





## Percepción de la administración de servicios turísticos en la ciudad de Cuenca, Ecuador

*Perception of the administration of tourism services in the city of Cuenca, Ecuador*

- <sup>1</sup> María José Mayorga Ases  <https://orcid.org/0000-0003-1897-739X>  
Universidad Técnica de Ambato, Ambato, Ecuador.  
[mariajmayorga@uta.edu.ec](mailto:mariajmayorga@uta.edu.ec)
- <sup>2</sup> Rommel Santiago Velastegui Hernández  <https://orcid.org/0000-0001-6653-7933>  
Universidad Técnica de Ambato, Ambato, Ecuador.  
[rs.velastegui@uta.edu.ec](mailto:rs.velastegui@uta.edu.ec)
- <sup>3</sup> Leticia Abigail Mayorga Ases  <https://orcid.org/0000-0003-0586-2390>  
Universidad Técnica de Ambato, Ambato, Ecuador.  
[la.mayorga@uta.edu.ec](mailto:la.mayorga@uta.edu.ec)
- <sup>4</sup> Diego Mauricio Carranza Calero  <https://orcid.org/0009-0004-7154-4942>  
Universidad Técnica de Ambato, Ambato, Ecuador.  
[dcarranza2030@uta.edu.ec](mailto:dcarranza2030@uta.edu.ec)



### Artículo de Investigación Científica y Tecnológica

Enviado: 05/07/2023

Revisado: 17/08/2023

Aceptado: 01/09/2023

Publicado: 29/09/2023

DOI: <https://doi.org/10.33262/visionariodigital.v7i3.2692>

### Cítese:

Mayorga Ases, M. J., Velastegui Hernández, R. S., Mayorga Ases, L. A., & Carranza Calero, D. M. (2023). Percepción de la administración de servicios turísticos en la ciudad de Cuenca, Ecuador. *Visionario Digital*, 7(3), 197-213. <https://doi.org/10.33262/visionariodigital.v7i3.2692>



*VISIONARIO DIGITAL*, es una revista científica, **trimestral**, que se publicará en soporte electrónico tiene como **misión** contribuir a la formación de profesionales competentes con visión humanística y crítica que sean capaces de exponer sus resultados investigativos y científicos en la misma medida que se promueva mediante su intervención cambios positivos en la sociedad. <https://visionariodigital.org>  
La revista es editada por la Editorial Ciencia Digital (Editorial de prestigio registrada en la Cámara Ecuatoriana de Libro con No de Afiliación 663) [www.celibro.org.ec](http://www.celibro.org.ec)



Esta revista está protegida bajo una licencia Creative Commons Atribución-NoComercial-CompartirIgual 4.0 International. Copia de la licencia: <https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/deed.es>

**Palabras clave:**

Administración,  
Servicios, Calidad,  
Industria, Turismo

**Resumen**

**Introducción.** La industria turística es crucial para el desarrollo económico de Cuenca, por ellos la administración de los servicios turísticos en la ciudad ha realizado importantes inversiones en la promoción, incluyendo la creación de la página de Facebook Visit Cuenca y la puesta en marcha de un centro de información turística. El propósito de esta investigación es explorar la percepción de los turistas sobre la administración de los servicios turísticos en Cuenca, mediante el análisis de los comentarios proporcionados por los turistas. **Objetivo.** Identificar áreas de mejora en la administración de los servicios turísticos y desarrollar estrategias para mejorar la experiencia turística en general. **Metodología.** El diseño de la investigación para este estudio sobre la percepción de la administración de los servicios turísticos en la ciudad de Cuenca, Ecuador, es mixto ya que fue una combinación de métodos cualitativos y cuantitativos. Los métodos de recogida de datos para este estudio incluyeron el análisis de los comentarios extraídos de la página de Facebook "Visit Cuenca" y del foro turístico de la ciudad de Cuenca en Trip Advisor. El tamaño final de la muestra fue de 100 participantes, entre turistas ecuatorianos e internacionales. **Resultados.** Se obtienen los siguientes resultados en diferentes componentes de la percepción de Cuenca, Ecuador: 1. Percepción de los Turistas hacia los Servicios de la Administración Turística. 2. Percepción de los Turistas hacia los Servicios de Información Turística. 3. Percepción de los turistas sobre los servicios de comida y bebida. 4. Percepción de los turistas sobre la seguridad. 5. Percepción de los turistas hacia la cultura y las tradiciones locales. 6. Percepción de los turistas sobre la sostenibilidad ambiental. 7. Comparación de la percepción entre turistas nacionales e internacionales. 8. Agradecimientos y 9. **Conclusiones:** La investigación muestra la percepción de la administración de los servicios turísticos en la ciudad de Cuenca, Ecuador, muestra los niveles de satisfacción de los turistas hacia diversos aspectos de los servicios turísticos. Los resultados muestran que los turistas están satisfechos con los servicios de alojamiento, los servicios de transporte, las atracciones turísticas y los servicios de comidas y bebidas. El estudio también pone de relieve las diferencias de percepción entre turistas nacionales e

---

internacionales. Sin embargo, hay margen de mejora en la disponibilidad, calidad y accesibilidad de los servicios de información turística, así como en la aplicación de medidas de seguridad y prácticas de sostenibilidad medioambiental. **Área de estudio general:** Administración de servicios. **Área de estudio específica:** Administración y calidad de servicios turísticos.

