



**ESPE**  
UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS  
INNOVACIÓN PARA LA EXCELENCIA

**DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS**

**ADMINISTRATIVAS Y DE COMERCIO**

**CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA Y**

**HOTELERA**

**TRABAJO DE TITULACIÓN, PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO**

**DE INGENIERA EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA Y HOTELERA**

**TEMA: LA CALIDAD EN EL SERVICIO DE TERMAS COMO EJE DE  
DESARROLLO TURÍSTICO LOCAL: CASO CANTÓN TULCÁN- CARCHI**

**AUTORES:**

**CASTILLO PERALTA, CORAYMA PILAR**

**GUILCAPI RIVERA, ANDREA CAROLINA**

**DIRECTOR: MGTR. PALADINES, GUSTAVO VLADIMIR**

**SANGOLQUÍ**

**2018**



# ESPE

UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS  
INNOVACIÓN PARA LA EXCELENCIA

DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, ECONOMICAS Y DE  
COMERCIO

CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA Y HOTELERA

## CERTIFICACIÓN

Certifico que el trabajo de titulación, "**LA CALIDAD EN EL SERVICIO DE TERMAS COMO EJE DE DESARROLLO TURÍSTICO LOCAL: CASO CANTÓN TULCÁN-CARCHI**" fue realizado por las señoritas **CASTILLO PERALTA CORAYMA PILAR** y **GUILCAPI RIVERA ANDREA CAROLINA**, el mismo que ha sido revisado en su totalidad, analizado por la herramienta de verificación de similitud de contenido; por lo tanto cumple con los requisitos teóricos, científicos, técnicos, metodológicos y legales establecidos por la Universidad de Fuerzas Armadas ESPE, razón por la cual me permito acreditar y autorizar para que lo sustente públicamente.

Sangolquí, 16 de Octubre del 2018

Mgtr. Paladines, Gustavo Vladimir

C.C. 1711240042



DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS ECONÓMICAS Y DE  
COMERCIO

CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA Y HOTELERA

### AUTORÍA DE RESPONSABILIDAD

Nosotras, *CASTILLO PERALTA CORAYMA PILAR* y *GUILCAPI RIVERA ANDREA CAROLINA*, declaramos que el contenido, ideas y criterios del trabajo de titulación: *LA CALIDAD EN EL SERVICIO DE TERMAS COMO EJE DE DESARROLLO TURÍSTICO LOCAL: CASO CANTÓN TULCÁN- CARCHI* es de nuestra autoría y responsabilidad, cumpliendo con los requisitos teóricos, científicos, técnicos, metodológicos y legales establecidos por la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE, respetando los derechos intelectuales de terceros y referenciando las citas bibliográficas.

Consecuentemente el contenido de la investigación mencionada es veraz.

Sangolquí, 16 de Octubre del 2018

Corayma Pilar Castillo Peralta

C.C 1723450712

Andrea Carolina Guilcapi Rivera

C.C. 1714548946



DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS ECONÓMICAS Y DE  
COMERCIO

CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA Y HOTELERA

AUTORIZACIÓN

Nosotras, **CASTILLO PERALTA CORAYMA PILAR**, y **GUILCAPI RIVERA ANDREA CAROLINA**, autorizamos a la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE publicar el trabajo de titulación: **LA CALIDAD EN EL SERVICIO DE TERMAS COMO EJE DE DESARROLLO TURÍSTICO LOCAL: CASO CANTÓN TULCÁN- CARCHI**, en el Repositorio Institucional, cuyo contenido, ideas y criterios son de nuestra responsabilidad.

Sangolquí, 16 de Octubre del 2016



Corayma Pilar Castillo Peralta

C.C 1723450712



Andrea Carolina Guilcapi Rivera

C.C. 1714548946

## DEDICATORIA

*“Confía en el Señor de todo corazón, y no en tu propia inteligencia. Reconócelo en todos tus caminos, y él allanará tus sendas.” Proverbios 3: 5-6*

*Este trabajo está dedicado a mis padres Lucy, Carlos y Steven, pues ellos son el eje primordial de mi vida y mi apoyo incondicional en las diferentes etapas de la misma. Agradezco a Dios por escogerlos a ellos para que guíen mi camino.*

*A Fernanda y Fernando porque más allá de ser mi hermana mayor y mi cuñado, han sido mis amigos y cada uno de sus consejos me han servido para bien.*

*También dedico este trabajo a David, Dome y Viole esos pequeños seres que amo de una manera única y quienes me motivan a seguir adelante.*

*A Eduardo quien en este tiempo ha sido un pilar fundamental para el desarrollo de este trabajo.*

*Dedico este logro principalmente a Dios y a las personas que más amo*

**Corayma**

**DEDICATORIA**

*A mi hijo, mi verdadero y único amor*

*Sebastián*

*A mi madre por ser la mejor mujer, la mejor abuela, por ser incondicional,  
por no juzgarme y por siempre enseñarme a ser una mejor persona.*

*A mi hermano por asumir papeles que no le correspondían, por su apoyo,  
amor, y por ser mi motor para continuar con cada paso, por ser el tío-  
padre de mi hijo, por amarlo y consentirlo cada día.*

*Andrea*

## AGRADECIMIENTO

*Agradezco de manera especial a mi madre, una mujer que gracias a su carácter me ha forjado y ha sabido sobrellevar un matrimonio y sobre todo un hogar feliz.*

*A mi padre Carlos, un hombre responsable, cariñoso que a lo largo de estos años ha dado su mejor esfuerzo sin importar el cansancio y sus largas noches de trabajo con tal de que nunca falte nada en el hogar.*

*A mi padre Steven por brindarme su cariño, su apoyo y por siempre motivarme a seguir mis sueños, por cada uno de sus consejos y por arreglarlo todo con un abrazo.*

*A Eduardo, por su paciencia y tolerancia en mis momentos de estrés, por su amor, su motivación y por estar junto a mí durante este proceso.*

*A Andrea por ser mi amiga y compañera de tesis, por el empeño puesto a nuestro trabajo.*

*A mis amiguitas por todos los momentos compartidos en estos años, en especial a Yadi por su constante apoyo.*

*También agradezco al Ing. Gustavo Paladines que con su carisma que lo caracteriza fue de gran ayuda para el desarrollo de esta investigación, por su tiempo y paciencia. Además a la Ing. Martha Rea por sus consejos y guía para la culminación de este trabajo.*

**Corayma**

## AGRADECIMIENTO

*A Dios por ser mi fortaleza y alcanzarme a cumplir mis metas y sueños.*

*A mis padres, por ser mi pilar fundamental, especialmente a mi madre María por su apoyo incondicional, por educarme, guiarme con valores y amor.*

*A mi hermano Daniel por entenderme y apoyarme en los momentos más difíciles y seguir creyendo en mí.*

*A mi hijo que me ha enseñado el significado del amor y que con tan solo una mirada o caricia me impulsa a ser mejor y luchar para conseguir con todo lo propuesto.*

*Gracias a mi amiga y compañera de tesis Corayma, a su tiempo, dedicación y trabajo en equipo.*

*A mis amigos y amigas, que compartimos infinitos momentos y nos llevamos excelentes recuerdos, especialmente a Carla y Belén.*

*Un infinito agradecimiento a mi tutor Gustavo Paladines, por su tiempo y conocimientos para la culminación de este trabajo de tesis.*

*A mis profesores por los conocimientos impartidos en especial a la Ing. Martha Rea por todo su apoyo*

*Andrea*



## ÍNDICE DE CONTENIDOS

CERTIFICACIÓN.....	i
AUTORÍA DE RESPONSABILIDAD .....	ii
AUTORIZACIÓN .....	iii
DEDICATORIA.....	iv
DEDICATORIA.....	v
AGRADECIMIENTO.....	vi
AGRADECIMIENTO.....	vii
RESUMEN .....	xvii
ABSTRACT .....	xviii
INTRODUCCIÓN .....	xix
OBJETIVOS.....	xxi
<b>Objetivo general</b> .....	xxi
<b>Objetivos específicos</b> .....	xxi
CAPÍTULO I.....	1
MARCO TEÓRICO.....	1
<b>1.1 Teorías de soporte</b> .....	1
<b>1.1.1 Teoría de la calidad</b> .....	1
1.1.2 Teoría del desarrollo local .....	5

<b>1.2 Marco referencial</b> .....	8
<b>1.3 Marco conceptual</b> .....	18
CAPÍTULO II.....	21
MARCO METODOLÓGICO .....	21
<b>2.1 Enfoque de Investigación – Mixto</b> .....	21
<b>2.2 Tipología de investigación</b> .....	21
2.2.1 Por su finalidad - Aplicada.....	21
2.2.2 Por las fuentes de información – Mixto.....	22
2.2.3 Por las unidades de análisis - Mixto .....	22
2.2.4 Por el control de las variables – No Experimental.....	22
2.2.5 Por el alcance - Correlacional.....	23
<b>2.3 Hipótesis</b> .....	23
<b>2.4 Instrumentos de recolección de información - Varios</b> .....	24
2.4.1 Encuesta dirigida a los visitantes de los balnearios .....	25
2.4.2 Encuesta a la población .....	26
2.4.3 Entrevista al administrador del balneario .....	28
<b>2.4.4 Entrevista al GAD municipal y junta parroquial</b> .....	29
2.4.5 Entrevista a gremios de localidad .....	30
<b>2.5 Cobertura de las unidades de Análisis - Muestra</b> .....	31

<b>2.6 Procedimiento para tratamiento y análisis de información - Varios.....</b>	<b>32</b>
CAPÍTULO III .....	36
RESULTADOS.....	36
<b>3.1 Perfil de la oferta .....</b>	<b>36</b>
3.1.1 Tres Chorros .....	36
3.1.2 Aguas Hediondas .....	36
<b>3.2 Análisis de la oferta .....</b>	<b>40</b>
3.2.1 Entrevista a administrador de Tres Chorros .....	40
3.2.2 Entrevista administrador de Aguas Hediondas .....	46
<b>3.3 Demostración de la hipótesis.....</b>	<b>51</b>
3.3.1 Demostración de la Hipótesis para el Balneario Tres Chorros.....	52
3.3.2 Demostración Hipótesis para el Complejo turístico Aguas Hediondas.....	53
<b>3.4 Análisis de la demanda.....</b>	<b>55</b>
3.4.1 Resultados preguntas informativas.....	55
3.4.2 Resultados preguntas dimensiones.....	66
<b>3.5 Análisis de la localidad .....</b>	<b>92</b>
3.5.1 Entrevista a funcionarios de la localidad.....	92
3.5.2 Resultados de la encuesta a la población .....	102
CAPÍTULO IV.....	116

ACCIONES .....	116
<b>4.1 Conclusiones</b> .....	128
<b>4.2 Recomendaciones</b> .....	129
LISTA DE REFERENCIAS .....	131

## ÍNDICE DE TABLAS

<b>Tabla 1.</b> <i>Porcentaje de dimensiones</i> .....	34
<b>Tabla 2.</b> <i>Porcentaje fiabilidad</i> .....	34
<b>Tabla 3.</b> <i>Información de los balnearios</i> .....	38
<b>Tabla 4.</b> <i>Resultados género</i> .....	55
<b>Tabla 5.</b> <i>Resultados edad</i> .....	56
<b>Tabla 6.</b> <i>Resultados procedencia</i> .....	57
<b>Tabla 7.</b> <i>Resultados motivo de viaje</i> .....	58
<b>Tabla 8.</b> <i>Resultados situación laboral</i> .....	59
<b>Tabla 9.</b> <i>Resultados cuando viaja lo hace en compañía de</i> .....	60
<b>Tabla 10.</b> <i>Resultados a través de que medio se informó del balneario</i> .....	61
<b>Tabla 11.</b> <i>Resultado presupuesto a gastar en el balneario</i> .....	62
<b>Tabla 12.</b> <i>Resultados de frecuencia de visita</i> .....	63
<b>Tabla 13.</b> <i>Resultados servicios adicionales</i> .....	64
<b>Tabla 14.</b> <i>Resultados edad población</i> .....	102
<b>Tabla 15.</b> <i>Resultados género población</i> .....	103
<b>Tabla 16.</b> <i>Resultados ocupación</i> .....	104
<b>Tabla 17.</b> <i>Resultados sector de la ocupación</i> .....	105
<b>Tabla 18.</b> <i>Resultados de motivos para visitar el cantón</i> .....	106
<b>Tabla 19.</b> <i>Resultados termas para la llegada de turistas</i> .....	107
<b>Tabla 20.</b> <i>Resultados termas para la generación de ingresos</i> .....	108
<b>Tabla 21.</b> <i>Resultados turismo como desarrollo del cantón</i> .....	109

<b>Tabla 22.</b> <i>Resultados temas para la generación de empleos</i> .....	110
<b>Tabla 23.</b> <i>Resultados gestión del municipio</i> .....	111
<b>Tabla 24.</b> <i>Resultados oferta turística</i> .....	112
<b>Tabla 25.</b> <i>Resultados aspectos de satisfacción</i> .....	114
<b>Tabla 26.</b> <i>Factores más relevantes dentro de la calidad</i> .....	115
<b>Tabla 27.</b> <i>Acciones</i> .....	116

## ÍNDICE DE FIGURAS

<b>Figura 1.</b> Círculo virtuoso .....	15
<b>Figura 2.</b> Demostración hipótesis Tres Chorros .....	53
<b>Figura 3.</b> Demostración hipótesis Aguas Hediondas .....	54
<b>Figura 4.</b> Género .....	55
<b>Figura 5.</b> Edad.....	56
<b>Figura 6.</b> Procedencia .....	57
<b>Figura 7.</b> Motivo de viaje .....	58
<b>Figura 8.</b> Situación Laboral.....	59
<b>Figura 9.</b> Cuando viaja lo hace en compañía de.....	60
<b>Figura 10.</b> Medio por el cual se informó del balneario.....	61
<b>Figura 11.</b> Presupuesto diario a gastar en el balneario.....	62
<b>Figura 12.</b> Frecuencia con la que ha visitado este balneario .....	63
<b>Figura 13.</b> Servicios adicionales dentro de un balneario.....	65
<b>Figura 14.</b> Interés por solucionar requerimientos.....	66
<b>Figura 15.</b> Los empleados realizan bien el servicio a la primera vez .....	67
<b>Figura 16.</b> El servicio está acorde a la tarifa establecida .....	68
<b>Figura 17.</b> Cumplimiento del trabajo .....	69
<b>Figura 18.</b> Total fiabilidad .....	70
<b>Figura 19.</b> Interés por atenderle .....	71
<b>Figura 20.</b> Tiempo de espera.....	72
<b>Figura 21.</b> Solución de dudas en tiempo adecuado .....	73

<b>Figura 22.</b> Empleados capacitados.....	74
<b>Figura 23.</b> Total capacidad de respuesta.....	75
<b>Figura 24.</b> Seguridad en las instalaciones .....	76
<b>Figura 25.</b> Capacidad de organización .....	77
<b>Figura 26.</b> Comportamiento de los empleados .....	78
<b>Figura 27.</b> Igualdad de atención .....	79
<b>Figura 28.</b> Total seguridad.....	80
<b>Figura 29.</b> Personal amable y cortés .....	81
<b>Figura 30.</b> Horarios de atención .....	82
<b>Figura 31.</b> Atención de necesidades específicas .....	83
<b>Figura 32.</b> El balneario se preocupa por los intereses de sus clientes.....	84
<b>Figura 33.</b> Total empatía .....	85
<b>Figura 34.</b> Instalaciones físicas .....	86
<b>Figura 35.</b> Vestimenta adecuada de empleados.....	87
<b>Figura 36.</b> Señalética del balneario .....	88
<b>Figura 37.</b> Equipos de apariencia moderna y accesible.....	89
<b>Figura 38.</b> Total elementos tangibles .....	90
<b>Figura 39.</b> Total dimensiones .....	91
<b>Figura 40.</b> Edad población.....	102
<b>Figura 41.</b> Género población .....	103
<b>Figura 42.</b> Ocupación población .....	104
<b>Figura 43.</b> Sector de ocupación de la población .....	105
<b>Figura 44.</b> Motivos para visitar el cantón .....	106



<b>Figura 45.</b> Importancia de las termas para la llegada de turistas .....	107
<b>Figura 46.</b> Importancia de las termas para la generación de ingresos .....	108
<b>Figura 47.</b> Importancia del turismo para el desarrollo cantonal .....	109
<b>Figura 48.</b> Importancia de las termas para la generación de empleo .....	110
<b>Figura 49.</b> Gestión del municipio en el área de turismo .....	111
<b>Figura 50.</b> Nivel de ingresos .....	112
<b>Figura 51.</b> Grupo social .....	113
<b>Figura 52.</b> Aspectos que influyen en la satisfacción de los turistas .....	114

## **RESUMEN**

El cantón Tulcán perteneciente a la Provincia del Carchi, ubicada al norte del Ecuador, tiene una ubicación privilegiada, ya que sirve como puerta de entrada y salida del país, además posee una gran variedad de atractivos turísticos, entre estos los balnearios Tres Chorros y el complejo turístico Aguas Hediondas (Carrera Villacrés & Guevara García, 2016). Se refleja una escasa presencia de estudios acerca de la calidad del servicio, por eso el objetivo principal de este trabajo de titulación, es estudiar la calidad del servicio de las aguas mineromedicinales del cantón, con el fin de contribuir al desarrollo y mejoramiento turístico local. (Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de la Provincia del Carchi, 2015-2019). El presente estudio está basado en el modelo SERVPERF propuesta por Cronin y Teylor (1992), el cual se basa en cinco dimensiones para calificar la calidad estos son: “fiabilidad capacidad de respuesta, seguridad, empatía y elementos tangibles”, la cual enmarca las percepciones que tiene el cliente acerca del servicio brindado por los establecimientos.

## **PALABRAS CLAVES**

- **CALIDAD**
- **TERMAS**
- **SERVPERF**
- **DESARROLLO LOCAL**

## **ABSTRACT**

The canton of Tulcán belonging to the province of Carchi, located to the North of the Ecuador, has a privileged location, since it serves as entrance and exit from the country, also has a variety of tourist attractions, among these spas Three jets and the foul-smelling waters (career & Guevara, 2016) resort. Reflected a scarce presence of studies about the quality of the service, that the main objective of this degree, it is studying the quality of service of the mineral waters of the canton, in order to contribute to the development and improvement local tourism. (Plan for development and Planning Territorial for the province of Carchi, 2015-2019). The present study is based on the model SERVPERF proposed by Cronin and Teylor (1992), which is based on five dimensions to qualify these are quality: "reliability responsiveness, security, empathy and tangible elements", which framed the perceptions that have the customer about the service provided by the settlements.

## **KEY WORDS**

- **QUALITY**
- **THERMAL SPRINGS**
- **SERVPERF**
- **LOCAL DEVELOPMENT**

## INTRODUCCIÓN

### Importancia del proyecto

A través de los años los balnearios han ido tomando importancia dentro de las actividades de recreación y ocio, su inicio se da en Galicia hace 2000 años siendo Termas de Lugo considera como uno de los más relevantes en esta época, además cabe mencionar que en ese entonces eran considerados como baños públicos y eran utilizadas por los plebeyos y aquellas persona con limitados derechos civiles.

