



UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE TURISMO

Estudio de los procesos de calidad para fortalecer la Gestión Turística Sostenible
en los destinos comunitarios de la Provincia de Chimborazo

Trabajo de Titulación para optar al título de Licenciada en Turismo

Autor:

Bastidas Guamán, Lisbeth Rocío

Tutor:

Mgs. Paula Elizabeth Moreno Aguirre

Riobamba, Ecuador. 2025

DECLARATORIA DE AUTORÍA

Yo, Bastidas Guamán Lisbeth Rocío, con cédula de ciudadanía 0604449421, autor (a) (s) del trabajo de investigación titulado: “Estudio de los Procesos de Calidad para fortalecer la Gestión Turística Sostenible en los Destinos Comunitarios de la Provincia de Chimborazo”, certifico que la producción, ideas, opiniones, criterios, contenidos y conclusiones expuestas son de mí exclusiva responsabilidad.

Asimismo, cedo a la Universidad Nacional de Chimborazo, en forma no exclusiva, los derechos para su uso, comunicación pública, distribución, divulgación y/o reproducción total o parcial, por medio físico o digital; en esta cesión se entiende que el cesionario no podrá obtener beneficios económicos. La posible reclamación de terceros respecto de los derechos de autor (a) de la obra referida, será de mi entera responsabilidad; librando a la Universidad Nacional de Chimborazo de posibles obligaciones.

En Riobamba, a la fecha de su presentación.

Lisbeth B.


Lisbeth Rocío Bastidas Guamán

C.I: 0604449421

DICTAMEN FAVORABLE DEL PROFESOR TUTOR

Quien suscribe, Mgs. Paula Elizabeth Moreno Aguirre catedrático adscrito a la Facultad de Ciencias Políticas y Administrativas, por medio del presente documento certifico haber asesorado y revisado el desarrollo del trabajo de investigación titulado: “Estudio de los Procesos de Calidad para fortalecer la Gestión Turística Sostenible en los Destinos Comunitarios de la Provincia de Chimborazo”, bajo la autoría de Lisbeth Rocío Bastidas Guamán; por lo que se autoriza ejecutar los trámites legales para su sustentación.

Es todo cuanto informar en honor a la verdad; en Riobamba, a los 29 días del mes de enero de 2025.



Mgs. Paula Elizabeth Moreno Aguirre

C.I: 0602355364

CERTIFICADO DE LOS MIEMBROS DEL TRIBUNAL

Quienes suscribimos, catedráticos designados Miembros del Tribunal de Grado para la evaluación del trabajo de investigación “Estudio de los Procesos de Calidad para fortalecer la Gestión Turística Sostenible en los Destinos Comunitarios de la Provincia de Chimborazo”, presentado por Lisbeth Rocío Bastidas Guamán, con cédula de identidad número 0604449421, bajo la tutoría de la Mgs-. Paula Elizabeth Moreno Aguirre; certificamos que recomendamos la APROBACIÓN de este con fines de titulación. Previamente se ha evaluado el trabajo de investigación y escuchada la sustentación por parte de su autor; no teniendo más nada que observar.

De conformidad a la normativa aplicable firmamos, en Riobamba 29 de enero de 2025

PhD. Daniel Marcelo Guerrero Vaca
PRESIDENTE DEL TRIBUNAL DE GRADO

PhD. Héctor Germán Pacheco Sanunga
MIEMBRO DEL TRIBUNAL DE GRADO

Mgs. Henry Mauricio Villa Yáñez
MIEMBRO DEL TRIBUNAL DE GRADO



CERTIFICACIÓN

Que, BASTIDAS **GUAMAN LISBETH ROCIO** con CC: **0604449421**, estudiante de la Carrera **TURISMO**, Facultad de **CIENCIAS POLITICAS Y ADMINISTRATIVAS** ; ha trabajado bajo mi tutoría el trabajo de investigación titulado "**Estudio de los Procesos de Calidad para fortalecer la Gestión Turística Sostenible en los Destinos Comunitarios de la Provincia de Chimborazo**", cumple con el 9 %, de acuerdo al reporte del sistema Anti plagio **COMPILATIO MAGISTER**, porcentaje aceptado de acuerdo a la reglamentación institucional, por consiguiente autorizo continuar con el proceso.

Riobamba, 23 de enero de 2025



Firmado electrónicamente por:
**PAULA ELIZABETH
MORENO AGUIRRE**

Mgs. Paula Elizabeth Moreno Aguirre
TUTOR(A)

DEDICATORIA

Al culminar este trabajo de investigación, se lo dedico a mi familia papi, mami, hermano quienes han sido pilar fundamental en esta hermosa aventura, por su paciencia y apoyo incondicional.

A mi princesa, mi hija Arianna Priscel que ha sido mi motivación para seguir adelante. Por cada sonrisa, que me inspira ser mejor cada día.

Este logro es por ti y para ti.

.
.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por darme fuerza, sabiduría para afrontar este gran reto.

Agradezco a mis padres y hermano por darme una segunda oportunidad para crecer profesionalmente y apoyo en el transcurso de la carrera.

Agradezco a mi tutora Mgs. Paula Moreno por su paciencia y enseñanzas en el transcurso del desarrollo del trabajo de investigación.

Agradezco al PhD. Daniel Guerrero por permitirme ser parte de este proyecto, y sobre todo por las enseñanzas y experiencias.

ÍNDICE GENERAL

DECLARATORIA DE AUTORÍA

DICTAMEN FAVORABLE DEL PROFESOR TUTOR

CERTIFICADO DE LOS MIEMBROS DEL TRIBUNAL

CERTIFICADO ANTIPLAGIO

DEDICATORIA

AGRADECIMIENTO

ÍNDICE GENERAL

ÍNDICE DE TABLAS

ÍNDICE DE FIGURAS

RESUMEN

ABSTRACT

CAPÍTULO I 18

INTRODUCCIÓN 18

 Planteamiento del Problema 19

 Pregunta de Investigación 21

 General 21

 Justificación 21

 Objetivos 22

 General 22

Específicos	22
Hipótesis	23
General.....	23
Específicos	23
CAPÍTULO II.....	24
MARCO TEÓRICO.....	24
Calidad	24
Características tangibles.....	24
Características intangibles	25
Eficiencia operativa	26
Satisfacción del cliente	27
Gestión Sostenible	28
Planificación	28
Organización.....	29
Dirección y control	30
Estado del Arte.....	31
Calidad	31
Gestión Sostenible	35
CAPÍTULO III.....	41
METODOLOGÍA.....	41

Tipo de investigación.....	41
Alcance de la investigación	41
Diseño de investigación	42
Técnicas de recolección de datos.....	42
Encuesta	42
Entrevista	42
Observación de campo.....	42
Instrumento	43
Cuestionario	43
Guía de entrevista	43
Población de estudio y tamaño de muestra.....	43
Encuesta	43
Entrevista	44
Métodos de análisis y procesamiento de datos	45
Confiabilidad del instrumento.....	45
CAPÍTULO IV.....	47
RESULTADOS Y DISCUSIÓN	47
Análisis e Interpretación de los resultados de la entrevista	47
Análisis e Interpretación de los resultados de la encuesta	49
Prueba de hipótesis	54

Hipótesis General.....	54
Hipótesis Especifica 1.....	55
Hipótesis Especifica 2.....	55
Hipótesis Especifica 3.....	56
CAPÍTULO V.....	57
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	57
Conclusiones.....	57
Recomendaciones	60
CAPÍTULO VI.....	61
PROPUESTA.....	61
Título.....	61
Antecedentes.....	61
Justificación	63
Objetivo General.....	63
Objetivos específicos	63
Diagnóstico situacional de los CTC.....	63
Mapa de procesos.....	66
Mapa de procesos de los centros turísticos comunitarios	67
Proceso de Servicios turísticos.....	67
Matriz del proceso de servicios turísticos.....	68

Definir los procedimientos del proceso de servicios turísticos.....	68
Procedimiento de alojamiento.....	68
Procedimiento de alimentos y bebidas.....	69
Procedimiento de operación turística.....	69
Diseño de la estructura del proceso	70
Guía de instructivo del proceso de servicios turísticos.....	70
Instructivo para los servicios turísticos de los centros turísticos comunitarios.	73
BIBLIOGRAFÍA	89
ANEXOS	96
Anexo 1. <i>Evidencias fotográficas</i>	96
Anexo 2. <i>Árbol de problemas</i>	97
Anexo 3. <i>Matriz de Operacionalización de Variables</i>	98
Anexo 4. <i>Matriz de Consistencia</i>	100
Anexo 5. <i>Cuestionario de la Variable Independiente</i>	102
Anexo 6. <i>Guía de Entrevista</i>	104
Anexo 7. <i>Validación de instrumentos por expertos</i>	105
Anexo 8. <i>Instructivo para los servicios turísticos de los centros comunitarios</i>	109
Anexo 9. <i>Resultados de la Encuesta</i>	110
Anexo 10. <i>Resultados de las entrevistas</i>	129

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Población y muestra La Esperanza	44
Tabla 2. Población y muestra de Palacio real	44
Tabla 3. Valoración de la fiabilidad.....	45
Tabla 4. Resumen de Procesamiento de casos	46
Tabla 5. Estadísticas de fiabilidad.....	46
Tabla 6. Análisis e interpretación de las entrevistas	47
Tabla 7. Análisis e interpretación de la encuesta	49
Tabla 8. Matriz del proceso de servicios turísticos	68
Tabla 9. Matriz de guía de instructivos del proceso de servicios turísticos.....	70
Tabla 10. Escoja el Centro de Turismo Comunitario.....	110
Tabla 11. Sexo.....	111
Tabla 12. Edad	112
Tabla 13. Nivel de instrucción	113
Tabla 14. Instalaciones del destino comunitario	114
Tabla 15. Personal del destino comunitario	115
Tabla 16. Equipamiento del destino comunitario	116
Tabla 17. Materiales de comunicación del destino comunitario.....	117
Tabla 18. Atención al cliente hacia los visitantes	118
Tabla 19. Fiabilidad de la información en el destino comunitario.....	119
Tabla 20. Capacidad de respuesta por parte de los colaboradores.....	120
Tabla 21. Empatía con los visitantes en el destino comunitario	121
Tabla 22. Compromiso con el servicio en el destino comunitario.....	122

Tabla 23. Tiempo de espera para recibir atención	123
Tabla 24. Disponibilidad de servicios.....	124
Tabla 25. Precios de los servicios ofrecidos con relación a su calidad.....	125
Tabla 26. Expectativas del visitante.....	126
Tabla 27. Experiencia del visitante	127
Tabla 28. Percepción del visitante	128
Tabla 29. Resultado de la entrevista 1	129
Tabla 30. Resultado de la entrevista 2	130
Tabla 31. Resultado de la entrevista 3	131
Tabla 32. Resultado de la entrevista 4	133

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Proceso	62
Figura 2. Propuesta de mapa de procesos de los CTC.....	67
Figura 3. Escoja el Centro de Turismo Comunitario	110
Figura 4. Sexo	111
Figura 5. Edad.....	112
Figura 6. Nivel de instrucción.....	113
Figura 7. Instalaciones del destino comunitario	114
Figura 8. Personal del destino comunitario.....	115
Figura 9. Equipamiento del destino comunitario.....	116
Figura 10. Materiales de comunicación del destino comunitario	117
Figura 11. Atención al cliente hacia los visitantes.....	118
Figura 12. Fiabilidad de la información en el destino comunitario	119
Figura 13. Capacidad de respuesta por parte de los colaboradores	120
Figura 14. Empatía con los visitantes en el destino comunitario.....	121
Figura 15. Compromiso con el servicio en el destino comunitario	122
Figura 16. Tiempo de espera para recibir atención.....	123
Figura 17. Disponibilidad de servicios	124
Figura 18. Precios de los servicios ofrecidos con relación a su calidad	125
Figura 19. Expectativas del visitante	126
Figura 20. Experiencia del visitante.....	127
Figura 21. Percepción del visitante.....	128

RESUMEN

Este proyecto de investigación busca abordar la limitada gestión sostenible en destinos comunitarios de la provincia de Chimborazo. El objetivo de esta investigación es analizar el proceso de calidad para la gestión turística sostenible en los destinos comunitarios de la provincia de Chimborazo. Las comunidades intervenidas son La Esperanza y Palacio Real. Para lo cual se utilizó la metodología con el enfoque Cuantitativo de alcance descriptivo, de diseño no experimental transversal descriptivo. Para llevar a cabo esta investigación se utilizó las técnicas de observación de campo, encuesta y la entrevista semiestructurada. Los instrumentos cuestionario aplicados a turistas que visitan las comunidades, y la guía de entrevista aplicados a los colaboradores de las organizaciones comunitarias lo que permitió determinar características tangibles y características intangibles para la prestación de servicios, la eficiencia operativa de los colaboradores y la satisfacción del cliente de los servicios prestados en los destinos comunitarios de la provincia de Chimborazo. De la recolección de datos fue posible el diseño del proceso de calidad para servicios turísticos en los destinos comunitarios, abordando temas como estándares de calidad para planta turística, prestación de servicios turísticos y las relaciones humanas del personal con el cliente.

Palabras claves: Calidad, Gestión sostenible, destinos comunitarios, servicios turísticos, Chimborazo.

ABSTRACT

This research project addresses the limited sustainable management in community destinations in the province of Chimborazo. This work aims to analyze the quality process for sustainable tourism management in community destinations in the province of Chimborazo. The communities involved are "La Esperanza" and "Palacio Real". For this purpose, a descriptive quantitative approach methodology was used, with a descriptive transversal non-experimental design. Field observation, surveys, and semi-structured interviews were necessary for this research. The questionnaire instruments applied to tourists visiting the communities and the interview guide to the collaborators of the community organizations allowed the determination of tangible and intangible characteristics for the provision of services, the operational efficiency of the collaborators, and customer satisfaction with the services provided in the community destinations of the province of Chimborazo. From the data collection, it was possible to design the quality process for tourism services in community destinations, addressing issues such as quality standards for tourism plants, provision of tourism services, and human relations of staff with the client.

Key words: Quality, sustainable management, community destinations, tourism services, Chimborazo.



Reviewed by:

Mgs. Jessica María Guaranga Lema
ENGLISH PROFESSOR
C.C. 0606012607

CAPÍTULO I.

INTRODUCCIÓN

El turismo es una actividad que, con el tiempo, se ha adaptado y crecido, donde se descubrieron maneras o alternativas encaminando el desarrollo de un lugar, mediante la variedad de atractivos naturales o culturales.

En la provincia de Chimborazo, existe un aumento notable en la cantidad de turistas que frecuentan un destino comunitario. Sin embargo, este aumento requiere que la comunidad local se esfuerce por mejorar y regular de manera efectiva esta afluencia de turistas sin perjudicar la sostenibilidad del destino ni afectar negativamente a la comunidad.

La problemática de la investigación es la limitada gestión sostenible en destinos comunitarios de la provincia de Chimborazo. Debido a los limitados procesos de calidad provocando insatisfacción en los turistas y por ende esto provoca una débil afluencia de turistas a la comunidad. Por otro lado, la débil participación de la comunidad genera que el desarrollo de la comunidad se debilite evidenciando el desinterés por educarse. Además, los limitados recursos financieros provocan la débil innovación de la oferta turística lo que resulta la limitada actividad económica.

El limitado proceso de calidad establecido que tenga en cuenta las condiciones y los recursos disponibles de los destinos comunitarios, podrían llevar a problemas como la degradación del entorno, la pérdida de la autenticidad cultural y la insatisfacción de los turistas. Además, la ausencia de estándares y procedimientos podría dificultar la evaluación de la calidad del servicio turístico y la implementación de mejoras necesarias.

Por lo que, en la investigación, consta de cinco puntos importantes como:

Capítulo I, Introducción, se analizó el problema general y específicos, la justificación, los objetivos e hipótesis que se planteó en la investigación.

Capítulo II, Marco Teórico, donde hablamos sobre procesos de calidad, y gestión sostenible, estado del arte y bases teóricas que contienen información y estudios relacionados al tema investigación.

Capítulo III, presenta la Metodología, los tipos de investigación y los métodos que vamos a utilizar, la presente investigación es de enfoque cuantitativo de alcance descriptivo de diseño no experimental transversal descriptivo.

Capítulo IV, Resultados y Discusión, se analizó los resultados obtenidos a partir de la aplicación de encuestas de las variables.

Capítulo V, Conclusiones y Recomendaciones sobre la investigación.

Planteamiento del Problema

En años recientes, en el país ha emergido el turismo comunitario, ya sea debido a las tendencias turísticas o a la preservación del medio ambiente y del patrimonio de las comunidades que han fomentado este tipo de turismo. En la provincia de Chimborazo se han establecido diversas iniciativas de actividades comunitarias y de turismo comunitario por tanto es necesario mejorar y gestionar adecuadamente esta afluencia turística sin comprometer la sostenibilidad del destino ni afectar negativamente a la comunidad.

El sector rural, y en general los territorios que lo integran, no han recibido atención del Estado y sus instituciones. Por lo tanto, numerosos actores sociales buscan por sí mismos explorar nuevas vías para que esta perspectiva de la ruralidad en Ecuador se modifique en favor del progreso productivo, económico, social y ambiental del territorio. (Moreno y García, 2018)

Sin embargo, la voluntad por el progreso de las comunidades no es suficiente, Guerrero, (2023) menciona que no es posible afirmar, que se cuenta con un enfoque de gestión turística sostenible, como tampoco acciones que mejoren la competitividad en estas comunidades. Pues sin el soporte gubernamental adecuado no es posible construir el aparataje estatal consecuente con las necesidades de su pueblo. Siendo notorio la débil gestión turística sostenible en los destinos comunitarios de la provincia de Chimborazo.

La problemática de la investigación es la limitada gestión sostenible en destinos comunitarios de la provincia de Chimborazo. Debido a los limitados procesos de calidad provocando insatisfacción en los turistas y por ende esto provoca una débil afluencia de turistas a la comunidad. Por otro lado, la débil participación de la comunidad genera que el desarrollo de la comunidad se debilite evidenciando el desinterés por educarse. Además, los limitados recursos financieros provocan la débil innovación de la oferta turística lo que resulta la limitada actividad económica.

Por lo tanto Guerrero. D., (2023) recomienda que las comunidades indígenas formen colaboradores con criterio técnico en el saber social – cultural propio para planificar la actividad turística. Esta responsabilidad debe ser designado por la Asamblea Comunitaria para ejecutar la gestión turística en representación de la comunidad; esta responsabilidad conllevará un poder político necesario para organizar y comunicar interna y externamente sobre la oferta turística comunitaria; esto permitirá determinar la información, atención y actividades a desarrollarse en el destino facilitando la determinación de los criterios de calidad en los servicios turísticos para complementar la experiencia del turista.

Por esta razón se pretende estudiar un proceso de calidad para fortalecer la gestión sostenible en destinos comunitarios expuestos en el Modelo de Gestión Turística Sostenible desde La Cosmovisión Andina de (Guerrero, 2023).

Al diseñar un proceso de calidad según las condiciones locales y los recursos disponibles es importante para fortalecer la gestión sostenible de la provincia de Chimborazo. En este proceso se podría incluir estándares de calidad para la prestación de servicios turísticos, la capacitación de la comunidad en sostenibilidad, implementación de medidas de conservación ambiental y cultural y la promoción de un turismo responsable y respetuoso con la comunidad. De esta manera, se podría garantizar que el turismo beneficie a la comunidad como al medio ambiente.

Pregunta de Investigación

General

¿El proceso de calidad fortalece la gestión turística sostenible en los destinos comunitarios de la provincia de Chimborazo?

Justificación

La provincia de Chimborazo posee una variedad de recursos naturales y culturales única esto ocasiona que los turistas busquen nuevas experiencias, sin embargo, el crecimiento de la demanda turística también presenta desafíos que pueden abordarse mediante el análisis y la implementación de procesos de garanticen la sostenibilidad.

Para lograr esto, se desarrolló un modelo de gestión turística sostenible que trabaja desde la cosmovisión andina, su objetivo primordial es adaptarse a las distintas realidades de cada comunidad en donde requiera ser utilizado.

El modelo está construido por cuatro pilares fundamentales que son la Planificación, Mercadotecnia, Atención y Calidad. Los cuales buscan dar una respuesta a cómo las comunidades deben realizar los debidos procesos para tener una oferta turística que cumpla con todas las normativas vigentes.

Por lo que en esta investigación se analizará procesos de calidad en la gestión turística lo que permitirá a los destinos comunitarios destacarse en un mercado turístico altamente competitivo. Un enfoque de calidad profesionaliza los servicios y mejora la imagen del destino, atrayendo a turistas interesados en experiencias responsables y sostenibles, lo que puede incrementar la demanda y beneficiar la economía local.

Por ello, el estudio pretende diseñar un proceso de calidad para fortalecer la gestión turística sostenible en los destinos comunitarios de la provincia.

Objetivos

General

- Diseñar el proceso de calidad para la gestión turística sostenible en los destinos comunitarios de la provincia de Chimborazo.

Específicos

- Determinar las características tangibles y características intangibles para la prestación de servicios en los destinos comunitarios de la provincia de Chimborazo.
- Determinar la eficiencia operativa de los colaboradores en los destinos comunitarios de la provincia de Chimborazo.
- Determinar la satisfacción del cliente de los servicios en los destinos comunitarios de la provincia de Chimborazo.

Hipótesis

General

- El proceso de calidad fortalece la gestión turística sostenible en los destinos comunitarios de la provincia de Chimborazo.

Específicos

- Las características tangibles e intangibles facilitan la prestación de servicios turísticos en los destinos comunitarios de la provincia de Chimborazo.
- La eficiencia operativa de los colaboradores mejora el rendimiento económico de la organización y la satisfacción del cliente en los destinos comunitarios de la provincia de Chimborazo.
- La satisfacción del cliente está influenciada por la calidad en los servicios en los destinos comunitarios de la provincia de Chimborazo.

CAPÍTULO II.

MARCO TEÓRICO

Calidad

Para llevar a cabo esta investigación, es fundamental conocer las características de la variable independiente, en este caso Calidad de servicios turísticos comunitarios. Las siguientes teorías ayudarán a comprender mejor cómo la variable independiente ayuda a descubrir cómo se relaciona con la variable dependiente.

La calidad abarca todas las cualidades que cuenta un producto y servicio para ser de utilidad a quienes lo emplea; o sea, un producto y servicio es de calidad cuando sus características, tangibles e intangible, satisfacen las necesidades de los usuarios. (Cantú, 2011)

La calidad es un conjunto de características inherentes de un servicio o producto, cumplen con las necesidades del cliente, establecidas e implícitas (características mínimas que el cliente da por supuestas), para el cual fueron diseñadas, satisfaciendo sus necesidad y expectativas. (Castellucci, 2009)”

Los autores indican que la calidad de los servicios turísticos comunitarios se desarrolla por personal competente que realiza productos o servicios donde sobresale la calidad y sus características tangibles e intangibles para satisfacer al cliente.

Características tangibles

Según la revista Comprensión de la calidad en el servicio como la integración de dos dimensiones: tangible e intangible menciona que la tangibilidad es todo aquello que se puede ver, tocar o degustar es decir las instalaciones, el equipamiento y los alimentos. (Trujillo y Vera, 2009)

Instalaciones. Recinto provisto de los medios necesarios para llevar a cabo una actividad profesional o de ocio. Instalaciones industriales, educativas, deportivas.

Personal. Se conoce como personal al conjunto de las personas que trabajan en un mismo organismo, empresa o entidad.

Equipamiento. Equipamientos son espacios que cumplen una doble función, además de proveer servicios esenciales, contribuyen en la construcción y en el fortalecimiento de la vida colectiva. (Franco y Zabala, 2012)

Materiales de comunicación. Se trata de un objeto (gráfico, radial, audiovisual, teatral, entre otras alternativas) que facilita la enseñanza y aprendizaje sobre algún tema. (Ruiz et al., 2014)

Características intangibles

Según la revista Comprensión de la calidad en el servicio como la integración de dos dimensiones: tangible e intangible la tangibilidad menciona que la intangibilidad se refiere a acciones, se evalúa el ambiente, el comportamiento, la consistencia y honestidad. (Trujillo y Vera, 2009)

Atención al cliente. Relación de actividades que desarrolla diversas organizaciones a través de identificar las necesidades básicas de sus clientes utilizando diferentes estrategias de marketing de modo que puedan cubrir esas expectativas que cada cliente pueda tener y que indudablemente, se van a relacionar con la satisfacción para conseguir, como fin último la fidelización y repetición de la compra. (Gil, 2020)

Fiabilidad. La fiabilidad puede usarse para determinar el rendimiento de todas las actividades. (Kleine, 2009)

Capacidad de respuesta. Según (Pastor, 2019) menciona que la capacidad de respuesta como la “Disposición de servir a los usuarios y proporcionar un servicio rápido y oportuno frente a una demanda con una respuesta de calidad y en un tiempo aceptable”.

Empatía. La capacidad de comprender y compartir los sentimientos de los demás, la empatía nos permite ver las cosas desde la perspectiva del otro en vez de la nuestra. Es una habilidad crucial que permite las relaciones sociales y profesionales, desarrolla la conciencia de uno mismo y contribuye a un mundo equitativo y pacífico. La empatía es necesaria para expresar la compasión (la motivación para actuar ante el sufrimiento de otras personas). (Naciones Unidas, 2023)

Compromiso. Según (Osorio et al., 2016) menciona que definen el compromiso como un estado psicológico que caracteriza la relación entre una persona y una organización, así como la implicación de dicho estado sobre la decisión de desvincularse o no como miembro de esta.

Eficiencia operativa

La eficiencia operativa se define como la capacidad de realizar una determinada tarea empleando el mínimo de tiempo posible, con el menor coste posible, sin necesidad de aumentar el gasto. Además, se debe seguir un proceso óptimo para lograr la calidad deseada y minimizar los errores. (Slack, 2023)

Tiempo de respuesta del servicio. Este término se refiere al tiempo que tarda la empresa en completar un pedido o proyecto. El concepto tiene en cuenta el período desde el momento en que recibe el pedido o la solicitud de un cliente, o comienza una actividad, hasta el momento en que se completa y se entrega.

Tasa de ocupación (disponibilidad de servicios). La empresa MEWS define como la tasa de ocupación hotelera es una de las principales preocupaciones de los hoteles, ya que está directamente relacionada con los ingresos. (MEWS, 2023)

Costos operativos. Según (Flores y Blanco, 2021) define a los costos “como la clasificación, registro y ubicación adecuada de los gastos para determinar el costo de producción son los recursos sacrificados o pérdidas para alcanzar un objetivo específico”

Satisfacción del cliente

(Kotler y Armstrong, 2013, p. 14) define Medida en la cual el desempeño percibido de un producto es igual a las expectativas del comprador.

Expectativa. Según (Pérez, 2015, p. 12) define “las expectativas como la anticipación de un evento o consecuencia futura, tanto en el ámbito personal como social”

Experiencia. La Real Academia Española define como la práctica prolongada que proporciona conocimiento o habilidad para hacer algo. (RAE, 2024)

Percepción. Proceso cognitivo de la conciencia que radica en el reconocimiento e interpretación para crear de juicios en torno a las sensaciones del ambiente físico y social. (Vargas L. M., 1994)

Gestión Sostenible

La gestión sostenible se basa en un conjunto de valores humanos, éticos y medioambientales, enfocados en la calidad y la excelencia, con el propósito de proporcionar a las sociedades una guía de referencia para fomentar el desarrollo sostenible de empresas, instituciones y comunidades. Esto contribuye a asegurar la competitividad y fortalecer la estructura económica y social.

