UNIVERSIDAD ESTATAL AMAZÓNICA

FACULTAD CIENCIAS DE LA VIDA

CARRERA EN TURISMO

TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR

TEMA:

PERCEPCIÓN SOBRE LA CALIDAD EN EL SERVICIO DE LA OPERADORA TURÍSTICA "PUNTZÁN TOUR", EN EL CANTÓN BAÑOS DE AGUA SANTA, PROVINCIA DE TUNGURAHUA, ECUADOR.

AUTOR:

Jennifer Sabina Palacios Moya

DOCENTE - TUTOR:

MSc. Víctor Hugo Del Corral Villarroel

Puyo - Pastaza - Ecuador

2023

UEA
UNIVERSIDAD
ESTATAL AMAZÓNICA

FORMATO 4
APROBACIÓN DE LOS TRABAJOS DE INTEGRACIÓN CURRICULAR

En el siguiente cuadro se detalla un conjunto de criterios a evaluar con un total de cien (100) puntos.

Criterios	Puntaje	Argumentos de la calificación
1. TÍTULO		
El título es conciso e informativo de la idea principal del escrito. Genera expectativas de lectura que se cumplen.	5.0 / 5	Si cumple
2. RESUMEN		
Entrega información necesaria que oriente al lector a identificar de que se trata la investigación y su relevancia. Incorpora los objetivos, metodología, principales harrazgos y conclusiones.	5.0 / 5	Si cumple
3. INTRODUCCIÓN		
Entrega información sobre temática a tratar. Describe la relevancia del tema dentro de las temáticas de investigación, vinculación y docencia. Presentación del problema y objetivos del problema del artículo de manera clara y concisa.	20.0 / 20	Si Cumple
4. MARCO TEÓRICO		
Marco teórico coherente y articulado con los objetivos. Entrega conceptos de términos que son empleados en el estudio. Sustenta el referente conceptual con adecuadas fuentes de autoridad.	14.0 / 15	Se mantiene como definición de términos
5. METODOLOGÍA		
Describe el tipo de investigación a desarrollar. Expone con claridad el procesamiento de la información y obtención de los datos. Plantea los criterios de análisis con que se abordo la información.	15.0 / 15	Si cumple

6. ANÁLISIS DE RESULTADOS		
Entrega los resultados de manera organizada a partir del problema planteado, objetivos específicos, etc. Los cuadros y figuras son pertinentes y estan claramente representados. El texto no repite infromación entregada en los cuadros y figuras.	25.0 / 25	Si cumple
7. CONCLUSIONES		
Las conclusiones deben ser claras y precisas, acorde a los objetivos trazados. Discute, reflexiona sobre los resultados obtenidos.	10.0 / 10	Si cumple
8. REFERENCIAS		
Atiende las normas APA en las citas, fuentes y referencias. Las referencias bibliográficas tienen la fuente en el texto y viceversa.	5.0 / 5	Si cumple
VALORACIÓN TOTAL	99	NOVENTA Y NUEVE

DICTAMEN

Marque la casilla correspondiente a su criterio de evaluación respecto al documento revisado.

Recomendación	Marque con X
Aprobar	X
No Aprobar	
CALIFICACIÓN	99

Atentamente,

Firmado electrónicamente por:
MARCELO VICENTE LUNA MURILLO

MARCELO VICENTE LUNA MURILLO (PAR CIEGO)

Dado en la ciudad de PUYO, a los 11 días del mes de SEPTIEMBRE de 2023

UEA
UNIVERSIDAD
ESTATAL AMAZÓNICA

FORMATO 4
APROBACIÓN DE LOS TRABAJOS DE INTEGRACIÓN CURRICULAR

En el siguiente cuadro se detalla un conjunto de criterios a evaluar con un total de cien (100) puntos.

Criterios	Puntaje	Argumentos de la calificación
1. TÍTULO		
El título es conciso e informativo de la idea principal del escrito. Genera expectativas de lectura que se cumplen.	5.0 / 5	Ok
2. RESUMEN		
Entrega información necesaria que oriente al lector a identificar de que se trata la investigación y su relevancia. Incorpora los objetivos, metodología, principales harrazgos y conclusiones.	5.0 / 5	Ok
3. INTRODUCCIÓN		
Entrega información sobre temática a tratar. Describe la relevancia del tema dentro de las temáticas de investigación, vinculación y docencia. Presentación del problema y objetivos del problema del artículo de manera clara y concisa.	20.0 / 20	Ok
4. MARCO TEÓRICO		
Marco teórico coherente y articulado con los objetivos. Entrega conceptos de términos que son empleados en el estudio. Sustenta el referente conceptual con adecuadas fuentes de autoridad.	15.0 / 15	Ok
5. METODOLOGÍA		
Describe el tipo de investigación a desarrollar. Expone con claridad el procesamiento de la información y obtención de los datos. Plantea los criterios de análisis con que se abordo la información.	15.0 / 15	Ok

6. ANÁLISIS DE RESULTADOS		
Entrega los resultados de manera organizada a partir del problema planteado, objetivos específicos, etc. Los cuadros y figuras son pertinentes y estan claramente representados. El texto no repite infromación entregada en los cuadros y figuras.	25.0 / 25	Ok
7. CONCLUSIONES		
Las conclusiones deben ser claras y precisas, acorde a los objetivos trazados. Discute, reflexiona sobre los resultados obtenidos.	10.0 / 10	Ok
8. REFERENCIAS		
Atiende las normas APA en las citas, fuentes y referencias. Las referencias bibliográficas tienen la fuente en el texto y viceversa.	5.0 / 5	Ok
VALORACIÓN TOTAL	100	CIEN

DICTAMEN

Marque la casilla correspondiente a su criterio de evaluación respecto al documento revisado.

Recomendación	Marque con X
Aprobar	X
No Aprobar	
CALIFICACIÓN	100

Atentamente,

Firmado electrónicamente por:
LUIS OSWALDO MANOSALVAS VACA

LUIS OSWALDO MANOSALVAS VACA (PAR CIEGO)

Dado en la ciudad de PUYO, a los 14 días del mes de SEPTIEMBRE de 2023

Ouriginal by Turnitin

Firmado electrónicamente por:
VICTOR HUGO DEL CORRAL VILLARROEL

Document Information

Analyzed document	ARTÍCULO REVISIÓN URKUND Jennifer Sabina Palacios Moya.docx (D173477652)
Submitted	9/6/2023 3:53:00 AM
Submitted by	
Submitter email	vdelcorral@uea.edu.ec
Similarity	9%
Analysis address	vdelcorral.uea@analysis.urkund.com

Sources included in the report

SA	**UNIVERSIDAD ESTATAL AMAZÓNICA / COYAGO_GREFA TIC FINAL PAO 2223 - copia Evaluación de la calidad del servicio en hoteles 3 estrellas de la parroquia Nueva Loja, provincia de Sucumbíos.pdf** Document COYAGO_GREFA TIC FINAL PAO 2223 - copia Evaluación de la calidad del servicio en hoteles 3 estrellas de la parroquia Nueva Loja, provincia de Sucumbíos.pdf (D159717669) Submitted by: vdelcorral@uea.edu.ec Receiver: vdelcorral.uea@analysis.urkund.com	5
SA	**TESIS DIEGO MELO 2 revisión (3).docx** Document TESIS DIEGO MELO 2 revisión (3).docx (D97275078)	1
SA	**MUÑOZMANZANOEVELYNNICOLE.pdf** Document MUÑOZMANZANOEVELYNNICOLE.pdf (D110780847)	5
W	URL: https://www.geotoursbanios.com/blog-turismo/donde-hacer-canopy-en-banos Fetched: 1/7/2023 6:55:52 PM	1
SA	**UNIVERSIDAD ESTATAL AMAZÓNICA / EVALUACION DE LA CALIDAD DEL SERVICIO DE LA OPERADORA DE TURISMO PUNTZAN.pdf** Document EVALUACION DE LA CALIDAD DEL SERVICIO DE LA OPERADORA DE TURISMO PUNTZAN.pdf (D142747290) Submitted by: js.palaciosm@uea.edu.ec Receiver: lalvarez.uea@analysis.urkund.com	8
SA	**UNIVERSIDAD ESTATAL AMAZÓNICA / Informe Final Marketing Turístico.pdf** Document Informe Final Marketing Turístico.pdf (D142708692) Submitted by: jk.lazom@uea.edu.ec Receiver: lalvarez.uea@analysis.urkund.com	1
SA	**UNIVERSIDAD ESTATAL AMAZÓNICA / MESTANZA.pdf** Document MESTANZA.pdf (D110224259) Submitted by: acaiza@uea.edu.ec Receiver: acaiza.uea@analysis.urkund.com	1
SA	**UNIVERSIDAD ESTATAL AMAZÓNICA / Chiza Karol. Tarea proyecto.pdf** Document Chiza Karol. Tarea proyecto.pdf (D141942999) Submitted by: kj.chizag@uea.edu.ec Receiver: lalvarez.uea@analysis.urkund.com	1

Percepción sobre la calidad en el servicio de la operadora turística "Puntzán Tour", en el cantón Baños de Agua Santa, provincia de Tungurahua, Ecuador.