El presente trabajo de investigación se llevó a cabo en el cantón Tulcán, ubicado en la provincia del Carchi, siendo esta la provincia con mayor número de fuentes termales del Ecuador además de estar ubicada en el callejón interandino y formando parte del cinturón de Fuego del Pacífico, es así que Tulcán es una zona clave de gran importancia para el país por diferentes razones entre ellas porque posee diversidad de atractivos turísticos, entre estos aguas termales, por ser el cantón limítrofe con el vecino país y por ende es una puerta de entrada y salida, finalmente por su accesibilidad puesto que cuenta con carreteras en perfecto estado. (Bacci & Mujica, 2001, p. 7)

Los complejos termales en Ecuador, se encuentran administrados en su mayoría por asociaciones o comuneros que no cuentan con conocimientos suficientes, capacitaciones y recursos necesarios para potencializar el turismo termal en el país. (Secretaria Nacional de Planificación y Desarrollo, 2013-2017).

Según Carrera y Guevara (2016) en el libro Fuentes del Ecuador menciona a Tres Chorros ubicado a 3km del terminal de Tulcán y Aguas Hediondas a 25 km del terminal de Tulcán y 6 km del parque de Tufiño como establecimientos de aguas termales considerados como lugares tradicionales por parte de los tulcaneños. Al existir estos balnearios se trata de realizar una investigación sobre la calidad de servicio de cada establecimiento con el objetivo de contribuir al desarrollo turístico local.

## **OBJETIVOS**

### **Objetivo general**

Determinar la calidad del servicio de las termas del cantón Tulcán, con el fin de contribuir al desarrollo y mejoramiento de las termas en beneficio de la localidad y la actividad turística.

### **Objetivos específicos**

- Recopilar información bibliográfica, verídica y confiable sobre la gestión de la calidad y el desarrollo local con el fin de sustentar la presente investigación.
- Establecer los parámetros que permitan la medición de la calidad del servicio en las termas del cantón Tulcán aplicando el modelo SERVPERF para la optimización de los servicios y su aporte a la comunidad.
- Analizar la calidad del servicio percibido por los visitantes de Tres Chorros y Aguas Hediondas con la finalidad de determinar la importancia del termalismo para el desarrollo del turismo local.
- Definir acciones acorde a los resultados obtenidos para aportar con el desarrollo turístico del cantón Tulcán.

## **CAPÍTULO I**

### **MARCO TEÓRICO**

#### **1.1 Teorías de soporte**

##### **1.1.1 Teoría de la calidad**

Para la ejecución del trabajo de investigación se tomará en cuenta los criterios establecidos por Juran, Deming, Ishikawa y Crosby referentes a la teoría de la calidad, para luego enmarcarla en la calidad en el servicio y la teoría del desarrollo local. Siendo en la actualidad un término comúnmente utilizado en la gestión empresarial, sin embargo aún es complicado tener un concepto exacto del mismo; es así que el experto Juran J (1990) lo define como la “adecuación para el uso” (p. 4), siendo en este caso el principal actor el cliente pues se toma en cuenta la perspectiva que tiene del producto o servicio.

Según Juran los tres procesos básicos que deben cumplirse para que exista calidad son: planificación, control y mejoramiento; estas tres actividades pueden ser aprovechadas en diferentes procedimientos dentro de una empresa. Una vez estos elementos sean ejecutados, el TQM (Total Quality Management) o Gestión de la Calidad Total se empieza a establecer (Grima & Tort, 2006, pág. 10).

Por otro lado Deming define a la calidad como necesidades que pueden ser traducidas en características medibles, y mediante el cual se logre elaborar un producto que satisfaga al consumidor Méndez (2013). Desde entonces la calidad se determina como

el camino hacia la productividad y paso seguido a la competitividad, apunta como se fija un proceso de mejora continua partiendo de su ejecución (Deming, 1989, pág. 16).

Mientras que Ishikawa (1986) denota el trabajo en equipo como calidad, término que se debe incluir tanto en las personas que laboran en el área operativa o ejecutiva, como en cada uno de los productos ya sea por sus características de funcionalidad, técnicas o costo. La calidad se encuentra presente en cada uno de los procesos y los objetivos a cumplir por parte de los involucrados.

Para Crosby la calidad se define como "conformidad con los requerimientos", su filosofía se basa en que se debe conocer visiblemente los requerimientos para no tener ningún inconveniente, para esto las mediciones se deben hacer constantemente. Si no se toma en cuenta lo antes mencionado, la calidad se convierte en solo una definición y el verdadero problema de la calidad radica en la inconformidad (Crosby, 1979, pág. 12).

Independientemente de la definición de calidad que una empresa quiera adoptar, este concepto reside en la perspectiva que el cliente tiene del producto o servicio y el esfuerzo que este centre tanto en la fabricación o diseño que oferte según sea el caso (Miranda, Chamorro, & Rubio, 2007).

Debido a que el tema de investigación está basado en las termas de Tulcán, se analiza el tema de calidad en el servicio, esta es una disciplina hasta cierto punto compleja que inmiscuye a toda la organización tomando en cuenta la capacitación del personal, el diseño del servicio, la planificación y sobre todo el criterio del cliente en cuanto a la experiencia percibida (Pizzo, 2013, p. 1).



Considerando a Kotler (1997) la calidad en el servicio es cualquier beneficio o actividad que una parte brinda a otra, puesto que los servicios son principalmente intangibles y no conceden la propiedad de ningún elemento aunque a la vez puede estar relacionada o no con un producto físico. En este tema, el cliente es el único que definirá si el servicio cumple o no con lo requerido, y su reacción subsiguiente será un determinante importante.

Existen características que diferencian a los productos tangibles de los servicios y estas a su vez se convierten en factores que determinan la calidad del servicio. Estas características son:

Intangibilidad: se los considera como resultados y no como objetos. Esto quiere decir que el consumidor no podrá revisar el servicio y mucho menos constatar de la calidad sino hasta el momento en que hace uso del mismo. Por lo cual a las empresas de servicio se les dificulta discernir como perciben sus clientes la calidad de esa oferta (Zeithalm, 1981).

Heterogeneidad: en este sentido un servicio puede variar incluso día a día, pues los resultados pueden cambiar según el cliente y el ofertante, por lo que asegurar un calidad uniforme es difícil.

Inseparabilidad: en este caso un servicio está estrechamente ligado entre el consumo y la producción.

Según Parasuraman, Zeithaml y Berry (1985) en el estudio de la calidad del servicio las características antes mencionadas comprenden cuatro secuelas relevantes:

- Es más complicado evaluar la calidad en servicios que en bienes
- El riesgo percibido por el consumidor en cuanto a la variabilidad de la calidad es más alta en servicios.
- Las expectativas y resultados se convierten en la valoración que el cliente le da al servicio.
- Los resultados y procesos hacen hincapié en la evaluación de la calidad de servicio.

Después de analizar las características que se han venido mencionando en cuanto a la calidad del servicio es oportuno mencionar el modelo que se va a utilizar para poder medir el mismo y el cual se explica a continuación.

#### Modelo SERVPERF

Antes de detallar en que consiste este modelo, cabe mencionar el modelo SERVQUAL desarrollado por Parasuraman, Zeithaml y Berry en los años 1985-1988, el cual que se relaciona con el modelo SERVPREF al ser la base del mismo; el SERVQUAL inicia con el desarrollo de un instrumento que accediera a la medición de la calidad según esta sea percibida considerando cinco determinantes (Zeithaml, Bitner, & Gremler, 2009):

- Confianza o empatía: la atención individualizada se considera como muestra de interés
- Fiabilidad: efectuar el servicio que se ha prometido de manera cuidadosa y fiable.
- Responsabilidad: capacidad para inspirar seguridad y confianza
- Capacidad de respuesta: ayudar al cliente de inmediato con su requerimiento.
- Tangibilidad: imagen del personal, equipos e instalaciones físicas.

Para el año de 1992 Cronin y Taylor implantaron una escala más precisa y la denominaron SERVPERF. En esta escala se valora netamente las percepciones, con una evaluación parecida a la vista anteriormente, las preguntas en los instrumentos también se modifican pues tienen un enfoque más exacto. En fin para tener una visión más real de la calidad en el servicio SERVPERF se acopla más a la satisfacción del usuario (Cronin & Taylor, 1994, págs. 125-131).

### **1.1.2 Teoría del desarrollo local**

Para Vásquez A (2009), dice que el desarrollo local nace en los países pobres, con el objetivo de acabar con los aspectos negativos, cabe mencionar que cada localidad posee diferentes productos o servicios que pueden ser aprovechados, siempre que exista el trabajo en conjunto de las entidades tanto privadas como públicas para lograr este desarrollo basándose en las necesidades y requerimiento de cada localidad (pp. 124-125).

Para Nersa Cárdenas el desarrollo local debe manejarse para vencer a la crisis económica, aprovechando los servicios, productos, tradiciones, costumbres gastronomía de un pueblo, para que por medio de capacitaciones y mejoras continuas se logre llevar a cabo un aumento en el número de personas que aporten a este propósito de forma individual y también colectiva para atribuir una nueva perspectiva. Es aquí donde el estado debe crear diferentes políticas para apoyar a estas iniciativas, sin desigualdades para conseguir el desarrollo común en diferentes ámbitos (Cárdenas, 2002, pp. 61-64).

En el estudio de la “teoría y práctica del enfoque del desarrollo local” menciona que debe manejarse con un planteamiento vertical e integrado, donde intervengan varios

organismos para cumplir con las metas, en que cada uno ejecute diferentes papeles, en el cual también intervienen los aspectos ambientales, sociales y culturales de una localidad o territorio que caracterice a cada una de ellas para lograr un desarrollo significativo en todos sus aspectos (Alburquerque F., 2007, p. 8).

Por otra parte los autores Sanchis, Cantanero y Comeche (2011) expresan que es necesario evaluar y aprovechar las potencialidades del territorio, las oportunidades, amenazas, y debilidades a corto y a largo plazo, ya que esto ayudara a la creación y fundamentalmente a la implementación de políticas de desarrollo local, las mismas que serán primordiales para un crecimiento en igual porcentaje de las personas que pertenecen a la localidad, y a la localidad como tal (p. 2).

No obstante Alburquerque F. (1997) alude que, para alcanzar un desarrollo local es fundamental trabajar con 4 aspectos importantes:

- **Económico:** las autoridades que dirigen a la localidad son los encargados de conseguir los recursos necesarios.
- **Ambiental:** trabajar en armonía con el ambiente para poder aprovechar lo recurso que ofrece la naturaleza, siempre y cuando sea una aprovechamiento razonable.
- **Sociocultural:** conocer la realidad en la que vive la comunidad o localidad para respetar sus costumbres y tradiciones para preservarlas en su totalidad.
- **Político-Administrativo:** alcanzar un desarrollo el cual sea distribuido en beneficio de todos los actores para alcanzar los objetivos de la colectividad.

Tomando como referencia a Di Prieto se encontró diferentes ideas indispensables en el desarrollo local:

- **Humano:** desarrollo de las personas como individuos y como parte de la localidad, para obtener un crecimiento tanto emocional como económico.
- **Territorial:** distintas entidades públicas que ejercen diferentes cargos en el territorio.
- **Multidimensional:** forma de vida de los habitantes de un territorio desde diferentes puntos de vista.
- **Sistémico:** trabajo en conjunto de todas las personas para lograr alcanzar un propósito en beneficio de todos los participantes.
- **Sustentable:** que sea amigable con el ambiente y sobre todo que pueda prevalecer a través de los años.
- **Institucionalizado:** fijar diversas normas y leyes para lograr una buena interrelación y hacerlas cumplir para mantener en orden en todo momento.
- **Participativo:** apoyo de todas las entidades tanto públicas como privadas para trabajar conjuntamente con las personas de la comunidad.
- **Planificado:** trabajar siguiendo una secuencia lógica para obtener resultados positivos.
- **Innovador:** trabajar mediante una necesidad o idea que satisfaga las necesidades de diferentes personas, con acciones planificadas donde exista un líder que dirija al resto del grupo (p. 22).

## 1.2 Marco referencial

La definición de turismo ha ido cambiando con el pasar del tiempo sin embargo, (Mathieson & Wall, 1982) lo explican como el desplazamiento temporal de la gente, que comprende un período menor al de un año, en lugares que sean distintos al de su residencia habitual, sitios en los que se crea facilidades para la satisfacción del turista a lo largo de su estancia. Cabe destacar que estos autores incluyen lo que ahora parece ser un cimiento en la actividad turística y es la complacencia de las necesidades de los turistas, el cual está relacionado con el fin de la calidad que se vio anteriormente.

En cuanto al turismo en el Ecuador este tiene un crecimiento acelerado y se encuentra en apogeo, pues es una actividad que cuenta con la capacidad para originar empleo e ingresos. Atribuyendo que en el sector turístico de cada veinte puestos uno pertenece a este sector, así lo aseveró Sandra Naranjo, ex ministra de turismo del Ecuador en el periodo 2014 - 2015 (Ministerio de Turismo, 2015).

No obstante el Turismo en Carchi, provincia fronteriza del Ecuador, se ve afectado por la falta de innovación y calidad a causa de la extensión de la oferta del sector turístico pero no del mejoramiento o la disposición por brindar un servicio que sea eficiente y eficaz hacia el consumidor, puesto que ninguna de las organizaciones comunitarias se enfocan en la fidelización de la demanda o en la actualización de conocimientos, más bien se centran en la ampliación de ofertas sin contar con el desarrollo de las ya existentes, que de cierto modo podrían cumplir con el fin del turismo y la calidad, o sea la satisfacción del cliente obteniendo así un desarrollo local (Benavides, 2013, pág. 15).

Conforme a lo mencionado por Vásquez M. (2007) la calidad dentro del turismo comprende la competitividad, pues es una herramienta que promueve la mejora continua del servicio logrando que el visitante se sienta a gusto con la experiencia que está adquiriendo, y que la imagen del servicio turístico se posicione de una forma positiva en la mente del consumidor.

Con el paso del tiempo se han instaurado estándares, reglamentos de conducta y planes de certificación turística para guiar a quienes están inmersos en el ámbito turístico incluyendo a los mismos usuarios, esto se ha convertido prácticamente en una tendencia debido a la exigencia cada vez mayor por parte de los turistas, pues están más conscientes de los impactos negativos que pueden causar durante sus diferentes traslados y estancias (Toselli & Godoy, 2011, p. 123).

Según lo antes expuesto Lascelles, Dale y Río (2013) alude que la calidad es una fuerte herramienta no solo para la competitividad de la empresa sino también como influyente en el viajero al momento de elegir cuál será su destino turístico.

Actualmente las demandas modernas muestran características distintas, a pesar de ello se pueden asociar en cuatro categorías:

- Motivaciones físicas: se vincula con la salud tanto física como mental de la persona, además de su necesidad por relajarse
- Motivaciones culturales: el turismo se convierte en una fuente de conocimiento y de superación personal.

- Motivaciones interpersonales: el desarrollo emocional que adquiere cada persona después de hacer nuevas amistades o afianzar otras.
- Motivaciones de prestigio o sociales: aquí va relacionado la proyección de una buena imagen así como el reconocimiento lo que termina siendo un logro social (Serrano, 2002, p. 109).

Considerando el tema de investigación propuesto, dentro del grupo de motivaciones por el cual el turista visitaría las termas en Tulcán, se relaciona con las motivaciones físicas pues al turismo de salud se lo relaciona estrechamente con las termas y balnearios.

Según Alén y Rodríguez (2004) puntualiza que “el termalismo es en la actualidad una modalidad claramente emergente y con grandes posibilidades de crecimiento por el gran atractivo que sus características representan para cualquier actividad turística” (p. 3).

En cambio Millán (2013) indica que la motivación del viaje hacia balnearios cada vez tiene una concurrencia más heterogénea, pero con una particularidad diferenciadora, el agua como factor medicinal.

Tomando en cuenta la investigación “Calidad de la experiencia en los hoteles termales de Galicia, España” Gonçalves Gândara et al., (2013) resaltan que “El termalismo, una de las actividades impulsoras de desplazamientos turísticos, ha ganado destaque en España sobre todo en la Comunidad Autónoma de Galicia, región que sobresale por la presencia de un número considerable de hoteles-balnearios” (pág. 492).



Notablemente la calidad es un elemento que produce impactos sobre la demanda, ya que en el resultado de esta investigación se considera la necesidad por implantar una política que mejore la calidad de los balnearios en diversas áreas y el enfoque hacia un cliente satisfecho, además al encontrarse veinte y uno balnearios en un mismo lugar el componente diferenciador jugo un papel importante para el cliente pues se valora más al sitio según su oferta complementaria (Gonçalves et al, 2013, págs. 493-518).

Por otro lado Álvarez (2013) en su artículo “Balnearios españoles, Motivaciones para certificarse en la Q de calidad Turística” se refiere a los balnearios como una opción distinta al turismo tradicional y ubica a este como uno de los primordiales delegados en este segmento, aunque recalca que al igual que cualquier otro servicio su misión también debe ser la de satisfacer al turista. Menciona además que los motivos para una certificación de calidad varia en factores internos y externos los mismos que benefician a la empresa ya sea a obtener nuevos clientes, mejorar la imagen o la disminución de defectos y por ende de costos.

Adicionalmente Toselli y Godoy (2011) en su estudio realizado a dos balnearios en Argentina, hallaron que ninguno de los sitios analizados cumplían de forma relevante con las normas planteadas por el Sistema Argentino de Calidad Turística, debido a que no son de carácter obligatorio, pese a esto el estudio también indico que si estas fueran adoptadas con regularidad el beneficio no sería solamente para las empresas que prestan el servicio sino también para el atractivo turístico en sí, pues la calidad implicado el cuidado y conservación del lugar.

Después de identificar los casos expuestos se puede evidenciar que la calidad en los servicios es imprescindible, debido a esto en el ámbito turístico a nivel mundial se vienen desarrollando distintivos afines a este tema, como aporte a las estrategias de competitividad de este sector, por ejemplo en España conceden el distintivo “Q” a aquellas empresas que hayan cumplido con los parámetros establecidos por el ICTE (Instituto para la calidad turística española), las entidades turísticas que alcanzan el mencionado título pretenden resaltar su prestigio, la mejora continua y su compromiso con la calidad para la satisfacción de sus clientes. Además para quienes forman parte de esta propuesta, el ITCE ofrece capacitaciones continuas con el fin de que las empresas estén actualizados en su área de trabajo (ICTE, 2017).

Otro ejemplo es México, el cual maneja diferentes programas de calidad según sea el giro de negocio, entre los cuales están los siguientes:

- El distintivo “S” , este es otorgado a aquellas empresas que se manejan bajo los estándares de sustentabilidad, los mismos que conllevan al desarrollo del turismo pero de una manera amigable con el ambiente así como la preservación de la cultura, en este grupo se encuentran restaurantes, centros de convenciones, aeropuertos, transportes turísticos, establecimientos hoteleros.
- Calidad tesoros de México, este programa está enfocado netamente a hoteles y restaurantes que se encuentran localizados en zonas importantes históricamente, para alcanzar este reconocimiento además de las características propias de los lugares ya sea hospedaje o su oferta gastronómica, este también analiza la decoración y su arquitectura.