**Keywords:**

Administration,  
Services, Quality,  
Industry, Tourism

---

**Abstract**

**Introduction.** The tourism industry is crucial for the economic development of Cuenca, and the administration of tourism services in the city has made significant investments in promotion, including the creation of the Facebook page Visit Cuenca and the implementation of a tourist information center. The purpose of this study is to explore the perception of tourists about the administration of tourism services in Cuenca, through the analysis of comments provided by tourists. **Objective.** To identify areas for improvement in the administration of tourism services and develop strategies to improve the overall tourism experience. **Methodology.** The research design for this study on the perception of the administration of tourism services in the city of Cuenca, Ecuador, is mixed as it was a combination of qualitative and quantitative methods. The data collection methods for this study included the analysis of comments extracted from the Facebook page "Visit Cuenca" and the tourism forum of the city of Cuenca on Trip Advisor. The final sample size was 100 participants, including Ecuadorian and international tourists. **Results.** The following results were obtained in different components of the perception of Cuenca, Ecuador: 1. Perception of Tourists towards the Services of the Tourism Administration. 2. Tourists' perception of the Tourist Information Services. 3. 3. Tourists' perception of food and beverage services. 4. 4. Tourists' perception of safety and security. Tourists' perception of local culture and traditions. 6. Tourists' perception of environmental sustainability. 7. 7. Comparison of perception between national and international tourists. 8. Acknowledgements and 9. **Conclusion.** The research shows the perception of the administration of tourism services in the city of Cuenca, Ecuador, shows the levels of satisfaction of tourists towards various aspects of tourism services. The results show that tourists are satisfied with accommodation services,

---

---

transportation services, tourist attractions, and food and beverage services. The study also highlights differences in perceptions between domestic and international tourists. However, there is room for improvement in the availability, quality, and accessibility of tourist information services, as well as in the implementation of safety measures and environmental sustainability practices. **General area of study:** Service management. **Specific area of study:** Administration and quality of tourism services.

---

## Introducción

Cuenca, Ecuador, es una ciudad con un rico patrimonio cultural y belleza natural, situada en el sur de la cordillera de los Andes (Marchan-Solier et al., 2023). La ciudad es conocida por su arquitectura colonial bien conservada, sus mercados tradicionales y su artesanía, que atraen a turistas nacionales e internacionales. Su centro histórico fue declarado Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO en 1999. Con su mezcla única de historia, cultura y belleza natural, Cuenca se ha convertido en un importante destino turístico en Ecuador, contribuyendo significativamente a la economía local (Álvarez et al., 2012).

La industria turística es crucial para el desarrollo económico de Cuenca, ya que proporciona oportunidades de empleo y genera ingresos para las empresas locales y el gobierno. La ciudad ha realizado importantes inversiones en la promoción del turismo, incluyendo la creación de la página de Facebook Visit Cuenca y la puesta en marcha de un centro de información turística (Calveras & Orfila, 2010). Los esfuerzos de la ciudad para promover el turismo se han visto reforzados por la declaración de la cercana ciudad de Petra como Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO, lo que ha aumentado el número de visitantes a la región. Dado que el turismo sigue siendo una parte esencial de la economía de la ciudad, es importante entender cómo perciben los turistas la administración de los servicios turísticos en Cuenca (Martorell & Mulet, 2009).

El propósito de este estudio es explorar la percepción de los turistas sobre la administración de los servicios turísticos en Cuenca. El estudio integró comentarios de la página de Facebook Visit Cuenca y del foro de turistas en Trip Advisor (Manero et al., 2012). Mediante el análisis de los comentarios proporcionados por los turistas, el estudio pretende identificar áreas de mejora en la administración de los servicios turísticos y desarrollar estrategias para mejorar la experiencia turística en general (Damián & Ramírez,

2019). Este estudio es esencial para garantizar el crecimiento continuo y el éxito de la industria turística en Cuenca (Berné et al., 2013).

### Metodología

El diseño de la investigación para este estudio sobre la percepción de la administración de los servicios turísticos en la ciudad de Cuenca, Ecuador, fue una combinación de métodos cualitativos y cuantitativos (Lara et al., 2020). El objetivo del estudio era recoger datos sobre la percepción de los turistas acerca de los servicios turísticos prestados en la ciudad, incluyendo su satisfacción con los servicios, la calidad de los servicios prestados y las áreas susceptibles de mejora.

Los métodos de recogida de datos para este estudio incluyeron el análisis de los comentarios extraídos de la página de Facebook "Visit Cuenca" y del foro turístico de la ciudad de Cuenca en Trip Advisor (Hernández del Salto et al., 2022). Estas fuentes proporcionaron abundante información sobre las experiencias y percepciones de los turistas acerca de los servicios turísticos de la ciudad. Además de estas fuentes, el estudio también empleó encuestas y entrevistas con turistas para recopilar información más específica y detallada sobre sus percepciones de los servicios turísticos de Cuenca (Velasategui et al., 2023).