Esta metodología busca armonizar el cumplimiento de los requisitos actuales con la preservación de los recursos naturales, garantizando así que las generaciones posteriores también puedan satisfacer sus propias necesidades. Para lograrlo, es necesario gestionar los recursos y procesos, de manera que se logre mitigar los efectos negativos en el medio ambiente.

(Corporación Gestión Sostenible, 2024)

Planificación

Planificar implica analizar objetivos y acciones, basando sus decisiones no en intuiciones, sino en métodos, planes o una lógica estructurada. Los planes establecen los objetivos de la organización y determinan los procedimientos. Asimismo, los planes sirven como guía para que la organización adquiera y utilice los recursos necesarios para alcanzar sus objetivos; Además, orientarán a los miembros en la realización de actividades y en la toma de decisiones alineadas con los objetivos y procedimientos establecidos. La planificación también permite establecer prioridades, enfocarse en las fortalezas de la organización y abordar los desafíos que surgen debido a cambios en el entorno externo. (Salazar y Romero, 2006)

Objetivos. El objetivo diseña la estructura del estudio, traza un camino, mostrando claramente donde llegar y que se va a obtener. Su correcta formulación evita desviaciones del proceso permitiendo demostrar su logro al finalizar una investigación. (Carvajal, 2023)

Estrategias. La División de Ciencias Naturales y Exactas de la Universidad de Guanajuato define a la estrategia es el objetivo de la actividad que realiza la dirección de la empresa, que debe perseguir que su organización funcione de manera eficiente, y la mejor manera de que esto ocurra es que no existan conflictos en la misma. (DCNE, 2024)

Organización

La organización es la estructura de las relaciones que deben existir entre los niveles, funciones y actividades de los elementos materiales y humanos de un organismo social, para lograr su máxima eficiencia dentro de los planes y objetivos propuestos. (May et al., 2022)

Estructura organizativa. Se refiere al marco jerárquico y funcional que define la asignación de roles, responsabilidades dentro de una organización. Su objetivo es facilitar y mejorar la coordinación de información, asegurando que los objetivos de la organización se logren.

Recursos humanos. Recursos humanos hacen referencia a todo el conjunto de empleados, trabajadores, que posea una vinculación laboral con una organización, economía, o sector en concreto. En cuanto a la administración de empresas, el término hace referencia a toda esa gestión que involucra a los procesos que se realizan con los empleados, desde antes de la contratación, hasta su último día en la organización. (Martín, 2024)

Dirección y control

La dirección comprende la autoridad del administrador a través de la cual logra que sus colaboradores obtengan los objetivos propuestos en la organización mediante la supervisión, la comunicación y la motivación. (Buchele, 2007)

Control es la medición de los resultados obtenidos se hace con el fin de detectar desviaciones y establecer medidas o acciones correctivas necesarias, de manera que los resultados se relacionan con el estándar diseñado. (May et al., 2022)

Eficiencia. Del latín *efficientia*, acción, fuerza, virtud de producir. Criterio económico que revela la capacidad administrativa de producir el máximo resultado con el mínimo de recurso, energía y tiempo, por lo que es la adecuada utilización de los recursos y así obtener los resultados deseados.

También es la capacidad de conseguir a una persona o cosa para conseguir un efecto determinado. Además, eficiencia es la expresión que mide la capacidad o cualidad de un sistema o sujeto económico para cumplir un objetivo determinado, minimizando el empleo de recursos. (Rojas et al., 2017, p. 3)

Evaluación. La evaluación se entiende como el acto de calcular, valorar o indicar el valor de un objeto, empleando un conjunto de criterios vinculados a los objetivos establecidos.

Estado del Arte

Calidad

La investigación titulada “Gestión de calidad en los destinos turísticos culturales de visita.” Realizada por (Cujano, 2021) menciona que la investigación busca mejorar y sistematizar procesos que involucran la implementación de estándares, técnicas y métodos enfocados en la adopción de la calidad, a través de la mejora continua, normas ISO e indicadores que contribuyen a la eficacia organizacional que proporcionan respuestas a las variaciones producidas en los lugares culturales y facilitan la consolidación de la gestión, funcionamiento y organización de las instituciones de naturaleza cultural.

La metodología es de enfoque cuantitativo, de diseño no experimental, transversal descriptivo sencillo y correlacional utilizando la correlación de Pearson. Para confirmar la relación entre las variables, se utilizó un instrumento de recolección de datos validado centrado en el modelo adaptado SERVPERF. Se obtuvieron resultados de alta calificación positiva entre la Gestión de calidad en los lugares culturales, estableciendo así la dependencia de los procesos organizacionales, estructurales y administrativos. Esto asegura la satisfacción del visitante.

Según (Guilcapi, 2020) en su proyecto de titulación “Calidad y Oferta de los Servicios Turísticos Comunitarios Chakana Lodge Parroquia San Juan, Cantón Riobamba” menciona que El objetivo principal de la investigación es verificar si hay una relación entre la calidad y la oferta de los servicios turísticos comunitarios empleando la metodología documental, cuantitativa y no experimental. Además, se utiliza un diseño descriptivo, correlacional causal y transversal. Esto se realiza con el apoyo de las unidades de análisis que en este estudio son los colaboradores de Chakana Lodge y especialistas en el sector turístico para la variable. Dentro de este estudio, las unidades Todo esto posibilitó la implementación de los instrumentos de

investigación, como fue el cuestionario, cuyos resultados permitieron la verificación de las hipótesis.

La autora (Machado, 2016) en su proyecto titulado “Diseño de Lineamientos Metodológicos de Gestión de la Calidad del servicio en los emprendimientos de turismo Sostenible de las Parroquias Rurales del cantón Riobamba, estudio de caso: Palacio Real, Calpi.” Menciona que el propósito del proyecto de investigación es elaborar directrices metodológicas para la gestión de la calidad del servicio en los emprendimientos de turismo sostenible de las parroquias rurales del cantón Riobamba, Estudio de caso: Real Palacio. Se llevó a cabo un análisis de la calidad del servicio a través de la realización de encuestas a visitantes nacionales y extranjeros, entrevistas a administradores acerca de su percepción. Esto permitió reconocer los puntos críticos de los servicios de alimentos y bebidas, guianza y alojamiento para determinar las dimensiones de gestión, los indicadores de calidad del servicio y las estrategias de mejora a futuro. La metodología plantea un enfrentamiento entre la percepción de la calidad por parte de los visitantes y la percepción del gestor desde un enfoque de eficiencia y eficacia para evaluar cuali-cuantitativamente la calidad.

De acuerdo con el autor (Pilco, 2020) en su trabajo de titulación “Calidad del Servicio Turístico Comunitario en la Parroquia Santiago de Calpi, Cantón Riobamba” indica que el propósito del estudio llevado a cabo es evaluar la calidad del servicio de turismo comunitario en la Parroquia Santiago de Calpi, en el cantón Riobamba. Es un diseño transversal no experimental que permitió establecer la relación entre variables mediante la aplicación de encuestas con escala de medición Likert en un único periodo de tiempo. Por lo tanto, se empleó una muestra no probabilística por conveniencia destinada a proveedores de servicios turísticos comunitarios de la Parroquia Santiago de Calpi.

El autor (Venegas, 2020) En su proyecto de investigación titulado Calidad y servicios turísticos en el cantón Penipe provincia de Chimborazo, indica que el propósito de la investigación es evaluar el impacto de la calidad en los servicios turísticos del cantón Penipe, en la provincia de Chimborazo, mediante tres objetivos analizar el impacto de las expectativas, los deseos y las percepciones sobre los servicios turísticos del cantón. La investigación es exploratoria, descriptiva y explicativa. Con relación al enfoque de estudio, es mixto (cuantitativo y cualitativo), ya que se alinea con los objetivos propuestos. El diseño de la investigación no es experimental, correlacional y de tipo transversal.

La autora (Jácome, 2021) menciona en su Proyecto de Investigación y Desarrollo titulado Modelo de gestión de calidad bajo la normativa ISO 9001:2015 como factor de competitividad del turismo en el cantón Salcedo que La calidad en los servicios turísticos se compone de una serie de factores que se interpretan como el producto del proceso que lleva a satisfacer las necesidades y expectativas de los clientes, mediante la utilización eficaz de los recursos, el ambiente y la interacción de estos. Esto implica una relación equilibrada entre la calidad del servicio brindado y la competitividad del destino turístico, lo que implica que la satisfacción del turista se manifiesta en la lealtad y la rentabilidad de los habitantes.

El propósito de esta investigación es establecer la relación entre el modelo de gestión de calidad, utilizando la norma ISO 9001; 2015 como elemento competitivo del turismo en el cantón Salcedo. Por lo tanto, se realizó una investigación cuantitativa utilizando el enfoque hipotético-deductivo. Mediante técnicas estadísticas, el investigador pudo verificar hipótesis de tipo exploratorio, descriptiva y correlacional transversal. Se establece la población del estudio considerando las percepciones de los turistas respecto a la calidad de los servicios y

competitividad del cantón, en una muestra representativa de todos los turistas que se han desplazado desde Latacunga hacia Salcedo.

Según (Bazán, 2020) en su proyecto titulado Calidad de los servicios turísticos para mejorar el nivel de satisfacción del cliente en el hotel emperador, Chiclayo – Lambayeque menciona que el término calidad se utiliza como adjetivo, pero en realidad es un sustantivo, dado que la calidad se define como buena o mala. la calidad de un producto o servicio ha implicado una capacidad para ser utilizado de la manera deseada. La calidad, en sí misma, es la descripción de un producto o servicio que no muestra nada de bueno o malo. La calidad no es un valor, pero a menudo se confunde con la satisfacción que genera el producto o servicio al ser utilizado. La investigación se planteará de manera no experimental y transversal, ya que se examinará y analizará el problema tal como se presenta en su entorno natural, sin alterar las variables.

Según (Cusme, 2019) menciona en proyecto titulado Calidad de servicio turístico y su influencia en la satisfacción del cliente del complejo “Aguas Blancas”, del cantón Buena Fe. La calidad del servicio brindado en los sitios de interés turístico internacional, nacional y local, es un asunto de suma relevancia para la mejora y progreso social, económico y cultural. A partir de este punto, este estudio final se centra en examinar los elementos que afectan la satisfacción de los clientes que visitan un lugar turístico del cantón Buena Fe, provincia de Los Ríos, conocido como el Complejo "Aguas Blancas", con la finalidad de aportar a la mejora del servicio mediante la implementación de una guía de estrategias de calidad para el servicio turístico. La metodología del estudio es cuantitativa de tipo descriptiva explicativa.

Los autores (Sampedro et al., 2023) en su artículo titulado Calidad del servicio turístico y satisfacción del cliente en el cantón Guano, provincia de Chimborazo, indica que el propósito de este estudio es examinar la relación entre la calidad del servicio turístico y la satisfacción del

cliente en los establecimientos del cantón Guano, provincia de Chimborazo. La metodología de investigación empleada fue de tipo no experimental transversal, y el enfoque de la investigación fue cualitativo, descriptivo correlacional. El instrumento de investigación fue validado mediante alfa de Cronbach, encuestas basadas en la escala de medición Likert, y la unidad de análisis consistió en 15 emprendimientos de alimentos y bebidas y 334 visitantes. Se comprobó las hipótesis a través del programa SPSS, utilizando chi cuadrado.

La autora (Cepeda, 2022) menciona en su proyecto titulado Satisfacción del cliente y oferta en los servicios de Alojamiento en el cantón Baños de Agua Santa.

Este estudio se centra en llevar a cabo un exhaustivo estudio sobre la satisfacción del cliente y la oferta en los servicios de alojamiento, con el objetivo de potenciar la calidad del servicio brindado en la localidad de Baños de Agua Santa. El estudio se llevará a cabo a través de métodos cuantitativos, con la finalidad de encontrar soluciones a problemas de la población a través de análisis e investigaciones empíricas. En este sentido, examinará a los visitantes que arriban a la ciudad de Baños de Agua Santa y que se quedan en la ciudad. También se utilizará la utilización de técnicas y herramientas de investigación científica para recolectar información en estudios de campo.

Gestión Sostenible

El autor (González, 2021) en su proyecto “Las Buenas Prácticas y Turismo Sostenible en los Centros Turísticos Comunitarios registrados del Cantón Riobamba.”

Indica que la objetivo es establecer la relación entre las Buenas Prácticas y el Turismo Sostenible. Por su naturaleza, esta es una problemática totalmente social. La metodología empleada corresponde a una investigación mixta que emplea métodos y técnicas adecuadas al contexto. El diseño de la investigación es no experimental, correccional y transversal, con una

población seleccionada a través de un método por conveniencia y acorde a las circunstancias actuales de pandemia con 30 profesionales en turismo comunitario. Para la recopilación de datos, se implementó una encuesta estructurada con escala de medición Likert, se plantea la hipótesis de la existencia de relación entre las Buenas Prácticas y Turismo Sostenible.

De acuerdo con el autor (Alcívar, 2019) en su investigación titulada “El turismo comunitario como alternativa de desarrollo sostenible. Caso comunidad de Ligüiqui – Manta.”

indica que el trabajo tiene un enfoque mixto o cuantitativo cuali-cuantitativo con un alcance proyectivo de carácter descriptivo. El uso del enfoque mixto permitió entender de forma imparcial la situación actual del turismo en la comunidad estudiada, pero también, delinear la percepción subjetiva de los proveedores de servicios turísticos respecto a su perspectiva del turismo en la comunidad. Para la recopilación de datos, desde el punto de vista cuantitativo se utilizó el método de la encuesta a través de un cuestionario Likert, mientras que desde el punto de vista cualitativo se utilizó la entrevista semiestructurada, sin pasar por alto la utilización de información documental y bibliográfico. Los hallazgos de la investigación indican un leve desacuerdo entre lo propuesto desde ambas metodologías.

El trabajo titulado “Propuesta de un Modelo de Gestión de Turismo Comunitario que permita el Desarrollo Sostenible del Turismo en la Comunidad de Maca Chico, Cantón Latacunga, Provincia de Cotopaxi” realizado por (Vargas C. E., 2017) indica que el objetivo de este estudio es mejorar el nivel de vida de los habitantes, de esta manera, se han evaluado estrategias/programas para alcanzar los objetivos. La metodología de investigación empleada adopta un enfoque cualitativo y cuantitativo, basado únicamente en observación e investigación de campo; manifestada mediante encuestas, para entender las necesidades de los

habitantes. Según la investigación de campo realizada, se puede notar un elevado nivel de desconocimiento sobre el desarrollo sostenible.

Según el autor (Valencia, 2022) en su proyecto de investigación “Evaluar la Sostenibilidad de la Comunidad Bunche mediante indicadores Económicos, Sociales y Ambientales.” indica que el estudio realiza un análisis detallado de los conceptos del desarrollo sostenible y los indicadores de medición más relevantes de cada uno de estos en un sector significativo del Cantón Muisne en las Provincias de Esmeraldas, con la finalidad de valorar la comunidad de Bunche a través de indicadores económicos, sociales y ambientales. Se empleó el enfoque de investigación cualitativa, y se emplearon métodos de observación científica y descriptiva. Se empleó un método de entrevista no estructurada con una guía de preguntas orientadas a los protagonistas de cada institución, lo que facilitó el diagnóstico de características de la comunidad.

Según (Caiza, 2019) autor del proyecto titulado “El Turismo Sostenible - Comunitario como alternativa de sustentabilidad rural en el marco de la cooperación internacional. Estudio de caso: Comunidad de Yunguilla, provincia de Pichincha, Ecuador.” Indica que el propósito de este estudio es destacar la relación entre la sostenibilidad, el turismo y la cooperación, por lo que es esencial examinar categorías como el desarrollo sostenible, el turismo sostenible, el turismo comunitario y la cooperación internacional. A partir de la creación de un proceso de cambio del modelo económico y examinar cómo se interiorizan y se edifican las dimensiones ambientales, sociales y económicas del desarrollo sostenible en la comunidad, se puede investigar cómo el turismo comunitario se transforma en un instrumento de sostenibilidad.

El proyecto titulado “estrategias de gestión sostenible de turismo comunitario en la comunidad Chilcapamba, cantón Cotacachi provincia de Imbabura”. Realizado por (Vaca, 2020) menciona que el estudio se basó en el diagnóstico del turismo comunitario de la organización Ayllu Kawsay en la comunidad Chilcapamba del Parque Nacional Cotacachi Cayapas, en la provincia de Imbabura. Para lograrlo, se colaboró con los líderes de la entidad y los proveedores de servicios. Como conclusión, se detectan deficiencias en las áreas de organización, leyes, gestión y comercialización, lo que obstaculiza un desarrollo progresivo a nivel local. En este contexto, la propuesta propone una serie de estrategias para equilibrar los pilares de la sostenibilidad (económica, social, ambiental) en el proyecto comunitario analizado y detallando de manera sistemática las categorías tomadas en cada una de las dimensiones de la sostenibilidad orientadas a fortalecer los ejes debilitados para asegurar el alcance de objetivos. La investigación es de enfoque cualitativo, se empleó el método descriptivo y de campo.

La autora (Silva, 2021) menciona en su proyecto titulado La sostenibilidad en la gestión del turismo comunitario de la comunidad San Clemente, cantón Ibarra durante el periodo 2020.

En la investigación se realiza un análisis estadístico basado en la perspectiva de los habitantes, fundamentado en estudios recientes sobre el desarrollo local y el turismo comunitario que ha fomentado el emprendimiento en la zona rural. Por lo tanto, se enfoca en identificar las condiciones de vida de un conjunto de individuos agrupados mediante las actividades turísticas, la gestión de los recursos naturales debido al deterioro causado por el turismo masivo y la transición del campo a la ciudad. Así, podemos entender la aplicación responsable del turismo como una opción, para elevar la calidad de vida de la comunidad y difundir el valor ancestral, promover sus tradiciones, costumbres, la inclusión e inclusión de hombres y mujeres en

condiciones equitativas, conformando un equipo de trabajo, cultivando los recursos culturales como pilares, para combatir la pobreza a través de la interacción con el turista.

En el proyecto titulado Turismo Comunitario y Desarrollo Sostenible en la parroquia de Cebadas, cantón Guamote, provincia de Chimborazo. Realizado por (Coles, 2023) menciona indica que el objetivo del estudio es examinar la relación entre el turismo comunitario y el desarrollo sostenible en la parroquia de Cebadas, en el cantón Guamote, en la provincia de Chimborazo. Se empleó un enfoque de investigación descriptivo correlacional, empleando diseños correlacional causal y no experimental. La investigación se divide en dos fases; la primera, mediante la utilización de encuestas aplicadas a 30 profesionales en turismo de la provincia de Chimborazo, que incluyen a profesores universitarios e instituciones como el Ministerio de Turismo y la Dirección de Gestión de Turismo de Riobamba, y se valoraron aspectos como: patrimonio natural, patrimonio cultural y servicios turísticos y la segunda, a través de encuestas aplicadas a 30 jefes de familia pertenecientes a la parroquia y al Gobierno Autónomo Descentralizado de la Parroquia Rural de Cebadas, enfocándose en aspectos como: ámbito social, ámbito económico y ámbito ambiental.

La autora (Terán, 2021) menciona en su proyecto titulado El turismo comunitario y su aporte al desarrollo de la Comunidad de San Clemente del cantón Ibarra. El objetivo de este estudio es poner de manifiesto la situación de la comunidad San Clemente respecto al desarrollo sostenible en todas sus dimensiones, busca obtener: ¿cuál es el aporte de la práctica de turismo comunitario en el desarrollo de la comunidad?, basado en las prácticas sociales, culturales, ambientales y las actividades económicas que llevan a cabo los habitantes de la comunidad, reconociendo las principales fuentes de trabajo e ingresos y la utilización de sus recursos naturales. En cuanto al diseño metodológico, se definieron tres fases: muestreo, recolección de

datos mediante la aplicación de encuestas en el campo de estudio y procesamiento de la información. Los hallazgos de este estudio proporcionaron datos que corroboraron la implicación de la comunidad en el turismo comunitario, como una opción económica que podría favorecer a la comunidad y al cantón para su crecimiento.

En el proyecto “Planificación sostenible y desarrollo turístico de la parroquia rural Puembo, cantón Quito.” Bajo la autoría de (Andrango, 2023) menciona afirma que el principal desafío identificado es la limitada planificación sostenible. Para abordar este problema, el propósito principal es establecer la relación entre la planificación sostenible y el crecimiento turístico de la parroquia. Los enfoques de investigación incluyen: documental, explicativo, correlacional, no experimental y transversal, con los cuales se recolectaron datos como la descripción de fenómenos y características para analizar el problema de las variables, ya sean independientes o dependientes. Con el objetivo de obtener datos confiables, se utilizaron indicadores e ítems de 8 preguntas en la escala de Likert.

CAPÍTULO III.

METODOLOGÍA

En este capítulo se aborda el diseño metodológico que fue la base para el desarrollo de la investigación en la cual se utilizó el enfoque cuantitativo de alcance descriptivo de diseño no experimental transversal descriptivo.

Tipo de investigación.

La presente investigación es de enfoque cuantitativo ya que se reunirán datos para procesarlos y analizarlos estadísticamente.

El enfoque cuantitativo de la investigación se refiere a los fenómenos que se pueden medir mediante el uso de técnicas estadísticas para el análisis de los datos recolectados. Su objetivo principal reside en la descripción, explicación, predicción y control imparcial de sus causas, así como en la predicción que ocurre a partir de la revelación de estas, fundamentando sus conclusiones en el uso estricto de la métrica o cuantificación. (Kerlinger, 2002)

Alcance de la investigación

La investigación es de alcance descriptivo porque describe las propiedades y características de las dimensiones en estudio, brindando resultados útiles para estructurar estándares de calidad para destinos comunitarios de la provincia de Chimborazo.

El alcance descriptivo busca detallar las características, atributos y perfiles de personas, grupos, comunidades, procedimientos, elementos o cualquier otro fenómeno que pueda ocurrir. En otras palabras, solo buscan medir o recolectar datos de forma individual o colectiva sobre los conceptos o variables a las que hacen referencia, es decir, su propósito no es señalar cómo estos se relacionan. (Hernández Sampieri et al., 2014, p. 92)

Diseño de investigación

La investigación es de diseño no experimental transversal descriptivo debido a que se analiza y observa el nivel y estado de las variables sin que el objeto de estudio sea alterado o modificado recolectando datos en un único momento.

Técnicas de recolección de datos

Encuesta

Se utilizó una encuesta, dirigida a turistas que visitan las comunidades Palacio Real y La Esperanza para recabar datos a detalle sobre la percepción de los turistas en calidad de servicios de los productos ofertados en los destinos comunitarios.

La escala utilizada fue la escala de medición Likert con los siguientes valores: 1(muy malo), 2(malo), 3(regular), 4(bueno) y 5(muy bueno).

Entrevista

De igual manera se realizó una entrevista a los presidentes de las comunidades y administradores de las organizaciones para obtener información específica de los servicios turísticos que ofrecen las comunidades. (análisis cualitativo)

Observación de campo

Para la investigación se realizaron varias salidas de campo para analizar y comprender diversos aspectos de los destinos comunitarios, con un enfoque en sus características culturales, ambientales, sociales.

Instrumento

Cuestionario

Se realizó un cuestionario para la variable independiente (calidad), que se aplicó a turistas que visitan los destinos comunitarios, el cual consta de 5 preguntas generales y 15 ítems específicos que serán evaluadas mediante la escala de medición Likert.

Guía de entrevista

Se realizó la guía de la entrevista dirigida a los administradores y presidentes de las comunidades sobre temas relacionados a los servicios turísticos del centro comunitario.

Población de estudio y tamaño de muestra

Encuesta

En marzo, se realizó un estudio previo en las comunidades de Palacio Real y La Esperanza con el objetivo de recopilar datos sobre los turistas que acuden a estas comunidades. De acuerdo con los datos suministrados por los miembros de las comunidades, se calcula que la comunidad de Palacio Real recibe 300 visitantes anuales, mientras que la comunidad de La Esperanza recibe 300 visitantes al año, lo que resulta en un total de 600 visitantes como se muestra.

N: Tamaño de la población = 600

Z: Nivel de confianza = 95% 1,96

e: Error de estimación = 5%

p: Probabilidad de éxito = 0.80

q: Probabilidad de fracaso = 0.20

n= ?

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

$$n = \frac{600 * 1,96^2 * 0,8 * 0,2}{(600 - 1) * 0,05^2 + 1,96^2 * 0,8 * 0,2}$$

$$n = 175$$

Nota: Se determinó que para conocer las muestras de las dos comunidades $p = 0.80$ y $q = 0.20$ debido a que no será la única vez que se trabajará en esta población, además, al tener el apoyo de las comunidades se facilita el acceso a la información y al contacto con los turistas.

Entrevista

Para la entrevista se consideró a las personas que forman parte de la Organización de Gestión Comunitaria (OGC) como resultado se obtiene que en la comunidad La Esperanza colaboran 15 personas y en Palacio Real 14 personas. Considerando que la entrevista se aplicó al presidente y administrador de cada comunidad debido a que eran las personas que poseían la información y estaban dispuestas a proporcionar la información.

Tabla 1.

Población y muestra La Esperanza

Población	Muestra
15	2

Nota: Población y muestra de la comunidad La Esperanza.

Tabla 2.

Población y muestra de Palacio real

Población	Muestra
14	2

Nota: Población y muestra de la comunidad Palacio Real.

Métodos de análisis y procesamiento de datos

Para la investigación se utilizó el software Statistical Package for the Social Sciences SPSS V27 (Paquete Estadístico para las Ciencias Sociales). Es un software especializado en el análisis y procesamiento estadístico de datos.

Confiabilidad del instrumento

Se utilizó el método de Alpha de Cronbach donde, Chaves y Rodríguez (2018) dan los criterios de fiabilidad, método que nos permitirá medir la fiabilidad del instrumento que se aplicarán dentro de la investigación, en la siguiente tabla se podrá observar la siguiente escala de fiabilidad.

Tabla 3.

Valoración de la fiabilidad

Intervalo de alfa de Cronbach	Valoración de la fiabilidad
[0 ; 0,5[Inaceptable
[0,5 ; 0,6[Pobre
[0,6 ; 0,7[Débil
[0,7 ; 0,8[Aceptable
[0,8 ; 0,9[Bueno
[0,9 ; 1]	excelente

Fuente: (Chaves y Rodríguez, 2018)

Tabla 4.

Resumen de Procesamiento de casos

Resumen de procesamiento de casos			
		N	%
Casos	Válido	175	100,0
	Excluido ^a	0	,0
	Total	175	100,0

Nota: IBM SPSS Statistics 27

Elaborado por: Lisbeth Bastidas

Tabla 5.

Estadísticas de fiabilidad

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,816	15

Nota: IBM SPSS Statistics 27

Elaborado por: Lisbeth Bastidas

Al aplicar el método Alpha de Cronbach para la variable de calidad, se obtiene una confiabilidad de 0,816, que se sitúa dentro del rango de bueno. Aplicado a turistas que visitan las comunidades.

CAPÍTULO IV.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Se muestra la información de 175 encuestas aplicadas a turistas que visitan las comunidades Palacio Real y La Esperanza. Esta encuesta se aplicó a través de Microsoft Forms, analizados mediante las herramientas Microsoft Excel y el programa IBM SPSS Statistics V27.

Análisis e Interpretación de los resultados de la entrevista

Tabla 6.