Jennifer Sabina Palacios Moya[1]
js.palaciosm@uea.edu.ec

Víctor Hugo del Corral Villarroel, M.Sc[2]
vdelcorral@uea.edu.ec

Universidad Estatal Amazónica, Facultad de Ciencias de la Vida, Carrera de Licenciatura en Turismo (1)

Resumen

Hoy en día la calidad en el servicio se ha convertido en un elemento preponderante para alcanzar el éxito empresarial en un mercado cada vez más competitivo. El objetivo de la presente investigación es evaluar la calidad en el servicio de la operadora turística "Puntzán Tour", el diseño de la investigación aplicado fue de tipo cualitativo, cuantitativo y exploratorio; la metodología de la investigación es descriptiva acompañada del uso de la escala de Likert y la aplicación de encuestas basadas en el modelo SERVQUAL mismas que permitieron conocer la percepción y expectativa del cliente en base a 22 preguntas considerando las 5 dimensiones que el modelo propone, teniendo como resultado de las brechas ponderadas entre la percepción y expectativa -29, valor en el que se evidencia satisfacción por parte de los clientes que contrataron los productos y servicios de la operadora, sin embargo se ha identificado varias falencias que contribuyen de manera directa a la insatisfacción del cliente mismas que requieren de una mejora inmediata, lo que permitirá a la operadora turística fortalecer su planificación y estrategias para una mejora continua, con la finalidad de brindar un mejor servicio y obtener una mejor rentabilidad de la empresa.

Palabras Clave: Calidad del servicio, expectativa, modelo SERVQUAL, percepción, satisfacción.

Abstract

Nowadays, service quality has become a preponderant element to achieve business success in an increasingly competitive marketplace. The objective of this research is to evaluate the quality of service of the tour operator "Puntzán Tour", the applied research design was qualitative, quantitative and exploratory; the research methodology is descriptive, accompanied by the use of the Likert scale and the application of surveys based on the SERVQUAL model, which allowed to know the perception and expectation of the customer based on 22 questions considering the 5 dimensions that the model proposes, having as a result of the weighted gaps between perception and expectation -29, value in which satisfaction is evidenced by customers who hired the products and services of the operator, however, several shortcomings have been identified that contribute directly to customer dissatisfaction and require immediate improvement, which will allow the tour operator to

strengthen its planning and strategies for continuous improvement, in order to provide better service and obtain better profitability for the company.

Keywords: Quality of service, expectation, SERVQUAL model, perception, satisfaction.

1. INTRODUCCIÓN

En la actualidad, la calidad en el servicio se ha vuelto esencial para el éxito empresarial en un mercado cada vez más competitivo. Los consumidores buscan productos y servicios que satisfagan sus necesidades, deseos y expectativas, lo que impulsa a las empresas a innovar y medir la calidad para mantener la satisfacción y la fidelidad del cliente (Zavala & Vélez, 2020).

Según Álvarez (2017) "brindar un servicio de calidad es asegurarse de que el cliente haya quedado complemente satisfecho como resultado de haber recibido un excelente producto y servicio personalizado". En el Ecuador existen normativas legales que garantizan la calidad en el servicio que deben recibir los ecuatorianos por parte de instituciones tanto públicas como privadas; la Constitución de la República del Ecuador (2008), en el Art.52 menciona que: "Las personas tienen derecho a disponer de bienes y servicios de óptima calidad y a elegirlos con libertad, así como a una información precisa y no engañosa sobre su contenido y características", sumado a esto existe la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor establecida en el año 2000, modificada en el año 2015; pero a pesar de esto según un estudio realizado por el (INEC, 2022), la percepción de la calidad de los servicios bajo 0,16 puntos, debido a la escasa información brindada y la falta de profesionalismo, lo cual genera un descontento en los consumidores.

Tungurahua, ubicada en el centro del Ecuador, es una provincia dentro de la cual se encuentra Baños de Agua Santa, uno de los cantones más turísticos a nivel provincial y nacional, caracterizado por sus increíbles atractivos turísticos, curativas aguas termales y la práctica de deportes extremos.

Un análisis realizado por Flores & Peralvo (2018) sobre la calidad de los servicios turísticos de aventura en el cantón Baños de Agua Santa, provincia de Tungurahua utilizando la herramienta SERVQUAL, reveló que la dimensión mejor evaluada en el ámbito turístico es la de la empatía ya que las personas encargadas de ofertar los servicios lo realizan siempre bajo criterios de amabilidad, respeto y compromiso, mientras que la seguridad es la que genera más inconvenientes, puesto que no existe una socialización previa de los riesgos al desarrollar un deporte extremo en específico.

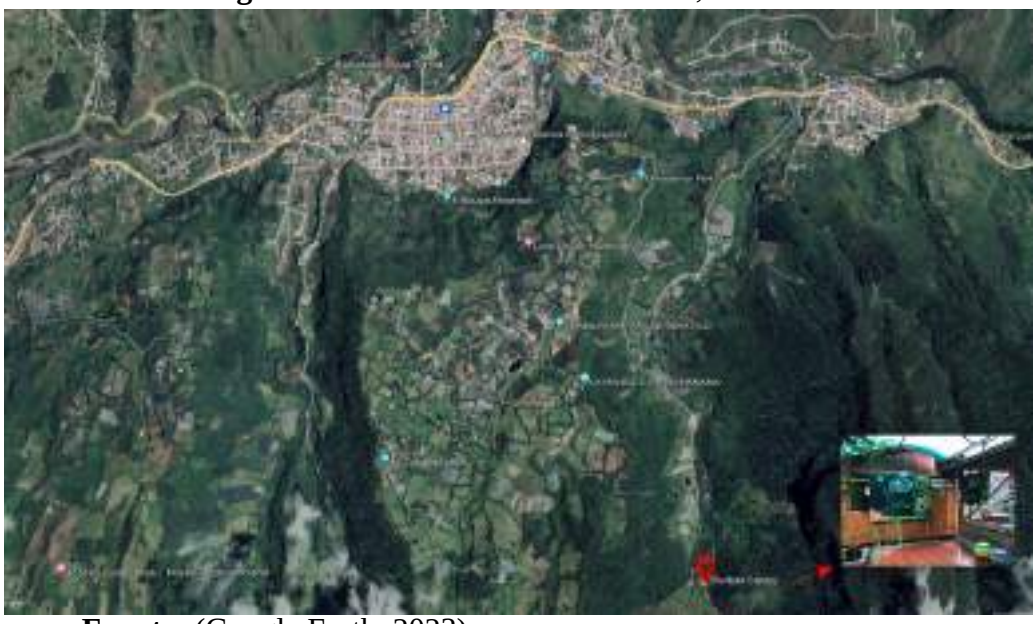
2. MATERIALES Y MÉTODOS/METODOLOGÍA

2.1 Localización

La presente medición de la calidad del servicio tiene como objeto de estudio la operadora turística "Puntzán Tour", ubicada en la provincia de Tungurahua, cantón Baños de Agua Santa, sector San Antonio de Puntzán, fundada en el año 2010 por la familia Palacios

Sánchez, su oferta turística se basa en la práctica de deportes de aventura la aire libre como canopy, canyoning y puentes tibetanos; el sector se caracteriza por su clima cálido templado, con exuberantes ríos y cascadas, aguas termales, sus principales actividades económicas son el turismo y la agricultura (GADBAS, 2019).

Imagen 1. Ubicación del área a estudiar, Puntzán Tour.



Fuente: (Google Earth, 2023)

2.2 Tipo de investigación

El diseño de investigación aplicado en el presente estudio fue de tipo cualitativo y cuantitativo; de tipo cualitativo por el desarrollo de estudios enfocados a establecer el comportamiento de los clientes que visitan el establecimiento para adquirir los diferentes productos y/o servicios que la operadora turística ofrece y de tipo cuantitativo, debido a la recopilación de datos obtenidos por la aplicación de encuestas dirigidas a los clientes, las cuales permitieron conocer el grado de satisfacción de acuerdo a la percepción del servicio recibido. Se empleó además el tipo de investigación exploratoria, ya que se realizó una revisión bibliográfica sobre el tema a investigar en diversos medios como libros, folletos, revistas científicas, artículos científicos, tesis y sitios web certificados, así como también a la imagen corporativa y canales de difusión en los que se apoya la operadora turística, obteniendo información relevante para el desarrollo de la investigación, que se detallará en los resultados.