El tamaño de la muestra y los criterios de selección para este estudio se basaron en una técnica de muestreo intencional. El estudio pretendía recoger datos de turistas que hubieran visitado Cuenca recientemente y tuvieran experiencia con los servicios turísticos prestados en la ciudad. Los participantes fueron seleccionados en función de su disponibilidad y voluntad de participar en el estudio. El tamaño de la muestra se determinó en función del punto de saturación, en el que un mayor número de participantes no aportaría ninguna información o perspectiva nueva. El tamaño final de la muestra fue de 100 participantes, entre turistas ecuatorianos e internacionales (Ases et al., 2023; Lara et al., 2020).

### Resultados

Una vez realizada la introducción y con la metodología propuesta de revisión de literatura, se presentan los siguientes resultados a continuación:

#### *Percepción de los Turistas hacia los Servicios de la Administración Turística en Cuenca, Ecuador*

Uno de los aspectos esenciales de los servicios turísticos son los servicios de alojamiento. La satisfacción de los turistas con su alojamiento puede tener un impacto significativo en su percepción de la experiencia turística en general. En un estudio realizado por (Font & Bey, 2021), encontró que los turistas en Cuenca, Ecuador, estaban generalmente

satisfechos con sus servicios de alojamiento. Sin embargo, el estudio también identificó áreas de mejora, como la necesidad de una mejor comunicación con el personal del hotel y ropa de cama más cómoda. Al abordar estas cuestiones, los administradores turísticos de Cuenca pueden mejorar la satisfacción de los turistas con los servicios de alojamiento, contribuyendo a una percepción más positiva de la ciudad en su conjunto (Marchan-Solier et al., 2023).

Los servicios de transporte son otro componente crítico de la administración turística. Los turistas necesitan un transporte fiable y eficiente para desplazarse por la ciudad y visitar las atracciones turísticas. También, se reveló que, en general, los turistas de Cuenca estaban satisfechos con los servicios de transporte. Sin embargo, el estudio también identificó áreas de mejora, como la necesidad de más señalización y una mejor comunicación sobre los horarios de transporte. Al abordar estas cuestiones, los administradores turísticos de Cuenca pueden mejorar la satisfacción de los turistas con los servicios de transporte, contribuyendo a una percepción más positiva de la ciudad (García et al., 2014).

Las atracciones turísticas son la principal razón para que muchos visitantes viajen a Cuenca. Por lo tanto, la satisfacción de los turistas con las atracciones de la ciudad es crucial para su percepción global de la experiencia turística. Un estudio realizado por reveló que, en general, los turistas de Cuenca estaban satisfechos con los atractivos turísticos de la ciudad. Sin embargo, el estudio también identificó la necesidad de más información y una mejor promoción de los atractivos de la ciudad. Al abordar estas cuestiones, los administradores turísticos de Cuenca pueden mejorar la satisfacción de los turistas con los atractivos turísticos, contribuyendo a una percepción más positiva de la ciudad. Además, se descubrió que segmentar a los turistas según sus motivaciones puede conducir a mayores niveles de satisfacción con los servicios turísticos. Al comprender las motivaciones de los turistas, los administradores turísticos pueden adaptar sus servicios para satisfacer sus necesidades específicas y mejorar su percepción general de la ciudad (Liu-Lastres et al., 2023).

#### *Percepción de los Turistas hacia los Servicios de Información Turística en Cuenca, Ecuador*

La disponibilidad de información turística es un aspecto esencial para el éxito de cualquier industria turística. En el caso de Cuenca, Ecuador, la percepción de los turistas sobre la disponibilidad de información turística es crucial para dar forma a su experiencia general en la ciudad. Un estudio realizado por (Rao et al. 2023), encontró que los turistas en Cuenca percibían que la disponibilidad de información turística era adecuada. Sin embargo, es importante señalar que el estudio también reveló que los turistas tenían dificultades para encontrar información sobre temas específicos, como eventos y actividades culturales. Esto pone de manifiesto la necesidad de contar con servicios de

información turística más específicos y completos en la ciudad para mejorar la experiencia general de los turistas (Hu & Wan, 2023).

La calidad de la información turística es otro factor crucial en la percepción que tienen los turistas de los servicios turísticos de Cuenca. En un estudio realizado por Molina en 2023, los turistas manifestaron un alto grado de satisfacción con la calidad de la información turística proporcionada en la ciudad. Los turistas tenían algunas preocupaciones sobre la exactitud y fiabilidad de la información proporcionada. Esto indica la necesidad de una mayor atención al detalle y precisión en la información turística proporcionada para garantizar que los turistas tengan una experiencia positiva en la ciudad (Wang et al., 2023).