Análisis e interpretación de las entrevistas

Criterio	Análisis e interpretación
¿Cómo miembro de la Comunidad participa en algún plan de desarrollo estratégico?	Para analizar si los destinos comunitarios conocen y participan en algún plan de desarrollo estratégico es importante saber el nivel de conocimiento sobre los planes de desarrollo, el grado de participación. El conocimiento y participación es deficiente, ya que las personas no tienen idea de lo que esto significa.
¿Usted que entiende como servicios turísticos?	La percepción de los servicios turísticos puede variar considerablemente entre diferentes comunidades, se tiene conocimiento de lo que es, mas no lo que implica ofrecer estos servicios.
¿Considera usted que la comunidad cuenta con los servicios necesarios para los turistas?	La percepción de si la comunidad dispone de los servicios requeridos para los visitantes varía dependiendo de las expectativas del turismo y la cultura propia de la comunidad. se destaca que las comunidades están de acuerdo y consideran que proporcionan lo esencial para el turista, aunque aceptan algunas deficiencias en características como

<p>¿Considera usted que la Comunidad cuenta con el conocimiento para brindar servicios turísticos?</p>	<p>infraestructura y formación en ciertos temas vinculados al turismo.</p>
<p>¿Qué tipo de capacitación para brindar un servicio turístico tienen los colaboradores?</p>	<p>Las comunidades pueden poseer saberes culturales y tradicionales profundos que son de gran importancia para el turismo, sin embargo, no cuentan con formación en áreas fundamentales del turismo como la gestión, el servicio al cliente, el marketing, la seguridad y la comunicación en otros. Esto debe ser visto como esencial para fomentar un turismo de calidad y sostenible.</p>
<p>¿Considera que las condiciones de las instalaciones y equipamiento de la comunidad son adecuadas para los turistas?</p>	<p>La formación que reciben los colaboradores en una comunidad para proporcionar servicios de turismo puede tener variaciones se fundamenta en sus saberes, conocimientos culturales y habilidades obtenidas de forma informal. No obstante, hay ciertos tipos de enseñanza y formación que pueden ser requeridos para incrementar la calidad y mejorar la misma en los servicios de la comunidad.</p>
<p>¿Cómo describe la accesibilidad a los atractivos turísticos de la comunidad?</p>	<p>Las comunidades podrían tener en cuenta que la infraestructura y su equipamiento pueden ser consideradas como perfectas para los turistas que deseen una vivencia cultural en conexión con la naturaleza. Aun así, pueden identificar algunas áreas que necesitan mejoras, como la infraestructura de las habitaciones y servicios sanitarios, la entrada a la comunidad, la conexión y el equipo del establecimiento.</p>

infraestructura y transporte directo como limitantes para ciertos visitantes. Para mejorar la accesibilidad, podrían sugerir opciones como mejorar la señalización, fortalecer la oferta de guías locales, mejorar los caminos o crear rutas alternativas accesibles para visitantes.

¿Cree usted importante que la comunidad cuente con un documento (manual) que sirva de consulta de pasos a seguir que ayude a mejorar los servicios turísticos?

La creación de un manual o guía de consulta que especifique los procedimientos a implementar para optimizar los servicios turísticos en la comunidad puede resultar útil, en particular para estandarizar procedimientos y garantizar la calidad del servicio. Este tipo de instructivo puede abarcar áreas fundamentales como el servicio al cliente, la gestión de instalaciones, la seguridad, entre otras.

Nota: Análisis e interpretación de resultados de la entrevista en las comunidades La Esperanza y Palacio Real

Análisis e Interpretación de los resultados de la encuesta

Tabla 7.

Análisis e interpretación de la encuesta

N°	Pregunta	Interpretación
Información general		
1	Escoja el centro comunitario	Los datos muestran que los turistas visitan las comunidades: La Esperanza 52% del total de turistas encuestados Palacio Real 48% del total de turistas encuestados
2	Sexo	Con relación al sexo de los turistas encuestados, se observa que de 175 encuestados: el 50.3% del total es de sexo femenino, y el 49.7% de sexo masculino. Lo que indica que el sexo femenino prefiere servicios que ofertan las comunidades.

3	Edad	<p>Se los resultados en relación con la edad se distribuyen en lo siguiente:</p> <p>32,6% entre 20-25 años</p> <p>29,1% entre 26-35 años</p> <p>14,3% entre 36-45 años</p> <p>16,6% entre 46- 55 años</p> <p>7,4% entre 56 en adelante</p> <p>En base a los resultados la mayoría de los encuestados son jóvenes con una edad entre 20-25 años. Esto puede ser a que los jóvenes buscan nuevas experiencias y sería factible aprovechar este segmento de población y mejorar su difusión de servicios turísticos.</p>
4	Nivel de Instrucción	<p>Se identifica que en nivel de instrucción arroja los siguientes resultados:</p> <p>Sin estudios: 4,6 %</p> <p>Primaria: 13,1 %</p> <p>Secundaria: 17,1 %</p> <p>Estudiante universitario: 36,0 %</p> <p>Superior: 25,1 %</p> <p>Postgrado: 4,0 %</p> <p>Estos resultados indican que los estudiantes universitarios tienen preferencia por visitar estas comunidades, lo que indica que se debe mejorar e innovar para retener a este tipo de turistas.</p>
Información específica		
Características Tangibles		
1	Instalaciones del destino comunitario	<p>Las instalaciones en el destino turístico comunitario son evaluadas con el 49,7% bueno, el 27,4% muy bueno, el 22,9% regular. Permittiéndonos saber que la mayoría de</p>

		los participantes en la encuesta consideran las instalaciones son buenas por lo que se analiza que necesitan mejorar las instalaciones para facilitar las actividades turísticas.
2	Personal del destino comunitario	El personal del destino turístico comunitario es evaluado con el 44,6% bueno, el 32,0% muy bueno, el 22,9% regular y el 0,6% muy malo. Entendiendo que la mayoría de los encuestados consideran a el personal del destino es bueno por lo que requiere mejorar implementando estrategias para el personal que brinda servicios.
3	Equipamiento del destino comunitario	El equipamiento en el destino turístico comunitario es evaluado con el 49,7% bueno, el 25,7% muy bueno, el 24,0% regular y el 0,6% malo. El equipamiento del destino es bueno, pero es crucial potenciar la misma para proporcionar servicios turísticos comunitarios de alta calidad.
4	Materiales de comunicación del destino comunitario	Los materiales de comunicación en el destino turístico comunitario son evaluados con el 50,3% bueno, el 28,6% muy bueno, el 19,4% regular, el 1,1% malo y el 0,6% muy malo. Los materiales de comunicación son parcialmente buenos entonces es importante mejorar e implementar materiales de comunicación de acuerdo con los requisitos establecidos para brindar servicios turísticos comunitarios de calidad.
Características Intangibles		
5	Atención al cliente hacia los visitantes	Se identifica que la atención al cliente en el destino turístico comunitario es evaluada con el 49,1% bueno, el 30,9% muy bueno y el 20,0% regular. Se concluye que los dos porcentajes superiores están de acuerdo en que el servicio al cliente es excelente y muy excelente, por lo

		que es necesario potenciar el trabajo colaborativo que asegure la comodidad y satisfacción de los turistas.
6	Fiabilidad de la información en el destino comunitario	Se identifica que en fiabilidad de la información del destino turístico comunitario es evaluada con el 44,6% bueno, el 29,1% muy bueno y el 26,3% regular. El porcentaje mayor es que la fiabilidad de la información es buena por lo que se requiere fortalecer la información para que la visita del turista a la comunidad cumpla con sus expectativas.
7	Capacidad de respuesta por parte de los colaboradores	Se identifica que la capacidad de respuesta por parte de los colaboradores en el destino turístico comunitario es evaluada con el 47,4% bueno, el 28,6% muy bueno, el 23,4% regular y el 0,6% muy malo. Se culmina que el porcentaje mayor es que la capacidad de respuesta por parte de los colaboradores es buena y se requiere mejorar la atención que brindan los colaboradores.
8	Empatía con los visitantes en el destino comunitario	Se identifica que la empatía con los visitantes en el destino comunitario es evaluada con el 45,1% bueno, el 37,1% muy bueno y el 17,7% regular. El porcentaje mayor es que la empatía con los visitantes en el destino comunitario es buena por lo tanto es necesario la implementación de estrategias para mejorar la atención al cliente.
9	Compromiso con el servicio en el destino comunitario	Se identifica que el compromiso con el servicio en el destino comunitario es evaluado con el 45,1% bueno, el 33,1% muy bueno y el 21,7% regular. El porcentaje mayor es que el compromiso con el servicio en el destino comunitario es bueno por tanto es notorio el deficiente compromiso de los colaboradores, es necesario mejorar la atención al cliente y el compromiso de brindar un buen servicio.

Eficiencia operativa

10	Tiempo de espera para recibir atención	Se identifica que el tiempo de espera para brindar atención a los visitantes en el destino comunitario es evaluada con el 53,7% bueno, el 28,0% muy bueno, el 17,7% regular y el 0,6% muy malo. Se culmina que el porcentaje mayor es que el tiempo de espera para brindar atención a los visitantes en el destino comunitario es buena indicando que es necesario agilizar los procesos al momento de brindar los servicios que ofertan.
11	Disponibilidad de servicios	Se identifica que la disponibilidad de servicios en el destino comunitario es evaluada con el 49,1% bueno, el 25,1% muy bueno, el 24,6% regular, el 0,6% malo y el 0,6% muy malo. Se culmina que el porcentaje mayor en disponibilidad de servicios en el destino comunitario es bueno sin embargo se tiene que mejorar y tener planificación para disponibilidad de servicios en todo momento.
12	Precios de los servicios ofrecidos con relación a su calidad	Se identifica que la relación precio – calidad en el destino comunitario es evaluada con el 53,7% bueno, el 22,9% muy bueno, el 22,9% regular y el 0,6% malo. Se culmina que el porcentaje mayor en precio – calidad en el destino comunitario es bueno indicándonos que es necesario mejorar la calidad de servicios para que la relación precio – calidad sea mejor.

Satisfacción del cliente

13	Expectativas del visitante	Se identifica que las expectativas del visitante en el destino comunitario son evaluadas con el 54,9% bueno, el 28,0% muy bueno y el 17,1% regular. Se culmina que el porcentaje mayor en expectativas del visitante en el destino comunitario es bueno por tanto es necesario dar
----	----------------------------	--

		a los visitantes lo que se ofrece y así cumplir con sus expectativas el visitante.
14	Experiencia del visitante	Se identifica que la experiencia del visitante en el destino comunitario es evaluada con el 46,3% bueno, el 36,0% muy bueno y el 17,7% regular. Se culmina que el porcentaje mayor en experiencia del visitante en el destino comunitario es bueno por tanto es necesario mejorar la atención y calidad de los servicios de alojamiento, alimentos y bebidas y operación turística para que los visitantes tengan una experiencia satisfactoria del destino.
15	Percepción del visitante	Se identifica que la percepción del visitante en el destino comunitario es evaluada con el 56,0% bueno, el 26,9% muy bueno y el 17,1% regular. Se culmina que el porcentaje mayor en percepción del visitante en el destino comunitario es bueno lo que nos indica que la percepción por parte de los visitantes es aceptable sin embargo es necesario mejorar.

Nota: La siguiente tabla muestra el análisis e interpretación de los resultados de la encuesta de Calidad.

Prueba de hipótesis

Hipótesis General

H₀: El proceso de calidad no fortalece la gestión turística sostenible en los destinos comunitarios de la provincia de Chimborazo.

H₁: El proceso de calidad fortalece la gestión turística sostenible en los destinos comunitarios de la provincia de Chimborazo.

Decisión: Debido a los resultados de las encuestas plasmados en la tabla 7 ítems 1al 15 muestran que diez de quince ítems están bajo del 50%, lo que nos permite aceptar la hipótesis de

investigación y se rechaza la hipótesis nula concluyendo que, *El proceso de calidad fortalece la gestión turística sostenible en los destinos comunitarios de la provincia de Chimborazo.*

Hipótesis Específica 1.

H₀: Las características tangibles e intangibles no facilitan la prestación de servicios turísticos en los destinos comunitarios de la provincia de Chimborazo.

H₁: Las características tangibles e intangibles facilitan la prestación de servicios turísticos en los destinos comunitarios de la provincia de Chimborazo.

Decisión: Debido a los resultados de las encuestas plasmados en la tabla 7 ítems 1al 9 muestran que ocho de nueve ítems están bajo del 50%, lo que nos permite aceptar la hipótesis de investigación y se rechaza la hipótesis nula concluyendo que, *Las características tangibles e intangibles facilitan la prestación de servicios turísticos en los destinos comunitarios de la provincia de Chimborazo.*

Hipótesis Específica 2.

H₀: La eficiencia operativa de los colaboradores no mejora el rendimiento económico de la organización y la satisfacción del cliente en los destinos comunitarios de la provincia de Chimborazo.

H₁: La eficiencia operativa de los colaboradores mejora el rendimiento económico de la organización y la satisfacción del cliente en los destinos comunitarios de la provincia de Chimborazo.

Decisión: Debido a los resultados de las encuestas plasmados en la tabla 7 ítems 10 al 12 muestran que dos de tres ítems están por encima al 50%, lo que nos permite rechazar la hipótesis alternativa de la investigación y se acepta la hipótesis nula concluyendo que, *La eficiencia operativa de los colaboradores no mejora el rendimiento económico de la organización y la*

satisfacción del cliente en los destinos comunitarios de la provincia de Chimborazo. Cabe mencionar que se acepta la hipótesis nula con un 53%.

Hipótesis Específica 3.

H₀: La satisfacción del cliente no está influenciada por la calidad de los servicios en los destinos comunitarios de la provincia de Chimborazo.

H₁: La satisfacción del cliente está influenciada por la calidad de los servicios en los destinos comunitarios de la provincia de Chimborazo.

Decisión: Debido a los resultados de las encuestas plasmados en la tabla 7 ítems 13 al 15 muestran que dos de tres ítems están por encima del 50%, lo que nos permite rechazar la hipótesis de investigación y se acepta la hipótesis nula concluyendo que, *La satisfacción del cliente no está influenciada por la calidad de los servicios en los destinos comunitarios de la provincia de Chimborazo.*

CAPÍTULO V.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Conclusiones

- El diseño de un proceso de calidad para la gestión turística sostenible en los destinos comunitarios de la provincia de Chimborazo no solo contribuirá a mejorar la competitividad del sector, sino que también fomentará la participación de la comunidad en la toma de decisiones. Esto permitirá una mejor planificación y uso de los recursos naturales y culturales, asegurando que el desarrollo turístico sea un motor para el bienestar local. La colaboración entre las autoridades y residentes es esencial para crear un sistema que priorice la sostenibilidad y el respeto por el patrimonio cultural, lo que a su vez incrementará la satisfacción del turista y fortalecerá la identidad comunitaria.
- Al determinar las características tangibles e intangibles en la prestación de servicios en los destinos comunitarios de la provincia de Chimborazo es que ambos tipos de características desempeñan un papel fundamental en la percepción y satisfacción del turista. Las características tangibles, como las instalaciones, personal, equipamiento y materiales de comunicación de los espacios son esenciales para crear un entorno cómodo y seguro que cumpla con las expectativas básicas de los visitantes. Estas características tangibles influyen directamente en la percepción de calidad del destino y en su capacidad para atraer y retener turistas. Por otro lado, las características intangibles, como la atención al cliente, la fiabilidad de información, la capacidad de respuesta, la empatía y el compromiso son las que generan un valor agregado significativo. Estas experiencias únicas

fortalecen el sentido de identidad del lugar y promueven el apego emocional del turista hacia el destino, lo que puede resultar en una mayor fidelización y reconocimiento.

- Al determinar la eficacia operativa de los colaboradores en los destinos comunitarios en la provincia de Chimborazo, se evidencia que la formación es un elemento crucial para incrementar la eficacia. Los colaboradores son el principal enlace entre el destino y los visitantes, y su rendimiento influye directamente en la calidad del servicio, la satisfacción del turista y la sostenibilidad del lugar. Un incremento en la eficiencia operativa se refleja en una experiencia de servicio más fluida, en tiempos de respuesta más cortos y en un trato más personalizado y cuidadoso. Se resaltan desafíos significativos, tales como la ausencia de capacitación constante, recursos escasos y una rotación de personal que impacta la igualdad en la entrega del servicio. La eficacia operativa en los lugares de interés comunitario no solo se basa en la destreza técnica sino también en su conocimiento cultural y en su habilidad para ajustarse a las necesidades de los turistas.

- Al determinar la satisfacción del cliente en los servicios prestados en los destinos comunitarios de la provincia de Chimborazo revela que la satisfacción del visitante depende de una combinación de factores tangibles e intangibles que impactan en la percepción de calidad del servicio. La autenticidad cultural, la calidez en la atención y la interacción con la comunidad son aspectos valorados positivamente por los turistas que buscan experiencias únicas y significativas. Sin embargo, la satisfacción también está vinculada a la calidad de la infraestructura, la accesibilidad y el mantenimiento de las instalaciones, los cuales son necesarios para brindar una experiencia satisfactoria. Aunque los destinos comunitarios de Chimborazo tienen un potencial significativo en cuanto a atractivo cultural y natural, existen oportunidades de mejora en áreas clave como la

formación de los colaboradores, la comunicación y la adaptación a las necesidades del cliente. En general, la satisfacción del cliente aumenta cuando la experiencia es coherente con sus expectativas y cuando el servicio refleja tanto profesionalismo como un sentido de autenticidad.

Recomendaciones

- Se recomienda diseñar un instructivo del proceso de calidad para los servicios turísticos en destinos comunitarios. El mismo, debe contener el paso a paso del proceso de calidad, enfocado en mejorar la planta turística, prestación de servicios turísticos y las relaciones humanas del personal con el cliente. Este instructivo debe ser creativo y entendible.
- Se recomienda analizar e implementar programas de capacitación de procesos de calidad para los servicios que ofertan alojamiento, alimentos y bebidas y operación turística permitiendo enriquecer su experiencia y contribuir al bienestar local.
- Se recomienda adoptar un enfoque completo para la mejora de los servicios turísticos, reforzando las características tangibles y así realzar las características intangibles. Esta mejora podría comprender la inversión en infraestructura y equipo de alta calidad, junto con programas de formación para los colaboradores en áreas como el servicio al cliente, la empatía y la dedicación.
- Se recomienda examinar estrategias para disminuir la rotación de personal, tales como brindar incentivos y beneficios que fomenten la permanencia en la organización. Es esencial la estabilidad en el equipo para preservar la calidad del servicio y la satisfacción de los visitantes.
- Se recomienda establecer un sistema de retroalimentación turística que posibilite evaluar de manera continua la expectativa, experiencia y percepción de los turistas, con el fin de detectar áreas que requieran mejoras.

CAPÍTULO VI.

PROPUESTA

Título

Proceso de producción de servicios turísticos en los destinos comunitarios de la provincia de Chimborazo.

Antecedentes

Para formular la propuesta del trabajo de investigación, es esencial considerar el concepto de proceso y de calidad, pues nos permitirá alcanzar nuestro objetivo al diseñar el proceso de Calidad para los servicios turísticos en los destinos comunitarios de la provincia de Chimborazo.

De acuerdo con (Muñoz A. , 2009) un proceso es la organización secuencial y sistémica de las actividades requeridas para que una organización genere bienes o servicios.

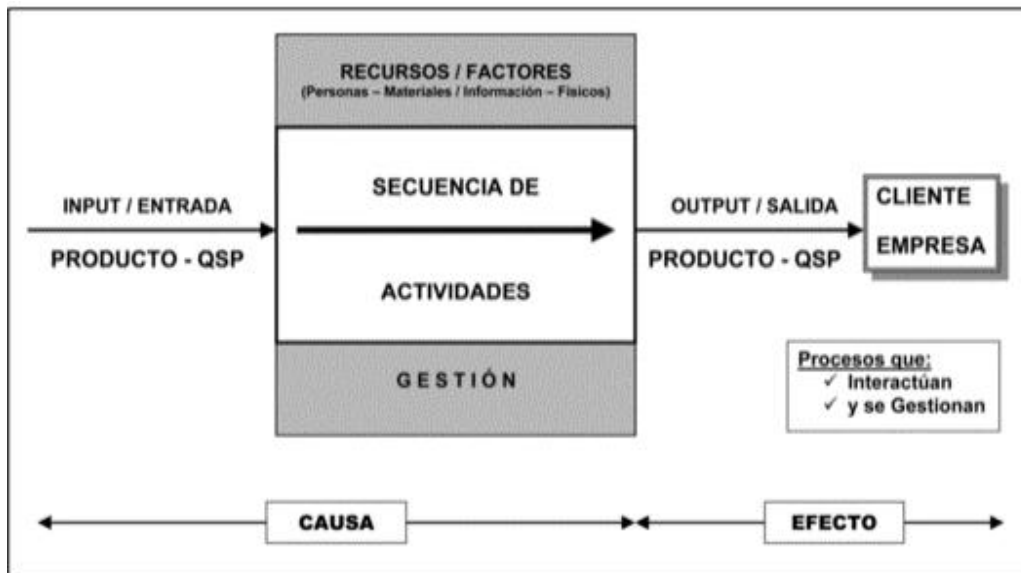
Por otro lado (ISO 9000, 2015) menciona que proceso es un conjunto de acciones interconectadas que emplean las entradas para obtener un resultado previsto.

El autor (Muñoz F. M., 2018) menciona que entiende al proceso como la organización secuencial de operaciones que generan valor para el usuario o cliente final, y que tienden a repetirse. Un proceso comprende una serie de operaciones secuenciales que buscan tomar un elemento de entrada (que puede ser materia prima, datos, necesidades, información, entre otros), para transformarlo a través de una serie de acciones en las que se involucran recursos (individuos- materiales) o elementos (información, factores físicos), y generar una salida. u output. En el proceso interviene una secuencia de actividades que pueden ser gestionadas, pues aquí intervienen los diversos recursos tales como personas, materiales, información y equipamiento o maquinaria. Esta secuencia es el factor causal que tendrá, como efecto, un producto o salida para el cliente interno o externo. El cliente interno será todo el personal o área

de la empresa que recibe el producto o resultado de un proceso, como información, datos, o productos semiprocesados. El cliente externo será quien recibe el producto terminado, ya sea el usuario o consumidor, o los distribuidores o mayoristas, por ejemplo. Como se muestra en la figura.

Figura 1.

Proceso



Fuente: Pérez (2010)

Según (Chapt, 2024) menciona que La productividad se refiere a la relación entre la producción durante un período y el nivel de recursos empleados para lograrlo. Además, señala que el servicio es un procedimiento que conlleva diversas fases diferentes y complementarias. Cada fase puede necesitar un número determinado de atributos específicos. Por otro lado, un servicio puede ser un conjunto de diversas prestaciones que se incluyen o se optan por ellas, como un viaje planificado que conlleva: transporte, alojamiento, alimentos y bebidas, visitas guiadas, espectáculos, etc. Cada una de estas prestaciones son solicitadas por diferentes prestatarios asociados por una relación de negocio.

Para mejorar la calidad de los servicios turísticos en los destinos comunitarios de la provincia de Chimborazo, es esencial implementar procesos para garantizar la calidad de la planta turística, prestación de servicios turísticos y las relaciones humanas del personal con el cliente. Debido a que aporta a la satisfacción del cliente.

Justificación

El diseño de los procesos para los servicios turísticos en los destinos comunitarios de la provincia de Chimborazo pretende estandarizar su estructura y ejecución intenta ayudar a los Centros turísticos comunitarios (CTC), para mejorar la calidad de los servicios turísticos que ofertan.

La elaboración de esta propuesta guiará al centro turístico comunitario (CTC) para que pueda cumplir con estándares de calidad para generar beneficios tanto para las comunidades como para los turistas, garantizando una experiencia única.

Objetivo General

- Diseñar el proceso de producción de servicios en los destinos comunitarios de la provincia de Chimborazo.

Objetivos específicos

- Definir los procesos para la prestación de los servicios turísticos en los destinos comunitarios de la provincia de Chimborazo.
- Diseñar el instructivo de estándares de calidad para la prestación de los servicios turísticos en los destinos comunitarios de la provincia de Chimborazo.

Diagnóstico situacional de los CTC

Diagnóstico situacional del CTC La Esperanza

Información General

Nombre del CTC: La Esperanza

Asociación: Asociación de Productores Agrícolas, Ganaderos y Servicios Turísticos Centro Esperanza (ASOPESER).

Presidente de la comunidad: Segundo Pilamunga

Representante: Juana Luisa Chirragualli

Provincia: Chimborazo

Cantón: Colta

Parroquia:

Coordenadas decimales: Latitud: Longitud:

Teléfono: 099 799 4935

Correo electrónico: info@turismoesperanza.com

Diagnóstico

La Esperanza es una comunidad indígena ubicada en el corazón de la región sierra, a más de 3000 metros de altura sobre el nivel del mar. Son alrededor de 60 familias, un total de 350 personas. Viven principalmente a base de la ganadería y agricultura, trabajando en los páramos de la región, la relación que mantienen con sus orígenes es asombrosa.

Al visitar la comunidad se observa que está rodeada de volcanes como el Sangay, el Altar, el Tungurahua, el Chimborazo. También el vivenciar el desarrollo de la vida dentro de la comunidad, sus costumbres y tradiciones.

Las actividades para los turistas es montar a caballo y disfrutar de los senderos, visita de cascadas, rutas ancestrales, visita a la casa de personas con más edad en la comunidad, el conocer cómo se trabaja la tierra.

Diagnóstico situacional del CTC Palacio Real

Información General

Nombre del CTC: Palacio Real

Presidente de la comunidad: Marco Págalo

Representante: Rocío Tacuri

Provincia: Chimborazo

Cantón: Riobamba

Parroquia: Calpi

Coordenadas decimales: Latitud: Longitud:

Teléfono: 0967628342

Correo electrónico: turismopalacioreal@hotmail.com

Diagnóstico

El centro turístico está localizado en la comunidad denominada con el mismo nombre en la parroquia rural Calpi, a 12 km de Riobamba en la vía a la ciudad de Guaranda.

La comunidad del Palacio Real ha implementado actividades turísticas en la comunidad como una opción productiva que complementa su economía. El CTC Sumak Kawsay ofrece una propuesta fundamentada en la convivencia comunitaria y el manejo de camélidos andinos, utilizando la gastronomía local, visita a talleres de hilanderías y trasquilados, realiza tours por la zona, el museo temático de la llama y otras actividades diarias de esta comunidad Puruhá.

Desarrollo de la propuesta

Los centros turístico comunitario (CTC) según lo establecido en el reglamento podrán ofertar servicios de:

- Alojamiento

- Alimentos y bebidas
- Operación turística comunitaria

En este contexto se deben definir los procesos y los procedimientos que permitan el control del personal, la gestión de los servicios ofertados, el aseguramiento de la calidad en la organización y la satisfacción del cliente. Cada CTC deberá definir los procesos y procedimientos considerando su realidad y el entorno.

Los CTC deberá analizar en base al planteamiento realizado en el modelo, identificar claramente los procesos, subprocessos, procedimientos que permitan una adecuada gestión de la calidad, además de los responsables de cada uno de ellos, y de las actividades que se desarrollan, considerando su realidad el entorno y en especial lo relacionado al proceso de Gestión de producción de los servicios que dependerían de lo ofertado.

