradicional de la guianza en la ciudad de Quito**, previo a la obtención del título de **INGENIERO/A EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y HOTELERAS** en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

1.- Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tienen las instituciones de educación superior, de conformidad con el Artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de titulación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.

2.- Autorizo a la SENESCYT a tener una copia del referido trabajo de titulación, con el propósito de generar un repositorio que democratice la información, respetando las políticas de propiedad intelectual vigentes.

**Guayaquil, 10 de septiembre del 2019**

---

Nombre: **López Melendres, Ana Gabriela**

C.C: **0921722518**

---

Nombre: **Nieto Coveña, Sharon Michelle**

C.C: **0928682079**



Presidencia  
de la República  
del Ecuador



Plan Nacional  
de Ciencia, Tecnología,  
Innovación y Saberes



SENESCYT  
Secretaría Nacional de Educación Superior,  
Ciencia, Tecnología e Innovación

## REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA

### FICHA DE REGISTRO DE TESIS/TRABAJO DE TITULACIÓN

<b>TEMA Y SUBTEMA:</b>	<b>Análisis de la operación turística “Free Tours” y su repercusión en la operación tradicional de la guianza en la ciudad de Quito.</b>		
<b>AUTOR(ES)</b>	<b>López Melendres, Ana Gabriela y Nieto Coveña, Sharon Michelle</b>		
<b>REVISOR(ES)/TUTOR(ES)</b>	<b>Ing. Elsie Zerda Barreno, Mgs</b>		
<b>INSTITUCIÓN:</b>	Universidad Católica de Santiago de Guayaquil		
<b>FACULTAD:</b>	Facultad de Especialidades Empresariales		
<b>CARRERA:</b>	Carrera de Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras		
<b>TÍTULO OBTENIDO:</b>	Ingeniero/a en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras		
<b>FECHA DE PUBLICACIÓN:</b>	10 de septiembre del 2019	<b>No. DE PÁGINAS:</b>	111
<b>ÁREAS TEMÁTICAS:</b>	Tendencias actuales del mercado turístico, Desarrollo de cultura del servicio		
<b>PALABRAS CLAVE/ KEYWORDS:</b>	Free walking tours, guianza, operadoras turísticas, Quito, turismo colaborativo, intrusismo profesional.		
<b>RESUMEN/ABSTRACT:</b>	<p>El objetivo de esta investigación es analizar la operación turística de Free Walking Tours y su repercusión en la operación tradicional en la ciudad de Quito. Como metodología se optó por utilizar el método empírico, empleando la investigación descriptiva, enfoque cualitativo y cuantitativo, por lo consiguiente, se aplicaron cuestionarios y entrevistas. Se consideró con una población de 2 625 443 visitas de turistas nacionales y extranjeros de la ciudad de Quito durante el 2018 y se encuestó a 384 turistas para conocer la percepción de ellos al momento de utilizar el servicio. Se realizaron entrevistas al Ministerio de Turismo, a guías acreditados, a quienes operan bajo la modalidad de Free Walking Tour y operadores turísticos y se obtuvo como resultado que la operación se encuentra con guías acreditados y ejercen la actividad a través de una operadora turística. Finalmente se presenta una propuesta de socialización con mesas de trabajo y estrategias dirigidas a la creación de valor para el visitante, sostenibilidad y calidad de vida y herramientas analíticas y de comunicación.</p>		
<b>ADJUNTO PDF:</b>	<input checked="" type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO	
<b>CONTACTO CON AUTOR/ES:</b>	Teléfono: +593 <b>992294201</b> +593 <b>982534197</b>	E-mail: gaby1_1606@hotmail.com E-mail: sharonnietoc97@hotmail.com	
<b>CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN</b>	<b>Nombre: Salazar Raymond María Belén</b> <b>Teléfono: +593-4-2206950 ext. 5049</b> <b>E-mail: maria.salazar02@cu.ucsg.edu.ec</b>		
<b>SECCIÓN PARA USO DE BIBLIOTECA</b>			
<b>Nº. DE REGISTRO (en base a datos):</b>			
<b>Nº. DE CLASIFICACIÓN:</b>			
<b>DIRECCIÓN URL (tesis en la web):</b>			