- El distintivo “H” reconoce a establecimientos de A y B por la correcta manipulación de alimentos, brindando así la confiabilidad a turistas nacionales y extranjeros que el producto que van a consumir es seguro para su salud, este programa consiste en capacitar al menos el 80% del personal operativo y al 100% del personal ejecutivo en aspectos relacionados a la elaboración de alimentos, partiendo desde la recepción de estos, su refrigeración, congelación así como el manejo adecuado de desechos, estas capacitaciones son dictadas por profesionales en el área biológica, química y médica (Secretaría de turismo, 2016).

En el caso de Ecuador debido al auge del turismo, se han establecido estrategias entre el Ministerio de Turismo y el INEN (instituto ecuatoriano de normalización) con el propósito de elevar la calidad en el sector turístico, estos organismos rigen normas enfocadas al mejoramiento de los establecimientos hoteleros, la seguridad en las actividades de aventura y la higiene en playas (Ministerio de Turismo, 2013).

Acotando a lo anteriormente expuesto el Ministerio del Turismo declaró al 2015 como el año de la Calidad Turística, teniendo como referente al distintivo “Q”, este sello incentiva a las empresas que prestan servicios turísticos a brindar servicios competitivos y de calidad, a través de la incorporación de buenas prácticas de turismo sostenible y personal capacitado, además quienes deciden ser parte de esta estrategia obtienen varios beneficios, uno de estos es la promoción de dicho servicio tanto en las páginas oficiales de turismo como en agencias aliadas a nivel internacional, reducción de impuestos e invitaciones a eventos especiales en el cual pueden dar a conocer sus productos (Quito Turismo, 2014).

En los últimos años el turismo ha logrado un crecimiento significativo, por tal razón se muestra como alternativa del desarrollo social y económico. Delgado (2004) citado en Barrera & Bahamondes (2012). También menciona que el turismo será una de las actividades económicas más importantes del mundo, dejando atrás al petróleo, Morillo (2007) citado en Barrera & Bahamondes.

Es necesario aprovechar los recursos disponibles para lograr una adaptación a las nuevas formas de desarrollo y así lograr un manejo adecuado de residuos y efectos colaterales tales como el incremento del tráfico vehicular y la contaminación ambiental, para que no ponga en riesgo la belleza escénica, la calidad del agua y con ellos la afluencia de visitantes para aprovechar de las aguas termales Gallicchio (2004) citado en Ortíz, Bonales y Georgina (2014).

A medida que crece y evoluciona el turismo termal, genera una diversificación de la oferta y atractivos, por tal razón se crean nuevos procesos no solo para lograr la conservación de sus aguas, ya que de ser simplemente balearios termales se convierten en lugares aptos para ofertar servicios de salud y recreación siendo esta la primordial causa de visita (Ortíz, Bonales, & Arévalo, 2014, p. 113).

El artículo “Los establecimientos termales como atractivo turístico del siglo XXI y dinamizadores del desarrollo local” estudia al turismo termal como óptimo para ser aprovechado por personas de todas las edades y de todos los niveles económicos, por esta razón cada día se vuelven más famosos e incrementan las visitas no solo por la parte terapéutica sino también para hacer turismo, en que los únicos beneficiados no son solo los visitantes puesto que genera nuevas fuentes de empleo en el cual la comunidad

puede igualmente ofertar sus productos o servicios que ayudará a mejorar su estilo de vida, incrementando el desarrollo local de la comunidad (Araújo & Fraiz, 2012, pp. 1-2).

Por otro lado, Formichella (2004), en su investigación “El concepto de emprendimiento y su relación con la educación, el empleo y el desarrollo local” hace énfasis en el círculo virtuoso, para lograr efectos positivos, que favorezcan al desarrollo socio-económico de una localidad (pp. 33-34).



**Figura 1.** Círculo virtuoso  
Fuente: (Formichella, 2004)

También menciona que en el desarrollo local es necesario trabajar con todos los actores que conforman la sociedad para de esta manera impulsar a la creación de

empresas locales y satisfacer distintas necesidades las mismas que generen un rédito económico, todo esto se logra con una planificación y buena comunicaci3n, en el cual las personas que dirijan estas pequeñas empresas est3n capacitadas y adquieran un nivel de conocimiento adecuado para atender todos los requerimientos (pp. 26-29).

Delgado (2004) citado en Barrera y Bahamondes (2012) menciona que para poder ofertar un turismo sustentable es necesario trabajar con la localidad, donde ellos sean los mas beneficiados y sobre todo puedan desarrollarse a trav3s del turismo, siguiendo los distintos parámetros detallados a continuaci3n:

- Para ofertar productos turísticos es necesario que la comunidad trabaje en armonía.
- Se debe ofrecer únicamente beneficios y no hacer del turismo un negocio ilícito.
- Debe existir equidad, neutralidad y lo mas importante el respeto a la vida y los derechos humanos.
- Es indispensable trabajar con la comunidad para prepararlos en el desarrollo y exigencias del turismo.
- Se debe mantener las tradiciones y costumbres de las localidades, para que puedan ser aprovechadas por generaciones futuras.
- Todas las actividades humanas atraen a turistas y visitantes, pero es necesario realizarlas en armonía con la naturaleza (pp. 54-55)

Por otro lado, Vásquez A (2009) Opina que en Am3rica Latina el desarrollo local se basa en iniciativas en las que los proyectos se coordinan y se gestionan a trav3s de nuevas formas de gobernaci3n. En Villa el Salvador se cre3 la Autoridad Aut3noma del

Parque Industrial, el cual es manejado por instituciones públicas y privadas, para así lograr el desarrollo total de este parque (p. 125).

Otro ejemplo en América Latina es el “Proyecto de Termas de Catamarca-Una apuesta al desarrollo local” ubicado en Buenos Aires - Argentina, donde se eligió a seis comunidades en diferentes grados de desarrollo, en la puesta del valor de los recursos naturales, infraestructura y equipamiento, tanto de los complejos termales como de las instalaciones hoteleras y complementarias para convertirlas en motores del desarrollo local. Todo esto se llevó a cabo con la participación de la Secretaría de Turismo provincial y las autoridades municipales según las realidades y necesidades de cada una de ellas. Para lograr con las metas y objetivos propuestos se elaboró estrategias de planificación de los destinos, de incremento de inversiones, de capacitación para el recurso humano y finalmente el de promoción, mediante la participación en eventos y ferias como los workshops de Turismo de Salud y Termalismo 2014, Feria internacional de Termalismo, Talasoterapia y Spa Ourense (Van, 2015, pp. 1-8).

Un ejemplo en España, es el “Balneario de Baños de Molgas” (OURENSE) conocido como “capital termal”, ubicado en Galicia, gracias a este balneario se impulsa a la localidad y se beneficia directamente al desarrollo local, por la gran cantidad de usuarios que acuden diariamente Martínez (2010) citado en Araujo y Fraiz (2012) “Convirtiéndose el propio establecimiento en dinamizador de la zona además de reclamo turístico” (López y Ferres 2004 citado en Araújo & Fraiz, 2012, p. 8).

### **1.3 Marco conceptual**

#### **Agua termal**

Posee características físicas o químicas, las cuales se forman en la tierra y emergen naturalmente y son utilizadas con fines terapéuticos (Termas del Salado, 2016, p. s/p).

“Son aguas mineromedicinales nacidas natural o artificialmente y que por sus características y cualidades son declaradas de utilidad pública y apta para tratamientos terapéuticos” (Balnearios de la Comunidad Autónoma de Galicia , 2012).

“Son aquellas soluciones difícilmente reproducibles artificialmente, dotadas de peculiaridades propias sobre el organismo humano sano o enfermo que justifican sean declaradas de utilidad pública por los organismos oficiales competentes” (De Michele, Untura, Giacomino, & Balderrain, 2008, p. 14).

#### **Balneario**

“Son aquellos que, estando dotados de los medios adecuados, utilizan las aguas mineromedicinales declaradas de utilidad pública con fines terapéuticos y preventivos para la salud” (Balnearios de la Comunidad Autónoma de Galicia , 2012).

“Es el conjunto de instalaciones sanitarias próximas al manantial en donde se lleva a cabo la aplicación de las aguas mineromedicinales” (Sociedad Española de Hidrología Médica, 2006).

“Pertenece o relativo a los baños públicos, especialmente a los medicinales” (Real Academia Española).



**Calidad del servicio**

“Es el servicio que se caracteriza por ser puntual, eficiente y uniforme y donde el personal es amistoso y muestra interés por el cliente y está acorde con lo que éste espera recibir” (Ramírez, 2013, p. 46).

“La forma en que muchas de las compañías consiguen medir y evaluar el servicio” (Denton, 1991, p. 1).

“Conjunto de características de una persona o de una cosa, importancia, calificación, carácter, índole, superioridad, condición social, civil o jurídica, nobleza, propiedad, clase, cualidad” (Colunga, 1995, p. 13).

**Desarrollo local**

“Es una actividad económica que motoriza el crecimiento económico de un lugar y mejora las condiciones de vida de sus vecinos y ciudadanos” (Arroyo, s/a, p. 1).

“Cierta modalidad de desarrollo que puede tomar forma en territorios de variados tamaños, pero no en todos, dada la intrínseca complejidad del proceso de desarrollo” (Boisier, 1999, p. 7).

“Desarrollo tardío que neutraliza los efectos negativos que la globalización y el ajuste productivo produjeron en el nivel de vida de la población” (Vázquez, 2009, p. 4).

## **Servicio**

“Es una metodología pedagógica de alto poder, ya que combina es una sola actividad el aprendizaje de contenidos, competencias y valores con la realización de tareas de servicio” (Piug, 2009, p. 15).

“Conjunto de acciones que se realizan para servir a alguien. Son funciones ejercidas por las personas hacia otras personas con la finalidad de satisfacer sus necesidades” (Concepto, Definición, 2013).

“Conjunto inciden en el desempeño de los funcionarios que participan en los procesos y actividades de servicio al cliente incluso en los momentos de la verdad” (Botía & Orozco, 2012, p. 8).

## **Turismo**

“Tour, raíz común de la palabra turismo, utilizada antiguamente en hebreo, para designar con ella un viaje de vanguardia o de exploración” (Haulot, s/a).

Es el desplazamiento de las personas a lugares que se encuentran fuera de su lugar de residencia habitual. “Estas personas se denominan visitantes (que pueden ser turistas o excursionistas; residentes o no residentes) y el turismo tiene que ver con sus actividades, de las cuales algunas implican un gasto turístico” (OMT, s/a).

Es el descubrimiento de nuevos espacios, la interrelación con otras personas que comparten las mismas preferencias con el propósito de alcanzar un desarrollo para que exista un mayor número de personas que hagan turismo (Organización de Estados Iberoamericanos, 2006).

## CAPÍTULO II

### MARCO METODOLÓGICO

#### 2.1 Enfoque de Investigación – Mixto

El enfoque de la investigación es mixto, se refiere a cualitativo debido a que se evaluará la situación actual de la calidad en los balnearios de Carchi. En esta investigación lo más relevante es la opinión de los tulcanesños y las relaciones interpersonales, se realizará un análisis interpretativo de los actores más importantes del proyecto. Se denomina cuantitativo ya que se plantea hipótesis, que son presentadas como proposiciones matemáticas, donde existe una relación entre estas variables y para el proceso de obtención de los resultados es necesario la utilización de herramientas matemáticas y estadísticas así como de parámetros de medición para poder analizar y comprobar la información previamente obtenida (Lerma, 2009, pp. 39-40).

#### 2.2 Tipología de investigación

##### 2.2.1 Por su finalidad - Aplicada

La finalidad de la teoría es aplicada, debido a que se genera nuevos conocimientos, los cuales provienen de la investigación básica, Lozada (2014) haciendo uso de teorías que fueron previamente planteadas y adaptadas al tema de estudio, buscando la medición de la calidad de los balnearios para lograr la reactivación en la economía para finalizar con las conclusiones y recomendaciones que provienen de una investigación seria y rigurosa, para que por medio de la evidencia se pueda conocer las realidades (Vargas, 2008, p. 156).

### **2.2.2 Por las fuentes de información – Mixto**

Es necesario la aplicación de dos fuentes de información: documental porque la información se va a obtener a través de diferentes tipos de fuentes, que pueden ser físicas como virtuales, recurriendo a bases de datos de ministerios, bibliotecas, revistas, libros, y archivos en plataformas gubernamentales entre otras, orientados a temas de calidad de balnearios y reactivación económica, (Losantos Viñolas, 2011, págs. 3-8). De igual manera una investigación de campo, donde la visita y observación es importante para determinar su situación actual y recolectar información veraz, sobre todo de las variables exógenas.

### **2.2.3 Por las unidades de análisis - Mixto**

El proyecto según las unidades de análisis es Mixto: De laboratorio porque el proyecto se enfoca en el análisis mediante referencias bibliográficas, acerca de la calidad y el desarrollo económico local. También es Insitu ya que para el levantamiento de la información se acude a las termas de Tulcán: Aguas Hediondas y Tres Chorros, para estudiar el fenómeno de estudio, aplicando entrevistas a los encargados de las termas, y encuestas dirigidas a los visitantes de los balnearios (Casasola Rivera, 2014).

### **2.2.4 Por el control de las variables – No Experimental**

El presente trabajo de investigación es no experimental, ya que se trabaja con las “dimensiones de la calidad”: elementos tangibles, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía, mismas que son descritas en el modelo SERVPERF, es decir las variables en el objeto de estudio no serán manipuladas, solo permitirán al investigar observar desde diferentes enfoques la realidad que se desarrolla en cuanto a calidad

turística en las diferentes termas de Tulcán y las relaciones entre estas (Dzul, 2013, pp. 2-3).

### **2.2.5 Por el alcance - Correlacional**

Es correlacional ya que se analizará la calidad turística a través de las dimensiones de la calidad: “elementos tangibles, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía”, el grado de relación entre las variables planteadas manejadas por las dimensiones del modelo SERVPERF. Esta relación puede ser de forma positiva ya que se elevan o se disminuyen juntas, o de forma negativa cuando una se eleva el otro disminuye, es decir trabajan de manera diferente (Hernández , Fernández , & Baptista, 2004, pp. 90-92).

### **2.3 Hipótesis**

Para la presente investigación se ha considerado los siguientes rangos:

Pésimo de 0 a 40

Mala de 41 a 55

Aceptable de 56 a 70

Buena de 71 a 85

Excelente de 86 a 100

Si se tiene que:

H0: “El promedio de calificación estipulado por los visitantes referente a la calidad del servicio de los balnearios del cantón Tulcán es igual o menor a 85;  $X \leq 0.85$ ”

H1: “El promedio de calificación estipulado por los visitantes referente a la calidad del servicio de los balnearios del cantón Tulcán es mayor a 85;  $X > 0.85$ ”

## **2.4 Instrumentos de recolección de información - Varios**

Los instrumentos de recolección son: bibliográfico, que permite recopilar información de artículos, libros y demás fuentes que sirvan de aporte y sustenten el desarrollo del proyecto, en especial, para la elaboración del marco teórico, referencial y conceptual, donde se aplicara dos encuestas, la primera está dirigida a los visitantes de las termas de Tulcán para establecer la percepción sobre la calidad del servicio turístico, siendo el modelo SERVPERF el instrumento para llevar a cabo esta investigación, manteniendo las cinco dimensiones originalmente establecidas por el modelo SERVQUAL. Para este proyecto se tomó en cuenta las 5 dimensiones con 20 ítems.

Para evaluar las percepciones de los visitantes se utiliza la escala de Likert de 1 a 5 y N/A dónde: 1 equivale a “nunca”, 2 “pocas veces”, 3 “algunas veces”, 4 “frecuentemente”, 5 “siempre, y N/A no aplica, con la única condición de ser mayor de edad.

Y la segunda encuesta dirigida a los pobladores del cantón Tulcán para conocer la importancia de los balnearios de aguas termales, y el desarrollo del turismo local.

## 2.4.1 Encuesta dirigida a los visitantes de los balnearios



### ENCUESTA DIRIGIDA A LOS VISITANTES DEL BALNEARIO

TEMA: *LA CALIDAD EN EL SERVICIO DE TERMAS COMO EJE DE DESARROLLO TURÍSTICO LOCAL; CASO CANTÓN TULCÁN-CARCHI*



**Objetivo:** Medir la calidad del servicio percibida por los usuarios de las termas del cantón Tulcán.

**Indicaciones:** Marque con una x la respuesta según su criterio.

<b>EDAD</b>	18-28 <input type="checkbox"/>	29-39 <input type="checkbox"/>	40-50 <input type="checkbox"/>	51-61 <input type="checkbox"/>	Más de 61 <input type="checkbox"/>	años
<b>GÉNERO</b>	Masculino <input type="checkbox"/>	Femenino <input type="checkbox"/>				
<b>PROCEDENCIA</b>	Nacional <input type="checkbox"/>	Extranjero <input type="checkbox"/>	especifique: _____			
<b>MOTIVO DE VIAJE</b>	Turismo <input type="checkbox"/>	Salud <input type="checkbox"/>	Turismo y Salud <input type="checkbox"/>	otros: _____		
<b>SITUACIÓN LABORAL</b>	Estudiante <input type="checkbox"/>	E. Público <input type="checkbox"/>	E. Privado <input type="checkbox"/>	otros: _____		

<b>1. Cuando usted viaja lo hace en compañía de</b>	Familia <input type="checkbox"/>	Amigos <input type="checkbox"/>	Pareja <input type="checkbox"/>	Solo <input type="checkbox"/>	
<b>2. ¿A través de que medio se informó acerca del balneario?</b>	Internet <input type="checkbox"/>	Recomendación de amigos y/o familiares <input type="checkbox"/>	Folletería <input type="checkbox"/>	otros: _____	
<b>3. Cuando visita un balneario, su presupuesto diario a gastar es de</b>	Menos de \$20 <input type="checkbox"/>	\$20-\$30 <input type="checkbox"/>	\$31- \$40 <input type="checkbox"/>	Más de \$40 <input type="checkbox"/>	
<b>4. Frecuencia con la que ha visitado este balneario</b>	Primera vez <input type="checkbox"/>	Segunda vez <input type="checkbox"/>	Tercera vez <input type="checkbox"/>	Cuarta vez o más <input type="checkbox"/>	
<b>5. Qué servicios adicionales considera importante dentro de un balneario</b>	Alimentos y Bebidas <input type="checkbox"/>	Spa <input type="checkbox"/>	Lockers <input type="checkbox"/>	Espacio de recreación <input type="checkbox"/>	otros: _____

**Califique del 1 al 5, considerando:**

1 NUNCA, 2 POCAS VECES, 3 ALGUNAS VECES, 4 FRECUENTEMENTE, 5 SIEMPRE, NO APLICA

FIABILIDAD	1	2	3	4	5	N/A
6. Los empleados muestran interés para solucionar su requerimiento						
7. Los empleados realizan bien el servicio a la primera vez						
8. El servicio está acorde a la tarifa establecida						
9. Cuando el empleado promete hacer algo en cierto tiempo, lo cumple						
CAPACIDAD DE RESPUESTA						
10. Los empleados se muestran dispuestos a atenderle						
11. El tiempo de espera para recibir el servicio es oportuno						
12. Si necesitó resolver algunas dudas se le atendió en un tiempo adecuado						
13. Los empleados demuestran estar capacitados para brindar el servicio						
SEGURIDAD						
14. Se siente seguro dentro de las instalaciones del balneario						
15. Los empleados demuestran capacidad de organización del servicio						
16. El comportamiento de los empleados le inspira confianza y seguridad						
17. Los empleados demuestran igualdad para todos sus clientes						
EMPATÍA						
18. En este balneario, el personal es amable y cortés con los usuarios						
19. Los horarios de este balneario son convenientes para sus clientes						
20. El empleado entiende las necesidades específicas del cliente						
21. El balneario se preocupa por los intereses de sus clientes						
ELEMENTOS TANGIBLES						
22. Las instalaciones físicas son atractivas, cuidadas y aptas para brindar un buen servicio						
23. Los empleados cuentan con vestimenta adecuada a su trabajo						
24. La señalética dentro del balneario es visualmente atractiva						
25. El balneario cuenta con equipos de apariencia moderna y accesible						

*Gracias por su colaboración*

## 2.4.2 Encuesta a la población



### ENCUESTA DIRIGIDA A LA POBLACIÓN DEL CANTÓN TULCÁN



**TEMA:** LA CALIDAD EN EL SERVICIO DE TERMAS COMO EJE DE DESARROLLO TURÍSTICO LOCAL; CASO CANTÓN TULCÁN-CARCHI

**Objetivo:** Obtener la información necesaria para determinar la importancia del termalismo para el desarrollo del turismo local.