Mapa de procesos

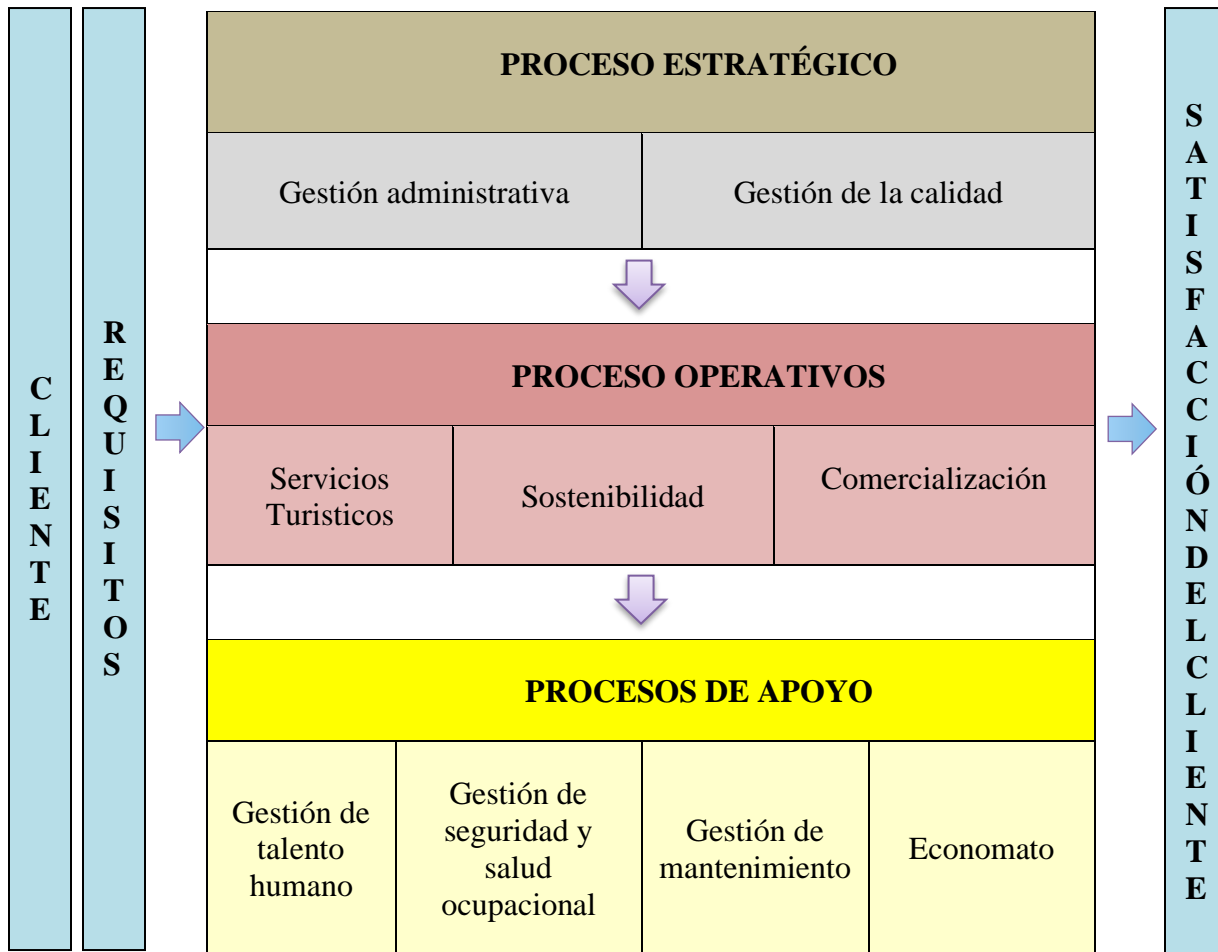
Las organizaciones deben disponer del mapa de procesos que es la representación gráfica de la estructura de los procesos del sistema de gestión de calidad de manera interrelacionada, describiendo las actividades de la organización.

Los procesos y procedimientos deben enmarcarse en tres niveles, por lo que se propone los siguientes procesos Estratégico, Operativos y de Apoyo.

Mapa de procesos de los centros turísticos comunitarios

Figura 2.

Propuesta de mapa de procesos de los CTC



Elaborado por: Lisbeth Bastidas

Proceso de Servicios turísticos

El proceso producción de servicios tiene como propósito guiar a los destinos turísticos comunitarios La Esperanza y Palacio Real en lo que se refiere a la gestión de la prestación de los

servicios turísticos, para ello el desarrollo de la propuesta estará compuesta de la siguiente manera:

Matriz del proceso de servicios turísticos

Tabla 8.

Matriz del proceso de servicios turísticos

Tipo de proceso	Proceso	Procedimiento	Actividades
		Alojamiento	<ul style="list-style-type: none"> • Reservas • Recepción y Check-in • Mantenimiento y limpieza
Proceso operativo	Servicios Turísticos	Alimentos y bebidas	<ul style="list-style-type: none"> • Recepción de insumos • Preparación de alimentos • Capacitación al personal • Servicio al cliente • Gestión de residuos
		Operación turística comunitaria	<ul style="list-style-type: none"> • Planificación de itinerarios • Coordinación logística • Guía turístico • Promoción y marketing

Elaborado por: Lisbeth Bastidas 2024.

Definir los procedimientos del proceso de servicios turísticos

Procedimiento de alojamiento

El procedimiento de alojamiento en los destinos comunitarios de la provincia de Chimborazo se caracteriza por la gestión combinada y sostenible, ofreciendo hospedajes rústicos

pero acogedores que reflejan la identidad cultural de la zona. Estos alojamientos pueden ser casas comunitarias o cabañas construidas con materiales locales como adobe, madera o paja, respetando el entorno natural. Los servicios incluyen habitaciones simples pero limpias, con áreas compartidas para socializar y actividades complementarias como narración de historias locales o talleres tradicionales. La atención al cliente está a cargo de miembros de la comunidad, quienes deben estar capacitados en hospitalidad básica y normas de higiene.

Procedimiento de alimentos y bebidas

El procedimiento de alimentos y bebidas en los destinos comunitarios de Chimborazo se distingue por la incorporación de costumbres ancestrales y sustentables, poniendo especial atención en la utilización de productos autóctonos y agroecológicos elaborados a través de métodos tradicionales como la cocción en leña. La administración es grupal, con funciones conjuntas entre los habitantes de la comunidad, que, además de brindar platos tradicionales, incluyen experiencias interactivas como la elaboración en vivo. Pese a los retos de administración y continuidad durante las temporadas bajas, estas fortalecen la identidad cultural, impulsan la economía local y proporcionan a los visitantes una experiencia única y sustentable.

Procedimiento de operación turística

El procedimiento de operación turística en los destinos comunitarios de la provincia de Chimborazo se caracteriza por un enfoque cooperativo que incorpora la organización, administración y realización de actividades turísticas fundamentadas en los recursos naturales y culturales locales. Estas actividades están bajo la dirección de la comunidad, con funciones repartidas entre guías y coordinadores, quienes ofrecen experiencias como recorridos por espacios andinos, exhibiciones de artesanía e involucramiento en costumbres tradicionales. Las acciones se llevan a cabo de forma sustentable, poniendo especial atención en la preservación del

entorno natural y el respeto a las tradiciones locales, y se complementan con formación constante para asegurar niveles de calidad y seguridad en el servicio al turista.

Diseño de la estructura del proceso

El diseño de la estructura del proceso de producción de servicios como alimentos y bebidas, alojamiento y operación turística se llevará a cabo a través de una matriz que incluye información con temas guías en los que deben tener conocimiento para brindar servicios turísticos en los destinos comunitarios, esta información es sugerida para la elaboración del instructivo en futuras investigaciones.

Guía de instructivo del proceso de servicios turísticos

Tabla 9.

Matriz de guía de instructivos del proceso de servicios turísticos

Nº	Actividades	Instructivos	Responsable
ALOJAMIENTO			
1	Reservas	<ul style="list-style-type: none"> • Atención a solicitudes por teléfono, correo o plataformas en línea. • Confirmación de disponibilidad y tarifas. • Envío de confirmación a los huéspedes. 	<ul style="list-style-type: none"> • Personal de recepción. • Encargados de limpieza y mantenimiento.
2	Recepción y Check-in	<ul style="list-style-type: none"> • Bienvenida al huésped con un enfoque cultural (entrega de un obsequio típico o bebida local). • Registro de datos en el sistema. • Acompañamiento a la habitación e información sobre servicios y normas. 	<ul style="list-style-type: none"> • Representantes de la comunidad para actividades culturales.
3	Mantenimiento y limpieza	<ul style="list-style-type: none"> • Limpieza diaria de habitaciones y áreas comunes. 	

- Reposición de ropa de cama, toallas y artículos de higiene personal.
- Reparación y mantenimiento preventivo de instalaciones.

ALIMENTOS BEBIDAS

4	Recepción de insumos	<ul style="list-style-type: none"> • Selección de proveedores comunitarios para promover la economía local. • Verificación de frescura y calidad de los productos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Ayudantes de cocina locales. • Personal de atención al cliente.
5	Preparación de alimentos	<ul style="list-style-type: none"> • Preparación previa de ingredientes y utensilios. • Cocción de alimentos siguiendo recetas tradicionales. • Elaboración de bebidas autóctonas como infusiones o chicha. 	<ul style="list-style-type: none"> • Proveedores locales de insumos. • Encargados de limpieza y manejo de residuos.
6	Capacitación al personal	<ul style="list-style-type: none"> • Capacitación de bioseguridad • Capacitación de atención al cliente • Capacitación en emergencias dentro del etc, 	
7	Servicio al cliente	<ul style="list-style-type: none"> • Montaje del área de servicio (mesas y presentación). • Atención personalizada durante el consumo. 	
8	Gestión de residuos	<ul style="list-style-type: none"> • Clasificación y disposición de desechos orgánicos e inorgánicos. • Aplicación de prácticas sostenibles. 	

OPERACIÓN TURÍSTICA COMUNITARIA

9	Planificación de itinerarios	<ul style="list-style-type: none"> • Diseño de itinerarios que integran actividades culturales (danzas, talleres, ceremonias) y actividades recreativas 	<ul style="list-style-type: none"> • Guías locales capacitadas.
---	------------------------------	--	--

	(senderismo, avistamiento de fauna, recorridos históricos).	• Miembros de la comunidad encargados de actividades específicas (artesanías, danzas, talleres).
	• Coordinación con los miembros de la comunidad responsables de cada actividad.	
	• Evaluación de riesgos y establecimiento de medidas de seguridad.	
10	Coordinación de logística	• Organización del transporte y otros recursos necesarios para las actividades.
		• Personal de logística y soporte.
11	Guías turísticos	• Provisión de información y asistencia durante las excursiones.
		• Recepción de visitantes con una ceremonia de bienvenida típica.
		• Guía en recorridos turísticos con enfoque en la historia, cultura y biodiversidad local.
		• Facilitar talleres prácticos (elaboración de artesanías, preparación de alimentos típicos, etc.).
12	Promoción y marketing	• Creación de materiales promocionales (folletos, contenido digital).
		• Difusión a través de plataformas turísticas, redes sociales y agencias de turismo.

Elaborado por: Lisbeth Bastidas 2024.

Instructivo para los servicios turísticos de los centros turísticos comunitarios.

Objetivo

El objetivo de este instructivo es asegurar la aplicación de buenas prácticas de calidad en los destinos turísticos comunitarios, fomentando un turismo responsable y sostenible que favorezca tanto a los turistas como a las comunidades.

Alcance

Este instructivo está diseñado para aplicarse en las organizaciones comunitarias que implementan o ejecutan el proceso de calidad del MGTSC.

Definiciones

Alimentos y bebidas: Actividades de ofrecer servicios de alimentos y bebidas y bares, por parte de propietarios cuya actividad económica se vincula con la producción, servicio y venta de alimentos y/o bebidas para consumo.

Alojamiento: El alojamiento es una actividad turística que puede llevarse a cabo por personas naturales o jurídicas, lo que implica la oferta remunerada del servicio de alojamiento no permanente a visitantes nacionales o extranjeros.

Calidad: la calidad no consiste únicamente en producir “cero defectos” y cumplir los requisitos básicos, sino que, además, implica un plus de atención, innovación y excelencia.

Calidad en los servicios turísticos: está constituida por un conjunto de factores tangibles e intangibles que hacen que el cliente disfrute de un grado de satisfacción óptimo durante su estancia.

Estándar: Algo establecido por autoridad, costumbre o consentimiento general como modelo o ejemplo.

Expectativas del cliente: Son suposiciones de que el cliente espera obtener de esta relación comercial, tanto de los productos servicios y atención.

Necesidades del cliente: Las necesidades del cliente son los requerimientos, deseos, o expectativas que los consumidores tienen respecto a un producto o servicio.

Operación turística: Incluye las variadas maneras de planificación, desarrollo y realización directa de visitas realizadas a cabo por los Centros de Turismo Comunitario en sus respectivas áreas.

Servicios turísticos: Se refiere al conjunto de servicios y beneficios que un lugar turístico proporciona para cubrir las necesidades de los visitantes.

ESTÁNDARES DE CALIDAD PARA LOS SERVICIOS TURÍSTICOS

ESTÁNDARES DE CALIDAD PARA LA PLANTA TURÍSTICA

INSTALACIONES

Las instalaciones de los CTC podrán ser construcciones nuevas, ampliaciones, remodeladas, viviendas familiares de los comuneros o una combinación de las anteriores.

Las instalaciones de las habitaciones, comedor, cocina, baño, local para eventos, etc., no deberán tener manchas en las paredes, manchas de humedad, rajaduras, las puertas y ventanas funcionarán correctamente y las paredes deberán estar pintadas.

En zonas calientes, de preferencia, las instalaciones contarán con un sistema de ventilación natural, ventilador o aire acondicionado.

El establecimiento garantizará la seguridad de los vehículos, pudiendo para ello, utilizar sistemas de guardianía y cerramientos adecuados.

Las instalaciones estarán siempre limpias de papeles y plásticos, alimentos de animales y restos de comida.

Las instalaciones turísticas deben situarse alejadas de los corrales de animales, dado que provocan olores desagradables y la aparición de moscas.

AMBIENTACIÓN

Los colores deben fusionar de manera armoniosa en espacios como habitaciones, baños, restaurante, zonas comunes, entre otros.

Se emplearán componentes naturales que representen la cultura local en el mobiliario, descartando productos sintéticos.

Se eliminarán las fuentes de olores perjudiciales.

Se procurará evitar ruidos incómodos provenientes de la cocina, emisoras de radio, televisores o discusiones de los clientes del CTC.

DECORACIÓN

Se utilizarán objetos elaborados en la zona, como artesanías, tejidos, etc.

Se deberán recopilar y reparar los objetos antiguos que a menudo se tienen en desuso. Este tipo de objetos son muy útiles como elementos decorativos en las instalaciones del CTC.

Se recomienda poner rótulos de identificación junto a piezas arqueológicas, históricas y artísticas a fin de ponderar e interpretar su valor cultural.

MOBILIARIO

El mobiliario del establecimiento deberá ser sencillo, cómodo y funcional.

El mobiliario estará en buen estado de funcionamiento.

Se emplearán pinturas respetuosas con el medio ambiente y protectores naturales de la madera.

Siempre tendrán preferencia los muebles fabricados en la zona.

SEÑALIZACIÓN

El CTC debe disponer de rótulos visibles en vías de acceso y en la entrada, que indiquen el nombre del establecimiento y los servicios que oferta.

Los rótulos se mantendrán en óptimas condiciones de conservación, hechos de materiales resistentes no sintéticos y ajustados al entorno.

Es preferible que los rótulos sean de madera tallada o pintada, y se ajustarán a las particularidades de la señalización turística del Ministerio de Turismo del Ecuador.

En el CTC se indicarán zonas compartidas como baños, zonas de juegos, zonas deportivas, zona de camping, zona de alojamiento, zona de restaurante, entre otras.

Los CTC exhibirán en la fachada principal y próxima a la entrada para los visitantes, además, mostrarán una placa identificativa con la marca (símbolo, eslogan y nombre) del CTC.

Los Centros de Turismo de Comunitario (CTC) situados en zonas alejadas de las vías principales y de localización complicada, instalarán una señal, un rótulo o exhibición que señale la dirección y la distancia desde la vía principal hasta el CTC.

A la entrada de los senderos deberán existir exhibiciones en las cuales se expliquen en inglés y español: el nombre del sendero, normas de conducta, duración, nivel de complejidad, etc.

ÁREAS COMUNES

Se dispondrá de suficientes sillas y mesas para acoger el máximo número de visitantes posible.

Las áreas de utilización frecuente del CTC deben mantenerse limpias y organizadas.

Se dispondrá de un lugar para la lectura y el ocio, dotado con libros, revistas, mapas, fotografías, guías de turismo, juegos de naipes, entre otros, para el entretenimiento de los visitantes.

Se conservará el mismo estilo de edificación y decoración para las zonas compartidas que para el resto de las instalaciones.

Para los visitantes que viajan con niños, se indicará cuál es el sitio más idóneo para que los niños jueguen, lejos de peligros y zonas transitadas por vehículos y animales.

En las instalaciones del CTC, se contará con recipientes de suministro de agua adecuados para el consumo humano.

La limpieza de las zonas sociales del CTC se llevará a cabo en horarios apropiados y cada vez que se requiera.

La limpieza de los baños sociales se llevará a cabo al menos una vez por día y otra por la tarde o cada vez que sea necesario.

Las condiciones mínimas de infraestructura que un baño social debe tener son las siguientes:

- El lavamanos debe contar con accesorios que faciliten la conservación de agua. I
- Inodoros que economizan agua o composteros secos; todo tipo de inodoro y compostero.
- Debe contar con asiento y tapa en óptimas condiciones.
- Artículos de higiene personal esenciales, jabón biodegradable que necesita ser reemplazado a su término (se aconseja disponer de dispensadores de productos biodegradables que simplifiquen la recarga).
- Provisión constante de papel higiénico.
- Basureros con tapa.

- Toallas de mano.
- Ventilación directa o forzada.
- Las paredes y pisos deben estar contruidos por materiales de fácil limpieza y desinfección.

ESTÁNDARES DE CALIDAD PARA LA PRESTACIÓN DE SERVICIOS TURÍSTICOS

SERVICIO DE ALOJAMIENTO

HABITACIONES

Las camas serán de por lo menos 2,10 m de largo y con colchones de igual tamaño, no muy blandos y delgados, evitando los de espuma o esponja.

El juego de sábanas, cobijas y toallas estarán siempre limpias y se cambiarán para los nuevos huéspedes.

Se tendrá con un armario o un similar con suficientes ganchos o armadores.

En todas las habitaciones se contará con un basurero, una mesa de noche o velador por cada dos camas

Se dará prioridad a la ventilación e iluminación natural.

Las habitaciones estarán numeradas o nombradas; se recomienda utilizar nombres con significado local.

Se recomienda que las habitaciones del CTC cuenten con:

- Camas con colchones o un lugar destinado para bolsa de dormir (sleeping bag).
- Ventilación suficiente para el tamaño de la habitación.
- Agua apta para el consumo humano.
- Algún tipo de iluminación además de la natural.

- Sillas, sillón o banco.
- Lugar destinado para equipaje.
- Basureros.

Detallar las reglas de comportamiento, tiempos de limpieza y otros requisitos exigidos por el CTC.

Se proporcionarán datos y un formulario de sugerencias relacionados con el servicio.

Las habitaciones deberán mantenerse limpias y organizadas.

El mobiliario y equipo de las habitaciones deben mantenerse en óptimas condiciones de uso y conservación.

BAÑOS DE LAS HABITACIONES

La taza de baño, el lavamanos, la zona de ducha, las paredes y el suelo del baño, se mantendrán limpios y desinfectados, sin presencia de manchas húmedas o hongos.

El baño deberá ser limpiado todos los días sin excepción.

El suelo del cuarto de baño no debe estar húmedo.

Las habitaciones tendrán un cuarto de baño individual o, en caso contrario, se requiere al menos un cuarto de baño grande y completo (taza, lavamanos, ducha) para cada dos habitaciones o cuatro plazas.

Las duchas deben contar con agua caliente y su cabezal debe tener al menos 2,10 m de altura.

La infraestructura que un baño de habitación debe tener es la siguiente:

- Una ducha, que puede utilizar cualquier medio para calentar el agua (solar, eléctrica o gas).
- Lavamanos, si es posible con accesorios ahorradores de agua.

- De preferencia, inodoros ahorradores de agua o composteros secos; todo inodoro y compostero deberá tener asiento y tapa en buen estado.
- Artículos de higiene personal esenciales, jabón biodegradable que necesita ser reemplazado tras cada uso y, en la medida de lo posible, disposición de dispensadores.
- Provisión continua de papel de higiene.
- Toallas corporales y de mano.
- Es necesario que todos los artículos y la limpieza del baño se adecuen a un calendario de limpieza fijado por el CTC.
- El cuarto de baño debe contar con ventilación directa o obligada.
- Es necesario construir las paredes y pisos con materiales de fácil limpieza y desinfección.
- Silla, mesa, colgador o soporte para que el visitante pueda guardar sus pertenencias personales.
- Advertencias de ubicación de residuos en sitios visibles para el visitante.
- Basureros.
- Avisos de cambio de toallas en sitios visibles para el visitante.

LENCERÍA Y MENAJE DE LAS HABITACIONES

Las cortinas y manteles deben ser confeccionados con materiales naturales, evitando la utilización de plástico.

Es necesario adquirir sábanas, toallas, colchas, cobijas, mantelerías, para el uso exclusivo de los visitantes; Se elegirán materiales de alta calidad y durabilidad prolongada.

La lencería debe mantenerse limpia y en óptimas condiciones, sin marcas, lesiones ni rasguños.

En áreas frías, la habitación contará con dos colchones por cama, una cuna y dos colchones adicionales en el armario.

Se debe adquirir como mínimo, dos juegos de sábanas por cama, cuatro cobijas (áreas frías) y un juego de toallas (toalla grande y pequeña) por cada plaza.

Se emplearán manteles de tela en lugar de plástico para las mesas.

SERVICIO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS

COMEDOR O RESTAURANTE

Se utilizarán productos locales provenientes de la agricultura orgánica. Se informará a los visitantes sobre estos productos alimenticios, la importancia de la diversidad agrícola de la zona, el valor nutricional y la seguridad alimentaria.

Se emplearán productos frescos, naturales, orgánicos y de temporada, originados en un gran número de productores locales.

Se ofrecerá comida casera, local y variada.

La mayonesa, leche, mantequilla, quesos, carnes deberán ser refrigerados para que permanezcan frescos y en buen estado.

La leche, el azúcar, la mermelada, la mantequilla, el queso, el yogur, entre otros, se proporcionarán en recipientes reutilizables de vidrio o cerámica.

Es imprescindible que las zonas de cocina, almacenaje y restauración estén limpias y desinfectadas.

Los utensilios de cocina deben estar limpios y desinfectados.

Se evitará comprar lo ya elaborado y más bien difundir todo aquello que podamos producir en la comunidad, como pan, quesos, miel, mermeladas, dulces, postres, etc.

El alojamiento incluye el servicio de desayuno, garantizando que todos los alimentos sean hechos en casa o fabricados en la comunidad.

Brindar un desayuno que recuerde el desayuno tradicional en la comunidad.

Los colaboradores de cocina tienen la obligación de manipular y elaborar los alimentos siguiendo las reglas básicas de higiene, como:

- Lavar y desinfectar todas las verduras y frutas.
- Aquellos alimentos que hayan caído al suelo o que hayan experimentado algún tipo de contaminación serán eliminados.
- Diferenciar las cazuelas para hervir agua de las que se utilizan para la elaboración de alimentos.
- Dividir las cucharas y cucharones de palo para alimentos salados y dulces.

VAJILLA

Siempre que se ofrezca alimentos, se contará con una vajilla apropiada, cubertería y platillos para el uso exclusivo de los visitantes.

La vajilla puede ser de porcelana u otro material parecido; se descartarán la vajilla de cristal y plástico. Siempre se utilizarán vasos de cristal incoloro.

Se recomienda la utilización de una vajilla que sea tradicional en el lugar y que se fabrique con materiales locales.

LENCERIA Y MENAJE

Las cortinas, manteles, servilletas deben ser confeccionadas con materiales naturales y estar en óptimas condiciones, limpias, sin rasguños, sin quemaduras ni cortes.

Es necesario adquirir mantelería y servilletas para el uso exclusivo de los clientes, hechos de materiales de alta calidad y durabilidad.

Para las mesas se utilizarán manteles de tela (no de plástico); cuando se utilicen servilletas, de preferencia deberán ser también de tela.

Se asignará un espacio concreto en el CTC para guardar la lencería, distinguiendo la zona de uso residencial de la de restaurante y cocina.

El servicio de lavandería de la lencería del CTC puede ser propio del establecimiento o contratado.

GUIANZA

El individuo que va a guiar debe ser un/a guía certificado/a (con licencia de guía nativo y/o naturalista).

Cada guía debe poseer un conocimiento general del país, la región y el sitio donde se lleva a cabo la operación.

Cada guía debe exhibir habilidades tanto orales como escritas en su idioma, el español, y si es posible, en otro idioma.

Cada guía antes de comenzar el recorrido deberá centrarse especialmente en detallar las reglas de conducta que el visitante y/o grupo deben respetar antes, durante y después del recorrido.

Durante la excursión, la guía destacará la relevancia de preservar y proteger el patrimonio natural, además de apreciar el patrimonio cultural local.

El guía demostrará puntualidad y cumplimiento al horario establecido para la realización de la excursión. Si no puede respetar el horario fijado, deberá comunicar a los visitantes.

Durante el transcurso de la excursión, el guía tiene la obligación de supervisar a todos los miembros del grupo.

La guía llevará un bolso con recursos útiles durante el recorrido, en función de la distancia prevista (mapas, brújula, linterna, binoculares, alimentos si es necesario), funda para recoger residuos, dispositivo de comunicación móvil, sin olvidar un equipo básico de primeros auxiliares, entre otros.

El guía estará capacitado en primeros auxilios.

La guía estará capacitado y preparado para manejar situaciones de emergencia.

OPERACIÓN TURÍSTICA

COORDINACIÓN GENERAL

Es necesario que cada CTC tenga un equipo de administración orientado al turismo.

Es necesario contar con un libro de registro de entradas y salidas.

Se debe tener un sistema de quejas y sugerencias, este sistema se lo realizará mediante la disposición accesible de un libro o ánfora debidamente señalizados, sin perjuicio de que el turista pueda hacer reclamos en forma verbal.

El administrador del CTC deberá disponer de hojas matrices que permitan un control de verificación diaria de los coeficientes de ocupación del CTC, número de turistas recibidos según procedencia y nacionalidad; y número de pernoctaciones vendidas clasificadas por turismo interno y receptivo. Estos datos serán remitidos mensualmente a las oficinas regionales de la FEPTCE, en las cuales se facilitarán los datos estadísticos a las instituciones que lo requieran con el fin de diagnosticar las tendencias de evolución del turismo comunitario en el país.

Se deberá contar con fichas de cargo de responsabilidad.

Se debe contar con contratos para clientes y/o tour operadores.

En el CTC se defiende y practica el concepto de turismo comunitario y se comunica a todo el personal lo que esto implica.

Es necesario llevar a cabo una promoción responsable, es decir, sin tergiversar o exagerar datos.

El CTC necesita disponer de un programa de capacitación.

Es necesario tener permisos de operación conforme a lo dictado en el marco legal para el funcionamiento del turismo comunitario en Ecuador.

Es necesario disponer de un sistema para actualizar la contabilidad del CTC.

Es necesario mantener un registro o hojas de reservas de servicios, en las que se registrarán en cada situación los detalles, dirección, teléfono y tarifas.

El folleto del CTC incluye información tales como nombre, dirección, teléfono y camino o método de acceso al local. Además, se detallarán los servicios ofrecidos, las particularidades de las instalaciones y el ambiente, las actividades de ocio que se pueden llevar a cabo en el área y la oferta de alimentos.

Es responsabilidad de los CTC mantener sus instalaciones disponibles para el público durante todo el año.

Los CTC deben tener una marca propia.

En la publicidad de los CTC figurará su marca.

Las formas de pago estarán a la vista del visitante.

INFORMACIÓN

Los precios y formas de pago deberán estar a la vista de los visitantes.