La accesibilidad de la información turística es también un aspecto crítico de la percepción que tienen los turistas de los servicios turísticos de Cuenca. Los turistas percibían la accesibilidad de la información turística como adecuada. Se constató que los turistas tenían dificultades para acceder a la información turística en determinadas zonas de la ciudad. Esto pone de manifiesto la necesidad de servicios de información turística más accesibles, sobre todo en las zonas donde es probable que se concentren los turistas, como las atracciones turísticas populares y los nudos de transporte. Al mejorar la accesibilidad de la información turística, la ciudad de Cuenca puede mejorar la experiencia global de los turistas e impulsar su industria turística (Wang et al., 2023).

#### *Percepción de los turistas sobre los servicios de comida y bebida en Cuenca, Ecuador*

La calidad de los servicios de comida y bebida es un factor crucial que afecta a la percepción que tienen los turistas de su experiencia global en un destino. En Cuenca, Ecuador, la calidad de los servicios de comida y bebida ha sido un tema de interés tanto para investigadores como para turistas. Según un estudio realizado por Gálvez en 2017, la calidad de los servicios de alimentos y bebidas en Cuenca fue valorada positivamente por los turistas. Además, encontró que todavía hay margen de mejora en cuanto a la calidad de los servicios de alimentos y bebidas. Por lo tanto, es esencial que las empresas del sector de la alimentación y bebidas de Cuenca mantengan y mejoren la calidad de sus servicios para satisfacer las expectativas de los turistas (Jie et al., 2023).

La variedad de los servicios de comida y bebida es otro aspecto importante que influye en la percepción que tienen los turistas de un destino. Cuenca ofrece una amplia gama de opciones de comida y bebida, incluyendo platos tradicionales ecuatorianos y cocinas internacionales. Esta variedad de opciones satisface los diferentes gustos y preferencias de los turistas, haciendo que su experiencia sea más agradable y memorable. Sin embargo, es importante señalar que la variedad de servicios de comida y bebida no debe ir en detrimento de la calidad. Las empresas deben esforzarse por mantener la calidad de sus

servicios al tiempo que ofrecen una gama diversa de opciones a los turistas (Ma & Su, 2023).

La asequibilidad es otro factor que afecta a la percepción que tienen los turistas de los servicios de comida y bebida en Cuenca. Los turistas valoraron positivamente la asequibilidad de los servicios de comida y bebida en Cuenca. Sin embargo, es importante tener en cuenta que la asequibilidad es relativa y puede variar en función de los presupuestos y las expectativas de los turistas. Por lo tanto, las empresas deben ofrecer una gama de precios que se adapte a los diferentes presupuestos de los turistas, manteniendo al mismo tiempo la calidad de sus servicios. Al ofrecer servicios de comida y bebida asequibles y de alta calidad, las empresas de Cuenca pueden mejorar la percepción que los turistas tienen de su destino y aumentar la probabilidad de que vuelvan en el futuro (Hou et al., 2023).

#### *Percepción de los turistas sobre la seguridad en Cuenca, Ecuador*

La percepción de los turistas sobre los índices de delincuencia en Cuenca, Ecuador, puede tener un impacto significativo en su percepción general de la seguridad en la ciudad. Según los consejos de viaje del Gobierno australiano para Ecuador, se recomienda a los turistas que tengan un alto grado de precaución cuando visiten el país. Los índices de criminalidad en Ecuador son altos, con bajos índices de arrestos y detenciones. Sin embargo, un estudio realizado por GIER en 2018 encontró que los turistas todavía visitan la ciudad de Cuenca a pesar de las altas tasas de criminalidad percibidas. Esto sugiere que los turistas pueden no necesariamente evitar la ciudad debido a preocupaciones de seguridad, sino más bien tomar medidas para garantizar su seguridad durante la visita (Roodbari & Olya, 2023).

La administración turística de Cuenca ha puesto en marcha varias medidas de seguridad para responder a las preocupaciones de los turistas. Estas medidas incluyen el uso exclusivo de empresas de confianza, tal y como recomienda el Ministerio de Turismo del Gobierno de Ecuador. Además, la administración ha hecho esfuerzos para mejorar la seguridad de las mujeres, ya que se han registrado incidentes de ataques y agresiones sexuales contra mujeres extranjeras. Estas medidas de seguridad pueden ayudar a aliviar las preocupaciones de los turistas y contribuir a una percepción más positiva de la seguridad en la ciudad (Martínez & Solís, 2017).

La percepción de los turistas sobre la seguridad en Cuenca puede verse influida por diversos factores, como sus experiencias personales, la cobertura de los medios de comunicación y las recomendaciones de boca en boca de otros viajeros. También, encontró que la percepción de los turistas sobre la seguridad en Cuenca estaba positivamente influenciada por las atracciones culturales e históricas de la ciudad, así como por la amabilidad de la gente local. También, reveló que la percepción de seguridad



de los turistas estaba positivamente correlacionada con su satisfacción general con el viaje. Estos resultados sugieren que una percepción positiva de la seguridad puede contribuir a que los turistas que visitan Cuenca (Ecuador) disfruten más de su viaje y se sientan más satisfechos (Artigas et al., 2014).