2.3 Métodos

Uno de los métodos empleados para el desarrollo de la presente investigación fue el método descriptivo, mismo que nos permitió conocer el comportamiento de las diversas variables vinculadas con la calidad del servicio que el establecimiento oferta con relación a la expectativa y percepción del turista, a su vez se requirió del uso de la escala de Likert, que es un método de medición empleado para evaluar las opiniones y actitudes de las personas en encuestas, este método utiliza una escala de valoración de 1 a 5 puntos para indagar sobre

el nivel de acuerdo y desacuerdo del encuestado con respecto a una calificación específica, lo cual ayudará a medir las reacciones, actitudes y comportamiento de una personas frente a un servicio recibido (da Silva, 2020) (Tabla 1).

Tabla 1. Nivel de satisfacción.

Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Neutro	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
1	2	3	4	5

Fuente: Elaboración propia.

2.4 Técnicas e instrumentos

Para el desarrollo de la presente investigación se aplicó la técnica de investigación cuantitativa en la que se incluye a la encuesta como herramienta de recolección de datos, misma que contiene un cuestionario de 22 preguntas basado en el modelo SERVQUAL, dicho modelo está compuesto por indicadores utilizados para definir y medir diferentes aspectos esenciales relacionados con la calidad de los servicios en diversas etapas, dichos indicadores son conocidos como indicadores de dimensionamiento de la calidad y engloban la evaluación de aspectos como: la tangibilidad, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía (Osejos & Merino, 2020). La encuesta fue aplicada a turistas nacionales y extranjeros que contrataron los servicios de la operadora turística "Puntzán Tour".

2.5 Población y muestra

Basado en la información proporcionada por el área administrativa del establecimiento, durante el primer trimestre del año 2023, un promedio de 400 personas contrató los servicios relacionados a la práctica de deportes extremos de aventura ofertados por la operadora de manera mensual, en base a esta información se aplicó la fórmula de población finita y se obtuvo como resultado una muestra de estudio de 62 encuestas.

$$n = \frac{N * Za^2 * p * q}{d^2 * (N-1) + Za^2 * p * q}$$

En donde:

N= tamaño de la población

Za= nivel de confianza

p= probabilidad de éxito

q= probabilidad de fracaso

d= margen de error

Con la finalidad de garantizar la precisión de la presente investigación, se ha considerado un nivel de confianza, probabilidad tanto a favor como en contra y un margen de error, que se muestra a continuación:

N= 400

Za= 1,96 (puesto que la seguridad es del 95%)

p= 0,95 (se asume que puede ser próxima al 95%)

q= 5% (0,05)

d= 5% (0,05)

$$n = \frac{400 * 1{,}96^2 * 0{,}95 * 0{,}05}{0{,}05^2(400 - 1) + 1{,}96^2 * 0{,}95 * 0{,}05}$$

$$n = 61{,}86$$

$$n = 62$$

Se debe encuestar a no menos de 62 personas para lograr tener una seguridad del 95%.

Para el cálculo de promedio se utilizará la fórmula de la media:

$$Media\ (x) = \bar{x} = \frac{X_1 + X_2 + \cdots X_n}{N}$$

Donde:

X: número de encuestados

N: calificación otorgada (nivel de satisfacción)

3. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Con el fin de garantizar la efectividad de la presente investigación se establecieron objetivos específicos los cuales han sido desarrollados de manera sistemática y secuencial, conforme al tiempo establecido, el primer objetivo es:

- Realizar una revisión bibliográfica completa a la imagen corporativa de la empresa.

La operadora turística “Puntzán Tour”, es una empresa turística familiar con 10 años de experiencia en el sector turístico, ubicada en el km. 3 vía a Runtún, sector San Antonio de Puntzán, su oferta turística se basa en la práctica de deportes de aventura al aire libre; cuenta con equipos indispensables para cada actividad que cumplen con los estándares internacionales de seguridad, guías bilingües capacitados y certificados garantizando la seguridad y experiencia del turista. Su logotipo actual está conformado de elementos naturales combinados con colores alusivos al entorno donde se desarrolla la práctica de la actividad turística, mismos que le permiten transmitir una sensación de serenidad y aventura (Imagen 2).

Imagen 2. Logotipo de la operadora turística "Puntzán Tour".



Fuente: (Puntzán Tour, 2023)

Visión:

"Para el 2025 la operadora turística "Puntzán Tour" se convertirá en una operadora turística líder en la práctica de deportes extremos en el cantón Baños de Agua Santa, brindando un servicio de calidad y personalizado, asegurando de que se respete el ambiente y se promueva la sostenibilidad en el entorno donde se desarrolla la actividad turística".

Misión:

"Generar una experiencia única, emocionante y divertida a la hora de practicar deportes extremos como es el Canopy; cumpliendo con los más altos estándares de calidad en el servicio con un equipo y personal capacitado y certificado; contribuyendo a la actividad turística que se desarrolla en el cantón Baños de Agua Santa y permitiendo que sus principales beneficiarios mejoren su calidad de vida".

Respecto al logotipo de la empresa, en base a la percepción del autor y las nuevas tendencias del diseño de logotipos del 2023 se puede apreciar que esta descontinuado y requiere de una restructuración, ya que el mismo ha permanecido en vigencia por 12 años consecutivos y en la actualidad se considera diseños simples, minimalistas y geométricos combinados con colores vivos, sumado a esto la agencia no posee un slogan que acompañe a su logotipo oficial; referente a la visión y misión de la empresa, es importante destacar que la operadora turística se enfocará en brindar servicios turísticos de calidad acompañados de una atención personalizada con su personal debidamente capacitado en el área priorizando así el cuidado del entorno donde se desarrolla la actividad turística y contribuyendo al desarrollo turístico y económico de la localidad.

Posterior a una revisión de los principales canales de difusión como la página web y redes sociales, se recomienda fortalecer la publicidad mediante la inversión en estrategias de marketing y el mejoramiento de contenido informativo y multimedia innovador que se adapte a las exigencias actuales y permita generar una mejor interacción entre la empresa y los nuevos clientes potenciales, actualmente la presencia en línea es una herramienta indispensable para dar a conocer al mercado los diferentes productos y/o servicios que una determinada organización oferta.

Una vez realizada la revisión bibliográfica completa de la imagen corporativa de la empresa y haber desarrollado el cálculo del tamaño de la muestra mediante la aplicación de la fórmula de población finita, se procedió a aplicar la encuesta basada en el modelo SERVQUAL, lo cual nos permitió cumplir con el segundo objetivo específico propuesto:

- Aplicar una encuesta que nos permita analizar la percepción de la calidad del servicio brindado por la empresa, basado en el modelo SERVQUAL.

A continuación (Tabla 2), se presentan los resultados obtenidos, además del cálculo de las brechas existentes entre la percepción y expectativa y el promedio de brechas en base al número de preguntas planteadas por cada dimensión propuesta apoyado en la fórmula de la media anteriormente mencionada, en relación con la calidad del servicio brindado por la operadora turística "Puntzán Tour", las brechas describen los aspectos negativos a considerar para mejorarlos con relación a las 5 dimensiones que propone el modelo SERVQUAL.

Tabla 2. Brechas por dimensión

Dimensiones	Preguntas	Percepción	Expectativa	Brechas	Promedio de brechas
Tangibilidad	1. ¿La operadora turística "Puntzán Tour" cuenta con equipos para la práctica de deportes extremos de apariencia moderna?	3.68	4.97	-1.29	-0.96
	2. ¿Las instalaciones físicas de la operadora turística "Puntzán Tour" son visualmente atractivas?	3.54	4.55	-1.01	
	3. ¿La operadora turística "Puntzán Tour" tiene señalética adecuada?	3.85	4.53	-0.68	
	4. En la operadora turística "Puntzán Tour, los elementos materiales relacionados con el servicio (folletos con información turística, mapas, etc.), ¿son visualmente atractivos?	3.79	4.64	-0.85	
	5. ¿Cuándo la operadora turística "Puntzán Tour" promete hacer algo en cierto tiempo,	3.69	4.84	-1.15	-0.35

	lo cumplen?				
Fiabilidad	6. ¿Cuándo el cliente tiene un problema, la operadora turística "Puntzán Tour" muestra sincero interés en solucionarlo?	4.64	4.78	-0.14	
	7. ¿En la operadora turística "Puntzán Tour" realizan bien el servicio a la primera?	4.71	4.95	-0.24	
	8. ¿En la operadora turística "Puntzán Tour" concluyen el servicio en el tiempo establecido?	4.81	4.89	-0.08	
	9. ¿En la operadora turística "Puntzán Tour", los empleados demuestran estar capacitados para brindar el servicio?	4.75	4.90	-0.15	
Capacidad de respuesta	10. ¿En la operadora turística "Puntzán Tour", los empleados ofrecen un servicio rápido a sus clientes?	4.72	4.88	-0.16	-0.13
	11. ¿En la operadora turística "Puntzán Tour", los empleados siempre están dispuestos para ayudar a los clientes?	4.81	4.95	-0.14	
	12. ¿Los empleados de la operadora turística "Puntzán Tour" nunca están demasiado ocupados para responder a las inquietudes y requerimientos de los clientes?	4.70	4.81	-0.11	
	13. ¿En la operadora turística "Puntzán Tour", los empleados responden	4.65	4.82	-0.17	