**Indicaciones:** Marque con una x la respuesta según su criterio.

EDAD 18-28 ___ 29 – 39 ___ 40 – 50 ___ 51 – 61 ___ Más de 61 ___ años		GÉNERO M ___ F ___	
<b>1. ¿En calidad de que responde el encuestado?</b> Empleado Público <input type="checkbox"/> Empleado Privado <input type="checkbox"/> Desempleado <input type="checkbox"/> Jubilado <input type="checkbox"/> Estudiante <input type="checkbox"/> Otros: _____ <input type="checkbox"/>	<b>2. ¿En qué sector se incluye su actividad?</b> Agricultura y ganadería <input type="checkbox"/> Caza Pesca, silvicultura <input type="checkbox"/> Sector turístico/ hotelero <input type="checkbox"/> Comercio <input type="checkbox"/> Transporte <input type="checkbox"/> Otros: _____ <input type="checkbox"/>	<b>3. ¿Por qué cree usted que el turista visita este cantón?</b> Gastronomía <input type="checkbox"/> Cultura <input type="checkbox"/> Planta hotelera <input type="checkbox"/> Atractivos Turísticos <input type="checkbox"/>	<b>4. A su criterio, ¿Cuán importantes son las termas para la llegada de turistas?</b> Muy Importante <input type="checkbox"/> Importante <input type="checkbox"/> Moderadamente Importan <input type="checkbox"/> Poco importante <input type="checkbox"/> Sin importancia <input type="checkbox"/>
<b>5. A su criterio, ¿Cuán importantes son las termas para la generación de ingresos al cantón?</b> Muy Importante <input type="checkbox"/> Importante <input type="checkbox"/> Moderadamente Importan <input type="checkbox"/> Poco importante <input type="checkbox"/> Sin importancia <input type="checkbox"/>	<b>6. ¿Cómo considera usted al turismo para el desarrollo del cantón?</b> Muy Importante <input type="checkbox"/> Importante <input type="checkbox"/> Moderadamente Importan <input type="checkbox"/> Poco importante <input type="checkbox"/> Sin importancia <input type="checkbox"/>	<b>7. ¿Cuán importante son las termas para la generación de empleos en el cantón?</b> Muy Importante <input type="checkbox"/> Importante <input type="checkbox"/> Moderadamente Importan <input type="checkbox"/> Poco importante <input type="checkbox"/> Sin importancia <input type="checkbox"/>	<b>8. ¿Cuál es la apreciación que tiene de la gestión del municipio en el área del turismo?</b> Excelente <input type="checkbox"/> Buena <input type="checkbox"/> Aceptable <input type="checkbox"/> Regular <input type="checkbox"/> Mala <input type="checkbox"/>
<b>9. A su criterio, la oferta de establecimientos turísticos está dirigida a personas</b> <b>Con nivel de ingresos:</b> Alto <input type="checkbox"/> Medio <input type="checkbox"/> Bajo <input type="checkbox"/> Todos los niveles <input type="checkbox"/>		<b>10. A su criterio, ¿Cuál es el aspecto que puede influir más significativamente en la satisfacción de los turistas que vienen a esta localidad?</b> Calidad Servicios <input type="checkbox"/> Diversidad Atractivos <input type="checkbox"/> Promoción Turística <input type="checkbox"/> Accesibilidad <input type="checkbox"/> Estado de la Localidad <input type="checkbox"/>	

**11. Enumere del 1 al 5 siendo 1 el más importante, los factores más relevantes para usted dentro de la calidad**

Fiabilidad (Confianza)	<input type="checkbox"/>
Capacidad de respuesta (Atención cliente)	<input type="checkbox"/>
Seguridad	<input type="checkbox"/>
Empatía (Hospitalidad)	<input type="checkbox"/>
Elementos tangibles (Instalaciones)	<input type="checkbox"/>

*Gracias por su colaboración*



El tercer y último instrumento de recolección de datos es la entrevista, que se aplicara a los administradores o representantes de los establecimientos termales, con un cuestionario de 14 preguntas, representantes del GAD municipal, junta parroquial, aplicando un cuestionario de 11 preguntas y finalmente a los representantes de gremios o grupos de la localidad, con un cuestionario de 10 preguntas, con la finalidad de conocer sobre la planificación y control de los establecimientos para brindar un servicio de calidad y como esto aporta económicamente a la localidad.

### 2.4.3 Entrevista al administrador del balneario



#### ENTREVISTA A ESTABLECIMIENTOS TERMALES



#### Datos de Identificación

**Establecimiento:**

**Nombre del entrevistado:**

**Categoría:**

**Cargo:**

#### Cuestionario:

1. ¿Cuál es el perfil del cliente que comúnmente visita el balneario, por qué cree que lo hace y han logrado determinar las necesidades y requerimientos de estos?
2. ¿Con que otros servicios cuenta el balneario y como hacen para promocionarlos?
3. ¿El balneario cuenta con fácil acceso para personas con discapacidad?
4. ¿Conoce a la competencia? ¿Qué ventajas identifica en relación con estos balnearios?
5. ¿Las responsabilidades de los trabajadores están definidas y son comunicadas oportunamente y existen objetivos de calidad en cada función y tarea delegada?
6. ¿Los empleados hablan otro idioma, reciben capacitaciones permanentes en temas correspondientes a la calidad? ¿Cada que tiempo?
7. ¿Cuál es el porcentaje de los empleados que pertenecen a la localidad?
8. ¿Cómo balneario que acciones realiza para obtener una certificación?
9. ¿Las quejas o reclamos en su mayoría a que se deben, como las gestionan y cuentan con un plan de acción para lograr mejorarlas?
10. ¿Cree que el turismo es un factor importante para el desarrollo del Cantón?
11. ¿Qué tipo de turismo cree usted que es el que más aporta a Tulcán?
12. ¿Cómo cree usted que los balnearios aportan al desarrollo económico local?
13. ¿Qué organismos OG/ONG cree que deben intervenir para lograr un desarrollo económico local?
14. ¿Qué proyectos tiene planificado implementar en el futuro?

## 2.4.4 Entrevista al GAD municipal y junta parroquial



### ENTREVISTA AL REPRESENTANTE DEL GAD MUNICIPAL Y JUNTA PARROQUIAL



#### Datos de identificación

**Nombre de la entidad:**

**Nombre del entrevistado:**

**Cargo:**

#### Cuestionario

1. ¿Cuáles son sus funciones? ¿Cómo está relacionado usted con las actividades turísticas del cantón?
2. ¿Si la primera actividad económica es la ganadería, cree usted que al promocionar el turismo, este puede formar parte importante de la actividad económica del cantón?
3. ¿Cómo promocionan al turismo de aguas termales?
4. ¿Considera que los balnearios del cantón son un buen atractivo turístico que ayude al desarrollo de la comunidad?
5. ¿Existe un registro de turistas que llegan al sector, y si no es el caso existen planes para su implementación?
6. ¿Existe una planificación de proyectos turísticos para mejoras de los balnearios de aguas termales?
7. Si calidad está compuesto por seguridad, empatía, elementos tangibles, fiabilidad, y capacidad de respuesta, ¿cree usted que los balnearios del cantón cuentan con estos puntos para lograr la calidad de sus establecimientos?
8. ¿Considera que la calidad turística es un factor importante para el desarrollo turístico?
9. ¿Cómo considera usted que los balnearios de aguas termales aportan al desarrollo económico local?
10. ¿Cree que el desarrollo de los balnearios es un trabajo en conjunto, de entidades privadas, públicas y de personas del sector o de la comunidad?

## 2.4.5 Entrevista a gremios de localidad



### ENTREVISTA AL REPRESENTANTE DE GREMIOS DE LA LOCALIDAD



#### Datos de identificación

**Nombre de la entidad:**

**Dirección:**

**Nombre del entrevistado:**

**Cargo:**

#### Cuestionario:

1. ¿Cuáles son sus funciones en la organización?
2. ¿Se siente representados por el GAD de la localidad?
3. Que recomendaría al GAD parroquial para mejorar los servicios de los balnearios de aguas termales
4. ¿Por qué considera usted que los balnearios son un buen atractivo turístico y creen que aportan en beneficio de la localidad?
5. ¿Conoce cuáles son las virtudes de las aguas termales de este lugar o existe algún estudio que ayude a la promoción de los balnearios?
6. ¿Ha evidenciado la existencia de una planificación de proyectos turísticos para mejoras de los balnearios de aguas termales?
7. Si calidad está compuesto por seguridad, empatía, elementos tangibles, fiabilidad, y capacidad de respuesta ¿Cree que es un factor importante para el desarrollo turístico?
8. ¿Considera que los balnearios de aguas termales aportan al desarrollo económico local?
9. ¿Cree que el desarrollo de los balnearios es un trabajo en conjunto, de entidades privadas, públicas y de personas del sector o de la comunidad?
10. ¿De qué manera cree que aportaría la localidad al desarrollo del turismo?

## 2.5 Cobertura de las unidades de Análisis - Muestra

Se tiene dos universos para la obtención de las muestras, donde la primera son los turistas que ingresan a las termas y la segunda la población del cantón Tulcán, teniendo así dos muestras para la aplicación de las encuestas.

Para la obtención de la muestra se procedió a utilizar la fórmula de la población finita descrita a continuación:

Según el ingreso de turistas a las termas se determinó una población de: 2000

$$\frac{z^2 * P * Q * N}{E^2(N - 1) + Z^2 * P * Q}$$

N= 2000

P (Éxito)= 0,5

Q (Fracaso)= 0,5

E (Error permitido)= 5%

Z (Nivel de confianza)= 95%= 1,96

$$n = \frac{1,96^2 * 0,5 * 0,5 * 2000}{0,05^2(2000 - 1) + 1,96^2 * 0,5 * 0,5} = \frac{11694,7908}{31,4004} = 323$$

Según las personas pertenecientes al cantón se determinó una población de: 77175

$$\frac{Z^2 * P * Q * N}{E^2(N - 1) + Z^2 * P * Q}$$

N= 86498

P (Éxito)= 0,5

Q (Fracaso)= 0,5

E (Error permitido)= 5%

Z (Nivel de confianza)= 95%= 1,96

$$n = \frac{1,96^2 * 0,5 * 0,5 * 86498}{0,05^2(86498 - 1) + 1,96^2 * 0,5 * 0,5} = \frac{11694,7908}{31,4004} = 383$$

El error permitido se ha determinado en 5% porque siempre existe error al escoger una muestra, en este caso porque los datos fueron tomados del CENSO del 2010, y no reflejan perfectamente la situación actual de los atractivos turísticos, con un nivel de confianza de 95%.

## 2.6 Procedimiento para tratamiento y análisis de información - Varios

Para el tratamiento de la información se creó una base de datos en excel para lograr categorizar y dar un puntaje a cada dimensión de la calidad, para esto es necesario utilizar la escala de Likert con el siguiente puntaje:

1(Nunca) = 0

2 (Pocas veces) = 0.25

3 (Algunas veces) = 0.50

4 (Frecuentemente) = 0.75

5 (Siempre) = 1

Es así que si una persona encuestada respondió con 3 en la escala de Likert, se le asignará el valor de 0.50 en la hoja de excel. Por esta razón es necesario la utilización de intervalos que proporcionen un valor o denominación a cada puntaje obtenido:

Pésimo = 0 al 0.20

Malo = 0.21 al 0.40

Regular = 0.41 al 0.60

Bueno = 0.61 al 0.80

Excelente = 0.81 al 1

Al conocer estos intervalos se establece el porcentaje a cada dimensión de la calidad, los mismos que darán un total de 100%.

Porcentajes establecidos para cada dimensión de la calidad:

**Tabla 1.**

*Porcentaje de dimensiones*

<b>DIMENSIÓN</b>	<b>PUNTAJE</b>	
Fiabilidad	0.2	20%
Capacidad de respuesta	0.2	20%
Seguridad	0.2	20%
Empatía	0.2	20%
Elementos Tangibles	0.2	20%
<b>TOTAL</b>	<b>1</b>	<b>100%</b>

Ya establecidos los porcentajes para cada dimensión, se procede a establecer los porcentajes para cada pregunta, con la misma condición de cada dimensión, que debe dar un total del 100%.

Es necesario mencionar que para cada dimensión existen un total de 4 preguntas, es así que cada pregunta tendrá un puntaje de 0.25 que equivale al 25% y la sumatoria total es del 100%, como se muestra en el ejemplo de la siguiente tabla, que es aplicable para las 20 preguntas que se dividen en las 5 dimensiones.

**Tabla 2.**

*Porcentaje fiabilidad*

<b>DIMENSIÓN:</b>		
<b>FIABILIDAD 20%</b>		
<b>Pregunta N. 1</b>	0.25	25%
<b>Pregunta N. 2</b>	0.25	25%
<b>Pregunta N. 3</b>	0.25	25%
<b>Pregunta N. 4</b>	0.25	25%
<b>TOTAL</b>	<b>1</b>	<b>100%</b>



Considerando cada valor que se aplicará para cada encuestado, y ya establecido los puntajes y otorgados para cada dimensión y para cada pregunta, podemos obtener la calificación promedio para conocer el nivel de calidad de cada balneario.

## **CAPÍTULO III**

### **RESULTADOS**

#### **3.1 Perfil de la oferta**

##### **3.1.1 Tres Chorros**

Descubierto hace más de 150 años, este tradicional balneario es conocido por los locales debido a sus aguas minerales, es administrado actualmente por la familia Chapi-Cárdenas y ha tenido varios cambios a través de los años sobre todo a partir del 2000, año en el cual este establecimiento quedó inundado debido a la cercanía con el río Bobo.

Sus aguas se obtienen de una vertiente que nace en la peña encontrada a tan solo 10 metros de este lugar.

A partir del 2015 el establecimiento también cuenta con paneles solares que mantienen la temperatura de las piscinas aportando además así el cuidado ambiental.

##### **3.1.2 Aguas Hediondas**

Desde el año de 1997 a las faldas del páramo se construye el balneario Aguas Hediondas, nombre que se le atribuye debido al fuerte olor a azufre que emana este lugar. A través de los años este establecimiento ha ido mejorando su estructura con el fin de que los visitantes puedan disfrutar de los beneficios del agua, al principio las personas acudían directamente a la vertiente lo cual era peligroso ya que la temperatura supera los 60° y este es perjudicial para la salud, sin mencionar los gases tóxicos que emergen de este sitio.

Actualmente es la prefectura de Carchi quien está a cargo de la administración de Aguas Hediondas y su última remodelación fue hace dos años.

El agua para las piscinas se obtiene directamente del desfogue del volcán Chiles y se baja a través de tuberías, una vez que estas llegan a las piscinas se junta con agua fría la cual ayuda a regular la temperatura y se vuelven aptas para que los visitantes las disfruten.

**Tabla 3.***Información de los balnearios*

	<b>TRES CHORROS</b>	<b>AGUAS HEDIONDAS</b>
<b>Características del agua</b>	<p>Su temperatura oscila entre los 15° - 23° c.</p> <p>El agua utilizada en este sitio tiene zinc y magnesio el cual ayuda al aspecto de la piel.</p>	<p>La temperatura de este sitio va desde los 35° - 50° c.</p> <p>Los visitantes aseguran que esta agua debido a su alto índice de azufre es beneficiosa para la salud tanto para problemas de la piel, caída del cabello así como para dolencias de huesos como artritis, artrosis y osteoporosis. No es recomendable para quienes padecen de problemas cardiacos.</p>
<b>Ubicación</b>	Vía Tulcán- Tufiño a 3km del terminal de Tulcán	25 km del terminal de Tulcán 6 km del parque de Tufiño
<b>¿Cómo llegar?</b>	Tomar un taxi desde el terminal su costo promedio es de \$1.50	Tomar un bus desde el terminal hasta la parroquia de Tufiño por \$0.50. Al llegar al parque de Tufiño se puede trasladar en camioneta, el costo es alrededor de \$6 a \$7, la carrera puede ser compartida por 4 personas.
<b>Descripción</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Dos piscinas de agua mineral; una de 25 m para adultos, otra destinada a niños</li> <li>- Duchas de aguas calientes</li> <li>- Turco</li> <li>- Cancha de vóley</li> <li>- Parqueadero</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Tres piscinas de agua sulfurosa; una con rampa para personas con discapacidad</li> <li>- Duchas de aguas calientes</li> <li>- Áreas de picnic</li> <li>- Parqueadero</li> </ul>
<b>Servicios Adicionales</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Bar que oferta snacks y comida rápida</li> <li>- Masajes quiroprácticos</li> <li>- Entrenador de deportistas y aspirantes a entidades públicas</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Restaurante con comida típica</li> <li>- Senderos ecológicos</li> <li>- Actividades de trekking</li> </ul>

**CONTINÚA**

como la policía, fuerzas armadas entre otros.

<b>Tarifas</b>	Adultos \$0.75 ctvs	Adultos \$1.50
	Niños y tercera edad \$0.50 ctvs	Niños y tercera edad \$0.75 ctvs
	Adicional \$0.50 ctvs al usar el turco	

<b>Horarios de atención</b>	Lunes a Domingo 4:00 am – 21:00 pm	Lunes a viernes de 8:00 am -17:00
		Sábados, domingos y feriados de 6:00am a 18:00pm

## 3.2 Análisis de la oferta

### 3.2.1 Entrevista a administrador de Tres Chorros

#### ENTREVISTA A ESTABLECIMIENTOS TERMALES

##### Datos de Identificación

**Establecimiento:** Tres Chorros

**Nombre del entrevistado:** Cristina Chapi

**Cargo:** Administradora del complejo

1. **¿Cuál es el perfil del cliente que comúnmente visita el balneario, por qué cree que lo hace y han logrado determinar las necesidades y requerimientos de los mismos?**

Generalmente el balneario es visitado por personas que conocen el beneficio del agua en la salud, misma que contiene minerales como el calcio, zinc, potasio, magnesio, que al provenir de vertientes naturales se ha comprobado según estudios que es apta para el consumo humano. Los turistas evidencian cambios en su estado interno y externo, ya que mejora el aspecto de su piel, reduce el estrés, cambia el funcionamiento del sistema nervioso, entre otros, esas cualidades alienta a la gente a visitar el establecimiento.