No existirá ningún tipo de discriminación de carácter religioso, étnico, ni sexual, en un marco de respeto interpersonal, buenas costumbres y moralidad.

El CTC necesita disponer de medios informativos adecuados (cartelera, gigantografía, carpeta, etc.) que ofrezcan datos sobre los servicios y actividades que se realizan en el CTC y en la comunidad, mapa del área, lugares de interés turístico, horarios y rutas de transporte público.

Se proporcionarán datos acerca del entorno natural, cultural y social de la comunidad a la que se encuentra el CTC.

Se informará al visitante acerca de las acciones medioambientales implementadas en el CTC y de qué manera el visitante puede involucrarse de manera activa en la implementación de estas.

Se comunicará a los visitantes mediante un medio adecuado sobre el código de comportamiento del CTC.

SEGURIDAD E HIGIENE

El CTC contará con un botiquín de primeros auxilios y un extintor de incendios en de acuerdo a la capacidad de cada servicio.

El CTC contará con un sistema de comunicación (teléfono fijo, móvil, sistema de radio).

El CTC dispondrá de los números de emergencia necesarios de la región, hospital, la cruz roja, los bomberos, la policía, entre otros.

Se mostrará información clara acerca de las zonas seguras o de evacuación del CTC y las acciones a tomar en caso de incendio, sismo o cualquier otro escenario de emergencia.

Se mostrará información acerca del tiempo requerido para llegar al hospital o centro de salud más cercano en situaciones de emergencia y su localización.

Se evitarán focos infecciosos por aguas estancadas, suciedad.

Se llevarán a cabo fumigados y manejo de plagas utilizando productos naturales.

Es necesario emplear productos biodegradables de limpieza e higiene personal.

Se dispondrán de basureros que se repartirán en las instalaciones del CTC, en sitios visibles, correctamente señalados e identificados.

Es fundamental distinguir los basureros en orgánicos e inorgánicos.

Los basureros orgánicos e inorgánicos se deben localizar principalmente en zonas sociales y de esparcimiento, cocina, comedores y en zonas de uso del personal de la planta.

ESTÁNDARES DE CALIDAD EN LAS RELACIONES HUMANAS DEL PERSONAL CON EL CLIENTE

PERSONAL Y SERVICIO

El personal del CTC debe:

Por lo menos una persona en el CTC debe hablar inglés básico, de preferencia inglés avanzado u otro idioma.

Cuidar su apariencia personal, ser amable, cortés, escuchar al visitante y estar siempre dispuesto a brindar un servicio rápido y eficiente.

Los servicios serán prestados en forma responsable, puntual, con buena predisposición, acorde a lo que el cliente espera.

El personal buscará siempre en lo posible exceder las expectativas de los visitantes y ayudarlos con dudas o problemas.

Cuando se hable con un visitante se lo llamará por su nombre, ofreciéndole una sonrisa y mirándolo a los ojos, con un trato correcto y amistoso.

A la entrada o llegada de visitantes siempre habrá alguien quien los reciba, llene los documentos de recepción, les enseñe el entorno y las instalaciones del CTC explicando el funcionamiento y localización de cada lugar del CTC.

El CTC debe tener signos de identificación propios como uniformes, placas de identificación de los empleados, etc.

El personal del CTC que va a estar en contacto con los visitantes debería tener las siguientes características.

COMPORTAMIENTO

El operador turístico debe actuar con prontitud, escuchar cuidadosamente al visitante, ser atento, mostrar capacidad para el trabajo, actuar con comprensión, dar explicaciones detalladas, Trato individual y personalizado

ACTITUD

El operador turístico debe ser cortés, amistoso, amable, atento, responsable, etc.

IMAGEN

El operador turístico debe cuidar su imagen, esto se demuestra en el cuidado personal, ropa, calzado, cabello, limpieza y aseo personal.

PROCESO DE ATENCIÓN AL VISITANTE

El operador de turismo tiene la obligación de brindar un servicio constante al cliente, garantizando que todas sus necesidades sean cubiertas. Esto abarca solucionar problemas que puedan presentarse y brindar ayuda personalizada para optimizar la experiencia del pasajero. Es crucial mantener la sonrisa, mostrar respeto, proteger el aspecto y la imagen del individuo, mostrar confianza y saber, entre otros aspectos.

BIBLIOGRAFÍA

- Alcívar, I. I. (2019). *El turismo comunitario como alternativa de desarrollo sostenible. Caso comunidad de Ligüiqui – Manta.*
<http://biblioteca.uteg.edu.ec:8080/bitstream/handle/123456789/966/El%20turismo%20comunitario%20como%20alternativa%20de%20desarrollo%20sostenible.%20Caso%20comunidad%20de%20Lig%C3%BCiqui%20%20E2%80%93%20Manta.pdf?sequence=3&isAllowed=y>
- Andrango, J. C. (2023). *Planificación sostenible y desarrollo turístico de la parroquia rural Puembo, cantón Quito.*
<http://dspace.unach.edu.ec/bitstream/51000/11090/1/Andrango%20Quilumba%2c%20J.%20%282023%29%20Planificaci%c3%b3n%20Sostenible%20y%20Desarrollo%20Tur%c3%adstico%20de%20la%20parroquia%20rural%20Puembo%2c%20cant%c3%b3n%20Quito..pdf>
- Bazán, K. L. (2020). *CALIDAD DE LOS SERVICIOS TURÍSTICOS PARA MEJORAR EL NIVEL DE SATISFACCIÓN DEL CLIENTE EN EL HOTEL EMPERADOR, CHICLAYO – LAMBAYEQUE.*
[file:///C:/Users/Usuario/Downloads/Baz%C3%A1n%20Hern%C3%A1ndez%20Kelly%20Lilbanya%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/Usuario/Downloads/Baz%C3%A1n%20Hern%C3%A1ndez%20Kelly%20Lilbanya%20(1).pdf)
- Buchele, R. (2007). *La alta dirección y sus habilidades.*
- Caiza, P. M. (2019). *El Turismo Sostenible - Comunitario como alternativa de sustentabilidad rural en el marco de la cooperación internacional. Estudio de caso: Comunidad de Yunguilla, provincia de Pichincha, Ecuador.*

<https://repositorio.flacsoandes.edu.ec/bitstream/10469/15990/8/TFLACSO-2019PMCV.pdf>

Cantú, H. (2011). *Desarrollo de una Cultura de Calidad*. Mc Graw Hill.

Carvajal, C. C. (2023). *Los objetivos de la investigación*.

Castellucci, D. (2009). *La calidad y los servicios en destinos turísticos maduros*.

Cepeda, J. C. (2022). *Satisfacción del cliente y oferta en los servicios de Alojamiento en el cantón Baños de Agua Santa*.

Chapt, M. C. (2024). *Gestión Eficiente de las Organizaciones Prestadoras de servicios*.

Coles, M. M. (2023). *Turismo Comunitario y Desarrollo Sostenible en la parroquia de Cebadas, cantón Guamote, provincia de Chimborazo*.

<http://dspace.unach.edu.ec/bitstream/51000/11638/1/Coles%20Chimbo%2c%20M.%20282023%29%20Turismo%20Comunitario%20y%20Desarrollo%20Sostenible%20en%20la%20parroquia%20de%20Cebadas%2c%20cant%c3%b3n%20Guamote%2c%20provincia%20de%20Chimborazo..pdf>

Corporación Gestión Sostenible. (18 de febrero de 2024). *Corporación Gestión Sostenible*.

<https://gestionsostenible.org/2023/10/02/que-es-gestion-sostenible/>

Cujano, G. J. (2021). *Gestión de calidad en los destinos turísticos culturales de visita*.

<https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/33078/1/1805057641%20GEOVANNY%20JAVIER%20CUJANO%20GUACHI.pdf>

Cusme, M. J. (2019). *Calidad de servicio turístico y su influencia en la satisfacción del cliente del complejo “Aguas Blancas”, del cantón Buena Fe*.

<https://dspace.utb.edu.ec/bitstream/handle/49000/6007/P-UTB-FCJSE-HTURIS-000068.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

DCNE. (2024). *División de Ciencias Naturales y Exactas.*

<http://www.dcne.ugto.mx/respaldo1/Contenido/MaterialDidactico/amezquita/Lecturas/Estrategia.pdf>

Flores, L., & Blanco, J. (2021). *Determinación de costos operativos y su incidencia en la rentabilidad económica y financiera de las empresas de transportes urbano de pasajeros de la ciudad de Puno - Perú.*

Franco, Á. M., & Zabala, S. K. (2012). *Los equipamientos urbanos como instrumentos para la construcción de ciudad y ciudadanía.* Bogotá, Colombia.

Gil, J. V. (2020). *COMT004PO: Fundamentos de Atención al cliente.* ELEARNING S.L.

González, F. N. (2021). *LAS BUENAS PRÁCTICAS Y TURISMO SOSTENIBLE EN LOS CENTROS TURÍSTICOS COMUNITARIOS REGISTRADOS DEL CANTÓN RIOBAMBA.*

<http://dspace.unach.edu.ec/bitstream/51000/7538/1/Fabricio%20Gonz%c3%a1lez.%20Posg.%20TURISMO%20abril.%202021.pdf>

Guerrero, D. (2023). *MODELO DE GESTIÓN TURÍSTICA SOSTENIBLE DESDE LA COSMOVISIÓN ANDINA DE LAS ORGANIZACIONES COMUNITARIAS DE LA PROVINCIA DE CHIMBORAZO, ECUADOR.* BENITO JUÁREZ; QUINTANA ROO: UNIVERSIDAD ANÁHUAC.

Guilcapi, V. C. (2020). *CALIDAD Y OFERTA DE LOS SERVICIOS TURÍSTICOS COMUNITARIOS CHAKANA LODGE PARROQUIA SAN JUAN, CANTÓN RIOBAMBA.*

<http://dspace.unach.edu.ec/bitstream/51000/7404/1/8.%20Trabajo%20de%20Titulaci%c3%b3n%2c%20Vanessa%20Cristina%20Guilcapi-GEST-TUR.pdf>

Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, M. d. (2014). *Metodología de la Investigación*. México.

https://apiperiodico.jalisco.gob.mx/api/sites/periodicooficial.jalisco.gob.mx/files/metodologia_de_la_investigacion_-_roberto_hernandez_sampieri.pdf

ISO 9000. (2015). *Sistemas de Gestión de la Calidad - Fundamentos y Vocabulario*.

ISO9000:2015: <https://www.iso.org/obp/ui/es/#iso:std:iso:9000:ed-4:v1:es>

Jácome, M. F. (2021). *Modelo de gestión de calidad bajo la normativa ISO 9001:2015 como factor de competitividad del turismo en el cantón Salcedo*.

<https://repositorio.uta.edu.ec/server/api/core/bitstreams/3b9d3cd0-dec2-4f7e-a53c-d81eaaa1aa69/content>

Kerlinger, F. (2002). *Investigación del comportamiento*. McGraw-Hill.

Kleine, B. (2009). *¿Qué es la fiabilidad?*

Kotler, P., & Armstrong, G. (2013). *Fundamentos de marketing*.

Machado, A. V. (2016). *DISEÑO DE LINEAMIENTOS METODOLÓGICOS DE GESTIÓN DE LA CALIDAD DEL SERVICIO EN LOS EMPRENDIMIENTOS DE TURISMO SOSTENIBLE DE LAS PARROQUIAS RURALES DEL CANTÓN RIOBAMBA, ESTUDIO DE CASO: PALACIO REAL, CALPI*.

<http://dspace.esPOCH.edu.ec/bitstream/123456789/4613/1/20T00689.pdf>

Martín, D. (29 de abril de 2024).

May, J. A., Romero Hurtado, D. G., & Cruz Sánchez, M. d. (2022). *CecyTe Campeche*.

https://www.cecytcampeche.edu.mx/BibliotecaVirtual/6toSemestrePropedeuticas_Feb-Jul_2022/Temas_de_Administracion_2do_parcial.pdf

MEWS. (3 de MAYO de 2023). *MEWS*. <https://www.mews.com/es/blog/tasa-ocupacion-hotelera>

- Moreno, A., & García, D. (2018). Un modelo de gestión turística basado en gobernanza, como mejor alternativa para el desarrollo del turismo sostenible en la Parroquia Rural de Calderón.
- Muñoz, A. (2009). *La gestión de la calidad total en la administración pública*. Madrid: La gestión de la calidad total en la administración pública.
- Muñoz, F. M. (2018). *Desarrollo de un sistema de gestión por procesos para empresas de servicios de ingeniería y construcción orientadas a la industria*.
<https://doi.org/https://repositorio.uasb.edu.ec/bitstream/10644/6231/1/T2662-MBA-Desarrollo.pdf>
- Naciones Unidas. (2023). *Naciones Unidas*. Naciones Unidas:
<https://www.unodc.org/unodc/es/listen-first/super-skills/empathy.html>
- Osorio, L. d., Ramos, E. J., & Walteros, D. P. (2016). *VALORES PERSONALES Y COMPROMISO ORGANIZACIONAL: MÁS QUE UNA SIMPLE RELACION*.
- Pastor, Y. (2019). *CAPACIDAD DE RESPUESTA Y SATISFACCIÓN DE LOS USUARIOS EXTERNOS DEL SERVICIO DE MEDICINA DEL HOSPITAL SUB REGIONAL DE ANDAHUAYLAS*.
- Pérez, J. (2015). *Expectativas, satisfacción y rendimiento académico en alumnado universitario*.
- Pilco, E. A. (2020). *CALIDAD DEL SERVICIO TURÍSTICO COMUNITARIO EN LA PARROQUIA SANTIAGO DE CALPI, CANTÓN RIOBAMBA*.
<http://dspace.unach.edu.ec/bitstream/51000/7334/1/TESIS%20Esthefania%20Alexandra%20Pilco%20Yucta-GEST-TUR.pdf>
- RAE. (2024). *Real academia española*. <https://www.rae.es/diccionario-estudiante/experiencia>

- Rojas, M., Jaimes, L., & Valencia, M. (2017). *Efectividad, eficacia y eficiencia en equipos de trabajo*. <https://www.revistaespacios.com/a18v39n06/a18v39n06p11.pdf>
- Ruiz, L., Motta, L., Bruno, D., Demonte, F., & Tufró, L. (2014). *Producción de materiales de comunicación y educación popular*. Buenos Aires.
- Salazar, D., & Romero, G. E. (2006). *Planificación. ¿Éxito Gerencial?*
- Sampedro, J. J., Herrera Chávez, R. H., & Duque Vera, D. C. (2023). *Calidad del servicio turístico y satisfacción del cliente en el cantón Guano, provincia de Chimborazo*. Explorador digital. <https://doi.org/https://doi.org/10.33262/exploradordigital.v7i3.2693>
- Silva, V. N. (2021). *La sostenibilidad en la gestión del turismo comunitario de la comunidad San Clemente, cantón Ibarra durante el periodo 2020*. <https://repositorio.uta.edu.ec/server/api/core/bitstreams/0558619b-8570-4c85-980a-c4254bc5c938/content>
- Slack. (7 de Noviembre de 2023). *Slack*. <https://slack.com/intl/es-es/blog/productivity/eficiencia-operativa#:~:text=La%20eficiencia%20operativa%20se%20define,deseada%20y%20minimizar%20los%20errores>.
- Terán, P. G. (2021). *El turismo comunitario y su aporte al desarrollo de la Comunidad de San Clemente del cantón Ibarra*. <https://repositorio.uasb.edu.ec/bitstream/10644/8281/1/T3603-MGDE-Teran-El%20turismo.pdf>
- Trujillo, A., & Vera, J. (2009). *Comprensión de la calidad en el servicio como la integración de dos dimensiones: tangible e intangible*. *Revista Colombiana de Marketing*.

Vaca, M. (2020). *Estrategias de gestión sostenible de turismo comunitario en la comunidad Chilcapamba, cantón Cotacachi provincia de Imbabura.*

<file:///C:/Users/Usuario/Downloads/PG%20790%20TRABAJO%20GRADO.pdf>

Valencia, A. D. (2022). *EVALUAR LA SOSTENIBILIDAD DE LA COMUNIDAD BUNCHE MEDIANTE INDICADORES ECONÓMICOS, SOCIALES Y AMBIENTALES.*

<https://repositorio.pucese.edu.ec/bitstream/123456789/2995/1/Valencia%20Monta%20C3%20B1o%20Aida%20Dennisse.pdf>

Vargas, C. E. (2017). *PROPUESTA DE UN MODELO DE GESTION DE TURISMO COMUNITARIO QUE PERMITA EL DESARROLLO SOSTENIBLE DEL TURISMO EN LA COMUNIDAD DE MACA CHICO, CANTON LATACUNGA, PROVINCIA DE COTOPAXI.*

<https://dspace.uniandes.edu.ec/bitstream/123456789/7533/1/TUAEXCOMETH002-2018.pdf>

Vargas, L. M. (1994). *Sobre el concepto de percepción.*

Venegas, J. R. (2020 de 2020). *Calidad y servicios turísticos en el cantón Penipe provincia de Chimborazo.*

<http://dspace.unach.edu.ec/bitstream/51000/6480/1/CALIDAD%20Y%20SERVICIOS%20TUR%20c3%208dSTICOS%20EN%20EL%20CANT%20c3%2093N%20PENIPE%20c%20PROVINCIA%20DE%20CHIMBORAZO.pdf>

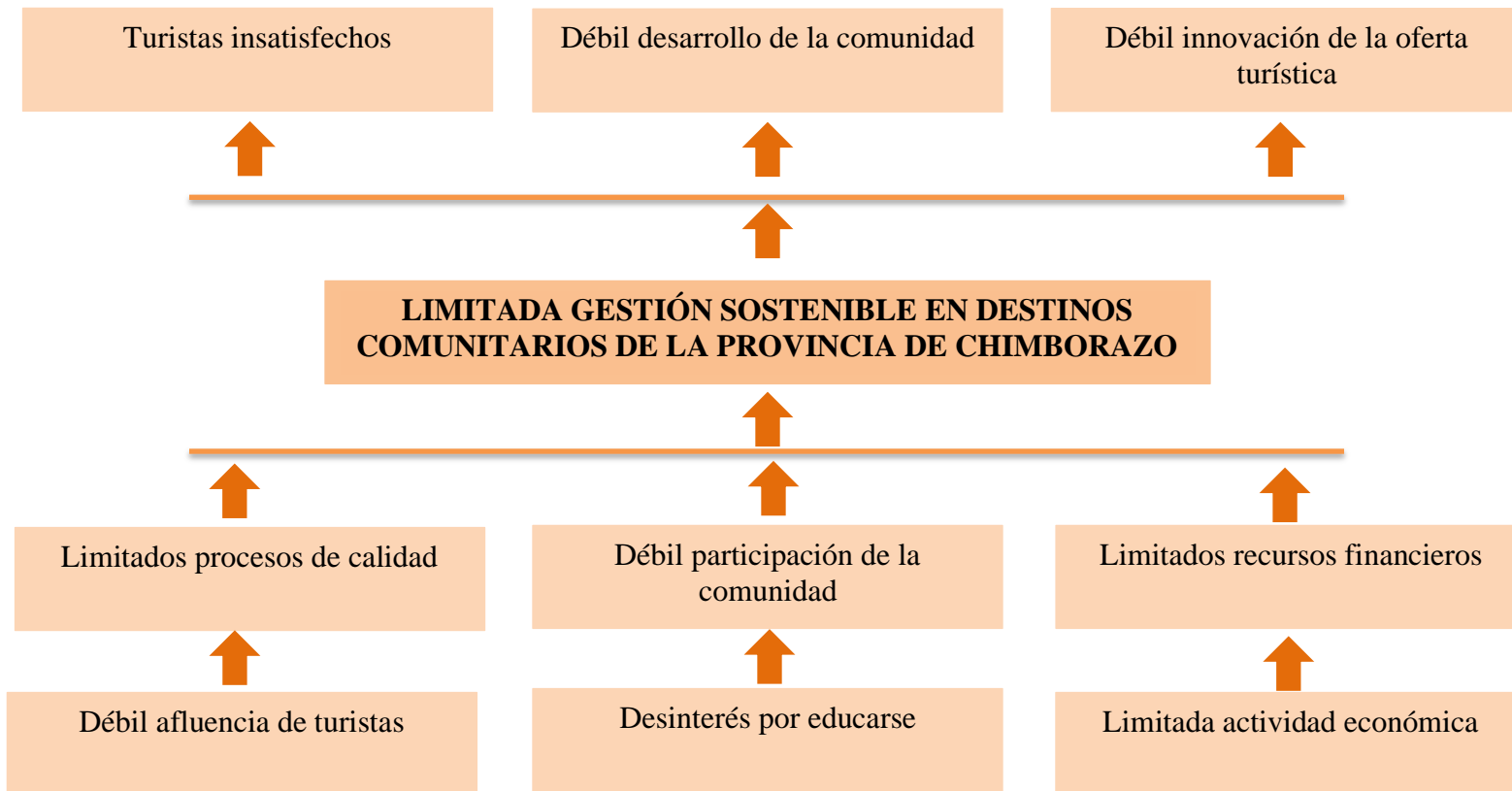
ANEXOS

Anexo 1. Evidencias fotográficas



Nota: Recolección de datos
Elaborado por: Bastidas, L.

Anexo 2. Árbol de problemas



Anexo 3. Matriz de Operacionalización de Variables

MATRIZ OPERACIONAL DE VARIABLES					
VARIABLE INDEPENDIENTE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	INSTRUMENTOS
Calidad Edwards Deming Joseph Juran Philip Crosby (1979) ISO 9000	"La calidad abarca todas las cualidades que cuenta un producto o servicio para ser de utilidad a quien se sirve de él. Esto es, un producto o servicio es de calidad cuando sus características, tangibles e intangible, satisfacen las necesidades de los usuarios." (Cantú H, 2011).	La calidad no se limita solo a las características tangibles de un producto o servicio, sino que también incluye aspectos intangibles que contribuyen a la satisfacción de necesidades del usuario.	Características Tangibles	Instalaciones Personal Equipamiento Materiales de comunicación Atención al cliente Fiabilidad	Cuestionarios Entrevistas Fichas Técnicas
			Características Intangibles	Capacidad de respuesta Empatía Compromiso Tiempo de respuesta del servicio	
			Eficiencia Operativa	Tasa de ocupación (disponibilidad de servicios) Costos operativos	
			Satisfacción del cliente	Expectativa Experiencia Percepción	
VARIABLE DEPENDIENTE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	INSTRUMENTOS

Gestión Sostenible Jeffrey Sachs(2005) John Elkington (1994) David Wheeler & Kirk Warren(2009) World Business Council for Sustainable Development	La gestión sostenible implica planificar o administrar las actividades turísticas y adoptar prácticas responsables,	Planificación	Objetivos Estrategias		
	fomentar la participación y la conciencia local, para promover el uso eficiente de los recursos que	Organización	Estructura organizativa Recursos humanos		
	beneficien tanto a la comunidad local como a los visitantes, contribuyendo así a un turismo más equitativo y sostenible a largo plazo (ONWTO, 2020)	Planificar, organizar y administrar actividades turísticas que promuevan el uso eficiente de los recursos económicos, sociales y ambientales beneficiando a la comunidad como a los visitantes.			Revisión documental
		Dirección y control	Eficiencia Evaluación		

Anexo 4. Matriz de Consistencia

MATRIZ DE CONSISTENCIA					
Problemas	Objetivos	Hipótesis	Variables	Metodología	Población
¿El proceso de calidad fortalece la gestión turística sostenible en los destinos comunitarios de la provincia de Chimborazo?	Diseñar el proceso de calidad para la gestión turística sostenible en los destinos comunitarios de la provincia de Chimborazo.	El proceso de calidad fortalece la gestión turística sostenible en los destinos comunitarios de la provincia de Chimborazo.	Variable Dependiente Gestión Sostenible	Enfoque: Cuantitativo Alcance: Descriptivo Paradigma: Positivista Diseño: No experimental transversal descriptivo	Destinos comunitarios de la provincia de Chimborazo
¿Cuáles son las características tangibles e intangibles en los destinos comunitarios de la provincia de Chimborazo de la provincia de Chimborazo.?	Determinar las características tangibles e intangibles en los destinos comunitarios de la provincia de Chimborazo.	Las características tangibles e intangibles facilitan la prestación de servicios turísticos en los destinos comunitarios de la provincia de Chimborazo.	Variable Independiente Calidad	Enfoque: Cuantitativo Alcance: Descriptivo Paradigma: Positivista Diseño: No experimental transversal descriptivo	Destinos comunitarios de la provincia de Chimborazo

<p>¿Cuál es la eficiencia operativa de los colaboradores en los destinos comunitarios de la provincia de Chimborazo.?</p>	<p>Determinar la eficiencia operativa de los colaboradores en los destinos comunitarios de la provincia de Chimborazo.</p>	<p>La eficiencia operativa de los colaboradores mejora el rendimiento económico de la organización y la satisfacción del cliente en los destinos comunitarios de la provincia de Chimborazo.</p>	<p>Variable Independiente Calidad</p>	<p>Enfoque: Cuantitativo Alcance: Descriptivo Paradigma: Positivista Diseño: No experimental transversal descriptivo</p>
<p>¿Cuál es la satisfacción del cliente de los servicios en los destinos comunitarios de la provincia de Chimborazo.?</p>	<p>Determinar la satisfacción del cliente de los servicios en los destinos comunitarios de la provincia de Chimborazo.</p>	<p>La satisfacción del cliente está influenciada por la calidad de los servicios en los destinos comunitarios de la provincia de Chimborazo.</p>	<p>Variable Independiente Calidad</p>	<p>Enfoque: Cuantitativo Alcance: Descriptivo Paradigma: Positivista Diseño: No experimental transversal descriptivo</p>

Anexo 5. Cuestionario de la Variable Independiente



Universidad Nacional de Chimborazo
Facultad de Ciencias Políticas y Administrativas
Carrera de Turismo



CARRERA DE
TURISMO

**ESTUDIO DE LOS PROCESOS DE CALIDAD PARA FORTALECER LA GESTIÓN
TURÍSTICA SOSTENIBLE EN LOS DESTINOS COMUNITARIOS DE LA PROVINCIA DE
CHIMBORAZO**

Encuesta dirigida a Turistas Nacionales y Extranjeros

Formulario N° ____ Fecha de encuesta: _____ Encuestadora: _____

OBJETIVO DE LA ENCUESTA

Recabar datos de calidad de los servicios turísticos que ofrecen los destinos comunitarios de Chimborazo.

CONFIDENCIALIDAD

La encuesta es de carácter anónimo, los datos obtenidos serán confidenciales y la investigadora se compromete con la reserva del caso.

INSTRUCCIONES

- Lea detenidamente los ítems de la encuesta.
- Según su criterio conteste de acuerdo con la escala de valoración.
- Marque con una (X) la respuesta.

1.- INFORMACIÓN GENERAL

1. Escoja el Centro de Turismo Comunitario

La Esperanza	<input type="checkbox"/>	Palacio Real	<input type="checkbox"/>
--------------	--------------------------	--------------	--------------------------

2. Sexo

Masculino	<input type="checkbox"/>	Femenino	<input type="checkbox"/>
-----------	--------------------------	----------	--------------------------

3. Edad

20-25	<input type="checkbox"/>	26-35	<input type="checkbox"/>	36-45	<input type="checkbox"/>	46-55	<input type="checkbox"/>	56 en adelante	<input type="checkbox"/>
-------	--------------------------	-------	--------------------------	-------	--------------------------	-------	--------------------------	----------------	--------------------------

4. ¿Cuál es su lugar de origen?