	correctamente a las preguntas que le hacen los clientes?				
	14. El tiempo que aguardo para obtener el servicio/información en la operadora turística "Puntzán Tour" es satisfactorio?	4.69	4.78	-0.09	
Seguridad	15. ¿El comportamiento de los empleados de la operadora turística "Puntzán Tour" le da confianza y seguridad?	4.78	4.91	-0.13	-0.12
	16. ¿Se siente seguro con el servicio que brindan los empleados de la operadora turística "Puntzán Tour"?	4.74	4.96	-0.22	
	17. ¿Hay seguridad al momento de dejar su medio de transporte en el parqueadero?	4.95	4.98	-0.03	
	18. ¿Se siente seguro al momento de cancelar el servicio ya sea en tarjeta, transferencia o efectivo?	4.84	4.94	-0.10	
Empatía	19. ¿En la operadora turística "Puntzán Tour" dan a sus clientes atención individualizada?	4.79	4.86	-0.07	-0.08
	20. ¿La operadora turística "Puntzán Tour", tiene horarios de trabajo convenientes para los clientes?	4.91	4.93	-0.02	
	21. ¿Los empleados de la operadora turística "Puntzán Tour", ofrecen una atención personalizada?	4.84	4.97	-0.13	
	22. ¿Los empleados de la operadora turística "Puntzán Tour"	4.81	4.92	-0.11	

	comprenden las necesidades de cada cliente?

Fuente: Elaboración propia.

Posterior al cálculo de las brechas por dimensión, se otorga una ponderación de 100 puntos divididos entre las 5 dimensiones consideradas, según el grado de importancia que los turistas asignen a cada dimensión:

Tabla 3. Ponderación por dimensión.

Dimensión	Ponderación
Tangibilidad	15
Fiabilidad	20
Capacidad de respuesta	20
Seguridad	30
Empatía	15
Total	**100**

Fuente: Elaboración propia.

Basado en la ponderación asignada, se puede observar que para los turistas que contratan los servicios de la operadora turística, la dimensión más importante es la seguridad, tomando en cuenta que la oferta turística del establecimiento está basada en la práctica de deportes extremos, seguido de la fiabilidad y la capacidad de respuesta, mientras que la tangibilidad y la empatía fueron considerados los menos importantes, a partir de estos valores se procedió a calcular las brechas ponderadas.

Tabla 4. Brechas ponderadas por dimensión

	Puntajes obtenidos				Ponderación		
Dimensión	**Peso**	**Percepción**	**Expectativa**	**Brechas**	**Percepción**	**Expectativa**	**Brecha**
Tangibilidad	15	3.71	4.67	-0.96	55.65	70.05	-14.40
Fiabilidad	20	4.52	4.87	-0.35	90.40	97.40	-7.00
Capacidad de respuesta	20	4.71	4.85	-0.14	94.20	97.00	-2.80
Seguridad	30	4.83	4.95	-0.12	144.90	148.50	-3.60
Empatía	15	4.84	4.92	-0.08	72.60	73.80	-1.20
Total	**100**			**-1.65**			**-29.00**

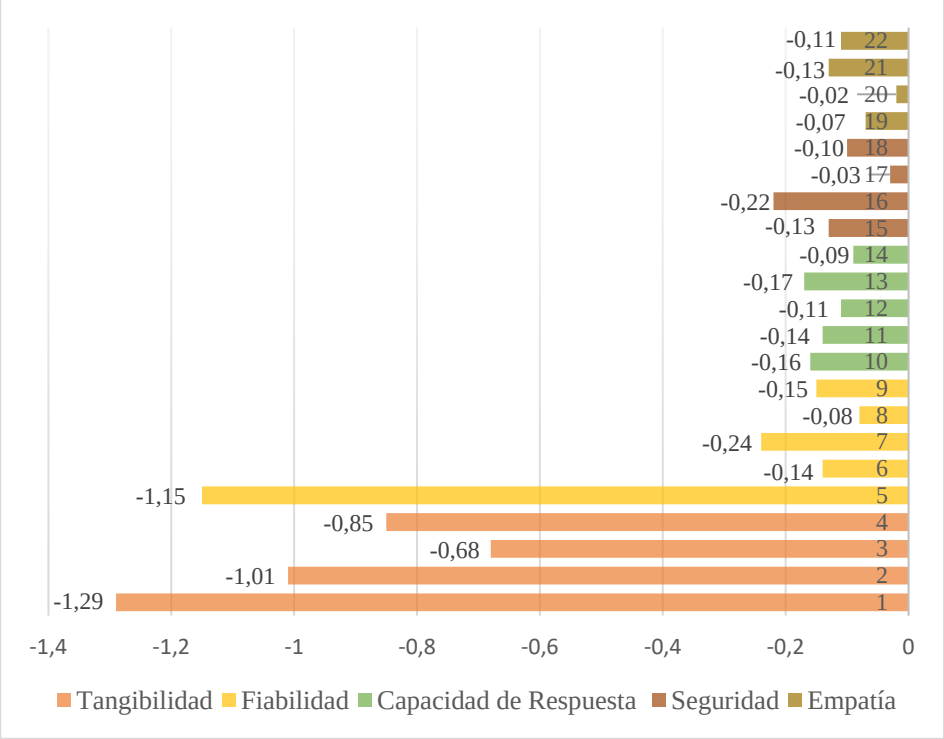
Fuente: Elaboración propia.

Una vez analizado los resultados obtenidos del presente estudio sobre la percepción de la calidad del servicio de la operadora turística “Puntzán Tour” y ponderado los resultados sobre la percepción y expectativa, se puede observar que las brechas con dimensiones más altas son, la tangibilidad con -14.40 y la fiabilidad con -7.00, mientras que las dimensiones como la seguridad con -3.60, capacidad de respuesta con -2.80 y empatía con -1.20, tienen la brecha más baja con relación a las demás, de esto se ha obtenido un resultado de -29 de brecha negativa misma que evidencia satisfacción en los usuarios de la agencia, pero existen dimensiones que requieren de una mejora inmediata, situación que demanda fortalecer la

planificación e implementar estrategias para una mejora continua, con la finalidad de brindar un mejor servicio y mejorar la rentabilidad de la empresa.

En el gráfico 1, se puede observar las brechas negativas existentes entre la percepción y la expectativa referente a la calidad del servicio que oferta la operadora turística, para esto se plantearon 22 preguntas entorno a las 5 dimensiones propuestas, la pregunta 1 posee el valor más alto de brecha negativa (-1.29) el cual hace referencia a la apariencia de los equipos utilizados para la práctica de deportes extremos, seguido de la pregunta 5 (-1.15) orientada al cumplimiento de acciones en el tiempo prometido, a continuación se sitúa la pregunta 2 (-1.01), que está enfocada al aspecto de instalaciones físicas de la operadora turística, mientras que las preguntas con menor valor son la pregunta 20 (-0.02) alusiva a los horarios de atención y la pregunta 17 (-0.03) relacionada a la seguridad de los parqueaderos del establecimiento.

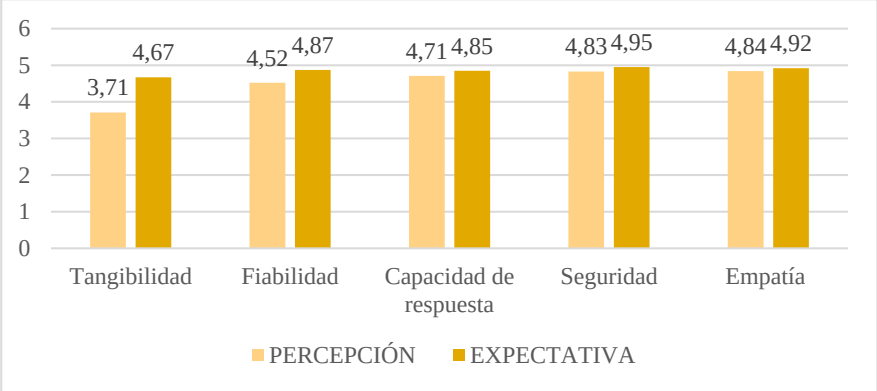
Gráfico 1. Brechas por pregunta.



Fuente: Elaboración propia.

Referente a las brechas por dimensión entre la percepción y expectativa, en el gráfico 2 se muestra que la dimensión que presenta mayor brecha es la tangibilidad (-0.96), situación que da lugar a que exista la insatisfacción por parte del turista, a diferencia de la empatía que presenta una de las menores brechas (-0.08).