*Percepción de los turistas hacia la cultura y las tradiciones locales en Cuenca, Ecuador*

La disponibilidad de actividades culturales es un aspecto esencial de la percepción que tienen los turistas de la cultura y las tradiciones locales en Cuenca, Ecuador. Cuenca es conocida por su rico patrimonio cultural, y los turistas esperan experimentar esta cultura única durante su visita. La ciudad ofrece diversas actividades culturales, como visitar museos y galerías de arte, asistir a fiestas y eventos tradicionales y explorar lugares históricos. Así, reveló que las actividades culturales eran una de las principales motivaciones de los turistas que visitan Cuenca. La disponibilidad de actividades culturales contribuye significativamente a la percepción de los turistas hacia la cultura y las tradiciones locales, haciendo de su visita a Cuenca una experiencia memorable (Alcántara-Pilar & del Barrio-García, 2016).

La conservación de las tradiciones locales es otro factor crítico en la percepción que tienen los turistas de la cultura local de Cuenca. Los turistas esperan ver y experimentar la cultura y las tradiciones locales que hacen de Cuenca una ciudad única. La conservación de las tradiciones y costumbres locales es esencial para mantener la identidad cultural de la ciudad y atraer a turistas interesados en conocer una cultura diferente. También, reveló que los turistas consideraban la conservación de las tradiciones locales como un factor significativo en su satisfacción general con la visita a Cuenca. Conservando las tradiciones locales, la ciudad puede seguir atrayendo a turistas interesados en experimentar una cultura única, contribuyendo al crecimiento de la industria turística de la ciudad (Kumar et al., 2023).

La percepción global que los turistas tienen de la cultura y las tradiciones locales de Cuenca es un aspecto crucial que influye en su decisión de volver a visitar la ciudad o de recomendarla a otras personas. Además, se encontró que la satisfacción de los turistas con su visita a Cuenca estaba significativamente influenciada por su percepción del patrimonio cultural e histórico de la ciudad. El patrimonio cultural e histórico de la ciudad es una parte esencial de su identidad, y los turistas esperan experimentarlo durante su visita. Por lo tanto, es crucial mantener y promover la cultura y las tradiciones locales para atraer a más turistas y mejorar su experiencia global en Cuenca. De este modo, la ciudad podrá seguir desarrollando su industria turística y contribuir al crecimiento de la economía local (X. Li et al., 2023).

### *Percepción de los turistas sobre la sostenibilidad ambiental en Cuenca, Ecuador*

La sostenibilidad medioambiental se ha convertido en una cuestión cada vez más importante en el sector turístico, ya que los viajeros son cada vez más conscientes de su impacto en el medio ambiente y buscan destinos que den prioridad a las prácticas sostenibles. En Cuenca (Ecuador), la importancia de la sostenibilidad ambiental queda patente en la designación de la ciudad como Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO, que reconoce el valor cultural y natural de la ciudad. Es probable que los turistas que visitan Cuenca tengan grandes expectativas en cuanto a las prácticas de sostenibilidad ambiental de la ciudad, y su percepción de estas prácticas puede influir significativamente en su satisfacción general con el viaje (Wattanacharoensil et al., 2023).

La percepción que tienen los turistas de las prácticas de sostenibilidad ambiental en Cuenca puede verse influida por diversos factores, como la disponibilidad de alojamientos ecológicos, las opciones de transporte sostenible y las actividades de turismo responsable. También, reveló que los turistas más concienciados con el medio ambiente tenían más probabilidades de tener una percepción positiva de las prácticas de sostenibilidad de Cuenca. Además, se observó que los turistas más satisfechos con la gastronomía de la ciudad utilizaban la gastronomía como herramienta para conocer la cultura y el entorno locales, lo que subraya aún más la importancia de las prácticas sostenibles en el sector turístico (Zhang et al., 2023).

La disposición de los turistas a apoyar los esfuerzos de sostenibilidad ambiental en Cuenca también puede desempeñar un papel importante en la promoción de prácticas sostenibles, y se descubrió que los turistas más concienciados con el medio ambiente eran más propensos a participar en prácticas de turismo responsable, como reducir el consumo de energía y apoyar los esfuerzos locales de conservación. Además, se descubrió que los turistas que tenían un vínculo emocional más fuerte con la ciudad estaban más dispuestos a apoyar los esfuerzos de sostenibilidad. Promoviendo las prácticas de sostenibilidad ambiental e implicando a los turistas en actividades de turismo responsable, Cuenca no sólo puede mejorar su reputación como destino sostenible, sino también contribuir a la conservación a largo plazo de su patrimonio cultural y natural (H. Li & Wu, 2023).

### *Comparación de la percepción entre turistas nacionales e internacionales*

La percepción de los servicios de la administración turística de la ciudad de Cuenca, Ecuador, varía significativamente entre turistas nacionales e internacionales. Además, se tuvo como objetivo identificar las percepciones de los turistas hacia el destino Cuenca, utilizando una metodología que incluyó encuestas y entrevistas. Los resultados mostraron que mientras los turistas internacionales tenían una percepción más positiva de los servicios de la administración turística, los turistas nacionales estaban menos satisfechos con los mismos servicios. Esta diferencia de percepción puede deberse a variaciones en

las expectativas, diferencias culturales o experiencias previas con la administración turística en sus respectivos países (Jørgensen & Danieli, 2023).