## **2. ¿Con qué otros servicios cuenta el balneario y cómo hacen para promocionarlos?**

El balneario al momento cuenta con los servicios relacionados a la salud, es decir la piscina más grande con una longitud de 25 m es de agua mineral, así como también incluye el área de turco, contamos de una área destinada a masajes entre los más solicitados están: estrés, para el dolor de espalda y terapias para las personas que tienen problemas con el sistema nervioso y en la columna. En cuanto a restauración disponemos con de un bar en cual pueden disfrutar de comida rápida. A parte de eso tenemos el servicio de entrenamiento a jóvenes que se van a enlistar en las fuerzas policiales o militares.

Refiriéndonos a la promoción, esto se ha ido dando por las recomendaciones que dan las personas que acuden regularmente a este lugar, además este balneario es muy conocido en la zona y en varias ocasiones las noticias locales nos han entrevistado y hecho reportajes del servicio que se da aquí.

## **3. ¿El balneario cuenta con fácil acceso para personas con discapacidad?**

Pues bien, en este caso como la entrada para acceder a la piscina grande no es tan larga, nosotros los ayudamos a acceder y hasta este momento no hemos tenido mayor inconveniente pero hemos notado la necesidad de tomar en cuenta estas medidas. Por otro lado la piscina de menor dimensión por lo general la disfrutan los niños, y es fácil para introducirse en ella.

**4. ¿Conoce a la competencia? ¿Qué ventajas identifica en relación a estos balnearios?**

Estamos conscientes de que a nivel cantonal, provincial e incluso en el lado colombiano que es muy cercano a nosotros existen más lugares de recreación de este tipo, sin embargo hemos hecho un sondeo con los demás balnearios y sitios turísticos de aquí, unos cuenta con mejor infraestructura, con piscinas temperadas, espacios verdes más amplios entre otros sin embargo en esa situación nosotros contamos con el agua mineral y los beneficios que esto conlleva para la salud.

**5. ¿Las responsabilidades de los trabajadores están definidas y son comunicadas oportunamente y existen objetivos de calidad en cada función y tarea delegada?**

En relación a este tema comprendemos que en un negocio debe estar todo claramente planificado, es por eso que aquí cada persona tiene tareas específicas designadas, esto depende del día, en total somos 6 personas las que laboramos en Tres Chorros: el ambiente es familiar, por ende procuramos que el funcionamiento y servicio del complejo sea el mejor; para el mantenimiento e higiene de las piscinas, se contratan personas externas que acuden al lugar cada 15 días.

**6. ¿Los empleados hablan otro idioma, reciben capacitaciones permanentes en temas correspondientes a la calidad? ¿Cada que tiempo?**

No, ninguno de los que estamos aquí a cargo, habla otro idioma porque hasta el día de hoy no lo hemos visto necesario, además en el caso de requerir a alguien con estas



aptitudes el municipio de Tulcán junto con el departamento de cultura nos ayudan con esto.

Con relación a las capacitaciones de igual manera la dependencia municipal se encarga de indicarnos o darnos capacitaciones según nuestra necesidad y generalmente esto sucede de manera semestre e incluso anual.

**7. ¿Cuál es el porcentaje de los empleados que pertenecen a la localidad?**

En su totalidad, mi familia y yo hemos crecido en Tulcán y es por este motivo nuestro empeño de sacar adelante este negocio que tiene una imagen tradicional para la localidad. Las personas que de igual manera colaboran con la limpieza son aledaños a esta zona.

**8. ¿Cómo balneario que acciones realiza para obtener una certificación?**

Como balneario y sitio turístico estamos pendientes de obtener una certificación que dé relevancia a este lugar como parte de la cultura tulcanense, ya que es el único lugar por el cual han pasado personajes importantes como es Pedro Vicente Maldonado y Velasco Ibarra.

**9. ¿Las quejas o reclamos en su mayoría a que se deben, como las gestionan y cuentan con un plan de acción para lograr mejorarlas?**

La mayoría de reclamos generalmente se dan cuando se cambia el agua de la piscina porque esta tiende a estar fría y al tener un clima por lo general no supera ni los 10°C entonces esto molesta a quienes acuden a Tres Chorros, para ello nosotros tenemos acción inmediata con los paneles solares que nos ayudan a temperar el agua, otro de los

reclamos es cuando llueve, pues crece el caudal del río y el agua fluye, en este caso contamos con la desviación pertinente del agua y les permitimos a los bañistas que disfrutaran del agua termal que corresponden a las piscinas.

#### **10. ¿Cree que el turismo es un factor importante para el desarrollo del Cantón?**

El turismo considero que si es un punto importante para tener mejores ingresos, sobre todo Tulcán al ser un cantón fronterizo y contar con la alta afluencia de gente del vecino país de Colombia se debería aprovechar de la mejor manera esta situación para impulsar el turismo, tomando en cuenta el prepararnos para dar un buen servicio a los turistas, y aún más a las personas de la localidad ya que estamos en desventaja con los hermanos colombianos pues ellos son conocidos por su carisma y es algo que al tulcaneño le falta siendo esta una notable desventaja, muchas veces esto es lo que ha ocasionado que Tulcán sea vista solo como una ciudad de paso.

El turismo es una gran parte del desarrollo y lo hemos experimentado a través de este balneario ya que acuden colombianos, peruanos y actualmente venezolanos, en este caso estamos compartiendo un plan de asistencia especial para ellos.

#### **11. ¿Qué tipo de turismo cree usted que es el que más aporta a Tulcán?**

Actualmente no considero que exista un tipo de turismo que aporte de manera influyente en el cantón, sin embargo estimo que realizar un recorrido por los sitios turísticos de este lugar incluyendo los balnearios sería una buena opción, hoy en día el único sitio que es conocido por todos los turistas es el cementerio de Tulcán, y esta ciudad tiene mucho más que ofrecer.

**12. ¿Cómo cree usted que los balnearios aportan al desarrollo económico local?**

Los balnearios estimo que tienen un aporte considerable para el desarrollo de Tulcán ya que generan fuentes de trabajo directa e indirectamente, sin embargo la organización que existe por parte de cada uno de los dueños o propietarios de estos establecimientos, es pésima y esto no permite que los negocios crezcan. Se debería de igual manera evaluar las instalaciones y los servicios que se prestan con el fin de asegurar la calidad de los mismos.

**13. ¿Qué organismos OG/ONG cree que deben intervenir para lograr un desarrollo económico local?**

Creo que los organismos que hasta ahora han intervenido han realizado una buena labor, pese a ello se considera que debería a nivel nacional el ministerio de desarrollo poner más énfasis para sacar de esta situación a la población ya que como es de conocimiento a nivel nacional la provincia de Carchi se ha visto afectada por el comercio y el excesivo paso de los migrantes.

**14. ¿Qué proyectos tiene planificado implementar en el futuro?**

Dentro de los proyectos a corto plazo queremos implementar una rampa al balneario para que sea más accesible para las personas con discapacidad, de la tercera edad y niños, además de una cubierta en la piscina para que sea más comfortable para los clientes.

### 3.2.2 Entrevista administrador de Aguas Hediondas

#### ENTREVISTA A ESTABLECIMIENTOS TERMALES

##### Datos de Identificación

**Establecimiento:** Aguas Hediondas

**Nombre del entrevistado:** Wilmer Enríquez      **Cargo:** Administrador encargado

1. **¿Cuál es el perfil del cliente que comúnmente visita el balneario, por qué cree que lo hace y han logrado determinar las necesidades y requerimientos de los mismos?**

Considero que aún no tenemos definido un perfil específico del cliente, ya que si hablamos según su ingreso económico aquí acuden personas de clase baja, alta y media. Algo que sí me atrevería a comentar es que el principal motivador por el cual las personas visitan estas termas es por sus aguas medicinales y la fama que han adquirido a través de a los años por parte de los propios asistentes en ser aguas que mejoran las dolencias de quienes se sumergen aquí.

Otra característica de los clientes que vienen a Aguas Hediondas es que en su mayoría son colombianos, hemos podido notar que por parte de los ecuatorianos existe una inconformidad por el olor, sin embargo este olor 100% a azufre, garantiza la calidad del agua, esta es buena para las enfermedades relacionadas a los huesos y dolores musculares.

## **2. ¿Con qué otros servicios cuenta el balneario y cómo hacen para promocionarlos?**

Aparte de lo que son las piscinas, el balneario cuenta con un paisaje espectacular razón por la cual tenemos los servicios de senderos para caminar y disfrutar del paisaje, adicional tenemos el servicio de restaurant en el cual podrán encontrar una variedad de alimentos. Todo esto se lo promociona a través de propagandas radiales, con boletines y sobre todo es promocionado por aquellas personas que ya han acudido a este lugar y han tenido una buena experiencia.

Por otro lado en días festivos se colocan carpas en las cuales las personas de la comuna la Esperanza, tienen la oportunidad de ofertar desde comida rápida hasta platos típicos de la zona.

## **3. ¿El balneario cuenta con fácil acceso para personas con discapacidad?**

Si, en la piscina que se encuentra en el exterior hay una rampa que está adecuada justamente para personas que tienen dificultad de movimiento, ya sea que estén en silla de ruedas o tengan algún aparato de movilidad asistida, esto claro es solo en la parte externa, ya que para acceder a las internas son los empleados quienes les apoyan para el ingreso.

## **4. ¿Conoce a la competencia? ¿qué ventajas identifica en relación a estos balnearios?**

En cuanto a la competencia, sabemos que existen otros balnearios que tienen diferentes servicios, algunos incluso cuentan con espacios recreacionales lo cual los hacen más atractivos para el turista, sin embargo creemos que nuestra ventaja ha sido

el satisfacer al cliente a través de nuestro buen trato y atención además el balneario a nivel de Carchi, Ecuador e incluso hasta de Colombia es único en sus aguas, es por esto que este establecimiento ha sido preferido por muchas personas. Por nombrar un ejemplo existe un establecimiento termal a 10 km de Aguas Hediondas, este pertenece al vecino país y pese a ellos los colombianos prefieren visitar el nuestro debido a que los beneficios para salud ya que las aguas aquí no son alteradas como en otros sitios.

**5. ¿Las responsabilidades de los trabajadores están definidas y son comunicadas oportunamente y existen objetivos de calidad en cada función y tarea delegada?**

Claro, en ese aspecto hemos considerado importante la delegación de tareas para que estas sean realizadas de manera eficiente y oportuna es así que tenemos una persona encargada de aseo, e indicar a la gente que tiempo tienen que estar en las piscinas, básicamente controla todo lo que sucede en la parte de las piscinas. Además nuestro objetivo es satisfacer al cliente, esto es algo que tenemos claro como trabajadores de este establecimiento termal, pues esperamos que este lugar sea reconocido por sus grandes cualidades.

**6. ¿Los empleados hablan otro idioma, reciben capacitaciones permanentes en temas correspondientes a la calidad? ¿cada que tiempo?**

No, ninguno habla otro idioma pese a ello esperamos que acorde a la expansión del lugar, la prefectura nos ayude en este ámbito porque esperamos tener una afluencia de turistas internacionales y claramente el poder comunicarnos con personas de distintos países marcará la diferencia en este lugar, por otra parte las capacitaciones que se

reciben con frecuencia son aquellas enfocadas a la atención al cliente y estas son impartidas por la prefectura de Carchi.

#### **7. ¿Cuál es el porcentaje de los empleados que pertenecen a la localidad?**

En cuanto a esta pregunta pues es satisfactorio comentar que todas las personas que colaboran con Aguas Hediondas son de Tufiño y la Esperanza, estas son las dos localidades más cercanas a este sitio y es por este motivo que para las personas de este sector las termas se han convertido en fuente de ingreso considerable.

#### **8. ¿Cómo balneario que acciones realiza para obtener una certificación?**

No existe una certificación como tal para balnearios, existe solo a nivel general para el turismo, motivo por el cual no hemos considerado realizar algún trámite para obtener un certificado que nos acredite dentro del sector turístico de Carchi, pero estaríamos dispuestos a llevar a cabo los trámites e incluso mejoras en este sitio para obtener un reconocimiento que impulse el ingreso de visitantes a esta terma.

#### **9. Las quejas o reclamos en su mayoría a que se deben, como las gestionan y cuentan con un plan de acción para lograr mejorarlas**

Las quejas en particular son por el acceso vehicular, ya que la carretera es bastante incómoda sobre todo para vehículos pequeños debido a que es empedrada, sin embargo existe un proyecto para pavimentarla y la misma comenzará en los próximos meses, además otra queja que hemos tenido está relacionada al mismo tema pues el costo para quienes vienen en transporte público es excesivo, las camionetas cobran desde el mercado a las termas un valor de \$6 a \$7 dólares, para solucionar este problema se planteó que los sábados y domingos venga un bus hacia este establecimiento, este

medio de transporte tenía convenio con la prefectura pero no tuvimos una respuesta positiva, pese a que el costo era módico, esperamos que al finalizar la pavimentación el costo del pasaje reduzca.

**10. ¿Cree que el turismo es un factor importante para el desarrollo del cantón?**

Bastante importante ya que genera ingresos para el cantón y la provincia en general, además que genera trabajo para las personas de la comuna.

**11. ¿Qué tipo de turismo cree usted que es el que más aporta a Tulcán?**

La visita al cementerio "José María Azael Franco Guerrero", es el atractivo que aporta más a la economía de este cantón, pero Tulcán tiene paisajes que podrían ser potencializados, además de sus costumbres, gastronomía y obviamente los balnearios que son bastante atractivos por sus aguas termales, sobre todo Aguas Hediondas.

**12. ¿Cómo cree usted que los balnearios aportan al desarrollo económico local?**

Los balnearios atraen al turista tanto nacional como extranjero y de esta manera se da a conocer todo el cantón, especialmente este balneario tiene una afluencia alta de colombianos porque saben de la calidad de las aguas, pese a que ellos tienen establecimientos termales ahí, saben que esta es natural por su cercanía con la vertiente. Además en el caso de Aguas Hediondas son las personas de la comuna quienes preparan los alimentos y esto ha sido de gran ayuda para su economía.



**13. ¿Qué organismos OG/ONG cree que deben intervenir para lograr un desarrollo económico local?**

La prefectura debería promocionar más este lugar tanto local como nacionalmente y porque no de manera internacional, puesto que estas aguas y en si el complejo es desconocido por propios y más aún por extranjeros.

**14. ¿Qué proyectos tiene planificado implementar en el futuro?**

Los proyectos en los cuales se han venido trabajando están como primer aspecto la ampliación de las piscinas en la parte de abajo, además de la construcción de una piscina polar ya que lo pide el turista como parte de la terapia y hemos considerado necesario para la satisfacción del visitante, por último la ampliación del parqueadero.

**3.3 Demostración de la hipótesis**

Con el fin de cumplir con el objeto de estudio se demostrará la hipótesis planteada a través de la Prueba Z; un método estadístico conveniente en este caso tomando en cuenta el valor de la muestra, para el cual se aplica la siguiente fórmula:

$$Z = \frac{\bar{x} - \mu}{s/\sqrt{n}}$$

Donde:

$(\bar{x})$  = Media general de cada terma,

$(s)$  = Representa la desviación estándar,

$(\mu)$  = Simboliza el valor planteado en la hipótesis,

$(n)$  = Es la cantidad de la muestra.

Se usará la tabla de distribución normal con un nivel de significancia de 5% para establecer los valores críticos, por ende la prueba de cola derecha establece un valor de 1.65.

Al ser la prueba de cola derecha, con  $\alpha = 0.05$ , que indica un valor de 1.65, se considera que el resultado menor de este número, entra en la zona de aceptación por ende la hipótesis nula será admitida y se rechazará la hipótesis alterna y en el caso de que el número sea mayor y entre en la zona crítica, se aprueba a la hipótesis alterna, rechazando la nula.

### **3.3.1 Demostración de la Hipótesis para el Balneario Tres Chorros**

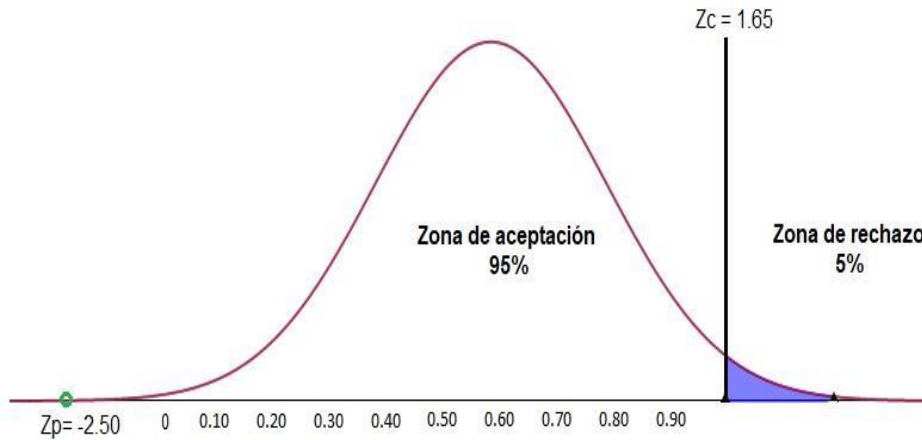
$$Z = \frac{0.80 - 0.85}{0.18/\sqrt{81}}$$

$$Z = -2.50$$

Donde:

T crítica = 1.65

T de prueba z = -2.50



**Figura 2.** Demostración hipótesis Tres Chorros

Acorde al resultado de la prueba Z, -2.50 no cae en la zona crítica lo cual indica que la hipótesis nula se acepta, siendo  $H_0; X \leq 0.85$

### 3.3.2 Demostración Hipótesis para el Complejo turístico Aguas Hediondas

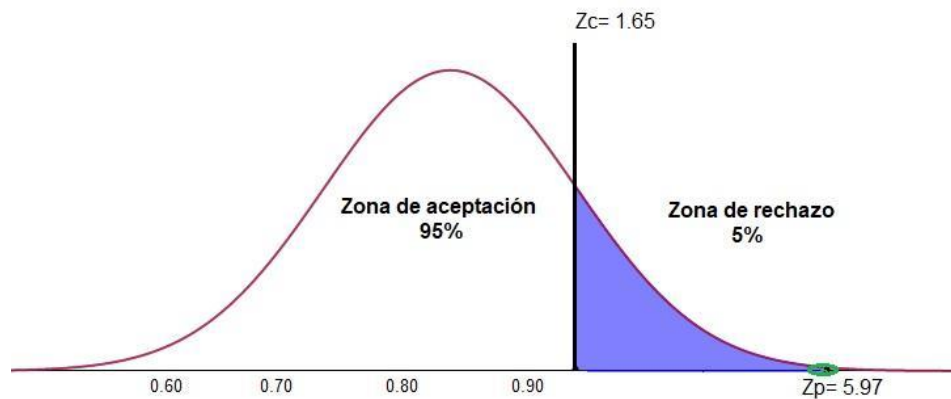
$$Z = \frac{0.90 - 0.85}{0.13/\sqrt{242}}$$

$$Z = 5.97$$

Donde:

T crítica = 1.65

T de prueba z = 5.97



**Figura 3.** Demostración hipótesis Aguas Hediondas

Tomando en cuenta el resultado de 5.97 una vez realizada la prueba Z, esto indica que la hipótesis alterna se acepta rechazando la nula debido que  $H_1; X > 0.85$ .