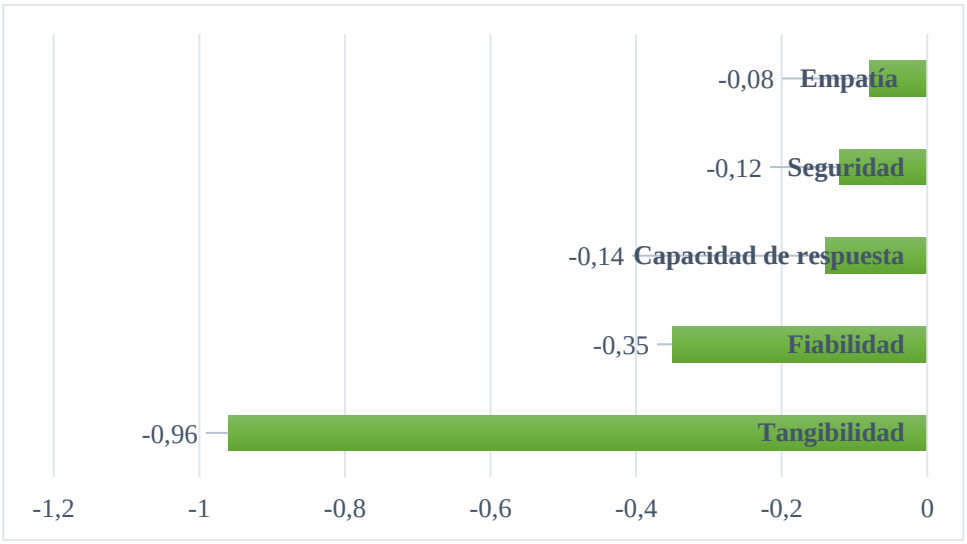
Gráfico 2. Brechas por dimensión.



Fuente: Elaboración propia.

En el gráfico 3, se puede apreciar las brechas existentes entre la percepción y expectativa de cada una de las dimensiones propuestas: tangibilidad, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía; siendo la tangibilidad la dimensión con mayor brecha con -0.96.

Gráfico 3. Brecha promedio de las dimensiones.



Fuente: Elaboración propia.

Finalmente, en el gráfico 4, se puede apreciar la percepción de los turistas frente a las 5 dimensiones propuestas las cuales son negativas, gracias a esto se estableció cuál es la dimensión en que la operadora turística debe ponerle más atención y mejorarla de manera inmediata.

Gráfico 4. Representación de brechas por dimensión.



Fuente: Elaboración propia.

Posterior a la tabulación y análisis de los resultados obtenidos gracias a la aplicación de la encuesta, se ha propuesto el tercer objetivo específico:

- Proponer un plan de mejora para incrementar el nivel de satisfacción de los clientes de la operadora turística "Puntzán Tour".

A continuación, se muestran los principales problemas identificados en la operadora turística en base a los resultados obtenidos por la aplicación de encuestas.

Tabla 5. Problemas identificados en el establecimiento turístico.

Dimensiones	Problemas
Tangibilidad	- Equipos requeridos para la práctica de deportes extremos gastados y descontinuados, basado en la percepción del cliente. - Instalaciones físicas de la operadora turística antiguas y descontinuadas. - Carente señalética dentro del espacio físico donde se ubica la operadora. - Elementos materiales antiguos, sin atractivo e ineficiente información.
Fiabilidad	- Desatención por cumplir los requerimientos del turista en el tiempo prometido. - Desinterés por brindar un servicio de calidad a la primera.
Capacidad de respuesta	- Falta de conocimiento en el área por parte del personal, para responder correctamente las preguntas realizadas por los clientes.
Seguridad	- Escasa capacitación a los guías en temas de seguridad y rescate en zonas agrestes.

Fuente: Elaboración propia.

Primera fase: Planear

Posterior a la identificación de los diversos problemas dentro de la operadora turística que inciden en la calidad del servicio, se inicia el ciclo PHVA (Planificar – Hacer – Verificar – Actuar) el cual es una estrategia interactiva de resolución de problemas para mejorar procesos e implementar cambios, en la primera fase de planificación se plantean estrategias u objetivos que ayuden a la solución de los problemas presentados, seguidamente se exponen los objetivos de cada dimensión considerada y sus indicadores de resultados.

Tabla 6. Objetivos propuestos en base a las dimensiones consideradas.

Dimensiones	Objetivos Estratégicos	Indicadores de resultados
Tangibilidad	Realizar mantenimientos correctivos y preventivos de los equipos utilizados para la práctica de canopy y puentes tibetanos.	A finales del 2023, se ha realizado 2 mantenimientos correctivos y preventivos de los equipos utilizados para la práctica de canopy y puentes tibetanos.
	Realizar una remodelación acorde al paisaje natural de las instalaciones físicas de la operadora turística.	Para finales del 2023, el 80% de las instalaciones físicas de la operadora turística estarán remodeladas.
	Implementar señalética indispensable en el entorno físico donde se ubica la operadora.	Al último trimestre del año 2023, se implementará el 100% de la señalética indispensable en el entorno físico de la operadora.
	Rediseñar los elementos materiales acotando información turística actual, que permita mejorar la publicidad de la operadora turística.	Se rediseñará el 100% de los elementos materiales, para finales del 20223, con el fin de mejorar la publicidad de la operadora turística.
Fiabilidad	Brindar capacitaciones continuas al personal en atención y servicio al cliente para dar resolución inmediata a los requerimientos de los turistas.	A finales del 2023, el 100% del personal estará capacitado en atención y servicio al cliente para dar resolución inmediata a los requerimientos de los turistas.
Capacidad de respuesta	Capacitar al personal en temas relacionados a la actividad turística que se desarrolla dentro del destino.	Hasta el último semestre del 2023, el 100% del personal se capacitará en temas relacionados a las actividades turísticas que se desarrollan en el destino.
Seguridad	Gestionar capacitaciones para los guías turísticos de la operadora en temas de seguridad, manejo adecuado de equipos y rescate en zonas agrestes.	A finales del 2023, la operadora turística gestionará capacitaciones para los guías turísticos de la operadora en temas de seguridad, manejo adecuado de equipos y rescate en zonas agrestes para el 100% del personal.

Fuente: Elaboración propia.

Segunda fase: Hacer

Tabla 7. Actividades por desarrollar, responsables, implicados y presupuesto.

Objetivos	Actividades	Responsable	Implicados	Presupuesto

Realizar mantenimientos correctivos y preventivos de los equipos utilizados para la práctica de canopy y puentes tibetanos.	Revisión y análisis del equipo empleado y sus accesorios.	Profesionales en manejo de equipos.	Profesionales en manejo de equipos. Personal operativo.	$3.000,00
	Desarrollo de los mantenimientos correctivos y preventivos.	Profesionales en manejo de equipos.	Profesionales en manejo de equipos.	
	Reemplazo del equipo en caso de requerirlo.	Personal administrativo.	Personal administrativo.	
Realizar una remodelación acorde al paisaje natural de las instalaciones físicas de la operadora turística.	Realizar una inspección a las instalaciones de la operadora.	Personal administrativo.	Personal administrativo, Arquitecto e Ingeniero Civil.	$7.000,00
	Solicitar un nuevo diseño de las instalaciones físicas, acompañado del tiempo requerido para la ejecución y presupuesto.	Personal administrativo.	Personal administrativo.	
	Análisis y revisión de los diseños propuestos por los profesionales, tiempo previsto y presupuesto.	Personal administrativo.	Personal administrativo, Arquitecto e Ingeniero Civil.	
	Selección de un diseño propuesto y firma del contrato de la obra para su ejecución.	Personal administrativo, Arquitecto e Ingeniero Civil.	Personal administrativo, Arquitecto e Ingeniero Civil y obreros.	
Implementar señalética indispensable en el entorno físico donde se ubica la operadora.	Realizar una inspección al entorno físico de la operadora.	Personal administrativo y operativo.	Personal administrativo y operativo.	$300.00
	Solicitar el diseño y cotización de la señalética requerida a una agencia de publicidad.	Personal administrativo.	Personal administrativo. Agencia de publicidad.	
	Revisión a la cotización y diseños propuestos por la agencia de publicidad, para su aprobación.	Personal administrativo.	Personal administrativo.	
	Compra de la señalética requerida.	Personal administrativo.	Personal administrativo.	