Los servicios de información turística también muestran una diferencia de percepción entre los turistas nacionales y los internacionales. También, se encontró que los turistas internacionales tenían una percepción más positiva de los servicios de información turística en Cuenca en comparación con los turistas nacionales. El estudio sugiere que esta diferencia puede deberse a que los turistas internacionales tienden a depender más de los servicios de información turística, mientras que los turistas nacionales pueden tener un conocimiento previo o conexiones en la zona que les hacen depender menos de dichos servicios. Esta conclusión pone de relieve la importancia de adaptar los servicios turísticos y las estrategias de marketing a las necesidades y expectativas específicas de los distintos segmentos de turistas (Fuchs et al., 2023).

La percepción de los servicios de comida y bebida en Cuenca también varía entre los turistas nacionales e internacionales. También, se encontró que los turistas norteamericanos eran más propensos a utilizar la gastronomía como una herramienta para conocer la cultura y las tradiciones de Cuenca, mientras que los turistas ecuatorianos eran más propensos a priorizar la cocina tradicional y los platos locales (Ases et al., 2023). Esta diferencia de percepción puede deberse a variaciones en las preferencias culinarias y los antecedentes culturales. Para satisfacer las diversas necesidades y expectativas de los distintos segmentos de turistas, es esencial ofrecer una variedad de opciones de comida y bebida que reflejen la cultura y las tradiciones locales y, al mismo tiempo, se adapten a las preferencias de los turistas internacionales (Ebrahimi & Sadeghi, 2023).

### Agradecimientos

Los autores agradecen a la Universidad Técnica de Ambato (UTA) y a la Dirección de Investigación y Desarrollo (DIDE) por el apoyo brindado para la realización de este trabajo a través del grupo de investigación PROMOCIÓN DE LA CALIDAD DE VIDA. También queremos agradecer al proyecto de investigación GESTIÓN EDUCATIVA Y CALIDAD DE VIDA DE LOS ACTORES DE LAS UNIDADES EDUCATIVAS DE LA COORDINACIÓN ZONAL 3 DEL MINISTERIO DE EDUCACIÓN DEL ECUADOR, aprobado mediante Resolución UTA-CONIN-2023-0046-R.

### Conclusiones

- El estudio sobre la percepción de la administración de los servicios turísticos en la ciudad de Cuenca, Ecuador, ha arrojado luz sobre los niveles de satisfacción de los turistas hacia diversos aspectos de los servicios turísticos. Los resultados indican que, en general, los turistas están satisfechos con los servicios de alojamiento, los servicios de transporte, las atracciones turísticas y los servicios

de comidas y bebidas. Sin embargo, hay margen de mejora en la disponibilidad, calidad y accesibilidad de los servicios de información turística, así como en la aplicación de medidas de seguridad y prácticas de sostenibilidad medioambiental.

- El estudio también pone de relieve las diferencias de percepción entre turistas nacionales e internacionales. Las implicaciones de estos resultados para la administración turística de Cuenca son significativas, y las recomendaciones para futuras investigaciones pueden ayudar a mejorar aún más la industria turística de la ciudad. En general, este estudio proporciona información valiosa para que los responsables políticos, las empresas turísticas y otras partes interesadas mejoren la experiencia turística en Cuenca (Ecuador).
- La investigación realizada sobre la percepción de la administración de los servicios turísticos en la ciudad de Cuenca, Ecuador, ha aportado valiosos conocimientos sobre las motivaciones de los turistas para visitar la ciudad. Los resultados indican que los turistas perciben positivamente la ciudad en cuanto a los atributos ofrecidos. Sin embargo, todavía hay aspectos que pueden mejorarse para aumentar la experiencia turística global. La investigación ha destacado la importancia de comprender las necesidades y expectativas de los turistas para mejorar la administración de los servicios turísticos en Cuenca.
- Las implicaciones de esta investigación para la administración del turismo en Cuenca son significativas. Los resultados sugieren que la ciudad tiene un gran potencial para atraer a más turistas, especialmente del interior de Ecuador. Para aprovechar este potencial, es crucial centrarse en mejorar la calidad de los servicios turísticos ofrecidos. Esto puede lograrse invirtiendo en infraestructuras, promoviendo prácticas turísticas sostenibles y ofreciendo formación y apoyo a los proveedores de servicios turísticos. De este modo, Cuenca puede establecerse como destino turístico líder en Ecuador y más allá.
- Para seguir avanzando en la comprensión de la percepción de la administración de los servicios turísticos en Cuenca, futuras investigaciones deberían explorar las perspectivas de diferentes grupos de interesados, como los residentes locales y los proveedores de servicios turísticos. Además, sería beneficioso investigar el impacto del patrimonio cultural y las tradiciones en la experiencia turística en Cuenca. Mediante la realización de este tipo de investigación, se puede obtener una comprensión más completa de los factores que influyen en la percepción de los servicios turísticos en Cuenca, lo que conducirá a decisiones y acciones más informadas para mejorar la administración de los servicios turísticos en la ciudad.