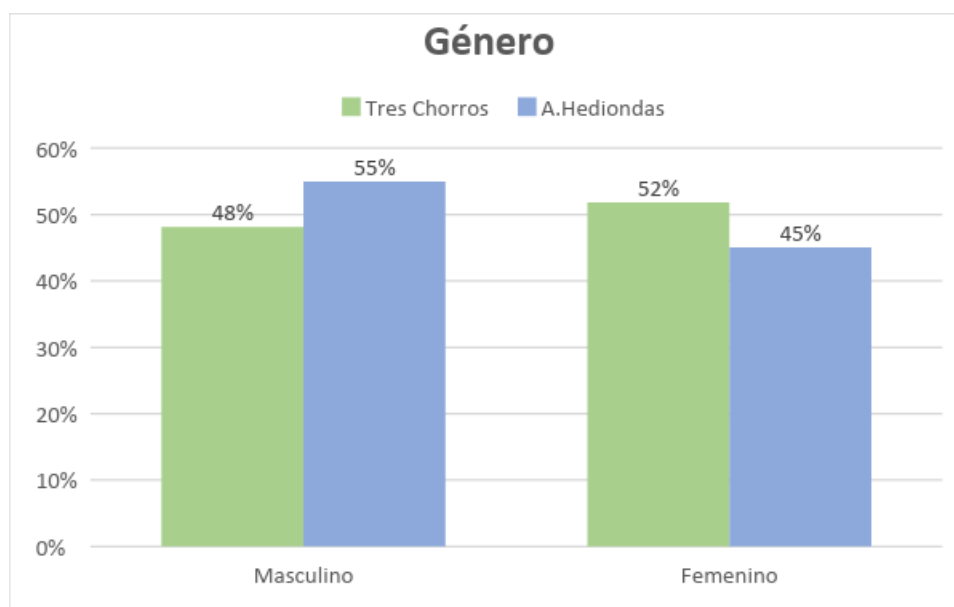
### 3.4 Análisis de la demanda

#### 3.4.1 Resultados preguntas informativas

##### Encuesta dirigida a los visitantes del balneario

**Tabla 4.**  
*Resultados género*

	<b>Género</b>			
	<b>Tres Chorros</b>		<b>A. Hediondas</b>	
<b>Masculino</b>	39	48%	133	55%
<b>Femenino</b>	42	52%	109	45%
<b>Total</b>	81	100%	242	100%



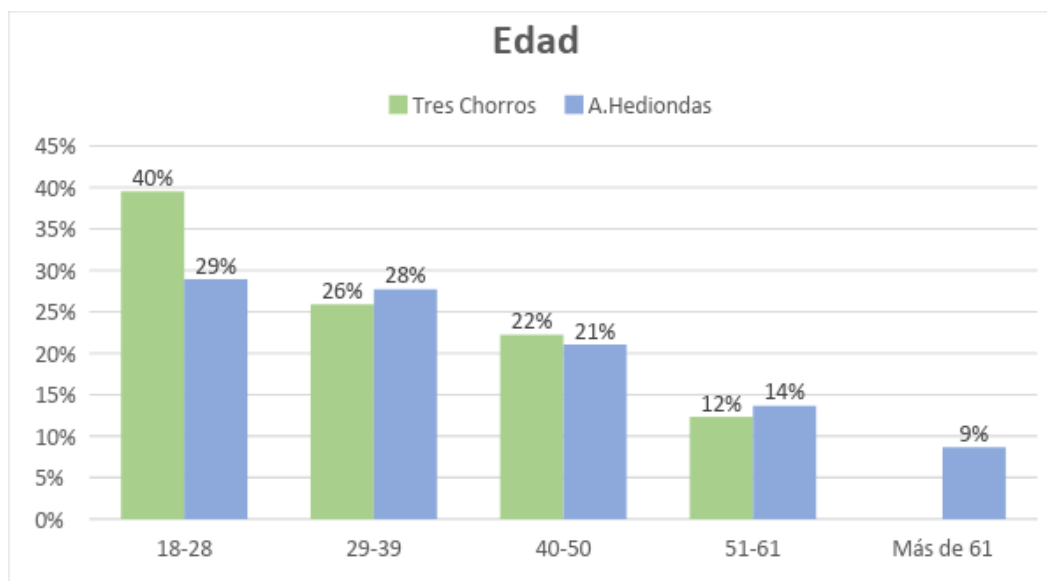
**Figura 4.** Género

#### Interpretación

En la presente investigación se puede observar que en el balneario Tres Chorros el mayor número de visitantes son de género femenino con un 52%, en cambio en Aguas Hediondas es el género masculino el predominante con un 55%.

**Tabla 5.**  
*Resultados edad*

	<b>EDAD</b>			
	<b>Tres Chorros</b>		<b>A. Hediondas</b>	
<b>18-28</b>	32	40%	70	29%
<b>29-39</b>	21	26%	67	28%
<b>40-50</b>	18	22%	51	21%
<b>51-61</b>	10	12%	33	14%
<b>Más de 61</b>	0	0%	21	9%
<b>Total</b>	81	100%	242	100%



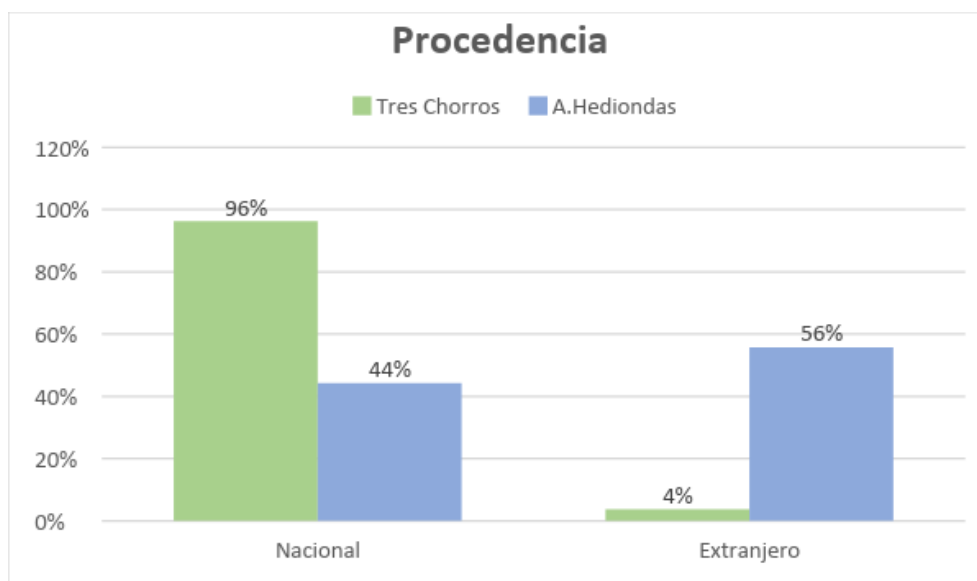
**Figura 5.** Edad

### Interpretación

Se puede indicar que los viajeros que más frecuentan ambos establecimientos se concentran en el rango de 18 a 28 años, un porcentaje significativo tienen el grupo entre 29 a 39 años. Cabe destacar que tres chorros no existe concurrencia de personas mayores de 61 años al contrario de aguas hediondas que presenta un 9%.

**Tabla 6.***Resultados procedencia*

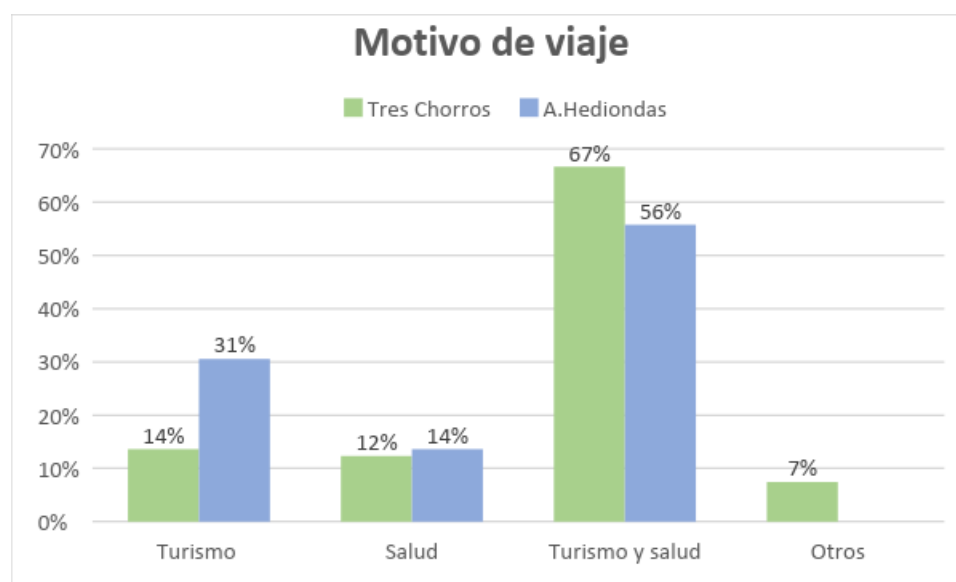
	<b>PROCEDENCIA</b>			
	<b>Tres Chorros</b>		<b>A. Hediondas</b>	
<b>Nacional</b>	78	96%	107	44%
<b>Extranjero</b>	3	4%	135	56%
<b>Total</b>	81	100%	242	100%

**Figura 6.** Procedencia**Interpretación**

Se identifica una gran diferencia en los balnearios estudiados, puesto que Tres Chorros es visitada casi en su totalidad por nacionales y en Aguas Hediondas el porcentaje de nacionales con 44% es menor al de extranjeros con 56%, los cuales en su mayoría provienen de Colombia.

**Tabla 7.***Resultados motivo de viaje*

	Tres Chorros		A. Hediondas	
<b>Turismo</b>	11	14%	74	31%
<b>Salud</b>	10	12%	33	14%
<b>Turismo y salud</b>	54	67%	135	56%
<b>Otros</b>	6	7%	0	0%
<b>Total</b>	81	100%	242	100%

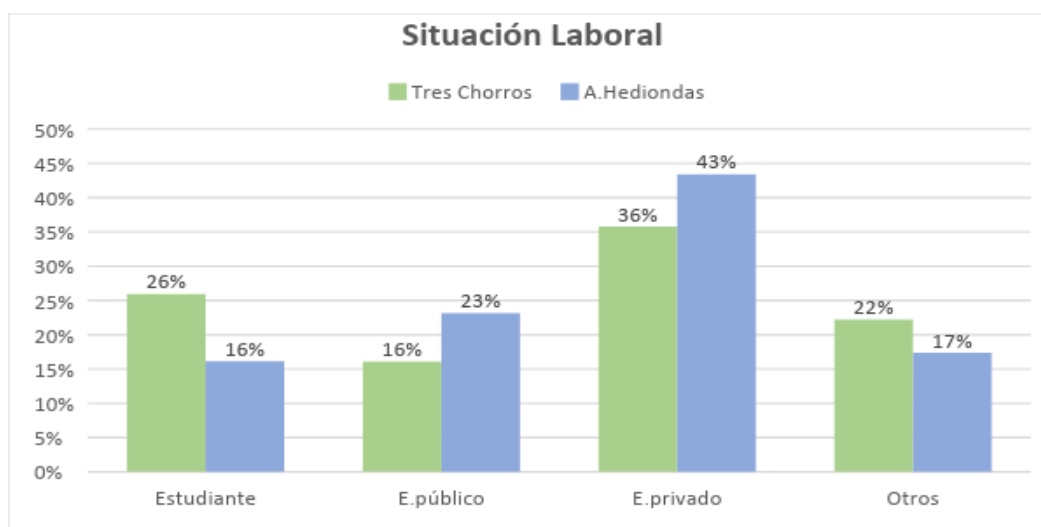
**Figura 7.** Motivo de viaje**Interpretación**

De acuerdo a la gráfica, el principal motivo para visitar ambas termas se centran en turismo y salud con un 67% y 56% respectivamente; en el caso de Aguas Hediondas otro de los motivos que tienen las personas encuestadas es netamente por turismo, un 7% menciona tener otros motivos para visitar a Tres Chorros.



**Tabla 8.**  
*Resultados situación laboral*

<b>SITUACIÓN LABORAL</b>				
	<b>Tres Chorros</b>		<b>A. Hediondas</b>	
<b>Estudiante</b>	21	26%	39	16%
<b>E. Público</b>	13	16%	56	23%
<b>E. Privado</b>	29	36%	105	43%
<b>Otros</b>	18	22%	42	17%
<b>Total</b>	81	100%	242	100%



**Figura 8.** Situación Laboral

### **Interpretación**

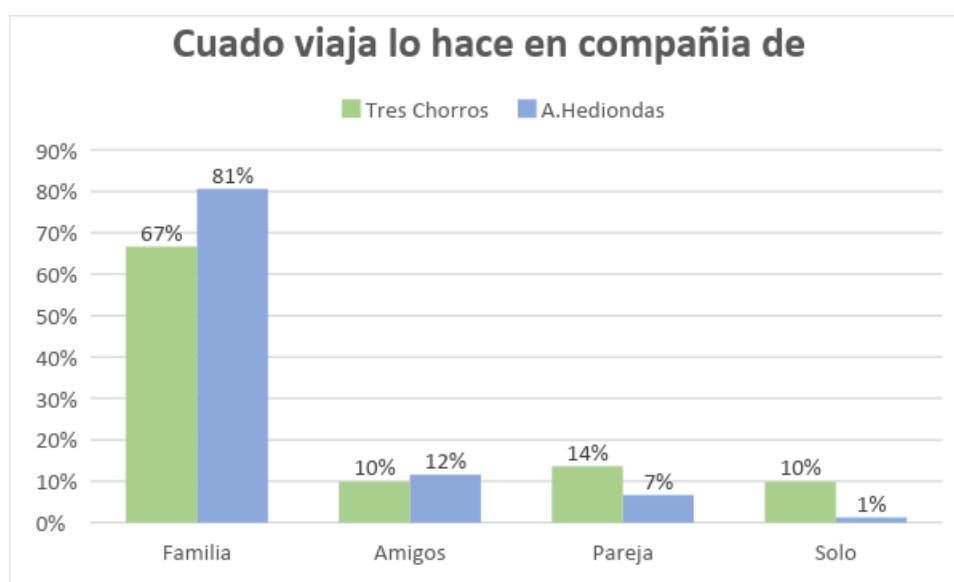
Se puede inferir que la situación laboral de los encuestados se centra en empleados privados en las dos termas, en Tres Chorros es sucedido por estudiantes mientras que en Aguas Hediondas son los empleados públicos quienes ocupan el segundo porcentaje en cuanto a ocupación.

**Tabla 9.**

*Resultados cuando viaja lo hace en compañía de*

**CUANDO VIAJA LO HACE EN COMPAÑÍA DE**

	Tres Chorros		A. Hediondas	
<b>Familia</b>	54	67%	195	81%
<b>Amigos</b>	8	10%	28	12%
<b>Pareja</b>	11	14%	16	7%
<b>Solo</b>	8	10%	3	1%
<b>Total</b>	81	100%	242	100%



**Figura 9.** Cuando viaja lo hace en compañía de

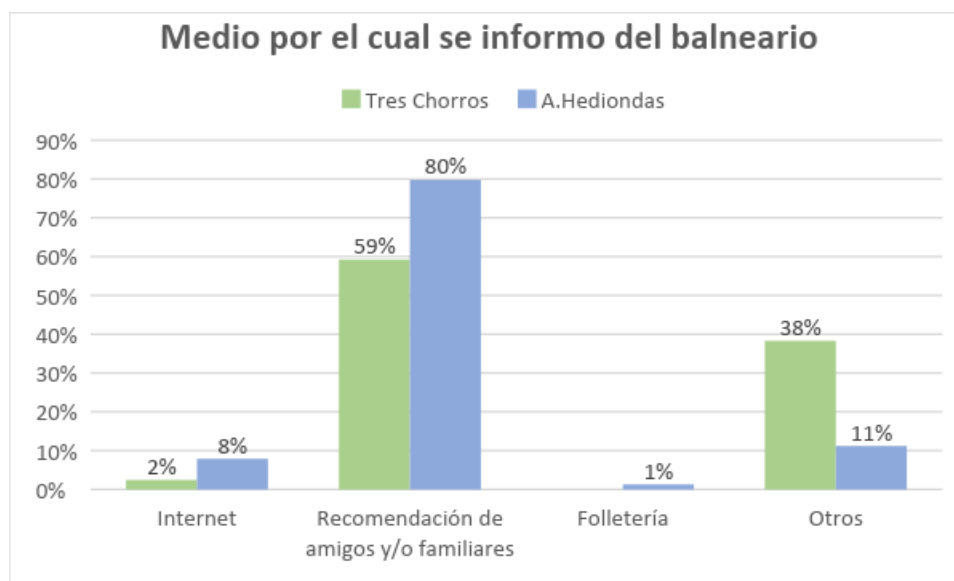
### Interpretación

Acorde a los resultados es notable que la mayoría de personas encuestadas prefieren viajar en familia con una aceptación del 67% y 81%, en Tres Chorros el porcentaje que le sigue corresponde a las personas que viajan con su pareja y en Aguas Hediondas a personas que optan por viajar con amigos. Un 10% viaja solo a Tres Chorros, comparado con el 1% en Aguas Hediondas.