Rediseñar los elementos materiales acotando información turística actual, que permita mejorar la publicidad de la operadora turística.	Solicitar el rediseño y cotización de los elementos materiales.	Personal administrativo.	Personal administrativo. Agencia de publicidad.	$250.00
	Analizar la cotización y rediseño propuesto por la agencia de publicidad, para su aprobación.	Personal administrativo.	Personal administrativo.	
	Elaboración y compra de los nuevos elementos materiales para la operadora turística.	Personal administrativo.	Personal administrativo. Agencia de publicidad.	
Brindar capacitaciones continuas al personal en atención y servicio al cliente para dar resolución inmediata a los requerimientos de los turistas.	Capacitar al personal de manera continua en atención y servicio al cliente.	Profesional contratado.	Personal administrativo. Profesional contratado para capacitaciones. Trabajadores de la operadora.	$1.000,00
	Evaluar los conocimientos adquiridos.	Profesional contratado.	Personal administrativo. Profesional contratado para capacitaciones. Trabajadores de la operadora.	
Capacitar al personal en temas relacionados a la actividad turística que se desarrolla dentro del destino.	Brindar capacitaciones en temas relacionados a la actividad turística que se desarrolla dentro del destino.	Profesional contratado.	Personal administrativo. Profesional contratado para capacitaciones. Trabajadores de la operadora.	$1.000,00
	Evaluar los conocimientos adquiridos.	Profesional contratado.	Personal administrativo. Profesional contratado para capacitaciones. Trabajadores de la operadora.	
Gestionar capacitaciones para los guías turísticos de la operadora en	Gestionar con entidades públicas el desarrollo de capacitaciones a guías	Personal administrativo.	Personal administrativo. Gobierno Autónomo	$500.00

temas de seguridad, manejo adecuado de equipos y rescate en zonas agrestes.	turísticos en temas de seguridad en la práctica de deportes extremos, manejo adecuado de equipos y rescate en zonas agrestes.		Descentralizado del cantón Baños de Agua Santa. Dirección de Turismo del GADBAS.
	Evaluar los conocimientos adquiridos.	Profesionales capacitadores.	Profesionales capacitadores. Guías turísticos de la operadora.

Fuente: Elaboración propia.

Tercera fase: Verificar

Las actividades propuestas anteriormente deben ser analizadas con la finalidad de verificar, si están siendo desarrolladas de manera adecuada cumpliendo con los indicadores de medición planteados en la primera fase de ciclo de PHVA, esta verificación se desarrolla por medio un check list, a su vez se requiere de la aplicación de encuestas de satisfacción al cliente posterior al servicio recibido y al análisis de los datos obtenidos gracias a la aplicación de las mismas para identificar errores.

Tabla 8. Check list de los objetivos propuestos.

Fecha límite: Finales del año 2023.

Objetivos	Positivo	Negativo	Observaciones
Realizar mantenimientos correctivos y preventivos de los equipos utilizados para la práctica de canopy y puentes tibetanos.	✓		La operadora turística está gestionando un crédito con una entidad bancaria destinado al mantenimiento de equipos y remodelación del espacio físico.
Realizar una remodelación acorde al paisaje natural de las instalaciones físicas de la operadora turística.	✓		
Implementar señalética indispensable en el entorno físico donde se ubica la operadora.	✓		
Rediseñar los elementos materiales acotando información turística actual, que permita mejorar la publicidad de la operadora turística.	✓		
Brindar capacitaciones continuas al personal en atención y servicio al cliente para dar resolución inmediata a los requerimientos de los turistas.	✓		
Capacitar al personal en temas relacionados a la actividad turística que se desarrolla dentro del destino.	✓		

Gestionar capacitaciones para los guías turísticos de la operadora en temas de seguridad, manejo adecuado de equipos y rescate en zonas agrestes.		No existe respuesta alguna por parte de la entidad gubernamental del cantón.

Fuente: Elaboración propia.

Cuarta fase: Actuar

Para la conclusión del ciclo PHVA propuesto, se requiere de la confirmación y revisión de los resultados obtenidos en relación con los indicadores propuestos en la fase de planeación, basados en los mismos se determina si los objetivos han sido cumplidos según lo esperado o no; cabe destacar que, si dichos objetivos no fueron alcanzados con éxito en su totalidad, deben ser reformulados, considerando un período de tiempo significativo para que ser desarrollados.

4. CONCLUSIONES

La imagen corporativa refleja la percepción pública de una empresa e involucra todos los elementos visuales y comunicativos que la identifican; referente al logotipo de la empresa a pesar que este trasmita una sensación de serenidad y aventura, en base a la percepción de autor y las nuevas tendencias del diseño de logotipos del 2023, se puede apreciar que esta descontinuado y necesita reestructurarse, además carece de un slogan complementario; la misión y la visión de la empresa se enfoca en la oferta de servicios turísticos de calidad para impulsar el desarrollo económico y turístico de la localidad acompañados de una atención personalizada, seguridad del turista y del entorno, a más de esto es esencial fortalecer los canales de difusión, mediante la inversión en estrategias de marketing y creación de contenido informativo y multimedia innovador, puesto que la presencia en línea es crucial en la actualidad.

Basado en los resultados de la encuesta aplicada, apoyado en el modelo SERVQUAL misma que nos ha permitido conocer las brechas existentes entre la percepción y expectativa, se puede concluir que la operadora turística “Puntzán Tour” posee varias falencias referente al servicio brindado en las dimensiones de tangibilidad, fiabilidad, capacidad de respuesta y seguridad, demostrando que la operadora requiere del mantenimiento correctivo y preventivo del equipo empleado, la remodelación de sus instalaciones e implementación de señalética, además debe trabajar en el desinterés por cumplir los requerimientos del turista y brindar un servicio de calidad a la primera, sumado a esto existe desconocimiento y carente capacitación del personal en temas relacionados al correcto desarrollo de la actividad turística y seguridad.

A pesar de que los resultados obtenidos indican que si existe satisfacción por parte del turista que visita la operadora turística, se ha propuesto un plan de mejora enfocado en las dimensiones que poseen mayor brecha ponderada, apoyado en el ciclo PHVA (Planificar – Hacer – Verificar – Actuar) mismo que es considerado como una estrategia interactiva de resolución de problemas para mejorar procesos e implementar cambios, con el objetivo de

brindar un servicio de calidad y contribuir al desarrollo económico, social y ambiental de la empresa.

REFERENCIAS

Álvarez, L. (2017). *La Calidad del Servicio* (Primera ed.). Quito, Pichincha, Ecuador: Editorial Jurídica del Ecuador. Recuperado el 4 de Mayo de 2023

Asamblea Nacional del Ecuador. (2008). *Constitución de la República del Ecuador.* Obtenido de https://www.oas.org/juridico/pdfs/mesicic4_ecu_const.pdf

Basurto, B. (febrero de 2022). *El ciclo PHVA y la productividad de los colaboradores en la asociación de cabañas de la comuna San Pablo, provincia de Santa Elena.* Obtenido de Repositorio Universidad Estatal Península de Santa Elena : https://repositorio.upse.edu.ec/bitstream/46000/7529/1/UPSE-TAE-2022-0034.pdf

Borbúa, L. (22 de enero de 2015). *Reglamento General a la Ley de Turismo.* Obtenido de https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/03/REGLAMENTO-GENERAL-A-LA-LEY-DE-TURISMO.pdf

da Silva, D. (16 de Diciembre de 2020). *Qué es escala de Likert y cómo aplicarla: Zendesk.* Obtenido de Zendesk: https://www.zendesk.com.mx/blog/que-es-escala-de-likert/#:~:text=La%20escala%20de%20likert%20es,s%C3%AD%E2%80%9D%20o%20%E2%80%9Cno%E2%80%9D.

Flores, B., & Peralvo, Y. (2018). *Analisis de calidad de los servicios turísticos de aventura en el cantón Baños de Agua Santa, Provincia de Tungurahua en el año 2018.* Obtenido de Tesis de ingenieria, Universidad Central del Ecuador.: http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/20807/1/T-UCE-0005-CEC-279.pdf

Flores, J. (2022). *Calidad de servicio y su relación con la satisfacción del cliente en la Empresa Casa Blanca.* Obtenido de Repositorio Institucional Continental: https://repositorio.continental.edu.pe/bitstream/20.500.12394/11329/1/IV_FCE_318_TE_Flores_Vega_2022.pdf

GADBAS. (2019). *Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial.* Recuperado el 22 de Mayo de 2023, de Gobierno Autómo Descentralizado de Baños de Agua Santa: https://municipiobanos.gob.ec/banos/images/LOTAIP2020/agosto2020/PDOT_2019-2023.pdf

Google Earth. (2 de septiembre de 2023). *Ubicación operadora turística "Puntzán Tour"*. Obtenido de Google Earth.