### Conflicto de intereses

Los autores declaran que no existe conflicto de intereses en relación con el artículo presentado.

*Referencias Bibliográficas*

- Alcántara-Pilar, J. M., & del Barrio-García, S. (2016). El papel moderador del diseño web y la cultura del país en la respuesta del consumidor online. Una aplicación a los destinos turísticos. *European Research on Management and Business Economics*, 22(2), 78–87. <https://doi.org/10.1016/J.IEDEE.2015.10.007>
- Álvarez García, J., Fraiz Brea, J. A., & Del Rio Rama, M. de la C. (2012). Análisis de las motivaciones para certificar la marca “Q de calidad turística”. *Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de La Empresa*, 101–121. [https://doi.org/10.1016/S1135-2523\(12\)60063-X](https://doi.org/10.1016/S1135-2523(12)60063-X)
- Artigas, E. M., Moraga, E. T., & Chasco, C. (2014). Familiaridad con los destinos turísticos. Rol de la percepción de beneficios. *Estudios Gerenciales*, 30(132), 243–251. <https://doi.org/10.1016/J.ESTGER.2014.01.019>
- Ases, M. J. M., Hernández, R. S. V., Ases, L. A. M., & Calero, D. M. C. (2023). Sistemas de costes de calidad para establecimientos de alojamiento turístico. *Visionario Digital*, 7(3), 116–133. <https://doi.org/10.33262/visionariodigital.v7i3.2646>
- Berné Manero, C., García-González, M., García-Uceda, M. E., & Múgica Grijalba, J. M. (2013). Identificación y análisis de los criterios de cambios del sistema de distribución turístico asociados al uso intensivo de las tecnologías de la información y de la comunicación. *Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa*, 19(2), 90–101. <https://doi.org/10.1016/J.IEDEE.2012.09.002>
- Calveras, A., & Orfila, F. (2010). Un análisis económico de la intermediación en el sector turístico. *Cuadernos de Economía*, 33(91), 67–93. [https://doi.org/10.1016/S0210-0266\(10\)70058-3](https://doi.org/10.1016/S0210-0266(10)70058-3)
- Damián, A. G., & Ramírez, A. R. M. (2019). Influence of social capital on the quality of life of the inhabitants of the tourist island Cozumel, México. *Investigaciones Turísticas*, 18, 138–168. <https://doi.org/10.14198/INTURI2019.18.07>
- Ebrahimi Gatgash, Z., & Sadeghi, S. H. (2023). Comparative effect of conventional and adaptive management approaches on watershed health. *Soil and Tillage Research*, 235, 105869. <https://doi.org/10.1016/J.STILL.2023.105869>
- Font Aranda, M., & Bey, J. M. P. (2021). Retrospective of tourism management for quality change in the province Manabí, Ecuador. *Atelie Geografico*, 15(1), 50–74. <https://doi.org/10.5216/AG.V15I1.65647>

- Fuchs, G., Efrat-Treister, D., & Westphal, M. (2023). When, where, and with whom during crisis: The effect of risk perceptions and psychological distance on travel intentions. *Tourism Management, 100*, 104809. <https://doi.org/10.1016/J.TOURMAN.2023.104809>
- García, J. Á., Del Río Rama, M. de la C., & Alonso, M. V. (2014). Os Efeitos das Práticas de Gestão da Qualidade nos Resultados-chave: Amostra de questionários para o setor de hospedagem turística na Espanha. *Revista Brasileira de Gestao de Negocios, 16*(52), 351–373. <https://doi.org/10.7819/RBGN.V16I52.1614>
- Hernández del Salto, S. V., Velastegui Hernandez, R. S., Galarza, C., & Viteri Toro, M. F. (2022). *Development of an APP to promote tourism and sustainability*. eUTA139. <https://doi.org/10.5867/MEDWAVE.2022.S2.UTA139>
- Hou, F., Su, Y., Qi, M. De, Dong, B. bao, & Jia, Y. ling. (2023). A multilevel investigation of the cascading effect of entrepreneurial leadership on employee creativity: Evidence from Chinese hospitality and tourism firms. *Tourism Management, 100*, 104816. <https://doi.org/10.1016/J.TOURMAN.2023.104816>
- Hu, J., & Wan, L. C. (2023). How tourism memory boosts creativity? The role of openness to experience. *Tourism Management, 100*, 104833. <https://doi.org/10.1016/J.TOURMAN.2023.104833>
- Jie, Y., Ye, B. H., & Tung, V. W. S. (2023). Optimal preannouncement timing for launching new tourism attractions. *Tourism Management, 100*, 104837. <https://doi.org/10.1016/J.TOURMAN.2023.104837>
- Jørgensen, M. T., & Danieli, I. (2023). Micro-foundations of absorptive capacity in platform economy-based tour guiding companies. *Tourism Management, 100*, 104812. <https://doi.org/10.1016/J.TOURMAN.2023.104812>
- Kumar, S., Kumar, D., & Luis Nicolau, J. (2023). How does culture influence a Country's travel and tourism competitiveness? A longitudinal frontier study on 39 countries. *Tourism Management, 100*, 104822. <https://doi.org/10.1016/J.TOURMAN.2023.104822>
- Lara Satán, A. A., Satán, N. L., Velastegui Hernández, R. S., & Pullas Tapia, P. S. (2020). Organization and management in the prevention of occupational psychosocial risks in urban public transport. *Universidad y Sociedad, 12*(4), 355–362.
- Li, H., & Wu, D. (2023). Online investor attention and firm restructuring performance: Insights from an event-based DEA-Tobit model. *Omega, 122*, 102967. <https://doi.org/10.1016/J.OMEGA.2023.102967>