País: **Provincia:** **Ciudad:**

5. Nivel de Instrucción

Sin estudio	<input type="checkbox"/>
Primaria	<input type="checkbox"/>
Secundaria	<input type="checkbox"/>

Universitario	<input type="checkbox"/>
Superior	<input type="checkbox"/>
Postgrado	<input type="checkbox"/>

2.- INFORMACIÓN ESPECÍFICA

Lea los siguientes ítems y marque con una X el casillero según su preferencia utilizando la siguiente escala del 1 al 5, donde 1 es Muy malo y 5 es Muy bueno.

1. Muy malo 2. Malo 3. Regular 4. Bueno 5. Muy bueno

N°	ÍTEM	PARÁMETRO				
		1	2	3	4	5
		Muy malo	Malo	Regular	Bueno	Muy bueno
CARACTERÍSTICAS TANGIBLES						
1	Instalaciones del destino comunitario					
2	Personal del destino comunitario					
3	Equipamiento del destino comunitario					
4	Materiales de comunicación del destino comunitario					
CARACTERÍSTICAS INTANGIBLES						
5	Atención al cliente hacia los visitantes					
6	Fiabilidad de la información en el destino comunitario					
7	Capacidad de respuesta por parte de los colaboradores					
8	Empatía con los visitantes en el destino comunitario					
9	Compromiso con el servicio en el destino comunitario					
EFICIENCIA OPERATIVA						
10	Tiempo de espera para recibir atención					
11	Disponibilidad de servicios					
12	Precios de los servicios ofrecidos con relación a su calidad					
SATISFACCIÓN DEL CLIENTE						
13	Expectativas del visitante					
14	Experiencia del visitante					
15	Percepción del visitante					

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN!



Universidad Nacional de Chimborazo
Facultad de Ciencias Políticas y Administrativas
Carrera de Turismo

Entrevista dirigida a Representantes de los destinos comunitarios de Chimborazo

Formulario N° ____ Fecha de entrevista: _____ Entrevistadora: _____

OBJETIVO DE LA ENTREVISTA

Recabar datos de calidad en servicios, oferta e infraestructura turística en los destinos comunitarios de Chimborazo.

CONFIDENCIALIDAD

La entrevista es de carácter anónimo, los datos obtenidos serán confidenciales y la investigadora se compromete con la reserva del caso.

Nombres y apellidos:

.....

¿Qué rol tiene usted en la comunidad?

.....

¿Desde qué fecha cumple este rol en la comunidad?

.....

¿Cómo miembro de la Comunidad participa en algún plan de desarrollo estratégico?

.....

¿Usted que entiende como servicios turísticos?

.....

¿Considera usted que la comunidad cuenta con los servicios necesarios para los turistas?

.....

¿Considera usted que la Comunidad cuenta con el conocimiento para brindar servicios turísticos?

.....

¿Qué tipo de capacitación para brindar un servicio turístico tienen los colaboradores?

.....

¿Considera que las condiciones de las instalaciones y equipamiento de la comunidad son adecuadas para los turistas?

.....

¿Cómo describe la accesibilidad a los atractivos turísticos de la comunidad?

.....

¿Cree usted importante que la comunidad cuente con un documento (manual) que sirva de consulta de pasos a seguir que ayude a mejorar los servicios turísticos?

.....

Anexo 7. Validación de instrumentos por expertos



UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE TURISMO

TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

APELLIDOS Y NOMBRES DEL EXPERTO: Daniel Marcelo Guerrero Vaca

TÍTULO/GRADO:

Ph.D.....	(X)
Doctor.....	()
Magíster.....	()

UNIVERSIDAD EN QUE LABORA: Universidad Nacional de Chimborazo

FECHA: 31/05/2024

TÍTULO DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

“ESTUDIO DE LOS PROCESOS DE CALIDAD PARA FORTALECER LA GESTIÓN TURÍSTICA SOSTENIBLE EN LOS DESTINOS COMUNITARIOS DE LA PROVINCIA DE CHIMBORAZO”

El instrumento de medición pertenece a la variable: **“Calidad”**

Mediante la tabla de evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con “X” en la columna de SI o NO. Así mismo, lo exhortamos en la corrección de los ítems, indicando sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de las preguntas de **“Calidad”**.

N	Preguntas	Aprecia		Observaciones
		Si	No	
1	¿El instrumento de medición presenta el diseño adecuado?	X		
2	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de investigación?	X		
3	¿El instrumento de recolección de datos se menciona las variables de medición?	X		
4	¿El instrumento de recolección de datos facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	X		
5	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio?	X		
6	¿La redacción de las preguntas tiene un sentido coherente?	X		
7	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición se relaciona con cada uno de los elementos de los indicadores?	X		
8	¿El diseño del instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos?	X		
9	¿Son entendibles las alternativas de respuesta de instrumentos de medición?	X		
10	¿El instrumento de medición será accesible a la población sujeto de estudio?	X		
11	¿El instrumento de medición es claro, preciso y sencillo de responder para, de esta manera, obtener datos requeridos?	X		
Total:				

SUGERENCIAS:

Firma del Experto



UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE TURISMO

TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

APELLIDOS Y NOMBRES DEL EXPERTO: Henry Mauricio Villa Yáñez

TÍTULO/GRADO:

Ph.D.....	()
Doctor.....	()
Magíster.....	(X)

UNIVERSIDAD EN QUE LABORA: Universidad Nacional de Chimborazo

FECHA: 31/05/2024

TÍTULO DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

“ESTUDIO DE LOS PROCESOS DE CALIDAD PARA FORTALECER LA GESTIÓN TURÍSTICA SOSTENIBLE EN LOS DESTINOS COMUNITARIOS DE LA PROVINCIA DE CHIMBORAZO”

El instrumento de medición pertenece a la variable: **“Calidad”**

Mediante la tabla de evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con “X” en la columna de SI o NO. Así mismo, lo exhortamos en la corrección de los ítems, indicando sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de las preguntas de **“Calidad”**.

N	Preguntas	Aprecia		Observaciones
		Si	No	
1	¿El instrumento de medición presenta el diseño adecuado?	X		
2	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de investigación?	X		
3	¿El instrumento de recolección de datos se menciona las variables de medición?	X		
4	¿El instrumento de recolección de datos facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	X		
5	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio?	X		
6	¿La redacción de las preguntas tiene un sentido coherente?	X		
7	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición se relaciona con cada uno de los elementos de los indicadores?	X		
8	¿El diseño del instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos?	X		
9	¿Son entendibles las alternativas de respuesta de instrumentos de medición?	X		
10	¿El instrumento de medición será accesible a la población sujeto de estudio?	X		
11	¿El instrumento de medición es claro, preciso y sencillo de responder para, de esta manera, obtener datos requeridos?	X		
	Total:			

SUGERENCIAS:


Firma del Experto



UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE TURISMO

TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

APELLIDOS Y NOMBRES DEL EXPERTO: Paula Elizabeth Moreno Aguirre

TÍTULO/GRADO:

Ph.D.....	()
Doctor.....	()
Magister.....	(X)

UNIVERSIDAD EN QUE LABORA: Universidad Nacional de Chimborazo

FECHA: 31/05/2024

TÍTULO DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

“ESTUDIO DE LOS PROCESOS DE CALIDAD PARA FORTALECER LA GESTIÓN TURÍSTICA SOSTENIBLE EN LOS DESTINOS COMUNITARIOS DE LA PROVINCIA DE CHIMBORAZO”

El instrumento de medición pertenece a la variable: **“Calidad”**

Mediante la tabla de evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con “X” en la columna de SI o NO. Así mismo, lo exhortamos en la corrección de los ítems, indicando sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de las preguntas de **“Calidad”**.

N	Preguntas	Aprecia		Observaciones
		Si	No	
1	¿El instrumento de medición presenta el diseño adecuado?	X		
2	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de investigación?	X		
3	¿El instrumento de recolección de datos se menciona las variables de medición?	X		
4	¿El instrumento de recolección de datos facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	X		
5	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio?	X		
6	¿La redacción de las preguntas tiene un sentido coherente?	X		
7	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición se relaciona con cada uno de los elementos de los indicadores?	X		
8	¿El diseño del instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos?	X		
9	¿Son entendibles las alternativas de respuesta de instrumentos de medición?	X		
10	¿El instrumento de medición será accesible a la población sujeto de estudio?	X		
11	¿El instrumento de medición es claro, preciso y sencillo de responder para, de esta manera, obtener datos requeridos?	X		
Total:				

SUGERENCIAS:


Firma del Experto



UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE TURISMO

TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

APELLIDOS Y NOMBRES DEL EXPERTO: Héctor Germán Pacheco Sanunga

TÍTULO/GRADO:

Ph.D.....	(X)
Doctor.....	()
Magíster.....	()

UNIVERSIDAD EN QUE LABORA: Universidad Nacional de Chimborazo

FECHA: 31/05/2024

TÍTULO DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN
“ESTUDIO DE LOS PROCESOS DE CALIDAD PARA FORTALECER LA GESTIÓN
TURISTICA SOSTENIBLE EN LOS DESTINOS COMUNITARIOS DE LA PROVINCIA DE
CHIMBORAZO”

El instrumento de medición pertenece a la variable: **“Calidad”**

Mediante la tabla de evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con “X” en la columna de SI o NO. Así mismo, lo exhortamos en la corrección de los ítems, indicando sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de las preguntas de **“Calidad”**.

N	Preguntas	Aprecia		Observaciones
		Si	No	
1	¿El instrumento de medición presenta el diseño adecuado?	X		
2	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de investigación?	X		
3	¿El instrumento de recolección de datos se menciona las variables de medición?	X		
4	¿El instrumento de recolección de datos facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	X		
5	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio?	X		
6	¿La redacción de las preguntas tiene un sentido coherente?	X		
7	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición se relaciona con cada uno de los elementos de los indicadores?	X		
8	¿El diseño del instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos?	X		
9	¿Son entendibles las alternativas de respuesta de instrumentos de medición?	X		
10	¿El instrumento de medición será accesible a la población sujeto de estudio?	X		
11	¿El instrumento de medición es claro, preciso y sencillo de responder para, de esta manera, obtener datos requeridos?	X		
Total:		11		

SUGERENCIAS:

Firma del Experto

Anexo 8. *Instructivo para los servicios turísticos de los centros comunitarios*



**Instructivo para los
servicios turísticos de los
centros comunitarios**



Anexo 9. Resultados de la Encuesta

Tabla 10.

Escoja el Centro de Turismo Comunitario

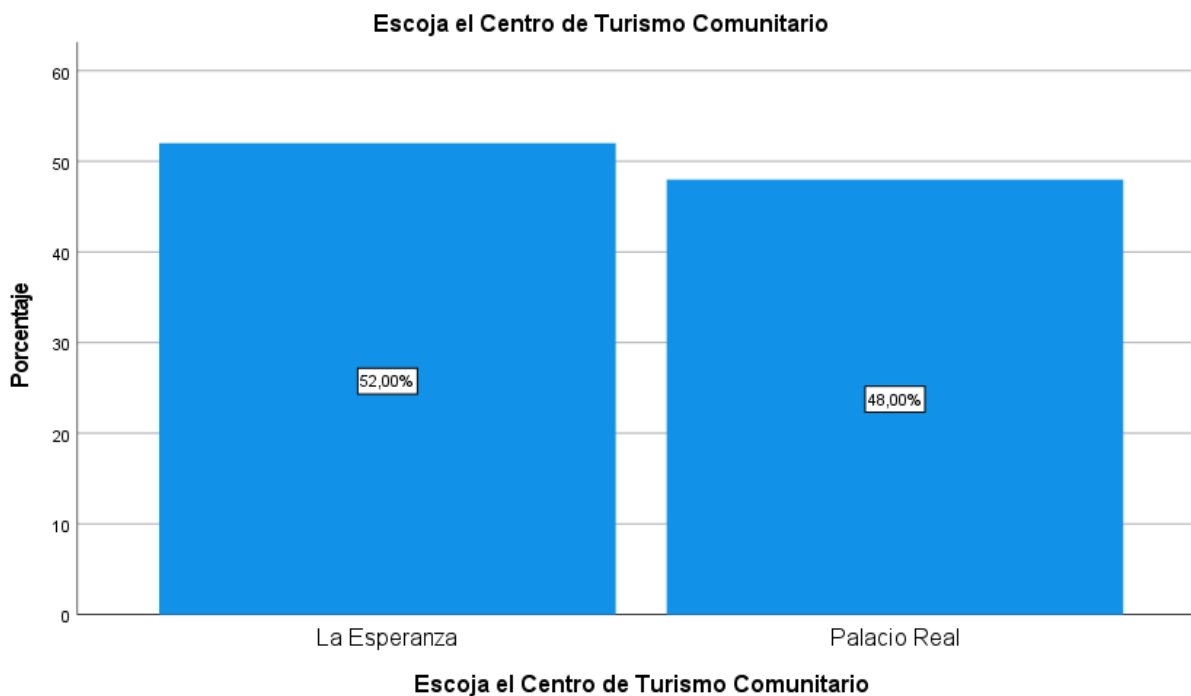
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	La Esperanza	91	52,0	52,0	52,0
	Palacio Real	84	48,0	48,0	100,0
	Total	175	100,0	100,0	

Nota: Encuesta tabulada en IBM SPSS Statistics 27

Elaborado por: Lisbeth Bastidas

Figura 3.

Escoja el Centro de Turismo Comunitario



Nota: Encuesta tabulada en IBM SPSS Statistics 27

Elaborado por: Lisbeth Bastidas

Según los resultados muestran que en la comunidad La Esperanza visitaron 91 turistas que corresponde al 52% y en la comunidad Palacio Real visitaron 84 turistas que corresponden al 48%, lo que nos indica que la comunidad con más afluencia de turistas es La Esperanza.

Tabla 11.

Sexo

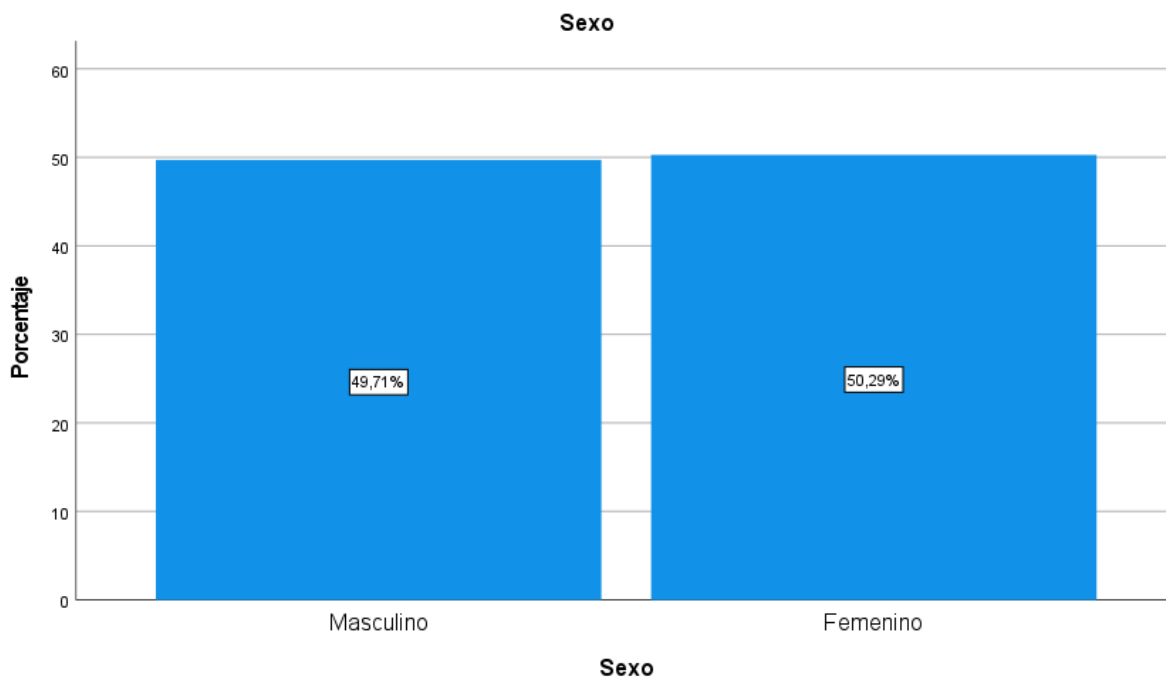
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje	Porcentaje
			válido	válido	acumulado
Válido	Masculino	87	49,7	49,7	49,7
	Femenino	88	50,3	50,3	100,0
	Total	175	100,0	100,0	

Nota: Encuesta tabulada en IBM SPSS Statistics 27

Elaborado por: Lisbeth Bastidas

Figura 4.

Sexo



Nota: Encuesta tabulada en IBM SPSS Statistics 27

Elaborado por: Lisbeth Bastidas

Con relación al sexo de los turistas encuestados, se observa una mayor presencia de sexo femenino, representando el 50.3% del total, mientras que el sexo masculino se observa el 49.7%. Se observa que el mayor porcentaje de turistas que visitan las hacen uso de servicios turísticos comunitarios son de sexo femenino.

Tabla 12.

Edad

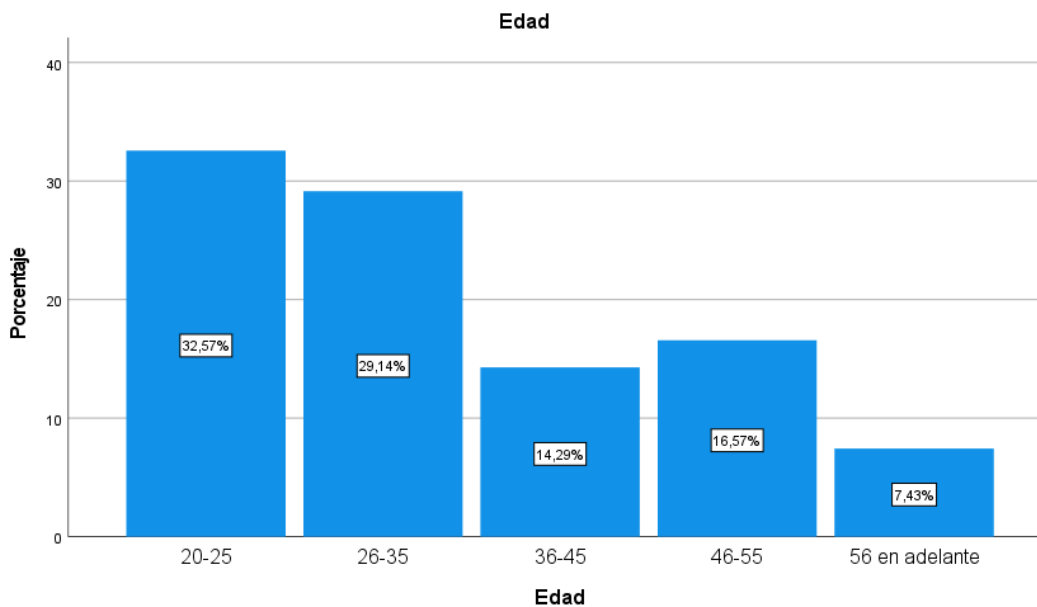
Válido		Frecuencia		Porcentaje	
			Porcentaje	válido	Porcentaje acumulado
	20-25	57	32,6	32,6	32,6
	26-35	51	29,1	29,1	61,7
	36-45	25	14,3	14,3	76,0
	46-55	29	16,6	16,6	92,6
	56 en adelante	13	7,4	7,4	100,0
	Total	175	100,0	100,0	

Nota: Encuesta tabulada en IBM SPSS Statistics 27

Elaborado por: Lisbeth Bastidas

Figura 5.

Edad



Nota: Encuesta tabulada en IBM SPSS Statistics 27

Elaborado por: Lisbeth Bastidas

Se identifica que el 32,6% de los encuestados representan un rango de edad entre 20-25 años, el 29,1% entre 26-35 años, el 16,6% entre 46- 55 años y el 14,3% entre 36-45 años, el 7,4% entre 56 en adelante. Se concluye que la mayoría de los encuestados son jóvenes con una edad entre 20-25 años.

Tabla 13.

Nivel de instrucción

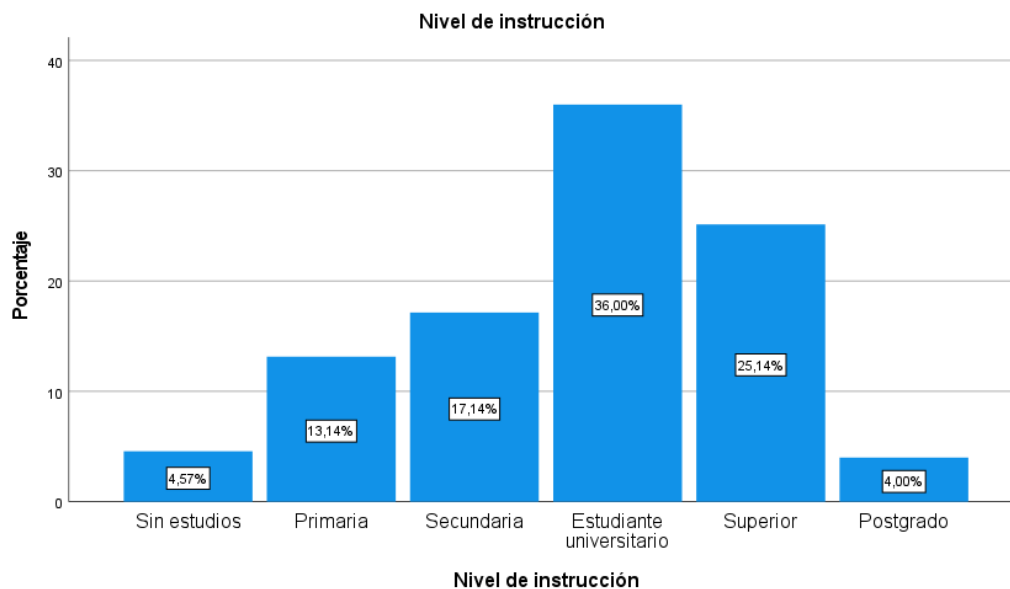
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Sin estudios	8	4,6	4,6	4,6
	Primaria	23	13,1	13,1	17,7
	Secundaria	30	17,1	17,1	34,9
	Estudiante universitario	63	36,0	36,0	70,9
	Superior	44	25,1	25,1	96,0
	Postgrado	7	4,0	4,0	100,0
	Total		175	100,0	100,0

Nota: Encuesta tabulada en IBM SPSS Statistics 27

Elaborado por: Lisbeth Bastidas

Figura 6.

Nivel de instrucción



Nota: Encuesta tabulada en IBM SPSS Statistics 27

Elaborado por: Lisbeth Bastidas

Se identifica que el 36,0% de los encuestados pertenecen a un nivel de instrucción estudiante universitario, el 25,1% superior, el 17,1% secundaria, el 13,1% primaria, el 4,6% sin estudios y el 4,0 postgrado. Se culmina que el mayor porcentaje son estudiantes universitarios.

Tabla 14.

Instalaciones del destino comunitario

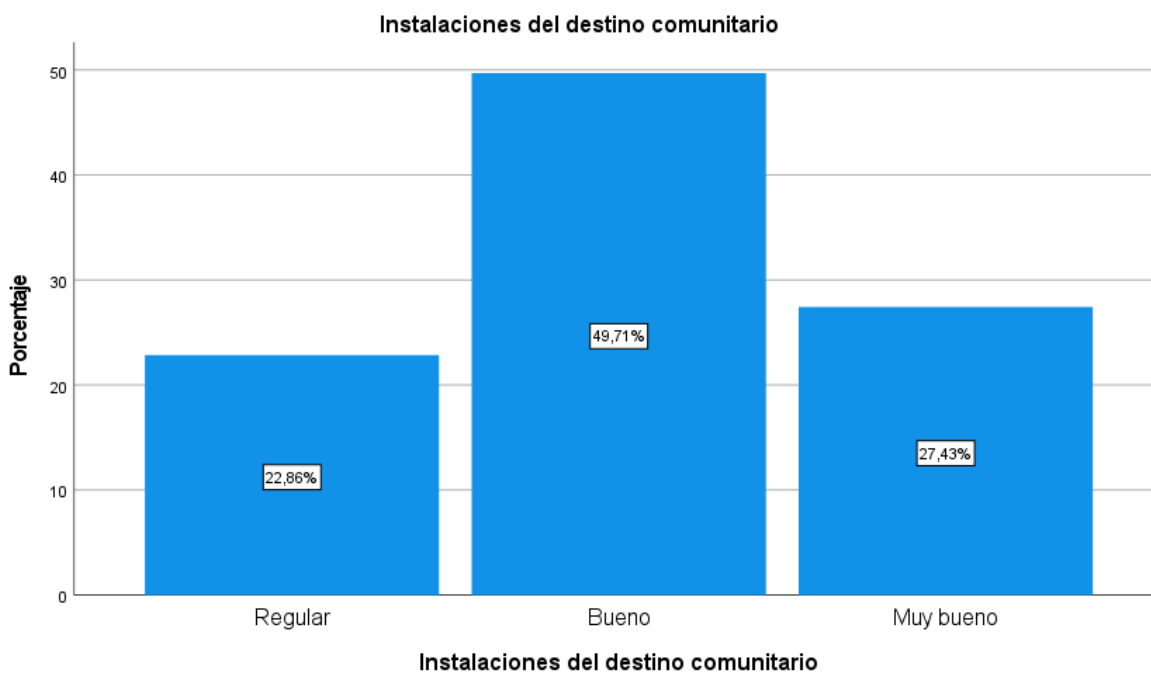
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Regular	40	22,9	22,9	22,9
	Bueno	87	49,7	49,7	72,6
	Muy bueno	48	27,4	27,4	100,0
	Total	175	100,0	100,0	

Nota: Encuesta tabulada en IBM SPSS Statistics 27

Elaborado por: Lisbeth Bastidas

Figura 7.

Instalaciones del destino comunitario



Nota: Encuesta tabulada en IBM SPSS Statistics 27

Elaborado por: Lisbeth Bastidas

De acuerdo con las encuestas aplicadas a los turistas mencionan que las instalaciones en el destino turístico comunitario son evaluadas con el 49,7% bueno, el 27,4% muy bueno, el 22,9% regular. Por lo tanto se concluye que la mayoría de los encuestados consideran las instalaciones relativamente buenas.

Tabla 15.

Personal del destino comunitario

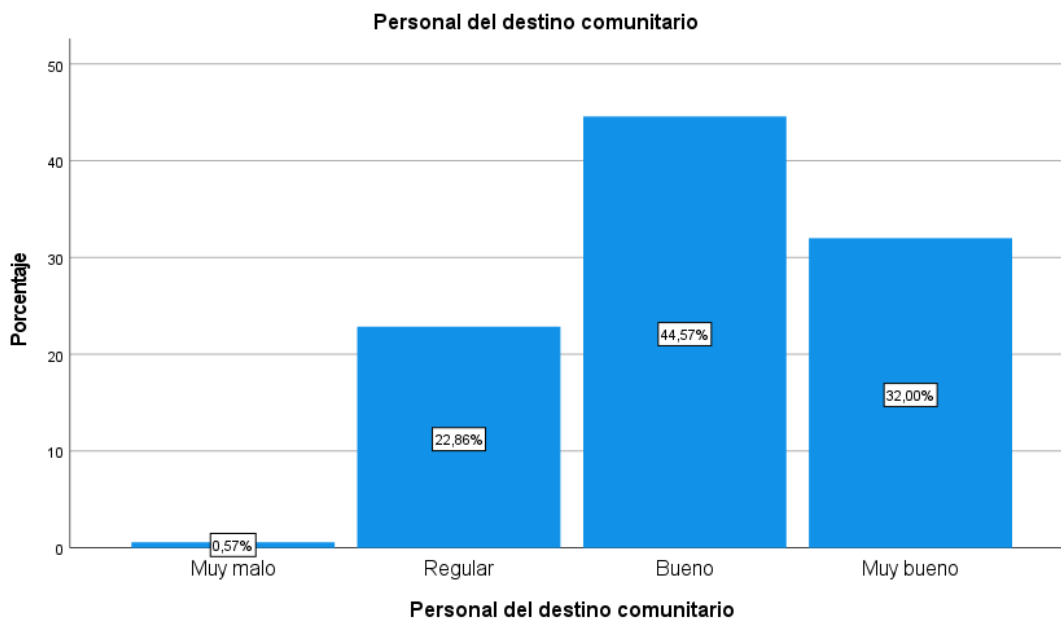
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Muy malo	1	,6	,6	,6
Regular	40	22,9	22,9	23,4
Bueno	78	44,6	44,6	68,0
Muy bueno	56	32,0	32,0	100,0
Total	175	100,0	100,0	

Nota: Encuesta tabulada en IBM SPSS Statistics 27

Elaborado por: Lisbeth Bastidas

Figura 8.