**Tabla 10.**

*Resultados a través de que medio se informó del balneario*

<b>¿A través de qué medio se informó del balneario?</b>				
	<b>Tres Chorros</b>		<b>A. Hediondas</b>	
<b>Internet</b>	2	2%	19	8%
<b>Recomendación de amigos y/o familiares</b>	48	59%	193	80%
<b>Folletería</b>	0	0%	3	1%
<b>Otros</b>	31	38%	27	11%
<b>Total</b>	81	100%	242	100%



**Figura 10.** Medio por el cual se informó del balneario

### **Interpretación**

Se observa que el medio recurrente por el cual se informan los visitantes de las termas es a través de la recomendación de amigos y familiares en ambos casos, tomando en cuenta que en la actualidad el internet es un medio masivo de comunicación el porcentaje que reflejan las termas es mínimo, por otro lado solo el 1% conoció de Aguas Hediondas

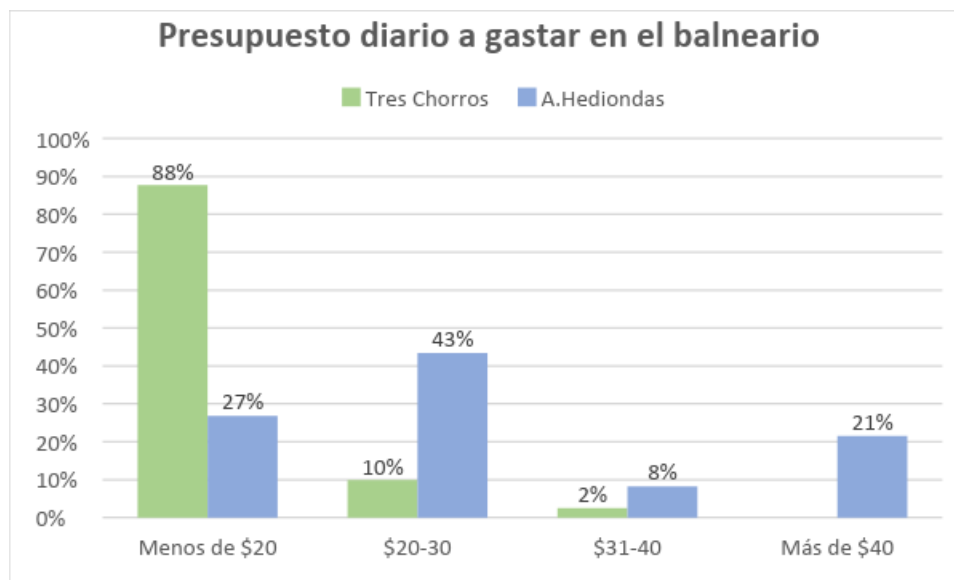
a través de folletería, y en el caso de Tres Chorros un 0% ya que no cuentan con este material. El 38% de encuestados mencionó conocer Tres Chorros debido a la cercanía de sus hogares, identificándose así como otro medio de información.

**Tabla 11.**

*Resultado presupuesto a gastar en el balneario*

**CUANDO VISITA UN BALNEARIO, SU PRESUPUESTO DIARIO  
A GASTAR ES DE**

	Tres Chorros		A. Hediondas	
<b>Menos de \$20</b>	71	88%	65	27%
<b>\$20-30</b>	8	10%	105	43%
<b>\$31-40</b>	2	2%	20	8%
<b>Más de \$40</b>	0	0%	52	21%
<b>Total</b>	81	100%	242	100%



**Figura 11.** Presupuesto diario a gastar en el balneario

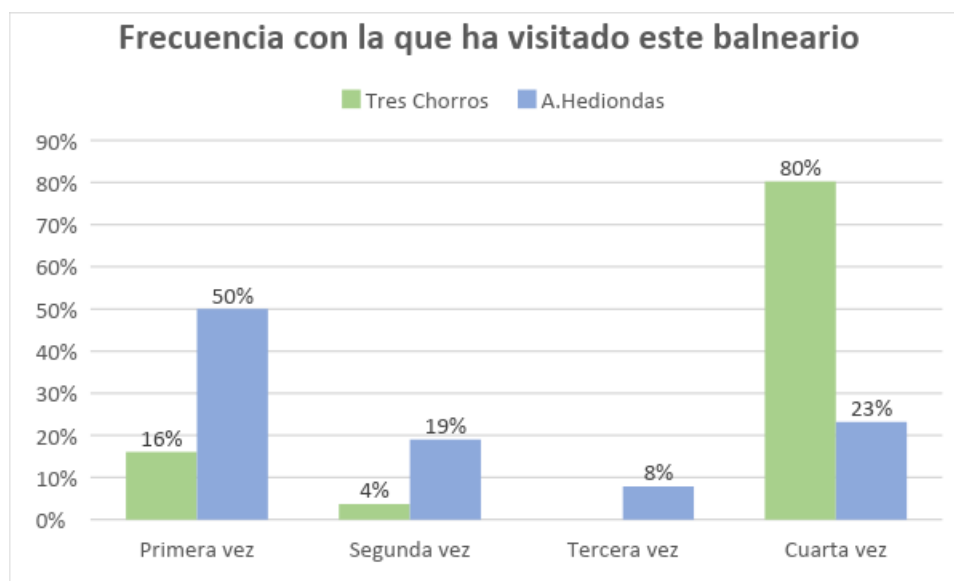
## Interpretación

Se evidencia que las personas en Tres Chorros en su mayoría tienen un presupuesto menor a \$20 dólares para gastar en el establecimiento, en Aguas Hediondas el mayor porcentaje de encuestados dijeron que están dispuestos a gastar de \$20 a \$30. En Tres Chorros ningún visitante está dispuesto a gastar más de \$40 a diferencia de Aguas Hediondas que un 21% contestó que ese es su presupuesto diario a gastar en ese lugar.

**Tabla 12.**  
*Resultados de frecuencia de visita*

### FRECUENCIA CON LA QUE HA VISITADO ESTE BALNEARIO

	Tres Chorros		A. Hediondas	
<b>Primera vez</b>	13	16%	121	50%
<b>Segunda vez</b>	3	4%	46	19%
<b>Tercera vez</b>	0	0%	19	8%
<b>Cuarta vez</b>	65	80%	56	23%
<b>Total</b>	81	100%	242	100%



**Figura 12.** *Frecuencia con la que ha visitado este balneario*

## Interpretación

En Tres Chorros el 80% indicó haber visitado por cuarta vez o más las termas y solo un 16% lo hizo por primera vez, por su lado en Aguas Hediondas el 50% lo hizo por primera vez siendo este el mayor porcentaje, seguido de un 23% de personas que dijeron haber visitado las termas por cuarta vez o más. Ambas termas tienen una respuesta positiva en cuanto a los visitantes que vuelven a dichos establecimientos.

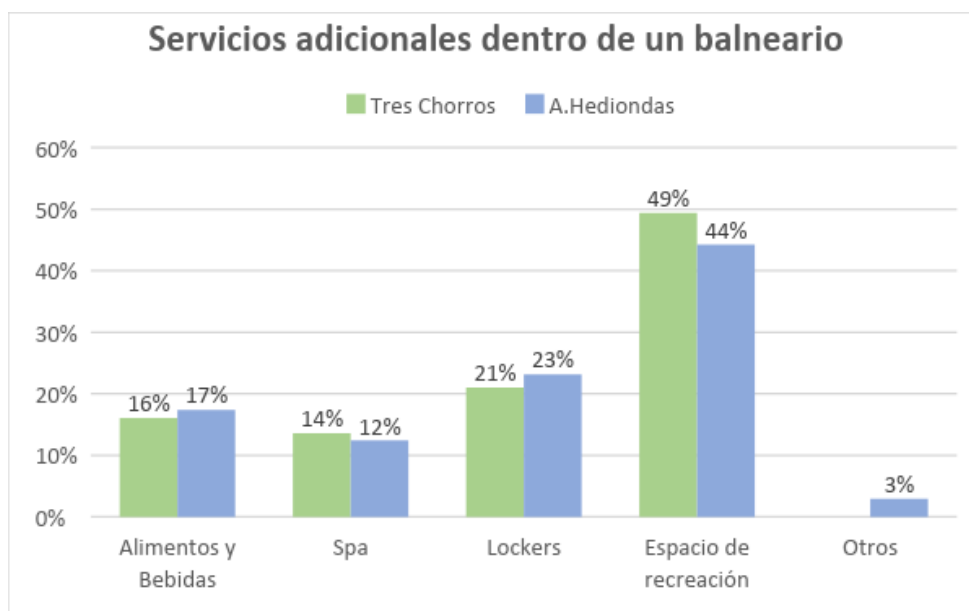
**Tabla 13.**

*Resultados servicios adicionales*

**QUÉ SERVICIOS ADICIONALES CONSIDERA IMPORTANTE DENTRO**

**DE UN BALNEARIO**

	Tres Chorros		A. Hediondas	
<b>Alimentos y Bebidas</b>	13	16%	42	17%
<b>Spa</b>	11	14%	30	12%
<b>Lockers</b>	17	21%	56	23%
<b>Espacio de recreación</b>	40	49%	107	44%
<b>Otros</b>	0	0%	7	3%
<b>Total</b>	81	100%	242	100%



**Figura 13.** Servicios adicionales dentro de un balneario

### Interpretación

En cuanto a los servicios que los visitantes consideran más relevantes dentro de las termas están los espacios de recreación, seguidos por lockers que faciliten la estancia de las personas y del cuidado de sus objetos personales, en tercer lugar están los alimentos y bebidas, finalmente se consideran los Spa y en el caso de Aguas Hediondas las personas encuestadas desearían el servicio de transporte de manera más frecuente y económica.

### 3.4.2 Resultados preguntas dimensiones

El análisis de las siguientes preguntas será acorde a la siguiente escala, la misma que es mencionada en el capítulo anterior:

Pésimo de 0 a 40

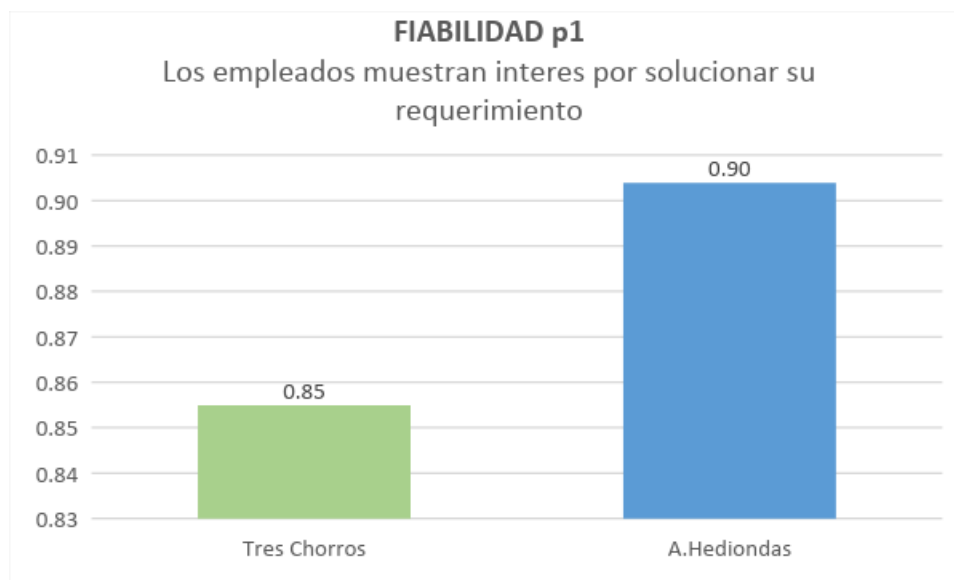
Mala de 41 a 55

Aceptable de 56 a 70

Buena de 71 a 85

Excelente de 86 a 100

#### FIABILIDAD

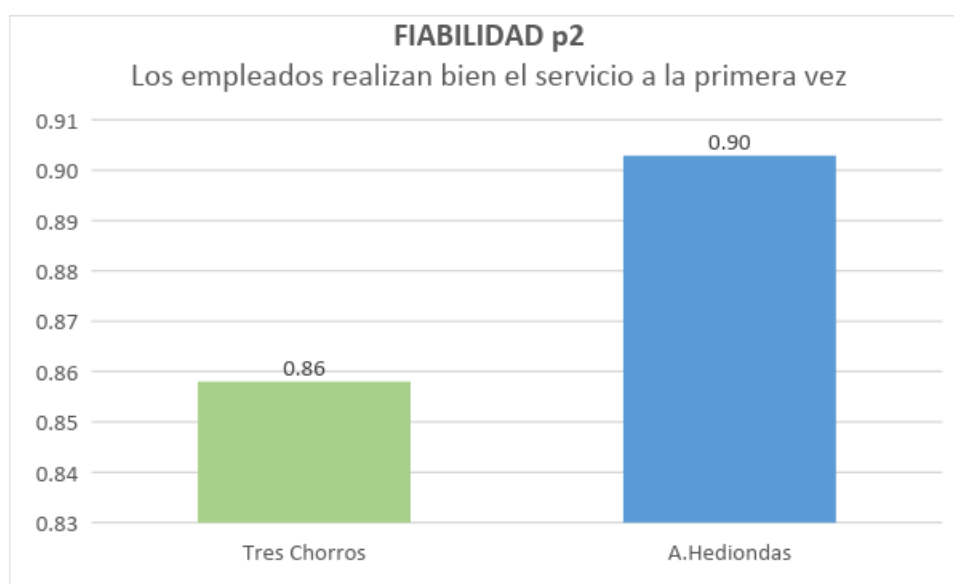


**Figura 14.** Interés por solucionar requerimientos



## Interpretación

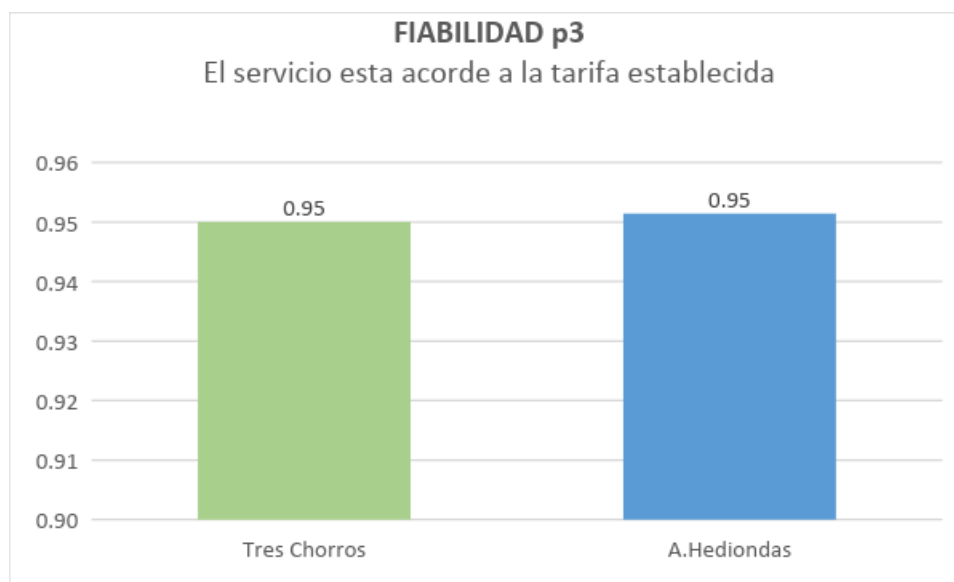
Las personas encuestadas perciben como excelente el interés de los empleados en solucionar algún requerimiento en las termas Aguas Hediondas con un 90%, en Tres Chorros los visitantes consideran que es buena.



**Figura 15.** Los empleados realizan bien el servicio a la primera vez

## Interpretación

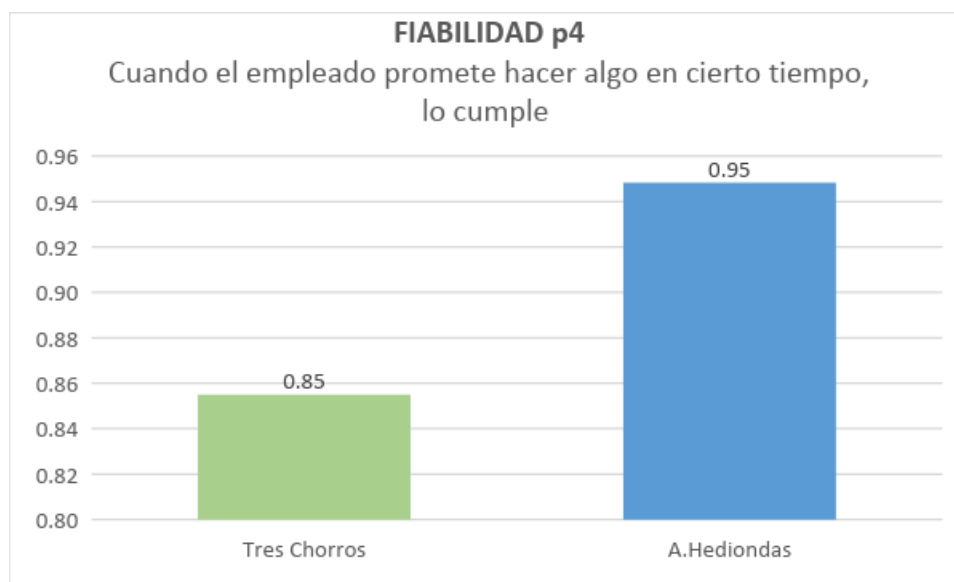
Contar con un servicio que se realice bien a la primera vez es parte importante de la confianza que el cliente tendrá en cuanto al servicio, los visitantes manifestaron que en este ámbito la calificación es excelente para Tres Chorros y Aguas Hediondas.



**Figura 16.** El servicio está acorde a la tarifa establecida

### Interpretación

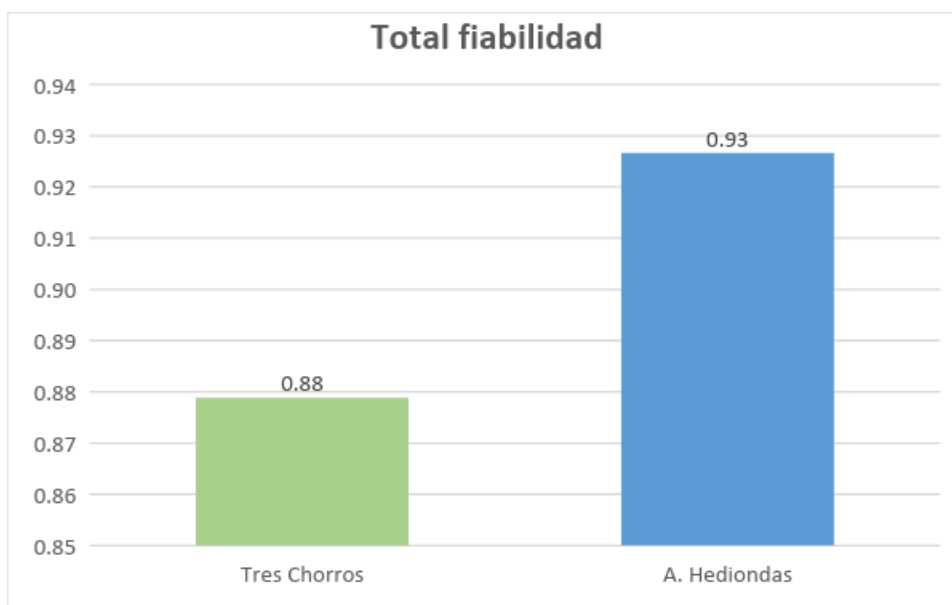
Se puede inferir que en cuanto a las tarifas establecidas por los dos establecimientos, los clientes se encuentran conformes ya que la calificación otorgada es excelente con un 0.95 en ambos casos.



**Figura 17.** Cumplimiento del trabajo

### Interpretación

Se visualiza que los empleados de Tres Chorros al momento de cumplir con los requerimientos del cliente en un tiempo adecuado obtienen una calificación de 0.85 que es equivalente a buena, al contrario en Aguas Hediondas los encuestados perciben como excelente a la labor de los empleados en esta área.