INEC. (Febrero de 2022). *Calidad en los Servicios.* Obtenido de Instituto Nacional de Estadística y Censos: https://www.ecuadorencifras.gob.ec

Jaramillo, R. (abril de 2016). *Creación de una ruta turística sobre deportes extremos en la*

provincia de Santa Elena con la finalidad de atraer mas turistas para la práctica de estos deportes de aventura . Obtenido de Repositorio Instituto Tecnologico "Cordillera": https://apidspace.cordillera.edu.ec/server/api/core/bitstreams/f73e6a34-322b-4a08-a557-0468bf3b0d57/content

Matsumoto Nishizawa, R. (octubre de 2014). Desarrollo del Modelo Servqual para la medición de la calidad del servicio en la empresa de publicidad Ayuda Experto. *Perspectivas*(34), 181-209. Obtenido de https://www.redalyc.org/pdf/4259/425941264005.pdf

MINTUR . (2023). *Catastro de Establecimientos Turísticos* . Obtenido de Ministerio de Turismo : https://servicios.turismo.gob.ec/catastro-turistico/

MINTUR. (2 de febrero de 2021). *Ministerio de Turismo* . Obtenido de Glosario de términos turísticos : https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2021/02/GLOSARIO-TURISMO-2020.pdf

MINTUR. (26 de abril de 2022). *Reglamento de operación e intermediación turística* . Obtenido de Ministerio de Turismo : https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2022/07/2022-Reglamento-de-operacio%CC%81n-e-intermediacio%CC%81n-turi%CC%81stica.pdf

Monge, M., Cevallos, T., García, F., & Monge, G. (octubre-diciembre de 2019). Calidad del servicio de alojamiento y percepción del cliente mediante el modelo Servqual, en establecimientos de la ciudad de Puyo. *Ciencia Digital, 3*(4), 263-287. doi:https://doi.org/10.33262/cienciadigital.v3i4.1440

Morán, K. (2018). *Modelo Servqual para medir la calidaad del servicio en el Hotel Casa Ceibo* . Obtenido de Repositorio Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí : https://repositorio.uleam.edu.ec/bitstream/123456789/3580/1/ULEAM-HT-0095.pdf

Morillo, M., & Morillo, M. (07 de marzo de 2016). Satisfacción del usuario y calidad del servicio en alojamiento turísticos del estado de Mérida, Venezuela. *Revista de Ciencias Sociales, XXII*(2), 111-131. Obtenido de Revista de Ciencias Sociales : https://www.redalyc.org/journal/280/28049145009/html/

OMT. (2020). *Organización Mundial del Turismo.* Obtenido de Glosario de términos de turismo: https://www.unwto.org/es/glosario-terminos-turisticos

Osejos, A., & Merino, J. (2020). MODELO SERVQUAL COMO INSTRUMENTO DE EVALUACIÓN DE LA CALIDAD DEL SERVICIO AL CLIENTE, CANTÓN JIPIJAPA. *UNESUM - Ciencias: Revista Científica Multidisciplinaria, 4*(4), 79-92. doi:https://doi.org/10.47230/unesum-ciencias.v4.n4.2020.284

Proaño, D., Gisbert, V., & Pérez, E. (diciembre de 2017). METODOLOGÍA PARA

ELABORAR UN PLAN DE MEJORA CONTINUA. *3C EMPRESA*, 50-56. doi:http://dx.doi.org/10.17993/3cemp.2017.especial.50-56

Puntzán Tour. (30 de mayo de 2023). *Logotipo de la operadora turística "Puntzán Tour".* Obtenido de Puntzán Canopy: https://www.puntzancanopy.com/

Rogel, J., & Cejas, M. (2018). La calidad de servicio y desarrollo sostenible del turismo en Santa Cruz - Galápagos. *Revista Científica Electrónica de Ciencias Gerenciales*(40), 77-86. Obtenido de Revi: https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7007272

Sharma, C. (2014). A Service Quality Model Applied on Indian Hotel Industry to Measure the Level of Customer Satisfaction. *International Journal of Science and Research (IJSR), 3*(3), 480-485. Obtenido de https://www.ijsr.net/archive/v3i3/MDIwMTMxMjIw.pdf

Vélez, M., & Llerena, J. (julio de 2011). *"Determinación de la oferta de calidad de los servicios turísticos desarrollados por las prestadoras de servicios privados y/o comunitarios reconocidas por el Ministerio de Turismo en la Sierra Ecuatoriana, Andes"*. Obtenido de Repositorio de la Universidad Politécnica Salesiana del Ecuador. : https://docplayer.es/56684341-Politecnica-salesiana-del-ecuador-unidad-de-estudios-de-posgrado-maestria-en-administracion-de-empresas.html

Villata, G. (marzo de 2019). *Percepción de la calidad del servicio en la satisfacción del cliente en una entidad bancaria de Lima Metropolitana.* Obtenido de Repositorio Institucional Pirhua: https://pirhua.udep.edu.pe/bitstream/handle/11042/4785/TSP_AE-L_031.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Zavala, F., & Vélez, E. (julio-septiembre de 2020). La gestión de la calidad y el servicio al cliente como factor de competitividad en las empresas de servicios - Ecuador. *Dominio de las Ciencias, VI*(3), 264-281. doi:http://dx.doi.org/10.23857/dc.v6i3.1284

ANEXOS

Marco teórico

Turismo

El turismo es un fenómeno social, cultural y económico que implica la movilidad de personas hacia países o sitios distintos a su lugar de residencia habitual, impulsados por motivaciones personales, profesionales o de negocios, dichas personas son consideradas como viajeros y el turismo incluye sus actividades a desarrollar, algunas de estas suponen un gasto turístico (OMT, 2020).

Actividades turísticas

La Ley de Turismo (2015) según lo establecido en el Art. 5 considera como actividades turísticas a la siguientes actividades: alojamiento, servicio de alimentos y bebidas, transportación, operación, intermediación, Casinos, salas de juego (bingo-mecánicos), hipódromos y parques de atracciones estables, mientras que el Art. 43 del mismo documento establece la definición de cada una de estas:

- **Alojamiento,** conjunto de bienes ofertados por una persona natural o jurídica para la prestación del servicio de hospedaje de manera temporal, mismo que puede o no incluir alimentación y servicios básicos y/o complementarios.
- **Servicio de alimentos y bebidas,** actividades relacionadas con la prestación de servicios gastronómicos, bares y similares, desarrolladas por individuos cuya actividad económica tiene relación con la producción, servicio y venta de alimentos y/o bebidas destinadas al consumo.
- **Transportación,** hace referencia a la movilización de turistas por vía terrestre, aérea o acuática como apoyo a otras actividades como alojamiento, gastronomía, operación e intermediación.
- **Operación,** engloba diversas maneras de organizar viajes o visitas, a través de las diferentes modalidades de turismo; esta actividad se desarrollará por medio de una agencia operadora legalmente constituida y autorizada.
- **Intermediación,** prestación de servicios turísticos proporcionados por agencias de servicios turísticos o sociedades comerciales, de manera directa o como intermediario entre los viajes y proveedores de servicios.
- **Casinos, salas de juego (bingo-mecánicos), hipódromos y parques de atracciones estables.**

Clasificación de las agencias de servicios turísticos

Para el desarrollo de las actividades de operación e intermediación turística en el Art. 15 del Reglamento de Operación e Intermediación Turística (2022), se establece la siguiente clasificación de agencias de servicios turísticos:

- Agencia de viajes mayorista.
- Agencia de viajes internacional.
- Operador Turístico.
- Agencia de viajes dual.

Operador turístico

Es la persona jurídica debidamente inscrita ante la autoridad nacional de turismo, dedicada a la organización, desarrollo y operación directa de viajes y visitas turísticas en el país, sus productos pueden ser vendidos de manera directa al consumidor o por medio de otros tipos de agencias de viajes (MINTUR, 2021), basado en el Catastro Turístico de Establecimientos Nacional (2023), existen 1214, operadores turísticos registrados a nivel nacional, 110 operan en la provincia de Tungurahua y 105 de estos desarrollan sus actividades en el cantón Baños de Agua Santa, enfocadas en su mayoría al turismo de aventura y la práctica de deportes extremos.

Turismo de aventura

El turismo de aventura implica la participación en actividades al aire libre en lugares con características geográficas particulares y escenarios naturales adecuados, que desafían los obstáculos y permiten experimentar emociones intensas que pueden generar una sensación de logro en las personas (Vélez & Llerena, 2011).

Deportes extremos

Los deportes extremos comprenden actividades o disciplinas que se practican al aire libre y en su mayoría, ya existen, pero se consideran extremas debido a circunstancias especiales o desafios inherentes como peligro y dificultad, a su vez su práctica genera emociones y sensaciones que se viven al máximo lo que genera adrenalina (Jaramillo, 2016).

Calidad del servicio

La calidad del servicio se define como el nivel de cumplimiento de los aspectos de un servicio en relación con las expectativas del cliente. Es el resultado de la evaluación del cliente al comparar lo que experimenta con lo que esperaba de la prestación del servicio, es decir, su satisfacción respecto a las expectativas (Morillo & Morillo, 2016).