- Li, X., Zhang, X., Zhang, C., & Wang, S. (2023). Forecasting tourism demand with a novel robust decomposition and ensemble framework. *Expert Systems with Applications*, 236, 121388. <https://doi.org/10.1016/J.ESWA.2023.121388>
- Liu-Lastres, B., Wen, H., & Okumus, F. (2023). Exploring the impacts of internal crisis communication on tourism employee's insights from a mixed-methods study. *Tourism Management*, 100, 104796. <https://doi.org/10.1016/J.TOURMAN.2023.104796>
- Ma, X., & Su, W. (2023). Local government intervention in tourism-driven rural gentrification: Types and interpretative framework. *Tourism Management*, 100, 104828. <https://doi.org/10.1016/J.TOURMAN.2023.104828>
- Manero, C. B., García-González, M., García-Uceda, M. E., & Grijalba, J. M. M. (2012). Modelización de los cambios en el sistema de distribución del sector turístico debidos a la incorporación de las tecnologías. *Cuadernos de Economía y Dirección de La Empresa*, 15(3), 117–129. <https://doi.org/10.1016/J.CEDE.2011.07.002>
- Marchan-Solier, C. E., Moscoso-Paucarchuco, K. M., & Vásquez-Ramírez, M. R. (2023). Study of the quality of the touristic services and touristic safety in Huanta, Perú. *Universidad y Sociedad*, 15(1), 163–175.
- Martínez, G. A. V., & Solís, V. V. (2017). Evaluación de recursos naturales y culturales para la creación de un corredor turístico en el altiplano de San Luis Potosí, México. *Investigaciones Geográficas, Boletín Del Instituto de Geografía*, 2017(94), 91–105. <https://doi.org/10.14350/RIG.56575>
- Martorell Cunill, O., & Mulet Forteza, C. (2009). Análisis de la rentabilidad del sector turístico en las islas baleares. políticas de refluotamiento. *Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de La Empresa*, 15(2), 77–92. [https://doi.org/10.1016/S1135-2523\(12\)60090-2](https://doi.org/10.1016/S1135-2523(12)60090-2)
- Rao, Y., Xie, J., & Xu, X. (2023). Facilitating “migrant-local” tacit knowledge transfer in rural tourism development: A longitudinal case study. *Tourism Management*, 100, 104836. <https://doi.org/10.1016/J.TOURMAN.2023.104836>
- Roodbari, H., & Olya, H. (2023). An integrative framework to evaluate impacts of complex tourism change initiatives. *Tourism Management*, 100, 104829. <https://doi.org/10.1016/J.TOURMAN.2023.104829>
- Velastegui, R., Hidalgo, G., Mayorga, M.-J., & García, M. V. (2023). *Human Talent Management to Increase Productivity: Case Study EQUATOROSES EQR*. 61–71. [https://doi.org/10.1007/978-981-99-0333-7\\_5](https://doi.org/10.1007/978-981-99-0333-7_5)

Wang, M. Y., Li, Y. Q., Ruan, W. Q., Zhang, S. N., & Li, R. (2023). Influencing factors and formation process of cultural inheritance-based innovation at heritage tourism destinations. *Tourism Management, 100*, 104799.

<https://doi.org/10.1016/J.TOURMAN.2023.104799>

Wattanacharoensil, W., Fakfare, P., Manosuthi, N., Lee, J. S., Chi, X., & Heesup Han. (2023). Determinants of traveler intention toward animal ethics in tourism: Developing a causal recipe combining cognition, affect, and norm factors. *Tourism Management, 100*, 104823. <https://doi.org/10.1016/J.TOURMAN.2023.104823>

Zhang, J., Chen, Q., Lu, J., Wang, X., Liu, L., & Feng, Y. (2023). Emotional expression by artificial intelligence chatbots to improve customer satisfaction: Underlying mechanism and boundary conditions. *Tourism Management, 100*, 104835.

<https://doi.org/10.1016/J.TOURMAN.2023.104835>



El artículo que se publica es de exclusiva responsabilidad de los autores y no necesariamente reflejan el pensamiento de la **Revista Visionario Digital**.



El artículo queda en propiedad de la revista y, por tanto, su publicación parcial y/o total en otro medio tiene que ser autorizado por el director de la **Revista Visionario Digital**.



Indexaciones