Personal del destino comunitario



Nota: Encuesta tabulada en IBM SPSS Statistics 27

Elaborado por: Lisbeth Bastidas

De acuerdo con las encuestas aplicadas a los turistas mencionan que el personal del destino turístico comunitario es evaluado con el 44,6% bueno, el 32,0% muy bueno, el 22,9% regular y el 0,6% muy malo. Se culmina que la mayoría de los encuestados consideran a el personal relativamente bueno.

Tabla 16.

Equipamiento del destino comunitario

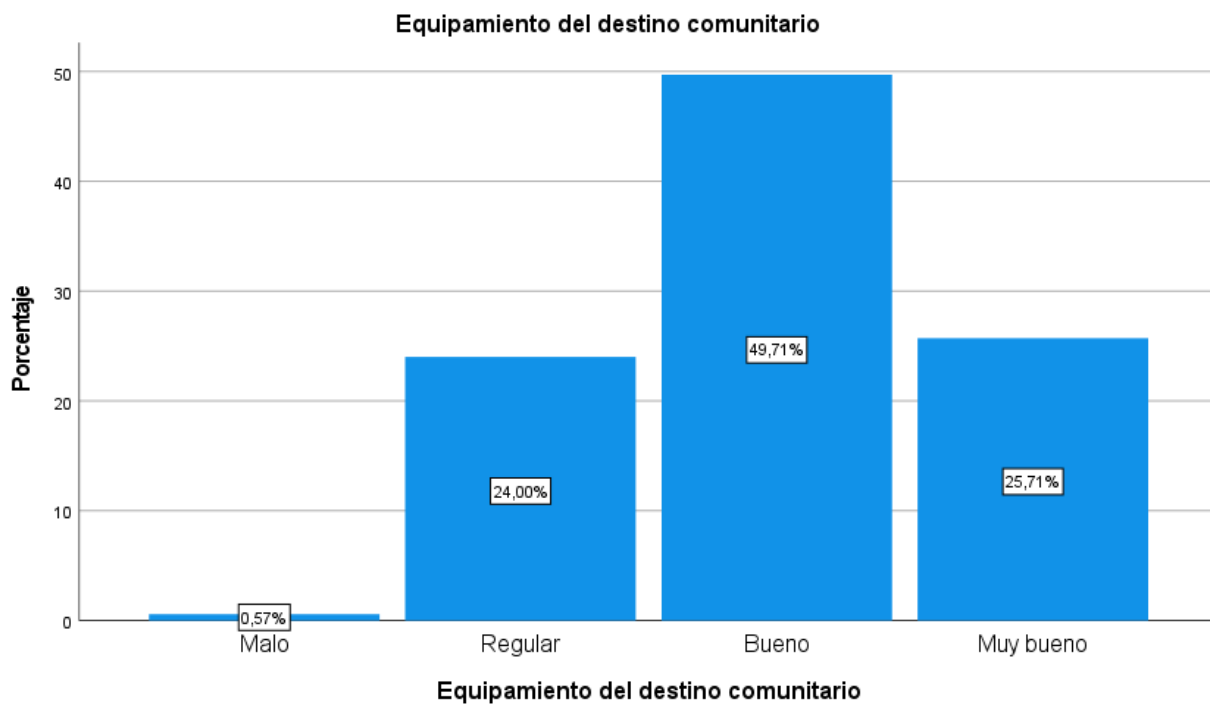
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Malo	1	,6	,6	,6
Regular	42	24,0	24,0	24,6
Bueno	87	49,7	49,7	74,3
Muy bueno	45	25,7	25,7	100,0
Total	175	100,0	100,0	

Nota: Encuesta tabulada en IBM SPSS Statistics 27

Elaborado por: Lisbeth Bastidas

Figura 9.

Equipamiento del destino comunitario



Nota: Encuesta tabulada en IBM SPSS Statistics 27

Elaborado por: Lisbeth Bastidas

De acuerdo con las encuestas aplicadas a los turistas mencionan que el equipamiento en el destino turístico comunitario es evaluado con el 49,7% bueno, el 25,7% muy bueno, el 24,0% regular y el 0,6% malo. Se concluye que el equipamiento es bueno.

Tabla 17.

Materiales de comunicación del destino comunitario

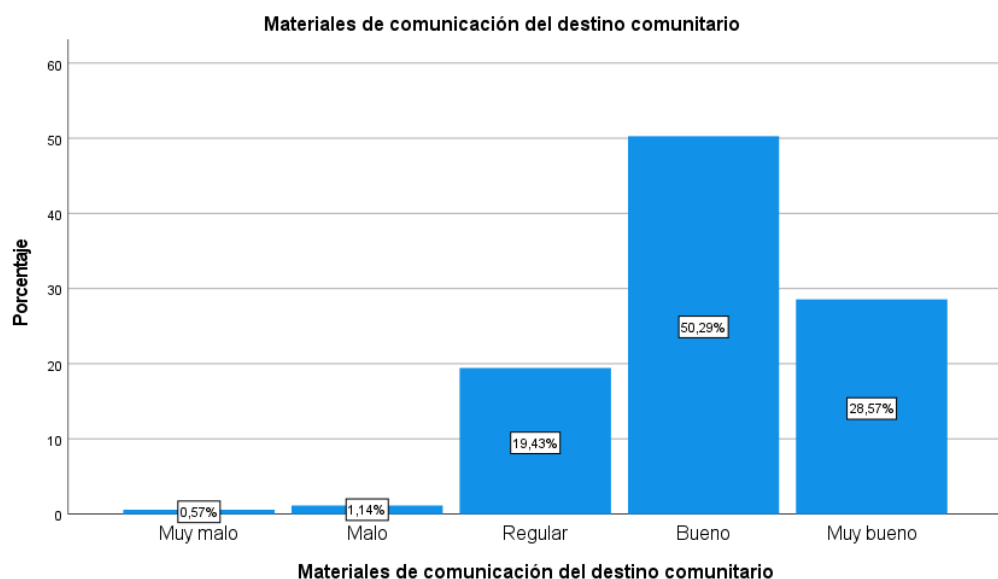
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Muy malo	1	,6	,6	,6
Malo	2	1,1	1,1	1,7
Regular	34	19,4	19,4	21,1
Bueno	88	50,3	50,3	71,4
Muy bueno	50	28,6	28,6	100,0
Total	175	100,0	100,0	

Nota: Encuesta tabulada en IBM SPSS Statistics 27

Elaborado por: Lisbeth Bastidas

Figura 10.

Materiales de comunicación del destino comunitario



Nota: Encuesta tabulada en IBM SPSS Statistics 27

Elaborado por: Lisbeth Bastidas

De acuerdo con las encuestas aplicadas a los turistas mencionan que los materiales de comunicación en el destino turístico comunitario son evaluados con el 50,3% bueno, el 28,6% muy bueno, el 19,4% regular, el 1,1% malo y el 0,6% muy malo. Se culmina que los materiales de comunicación son relativamente buenos.

Tabla 18.

Atención al cliente hacia los visitantes

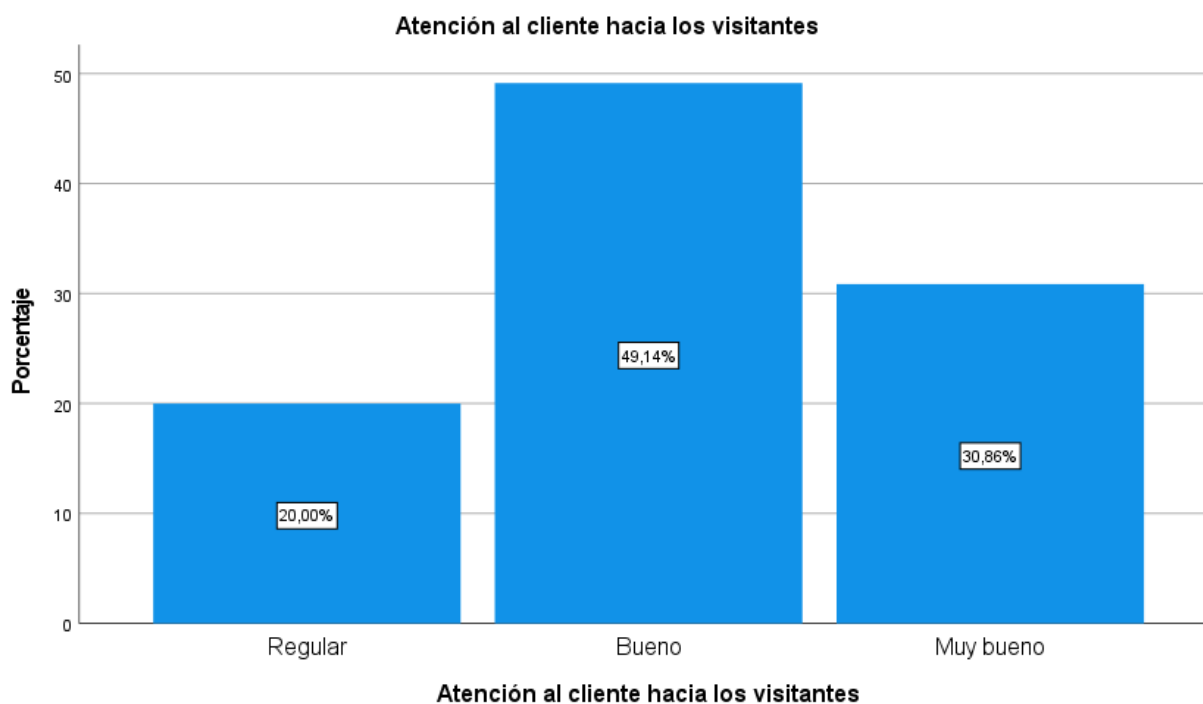
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Regular	35	20,0	20,0	20,0
	Bueno	86	49,1	49,1	69,1
	Muy bueno	54	30,9	30,9	100,0
	Total	175	100,0	100,0	

Nota: Encuesta tabulada en IBM SPSS Statistics 27

Elaborado por: Lisbeth Bastidas

Figura 11.

Atención al cliente hacia los visitantes



Nota: Encuesta tabulada en IBM SPSS Statistics 27

Elaborado por: Lisbeth Bastidas

Se identifica que la atención al cliente en el destino turístico comunitario es evaluada con el 49,1% bueno, el 30,9% muy bueno y el 20,0% regular. Se culmina que los dos porcentajes mayores concuerdan que la atención que brindan al cliente es bueno y muy bueno.

Tabla 19.

Fiabilidad de la información en el destino comunitario

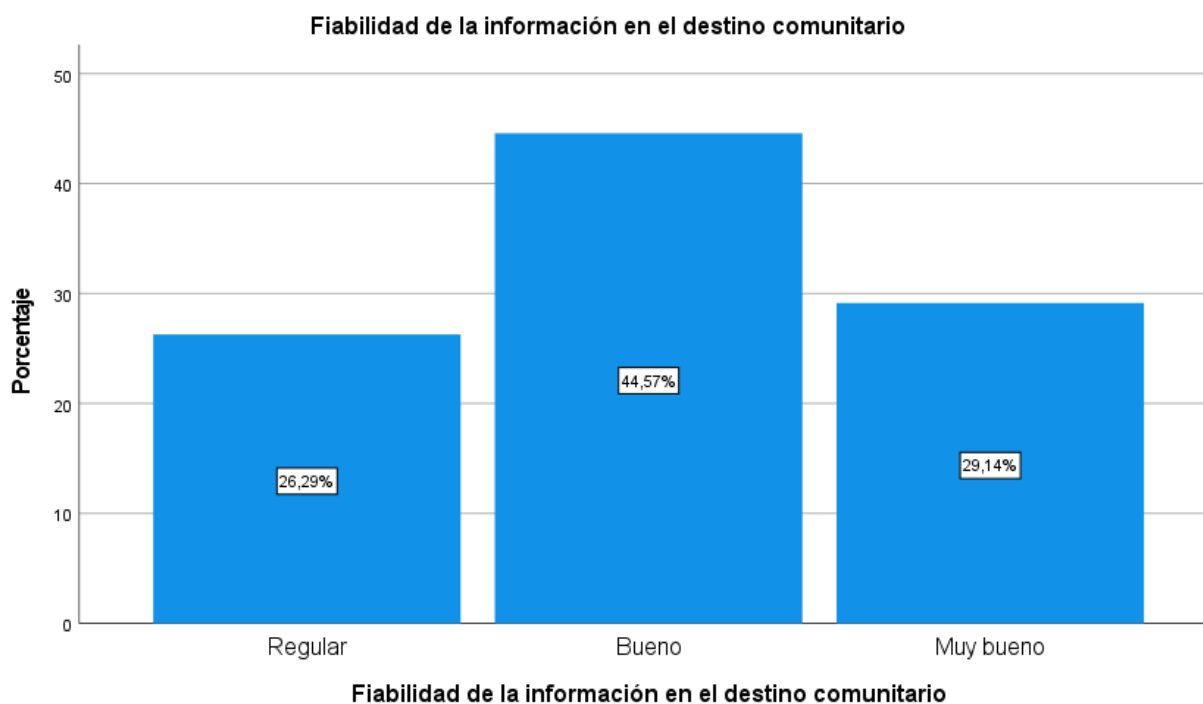
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Regular	46	26,3	26,3	26,3
Bueno	78	44,6	44,6	70,9
Muy bueno	51	29,1	29,1	100,0
Total	175	100,0	100,0	

Nota: Encuesta tabulada en IBM SPSS Statistics 27

Elaborado por: Lisbeth Bastidas

Figura 12.

Fiabilidad de la información en el destino comunitario



Nota: Encuesta tabulada en IBM SPSS Statistics 27

Elaborado por: Lisbeth Bastidas

Se identifica que en fiabilidad de la información del destino turístico comunitario es evaluada con el 44,6% bueno, el 29,1% muy bueno y el 26,3% regular. Se culmina que el porcentaje mayor es que la fiabilidad de la información es buena.

Tabla 20.

Capacidad de respuesta por parte de los colaboradores

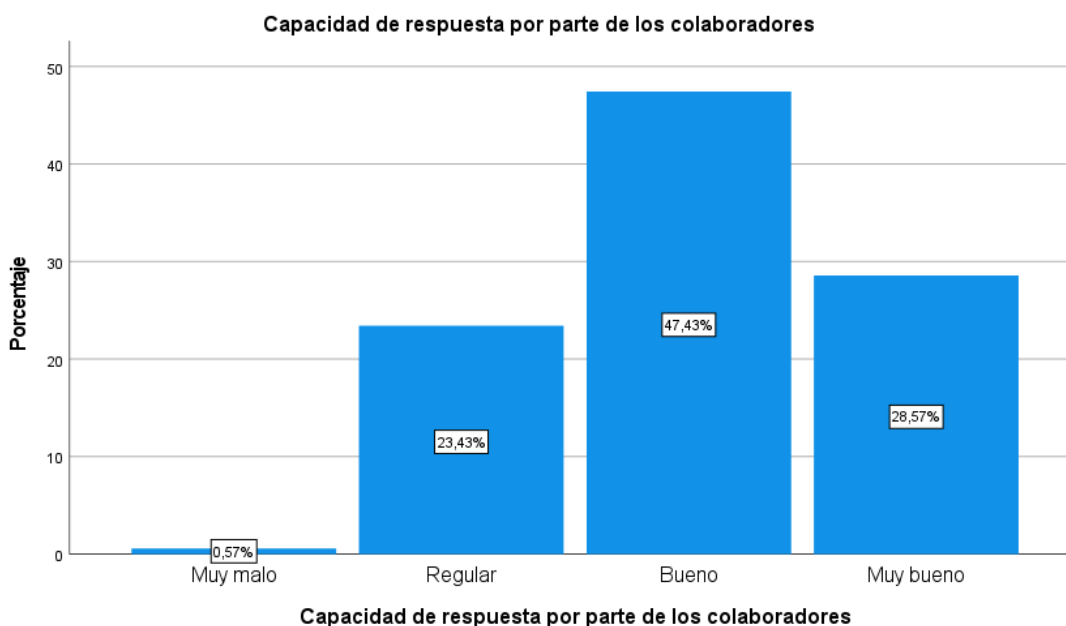
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Muy malo	1	,6	,6	,6
Regular	41	23,4	23,4	24,0
Bueno	83	47,4	47,4	71,4
Muy bueno	50	28,6	28,6	100,0
Total	175	100,0	100,0	

Nota: Encuesta tabulada en IBM SPSS Statistics 27

Elaborado por: Lisbeth Bastidas

Figura 13.

Capacidad de respuesta por parte de los colaboradores



Nota: Encuesta tabulada en IBM SPSS Statistics 27

Elaborado por: Lisbeth Bastidas

Se identifica que la capacidad de respuesta por parte de los colaboradores en el destino turístico comunitario es evaluada con el 47,4% bueno, el 28,6% muy bueno, el 23,4% regular y el 0,6% muy malo. Se culmina que el porcentaje mayor es que la capacidad de respuesta por parte de los colaboradores es buena.

Tabla 21.

Empatía con los visitantes en el destino comunitario

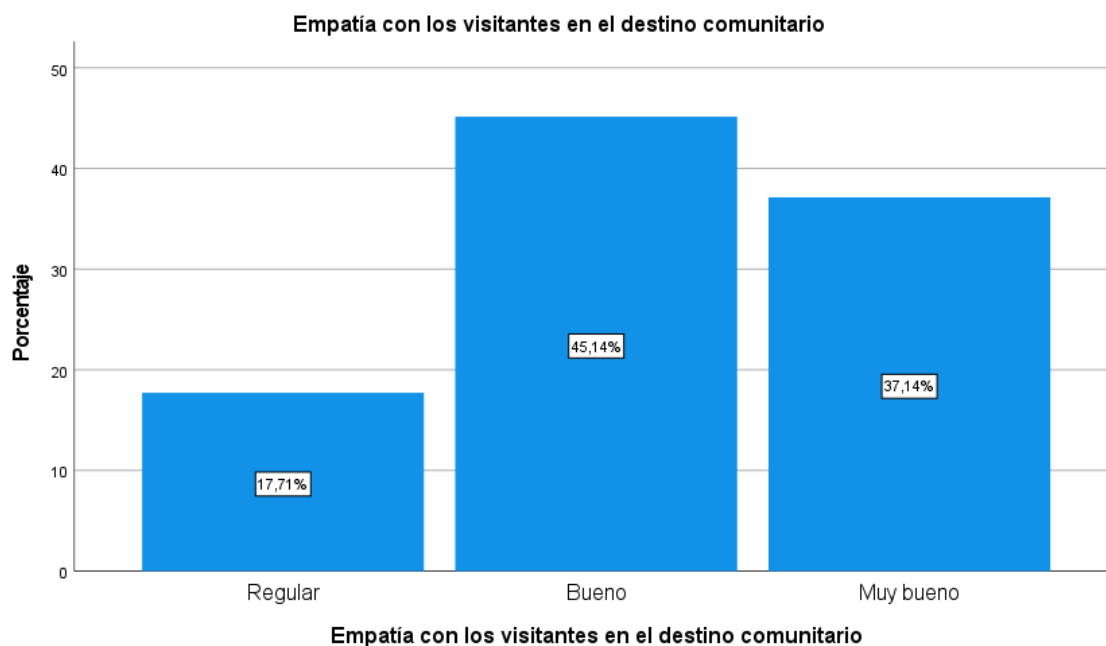
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Regular	31	17,7	17,7	17,7
	Bueno	79	45,1	45,1	62,9
	Muy bueno	65	37,1	37,1	100,0
	Total	175	100,0	100,0	

Nota: Encuesta tabulada en IBM SPSS Statistics 27

Elaborado por: Lisbeth Bastidas

Figura 14.

Empatía con los visitantes en el destino comunitario



Nota: Encuesta tabulada en IBM SPSS Statistics 27

Elaborado por: Lisbeth Bastidas

De acuerdo con las encuestas aplicadas a los turistas se identifica que la empatía con los visitantes en el destino comunitario es evaluada con el 45,1% bueno, el 37,1% muy bueno y el 17,7% regular. Se culmina que el porcentaje mayor es que la empatía con los visitantes en el destino comunitario es buena.

Tabla 22.

Compromiso con el servicio en el destino comunitario

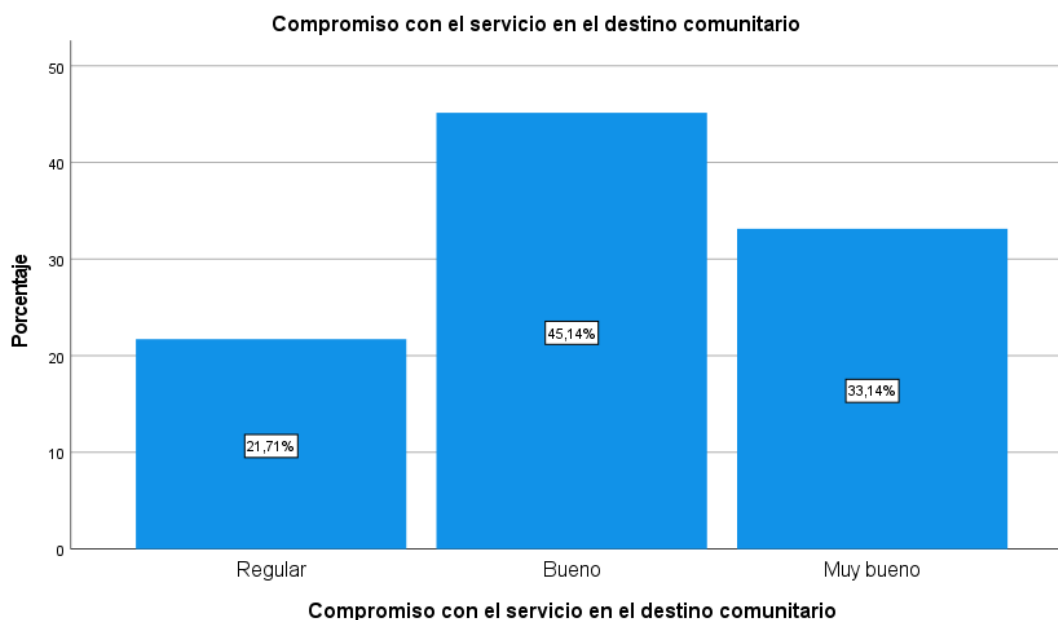
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Regular	38	21,7	21,7	21,7
	Bueno	79	45,1	45,1	66,9
	Muy bueno	58	33,1	33,1	100,0
	Total	175	100,0	100,0	

Nota: Encuesta tabulada en IBM SPSS Statistics 27

Elaborado por: Lisbeth Bastidas

Figura 15.

Compromiso con el servicio en el destino comunitario



Nota: Encuesta tabulada en IBM SPSS Statistics 27

Elaborado por: Lisbeth Bastidas

De acuerdo con las encuestas aplicadas a los turistas se identifica que el compromiso con el servicio en el destino comunitario es evaluado con el 45,1% bueno, el 33,1% muy bueno y el 21,7% regular. Se culmina que el porcentaje mayor es que el compromiso con el servicio en el destino comunitario es bueno.

Tabla 23.

Tiempo de espera para recibir atención

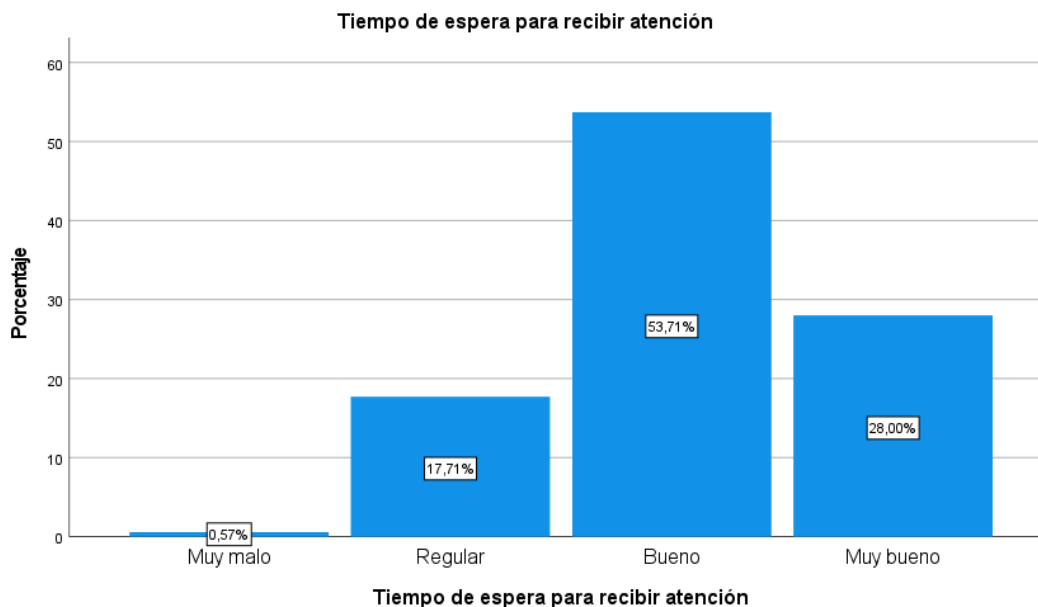
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Muy malo	1	,6	,6	,6
Regular	31	17,7	17,7	18,3
Bueno	94	53,7	53,7	72,0
Muy bueno	49	28,0	28,0	100,0
Total	175	100,0	100,0	

Nota: Encuesta tabulada en IBM SPSS Statistics 27

Elaborado por: Lisbeth Bastidas

Figura 16.

Tiempo de espera para recibir atención



Nota: Encuesta tabulada en IBM SPSS Statistics 27

Elaborado por: Lisbeth Bastidas

Se identifica que el tiempo de espera para brindar atención a los visitantes en el destino comunitario es evaluada con el 53,7% bueno, el 28,0% muy bueno, el 17,7% regular y el 0,6% muy malo. Se culmina que el porcentaje mayor es que el tiempo de espera para brindar atención a los visitantes en el destino comunitario es buena.

Tabla 24.