Expectativa

Es la creencia frente a la entrega del servicio, la cual establece los criterios que permiten evaluar el rendimiento de la empresa, en este ámbito. La expectativa refleja las anticipaciones del cliente basadas en la comunicación y experiencias previas de otras personas, cabe destacar a su vez que las expectativas son dinámicas y pueden cambiar rápidamente en un mercado altamente competitivo y volátil (Matsumoto Nishizawa, 2014).

Percepción

La percepción se refiere a cómo las personas evalúan y valoran los servicios que reciben de una empresa, a su vez la percepción está relacionado con las dimensiones de la calidad

del servicio que son: confiabilidad, seguridad, sensibilidad, empatía y elementos tangibles Monge, et al (2019).

Modelo SERVQUAL

Es uno de los métodos más utilizados para evaluar la satisfacción del cliente en diversos servicios, está fundamentado en la evaluación de la calidad del servicio por parte del cliente, la cual consiste en comparar las expectativas con la experiencia real, incluyendo la identificación de deficiencias en la prestación del servicio (Sharma, 2014), a su vez este modelo considera 5 dimensiones, las cuales se detallan a continuación:

- **Tangibilidad: "**apariencia de las instalaciones físicas, equipos, personal y materiales" (Rogel & Cejas, 2018)
- **Fiabilidad:** se refiere a la capacidad de desarrollar el servicio de manera correcta a la primera, evidenciando de esta manera un servicio fiable y diligente
- **Capacidad de respuesta:** significa estar dispuesto a asistir a los clientes y ofrecerles un servicio ágil y eficiente (Morán, 2018).
- **Seguridad:** es la demostración de conocimientos y experiencia durante la prestación del servicio lo cual genera confianza y credibilidad entre los clientes (Villata, 2019).
- **Empatía:** hace referencia a la atención personalizada que se oferta a cada cliente, con el fin de hacerlo sentir importante, único y especial (Flores, 2022).

Plan de mejora

Proaño, et al (2017) consideran que el plan de mejora es procedimiento que tiene como fin alcanzar la calidad total y la excelencia de las organizaciones de manera progresiva, con el objetivo de obtener resultados eficientes y eficaces. Su enfoque principal es establecer una relación entre los procesos y el personal generando una sinergia que contribuyan al progreso constante.

Ciclo PHVA

El ciclo PHVA (Planear, Hacer, Verificar y Actuar) es también conocido como ciclo de Deming y su aplicación genera un impacto positivo en las empresas, ayudándoles en la solución de diversos errores o problemas existentes en entornos determinados, lo que les permite explorar múltiples opciones de manera más conveniente y con mayores posibilidades de éxito (Basurto, 2022).

Instrumentos de investigación

Tabla 9. Encuesta de percepción de la calidad del servicio de la operadora turística "Puntzán Tour".

Dimensiones	Preguntas	Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Neutro	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
Tangibilidad	1. ¿La operadora turística "Puntzán Tour" cuenta con equipos para la práctica de deportes extremos de apariencia moderna?					
	2. ¿Las instalaciones físicas de la operadora turística "Puntzán Tour" son visualmente atractivas?					
	3. ¿La operadora turística "Puntzán Tour" tiene señalética adecuada?					
	4. En la operadora turística "Puntzán Tour, los elementos materiales relacionados con el servicio (folletos con información turística, mapas, etc.), ¿son visualmente atractivos?					
	5. ¿Cuándo la operadora turística "Puntzán Tour" promete hacer algo en cierto tiempo, lo cumplen?					
Fiabilidad	6. ¿Cuándo el cliente tiene un problema, la operadora turística "Puntzán Tour" muestra sincero interés en solucionarlo?					
	7. ¿En la operadora turística "Puntzán Tour" realizan bien el servicio a la primera?					
	8. ¿En la operadora turística					

	"Puntzán Tour" concluyen el servicio en el tiempo establecido?					
	9. ¿En la operadora turística "Puntzán Tour", los empleados demuestran estar capacitados para brindar el servicio?					
Capacidad de respuesta	10. ¿En la operadora turística "Puntzán Tour", los empleados ofrecen un servicio rápido a sus clientes?					
	11. ¿En la operadora turística "Puntzán Tour", los empleados siempre están dispuestos para ayudar a los clientes?					
	12. ¿Los empleados de la operadora turística "Puntzán Tour" nunca están demasiado ocupados para responder a las inquietudes y requerimientos de los clientes?					
	13. ¿En la operadora turística "Puntzán Tour", los empleados responden correctamente a las preguntas que le hacen los clientes?					
	14. El tiempo que aguardo para obtener el servicio/información en la operadora turística "Puntzán Tour" es satisfactorio?					
Seguridad	15. ¿El comportamiento de los empleados de la operadora turística "Puntzán Tour" le da confianza y seguridad?					
	16. ¿Se siente seguro con el servicio que brindan los empleados de					

	la operadora turística "Puntzán Tour"?					
	17. ¿Hay seguridad al momento de dejar su medio de transporte en el parqueadero?					
	18. ¿Se siente seguro al momento de cancelar el servicio ya sea en tarjeta, transferencia o efectivo?					
Empatía	19. ¿En la operadora turística "Puntzán Tour" dan a sus clientes atención individualizada?					
	20. ¿La operadora turística "Puntzán Tour", tiene horarios de trabajo convenientes para los clientes?					
	21. ¿Los empleados de la operadora turística "Puntzán Tour", ofrecen una atención personalizada?					
	22. ¿Los empleados de la operadora turística "Puntzán Tour" comprenden las necesidades de cada cliente?					

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 10. Encuesta de expectativa de la calidad del servicio de la operadora turística "Puntzán Tour".

Dimensiones	Preguntas	Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Neutro	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
Tangibilidad	1. ¿Le gustaría que la operadora turística "Puntzán Tour" cuente con equipos para la práctica de deportes extremos de apariencia moderna?					
	2. ¿Le gustaría que las instalaciones físicas de la operadora turística "Puntzán Tour" sean visualmente atractivas?					
	3. ¿Apreciaría que la operadora turística "Puntzán Tour" tenga señalética adecuada?					
	4. Le satisfaría que en operadora turística "Puntzán Tour, los elementos materiales relacionados con el servicio (folletos con información turística, mapas, etc.), ¿sean visualmente atractivos?					
	5. ¿Disfrutaría que cuándo la operadora turística "Puntzán Tour" prometa hacer algo en cierto tiempo, lo cumplan?					
Fiabilidad	6. ¿Le gustaría que cuando el cliente tenga un problema, la operadora turística "Puntzán Tour" muestre sincero interés en solucionarlo?					
	7. ¿Le satisfaría que en la operadora turística "Puntzán Tour" realicen bien el servicio a la primera?					

	8. ¿Le gustaría que en la operadora turística "Puntzán Tour" concluyan el servicio en el tiempo establecido?					
	9. ¿Apreciaría que en la operadora turística "Puntzán Tour", los empleados demuestren estar capacitados para brindar el servicio?					
Capacidad de respuesta	10. ¿Le satisfaría que en la operadora turística "Puntzán Tour", los empleados ofrezcan un servicio rápido a sus clientes?					
	11. ¿Le gustaría que en la operadora turística "Puntzán Tour", los empleados siempre estén dispuestos a ayudar a los clientes?					
	12. ¿Disfrutaría que los empleados de la operadora turística "Puntzán Tour" nunca estén demasiado ocupados para responder a las inquietudes y requerimientos de los clientes?					
	13. ¿Apreciaría que en la operadora turística "Puntzán Tour", los empleados respondan correctamente a las preguntas que le hacen los clientes?					
	14. ¿Disfrutaría que el tiempo que aguardo para obtener el servicio/información en la operadora turística "Puntzán Tour" sea satisfactorio?					

Seguridad	15. ¿Le gustaría que el comportamiento de los empleados de la operadora turística "Puntzán Tour" le de confianza y seguridad?					
	16. ¿Apreciaría sentirse seguro con el servicio que brindan los empleados de la operadora turística "Puntzán Tour"?					
	17. ¿Le gustaría que haya seguridad al momento de dejar su medio de transporte en el parqueadero?					
	18. ¿Apreciaría sentirse seguro al momento de cancelar el servicio ya sea en tarjeta, transferencia o efectivo?					
Empatía	19. ¿Le satisfaría que en la operadora turística "Puntzán Tour" den a sus clientes atención individualizada?					
	20. ¿Apreciaría que la operadora turística "Puntzán Tour", tenga horarios de trabajo convenientes para los clientes?					
	21. ¿Le gustaría que los empleados de la operadora turística "Puntzán Tour", ofrezcan una atención personalizada?					
	22. ¿Apreciaría que los empleados de la operadora turística "Puntzán Tour" comprendan las necesidades de cada cliente?					

Fuente: Elaboración propia.