Disponibilidad de servicios

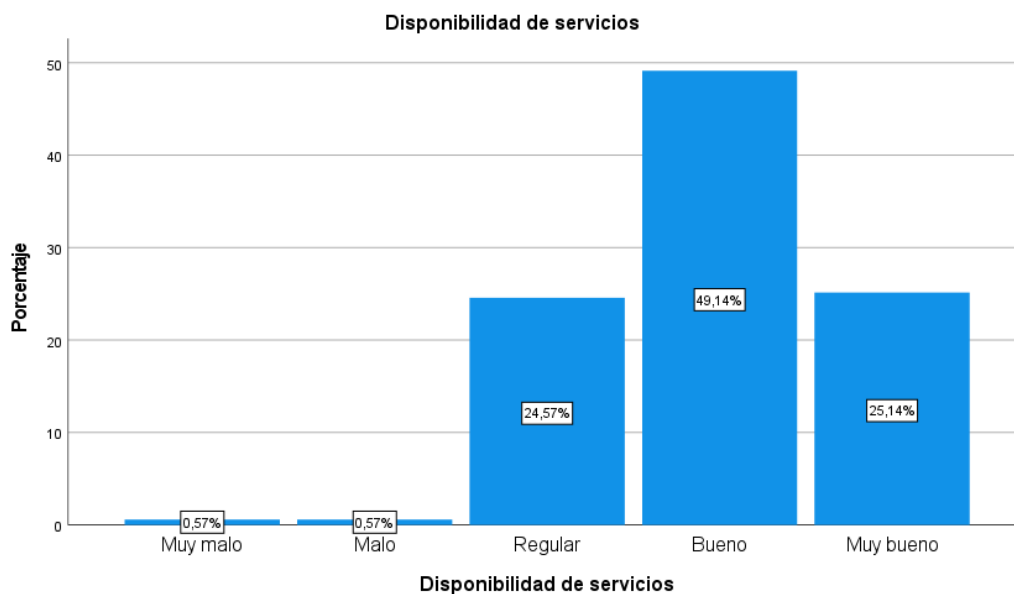
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy malo	1	,6	,6	,6
	Malo	1	,6	,6	1,1
	Regular	43	24,6	24,6	25,7
	Bueno	86	49,1	49,1	74,9
	Muy bueno	44	25,1	25,1	100,0
	Total	175	100,0	100,0	

Nota: Encuesta tabulada en IBM SPSS Statistics 27

Elaborado por: Lisbeth Bastidas

Figura 17.

Disponibilidad de servicios



Nota: Encuesta tabulada en IBM SPSS Statistics 27

Elaborado por: Lisbeth Bastidas

Se identifica que la disponibilidad de servicios en el destino comunitario es evaluada con el 49,1% bueno, el 25,1% muy bueno, el 24,6% regular, el 0,6% malo y el 0,6% muy malo. Se culmina que el porcentaje mayor en disponibilidad de servicios en el destino comunitario es bueno.

Tabla 25.

Precios de los servicios ofrecidos con relación a su calidad

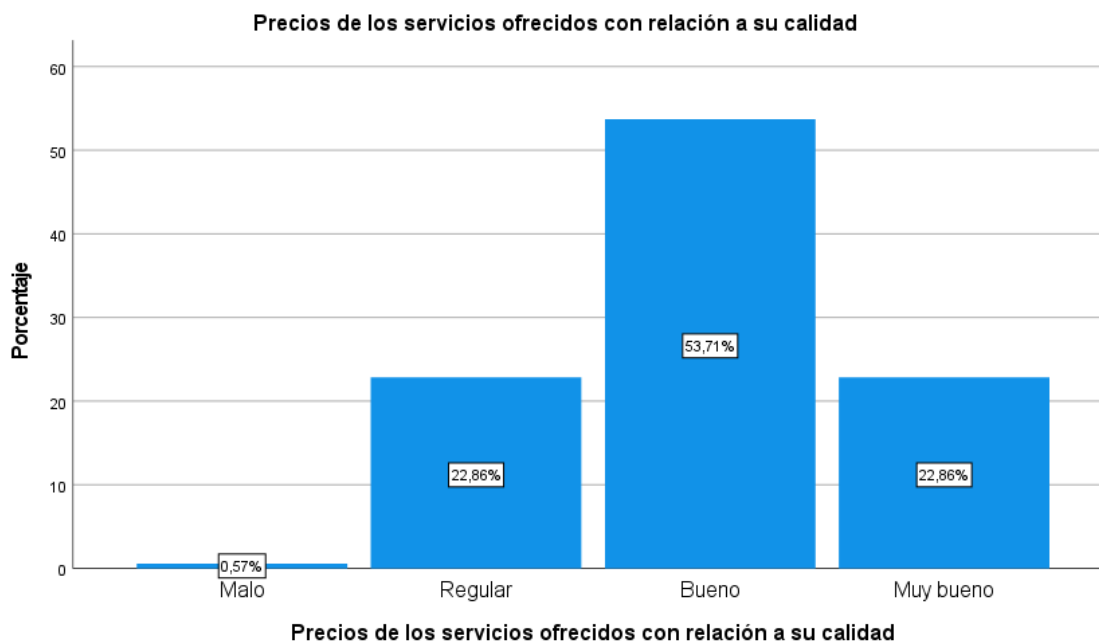
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Malo	1	,6	,6	,6
Regular	40	22,9	22,9	23,4
Bueno	94	53,7	53,7	77,1
Muy bueno	40	22,9	22,9	100,0
Total	175	100,0	100,0	

Nota: Encuesta tabulada en IBM SPSS Statistics 27

Elaborado por: Lisbeth Bastidas

Figura 18.

Precios de los servicios ofrecidos con relación a su calidad



Nota: Encuesta tabulada en IBM SPSS Statistics 27

Elaborado por: Lisbeth Bastidas

Se identifica que la relación precio – calidad en el destino comunitario es evaluada con el 53,7% bueno, el 22,9% muy bueno, el 22,9% regular y el 0,6% malo. Se culmina que el porcentaje mayor en precio – calidad en el destino comunitario es bueno.

Tabla 26.

Expectativas del visitante

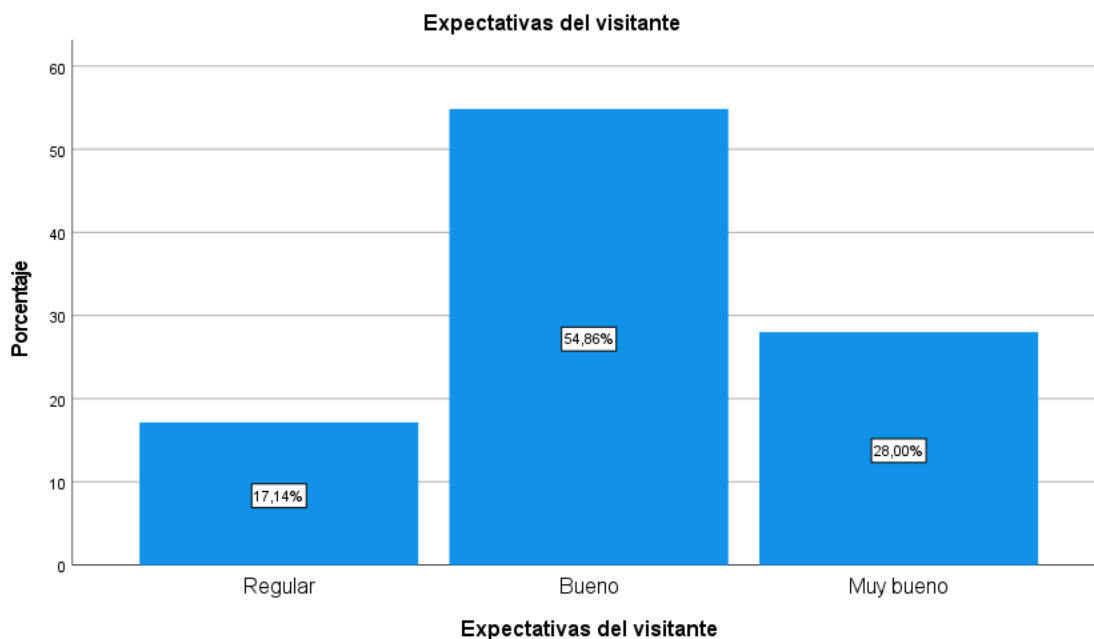
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Regular	30	17,1	17,1	17,1
	Bueno	96	54,9	54,9	72,0
	Muy bueno	49	28,0	28,0	100,0
	Total	175	100,0	100,0	

Nota: Encuesta tabulada en IBM SPSS Statistics 27

Elaborado por: Lisbeth Bastidas

Figura 19.

Expectativas del visitante



Nota: Encuesta tabulada en IBM SPSS Statistics 27

Elaborado por: Lisbeth Bastidas

Según las encuestas aplicadas a los turistas mencionan que las expectativas del visitante en el destino comunitario son evaluadas con el 54,9% bueno, el 28,0% muy bueno y el 17,1% regular. Se culmina que el porcentaje mayor en expectativas del visitante en el destino comunitario es bueno.

Tabla 27.

Experiencia del visitante

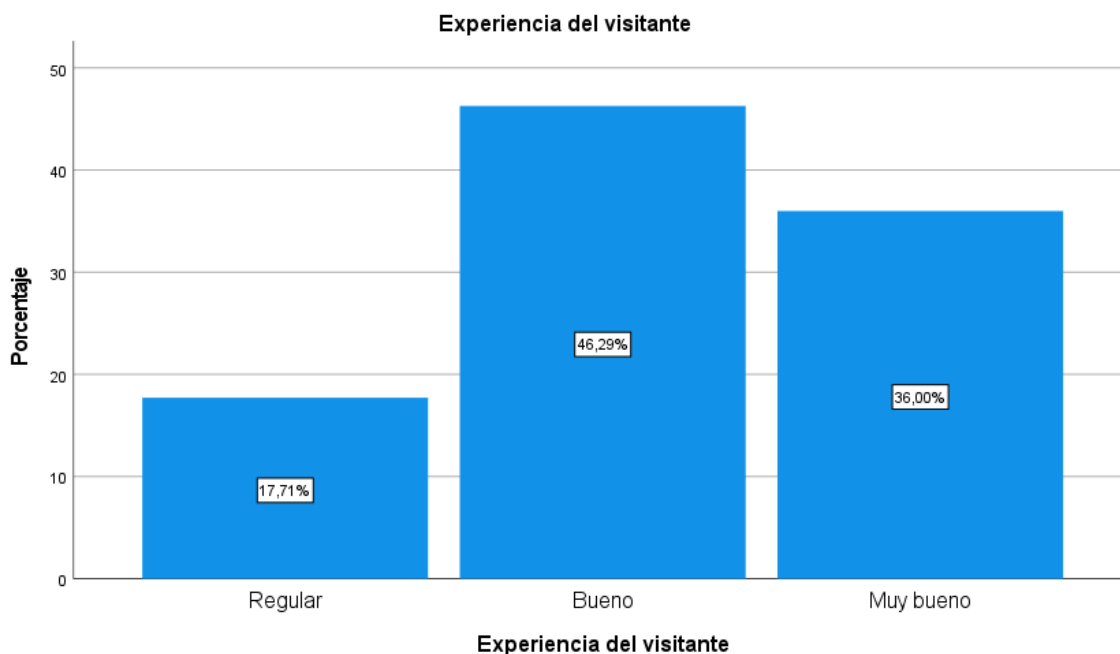
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Regular	31	17,7	17,7	17,7
	Bueno	81	46,3	46,3	64,0
	Muy bueno	63	36,0	36,0	100,0
	Total	175	100,0	100,0	

Nota: Encuesta tabulada en IBM SPSS Statistics 27

Elaborado por: Lisbeth Bastidas

Figura 20.

Experiencia del visitante



Nota: Encuesta tabulada en IBM SPSS Statistics 27

Elaborado por: Lisbeth Bastidas

De acuerdo con las encuestas aplicadas a los turistas mencionan que la experiencia del visitante en el destino comunitario es evaluada con el 46,3% bueno, el 36,0% muy bueno y el 17,7% regular. Se culmina que el porcentaje mayor en experiencia del visitante en el destino comunitario es bueno.

Tabla 28.

Percepción del visitante

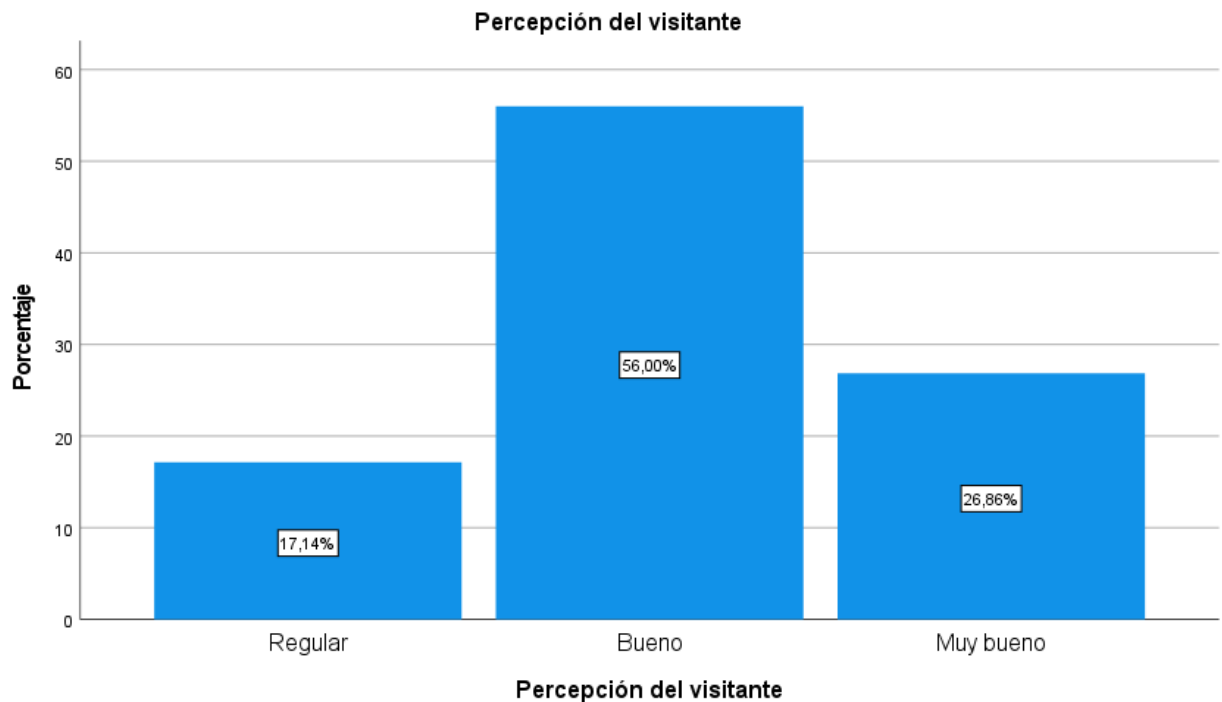
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Regular	30	17,1	17,1	17,1
	Bueno	98	56,0	56,0	73,1
	Muy bueno	47	26,9	26,9	100,0
	Total	175	100,0	100,0	

Nota: Encuesta tabulada en IBM SPSS Statistics 27

Elaborado por: Lisbeth Bastidas

Figura 21.

Percepción del visitante



Nota: Encuesta tabulada en IBM SPSS Statistics 27

Elaborado por: Lisbeth Bastidas

Se identifica que la percepción del visitante en el destino comunitario es evaluada con el 56,0% bueno, el 26,9% muy bueno y el 17,1% regular. Se culmina que el porcentaje mayor en percepción del visitante en el destino comunitario es bueno.

Anexo 10. Resultados de las entrevistas

Tabla 29.

Resultado de la entrevista 1

RESULTADOS DE LA ENTREVISTA		
Comunidad: Palacio Real	Técnica: Entrevista	Tipo: Semiestructurada
Lugar: Centro comunitario	Investigador: Lisbeth Bastidas	
Fecha: 03/06/2024	Entrevistado: Administradora	
Investigador	Buenos días me puede ayudar respondiendo unas preguntas para Mejorar el servicio de la de la comunidad. Ayúdeme con sus nombres y apellidos	
Entrevistado	Mi nombre es Rocío Liliana Tacuri Tayupanda	
Investigador	¿Qué rol tiene usted en la comunidad?	
Entrevistado	Estoy en el cargo de la administración del restaurante	
Investigador	Desde qué fecha cumple este rol en la comunidad	
Entrevistado	Desde el 2023 la fecha no me acuerdo	
Investigador	¿Como miembro de la comunidad participa algún plan de desarrollo estratégico?	
Entrevistado	Sí participamos así en reuniones cursos charlas	
Investigador	¿Usted que entiende como servicios turísticos?	
Entrevistado	Dar algún servicio de los clientes de atenderles bien, recibirles bien	
Investigador	¿Considera usted que la comunidad cuenta con los servicios necesarios para los turistas?	
Entrevistado	Sí, sí, sí, sí tenemos los servicios	
Investigador	¿Qué servicios ustedes proporcionan a los turistas?	
Entrevistado	Tenemos el restaurante tenemos los senderos las caminatas y el museo de artesanías son lo que ofrecemos aquí	
Investigador	¿Considera usted que la comunidad cuenta con el conocimiento para brindar servicios turísticos?	
Entrevistado	Si porque si han recibido charlas capacitaciones	
Investigador	¿Qué tipo de capacitaciones han recibido los colaboradores?	
Entrevistado	Han recibido los cursos de capacitaciones de gastronomía capacitaciones de atención al cliente y capacitaciones de guianza	
Investigador	¿Considera que las condiciones de la instalaciones y equipamiento de la comunidad son adecuadas para los turistas?	
Entrevistado	Sí, pero igual nos falta mejorar porque si si tenemos algunos cambios que realizar, si nos falta mejorar y sí tenemos los equipos adecuados	
Investigador	¿Cómo describe la accesibilidad de destructivos turísticos de la comunidad?	

Entrevistado	Aquí, sí, sí, hay señaléticas los caminos. Están como es uno de los senderos son un camino de tierra
Investigador	Pero están en buen estado
Entrevistado	Sí, sí, están en buen estado igual si existe señalética
Investigador	¿Cree usted importante que la comunidad cuente con un documento, Un manual que sirva de consulta de pasos a seguir para que ayude a mejorar la calidad en los servicios turísticos?
Entrevistado	Si nos hace falta, si quisiéramos hacer algo así, pero si quisiéramos tener eso, para poder que los turistas más se identifiquen así y no se puedan perder.
Investigador	Muchas gracias
Entrevistado	De nada

Tabla 30.

Resultado de la entrevista 2

RESULTADOS DE LA ENTREVISTA		
Comunidad: Palacio Real	Técnica: Entrevista	Tipo: Semiestructurada
Lugar: Centro comunitario	Investigador: Lisbeth Bastidas	
Fecha: 03/06/2024	Entrevistado: presidente	
Investigador	Buenos días, me puede ayudar con unas preguntitas para saber cómo es el servicio en la comunidad	
Entrevistado	Buenos días, mi nombre es Marco Págalo gracias por la entrevista que están haciendo que sean bienvenidos a la comunidad	
Investigador	Me puede ayudar con que con que rol cumple usted en la comunidad	
Entrevistado	Llevar la presidencia de la Comunidad de palacio real	
Investigador	Desde qué fecha cumple este rol	
Entrevistado	Desde el primero de enero	
Investigador	Desde que año	
Entrevistado	Desde 2024	
Investigador	Como miembro de la comunidad participa en algún plan de desarrollo estratégico para la comunidad	
Entrevistado	Si así cuando vienen los señores, hacemos todo lo posible para encontrar	
Investigador	Usted qué entiende como servicios turísticos	
Entrevistado	Que vengan los turistas o sea para decir que tenemos este servicio para brindarle	
Investigador	Considera usted que la comunidad cuenta con los servicios turísticos necesarios para los visitantes	
Entrevistado	Ahorita por el momento no cuenta con eso, o sea, se restaurant bebidas eso, sí, pero próximamente en el hospedaje y ya está, va a funcionar	

Investigador	Considera usted que la comunidad cuenta con el conocimiento para brindar servicios turísticos
Entrevistado	Si brinda con todo eso porque están capacitados
Investigador	Qué tipo de capacitación tiene los colaboradores
Entrevistado	Osea los colaboradores tienen capacitaciones de gastronomía tienen de turismo que fueron a un curso, ellos si están capacitados
Investigador	Consideran que las condiciones de la instalación y equipamiento de la comunidad son adecuadas para brindar el servicio a los turistas
Entrevistado	Están bien adecuadas para el servicio a los turistas
Investigador	En el servicio de alimentos y bebidas
Entrevistado	Si en el servicio de alimentos y bebidas, pero ya próximamente el hospedaje
Investigador	Cómo describe la accesibilidad a los atractivos turísticos de la comunidad
Entrevistado	O sea, con los senderos
Investigador	Como es la accesibilidad a esos lugares
Entrevistado	Osea están ahorita en buenas condiciones. Brindamos, las guías saben cómo brindar el turismo a los turistas
Investigador	Cree usted importante que la comunidad cuente con un documento un manual que sirva de consulta de pasos a seguir para adquirir a mejorar la calidad de los servicios turísticos
Entrevistado	Osea eso si le rogaría señorita a ver si nos ayude a hacer el manual osea nosotros no tenemos eso
Investigador	Entonces es importante
Entrevistado	Es importante para nosotros para que nos ayuden
Investigador	Eso es todo muchas gracias
Entrevistado	Muchas gracias, les agradezco

Tabla 31.

Resultado de la entrevista 3

RESULTADOS DE LA ENTREVISTA		
Comunidad: La Esperanza	Técnica: Entrevista	Tipo: Semiestructurada
Lugar: Centro comunitario	Investigador: Lisbeth Bastidas	
Fecha: 03/06/2024	Entrevistado: Administradora	
Investigador	Buenos días le voy a hacer una entrevista. Ayúdeme con sus nombres y apellidos	
Entrevistado	Bueno gracias por visitar yo me llamo Juana Luisa Chirragualli	
Investigador	¿Qué rol cumple usted en la comunidad?	
Entrevistado	Como presidenta de la organización	

Investigador	Desde qué fecha cumple este rol en la comunidad
Entrevistado	Desde noviembre de 2023
Investigador	¿Como miembro de la comunidad participa algún plan de desarrollo estratégico?
Entrevistado	si
Investigador	¿Usted que entiende como servicios turísticos?
Entrevistado	Como turístico aquí para nosotros un trabajo visita de otro país de otras ciudades está bien para nosotros
Investigador	Y que servicios nomas ustedes ofrecen aquí en la comunidad
Entrevistado	Aquí nosotros así comida cabalgata así
Investigador	Alojamiento tal vez
Entrevistado	Si todo eso tenemos
Investigador	¿Considera usted que la comunidad cuenta con los servicios necesarios para los turistas?
Entrevistado	Si
Investigador	Ustedes tienen todos los servicios básicos, servicios de viabilidad todo para que el turista pueda entrar aquí
Entrevistado	Si todo esta adecuado si esta todo bien aquí
Investigador	¿Considera usted que la comunidad cuenta con el conocimiento para brindar servicios turísticos?
Entrevistado	Si saben venir a ayudar los del consejo provincial y otros también vienen
Investigador	¿Qué tipo de capacitaciones han recibido los colaboradores?
Entrevistado	Como podemos recibir a los turistas y otras cosas aquí
Investigador	¿Considera que las condiciones de la instalaciones y equipamiento de la comunidad son adecuadas para los turistas?
Entrevistado	Si disculpe el camino de Colta está bien todo el camino para llegar esta bien adecuado
Investigador	¿Cómo describe la accesibilidad a los atractivos turísticos de la comunidad, Para entrar al alojamiento el camino si está en buen estado?
Entrevistado	Si está bien en buen estado esta hasta el momento
Investigador	¿Cree usted importante que la comunidad cuente con un documento, Un manual que sirva de consulta de pasos a seguir para que ayude a mejorar la calidad en los servicios turísticos?
Entrevistado	Si gracias nosotros necesitamos la ayuda como podemos salir adelante como podemos recibir al turista nosotros si necesitamos la ayuda
Investigador	Eso es todo, muchas gracias
Entrevistado	Gracias.

Tabla 32.

Resultado de la entrevista 4

RESULTADOS DE LA ENTREVISTA		
Comunidad: Palacio Real	Técnica: Entrevista	Tipo: Semiestructurada
Lugar: Centro comunitario	Investigador: Lisbeth Bastidas	
Fecha: 03/06/2024	Entrevistado: Presidente	
Investigador	Buenas tardes me puede ayudar con una entrevista	
Entrevistado	Claro mucho gusto buenas tardes	
Investigador	Ayúdeme con su nombre por favor	
Entrevistado	Mi nombre es José Segundo Pilamunga Caizaguano	
Investigador	Que rol cumple en la comunidad	
Entrevistado	Bueno, en la comunidad desde el primero de enero de 2024 cumple con en función, gracias a la confianza de la comunidad a los moradores como presidente.	
Investigador	Cumple algún otro rol	
Entrevistado	Si cumpla otro rol desde el 30 de noviembre de 2022 como administrador de Turismo comunitario.	
Investigador	Como miembro de la comunidad participa en algún plan de desarrollo estratégico	
Entrevistado	Si	
Investigador	Usted entiende como servicios turísticos	
Entrevistado	En servicios turísticos lo que entiendo es primero Tenernos a las personas acá en nuestra comunidad entonces indicarle a todos visitantes nuestra vivencia nuestra cultura nuestra tradición y también nuestra gastronomía y también para que ellos sienten y que conozcan y al mismo tiempo como turismo comprendemos es tener un fuente de empleo índice medio contrarrestarnos para que no haya migraciones y así en nuestra comunidad que se queden especialmente en la juventud y así para contrarrestar la inmigración	
Investigador	Que servicios ustedes ofrecen en la comunidad	
Entrevistado	Ofrecemos es primero, por ejemplo el hospedaje, alimentación en servicios de parte actividad lo que ofrecemos es por ejemplo lo que es caminata a través de los senderos y también cabalgata ordeño y tenemos un museo y también el recorrido por la planta de lácteos, la elaboración de los quesos y el recorrido por la comunidad y al mismo tiempo también ofrecemos lo que es del camping.	
Investigador	¿Considera usted que la comunidad cuenta con los servicios necesarios para los turistas?	
Entrevistado	No, en su totalidad pero contamos con un 70% Más o menos.	

Investigador	¿Considera usted que la comunidad cuenta con el conocimiento para brindar servicios turísticos?
Entrevistado	Bueno, no puedo decir al 100% pero gracias con varias capacitaciones también con las responsabilidades de los compañeros, quienes estamos acá al frente, contamos un 80 % que estamos seguros y capacitados para podernos llevar esto al frente.
Investigador	Y qué tipo de capacitación han recibido
Entrevistado	Lo que hemos recibido en las capacitaciones? Son por ejemplo en administración y también en servicio atención al cliente en manipulaciones de alimentos y también en variedades de realizar el tipo de menú y al mismo tiempo en guianza en los primeros auxilios y también hemos recibido las capacitaciones desde en como motivar a los funcionarios, quienes están en este medio trabajando.
Investigador	Considera que las condiciones de las instalaciones de la comunidad son adecuadas para los turistas
Entrevistado	Consideramos un 95% que estamos en buena calidad
Investigador	Cómo describe la accesibilidad a los atractivos turísticos de la comunidad para ir como me decía, hay caminatas para ir a esos senderos
Entrevistado	Bueno la accesibilidad, eh Yo les considero. Bueno, tenemos un poquito dificultad por la altura por la actitud que estamos a través de 3.300 a 3,900 desde la altitud, pero de ahí y yo sé que cuesta, pero sí es más accesibilidad, o sea que hay más tranquilo para podernos llegar a esos lugares.
Investigador	Cree usted importante que la comunidad cuente con un documento o un manual o guía y sirva de consulta para seguir para el paso de servicio a los servicios turísticos.
Entrevistado	Bueno, primero agradecemos a ustedes y en ese medio para nosotros sería un material muy muy importante porque este manual tenemos porque hoy yo estoy de administración algo alguna cosita, sé pero mañana podrá venir otras administrador otro representantes en todas las funciones, pero teniendo un manual ya no sería alguien nuevo que venga que venga a cogernos de del cero, si no ya teniendo un manual, sería un poco más fácil, digo que para poderlo seguir continuando y así este turismo para que siga avanzando.
Investigador	Muchas gracias
Entrevistado	Gracias.