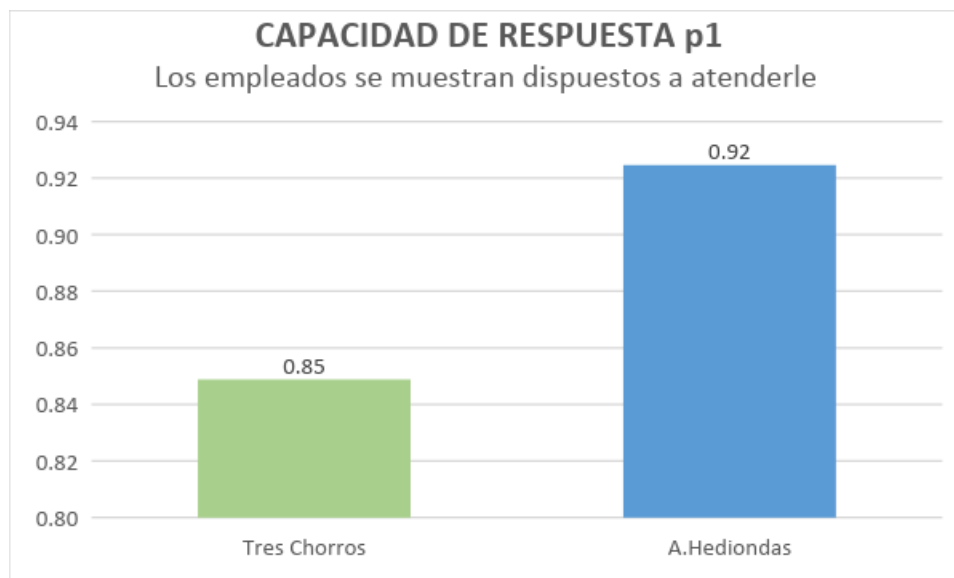


**Figura 18.** Total fiabilidad

### Interpretación

En cuanto a la fiabilidad de Tres Chorros esta tiene una calificación de 0.88 lo cual corresponde a excelente acorde a la hipótesis planteada, Aguas Hediondas obtiene de igual manera en fiabilidad una valoración de excelente pero con un puntaje superior que corresponde a 0.93.

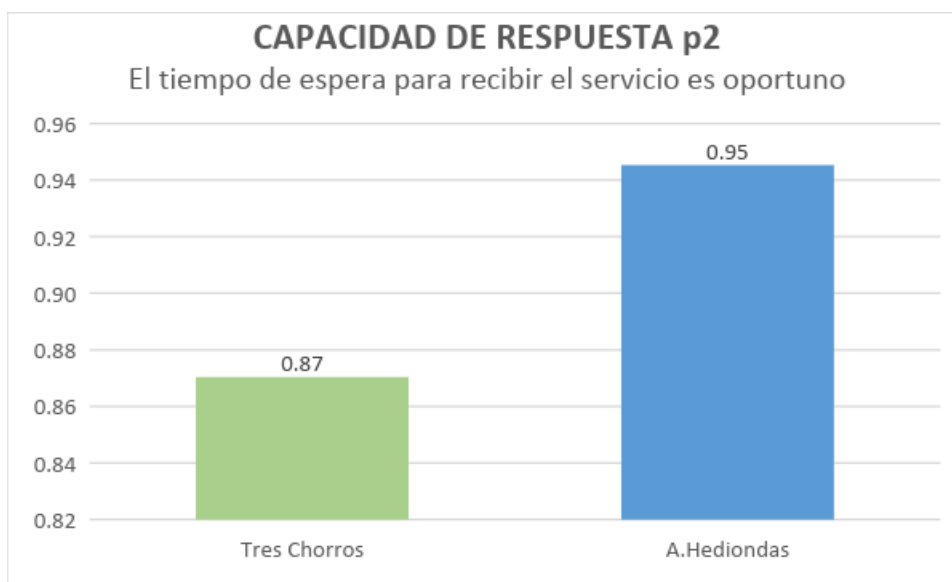
## CAPACIDAD DE RESPUESTA



**Figura 19.** Interés por atenderle

### Interpretación

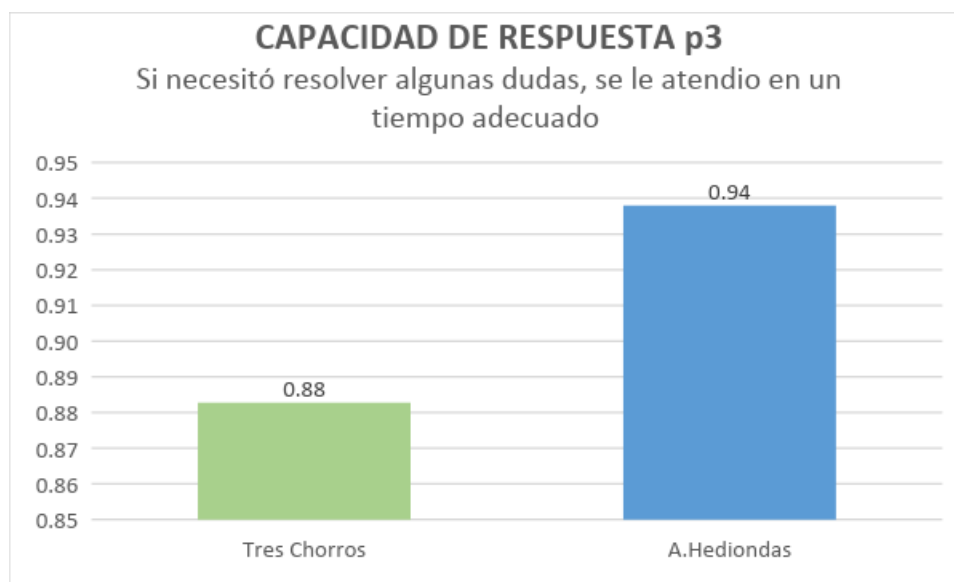
La percepción que tienen los encuestados con respecto a la disposición que tienen los empleados para atenderlos en Tres Chorros se evidencia que es bueno con 0.85, en cambio Aguas Hediondas en este aspecto es excelente con 0.92.



**Figura 20.** Tiempo de espera

### Interpretación

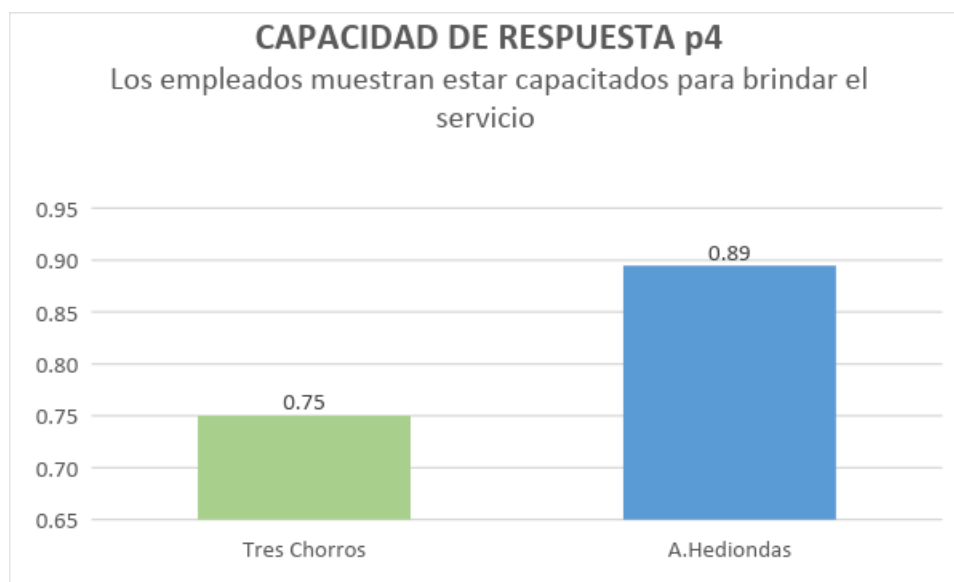
Se evidencia que en las dos termas analizadas, el tiempo en el cual brindan el servicio es considerado como excelente, sin embargo Aguas Hediondas lidera la puntuación con 0.95 en comparación a Tres Chorros que fue calificado con 0.87



**Figura 21.** Solución de dudas en tiempo adecuado

### Interpretación

Se puede apreciar que los visitantes consideran que el tiempo que les toma a los empleados para la atención de sus dudas es oportuno, ya que califican a los dos establecimientos como excelente con la variante de que Tres Chorros tiene una puntuación de 0.88 y Aguas Hediondas de 0.94.

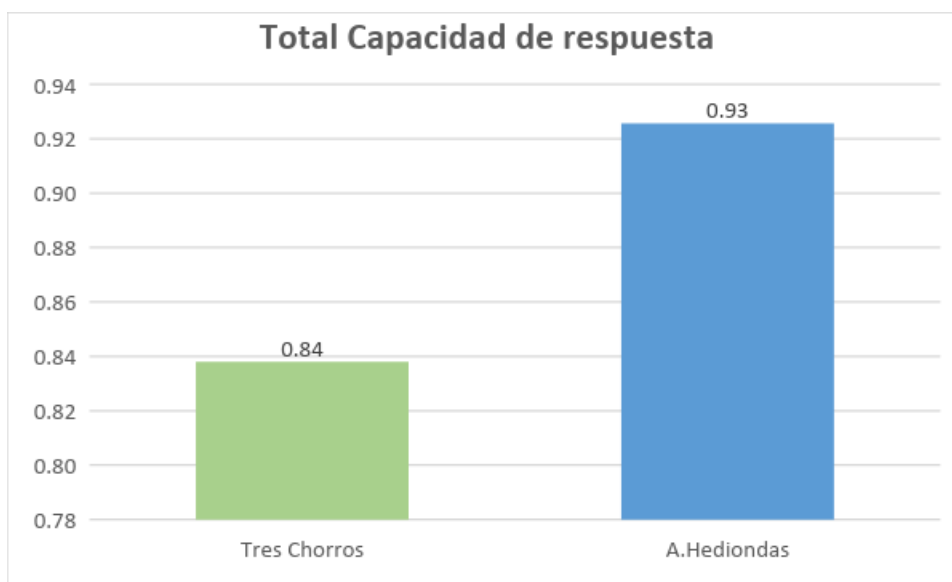


**Figura 22.** Empleados capacitados

### Interpretación

La capacitación que tienen los empleados al momento de brindar el servicio es parte esencial para considerar a este como un servicio de calidad, acorde a los visitantes Tres Chorros en este ámbito es bueno y consideran a Aguas Hediondas como excelente.



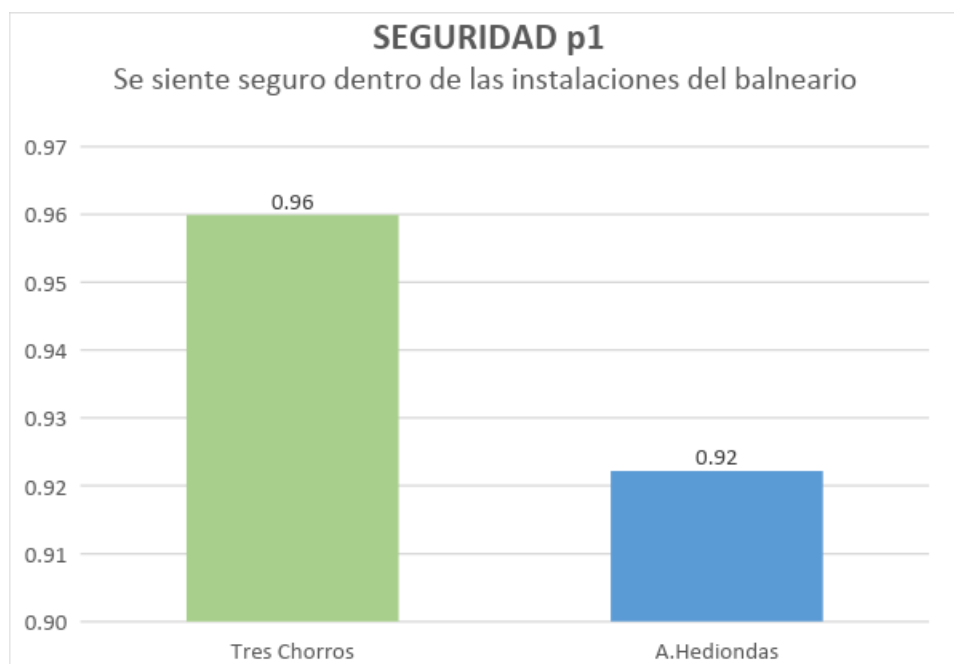


**Figura 23.** Total capacidad de respuesta

### Interpretación

En cuanto a la dimensión de capacidad de respuesta la mejor puntuación la tiene Aguas Hediondas con 0.93 que se considera excelente, Tres Chorros por otro lado tiene una calificación de 0.84 lo cual es equivalente a buena.

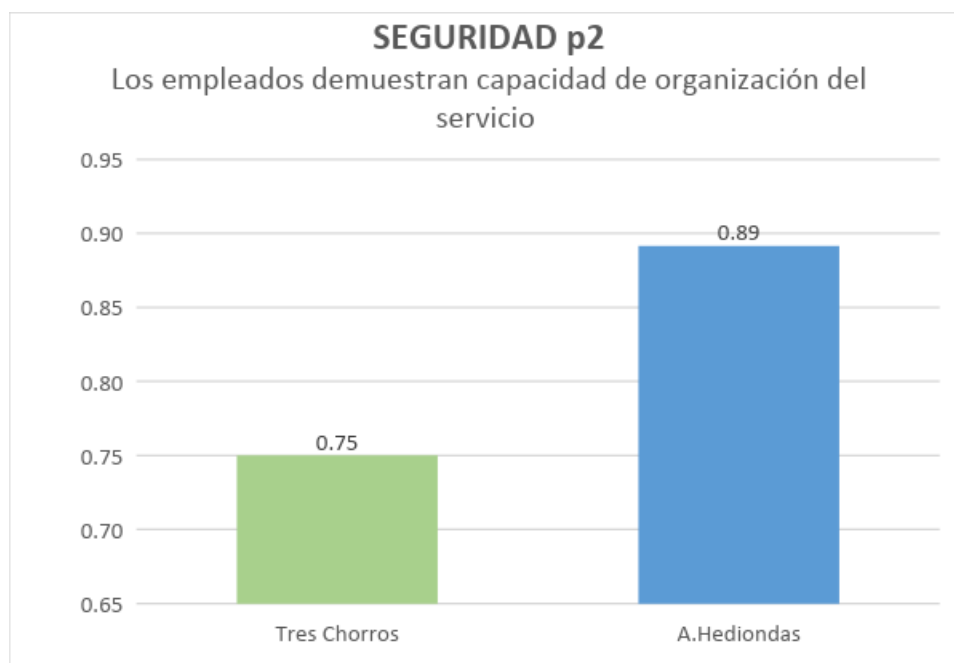
## SEGURIDAD



**Figura 24.** Seguridad en las instalaciones

### Interpretación

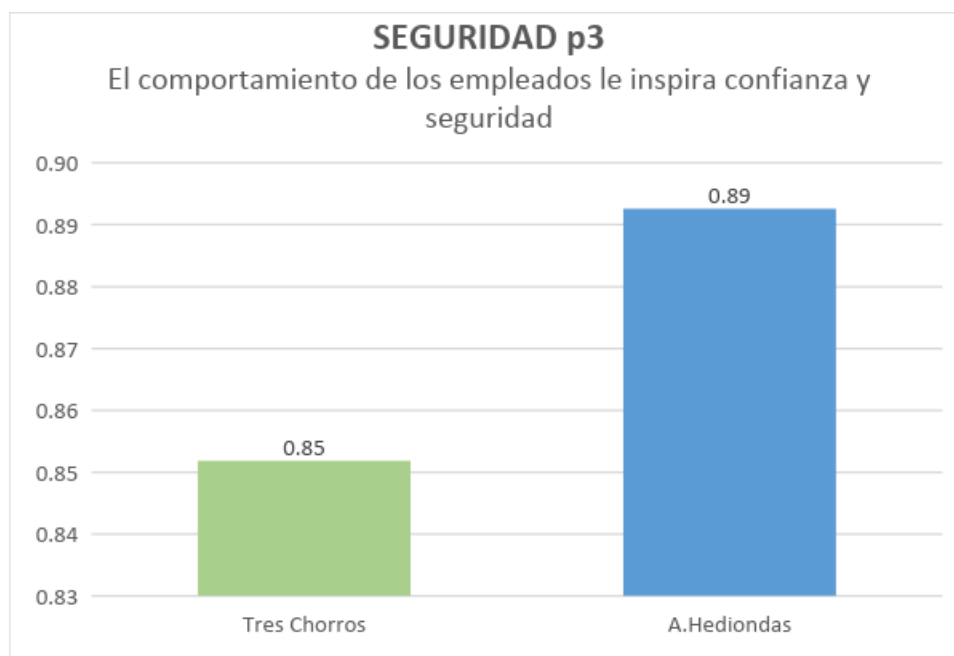
Se observa que los usuarios de Tres Chorros se sienten más seguros en las instalaciones de ese lugar a comparación de Aguas Hediondas puesto que tienen una calificación de 0.96 y 0.92 respectivamente, sin embargo ambas están en el rango de excelente.



**Figura 25.** Capacidad de organización

### Interpretación

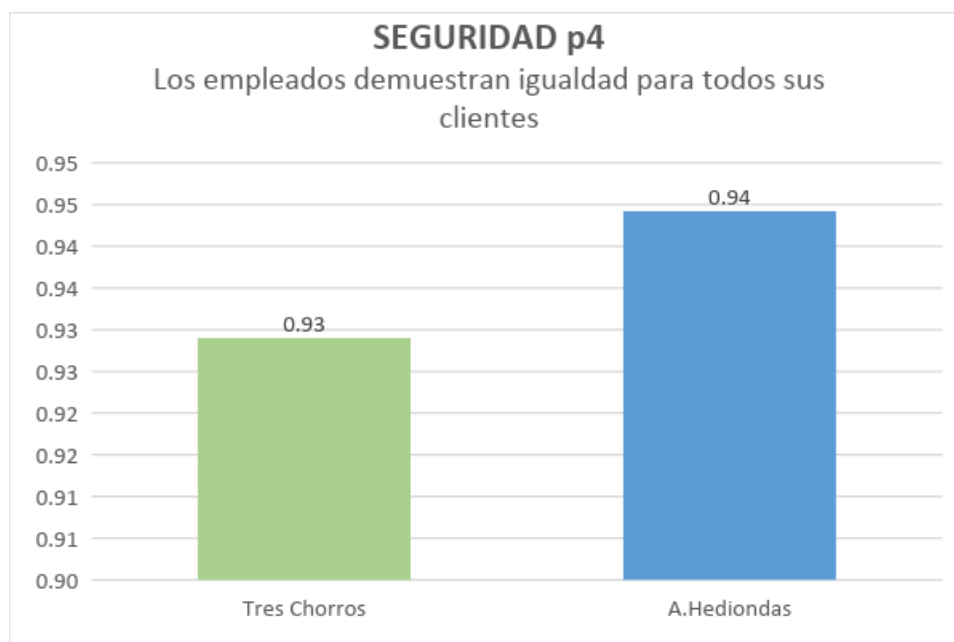
Se aprecia que en Tres Chorros la organización por parte de los empleados para brindar el servicio es bueno ya que la calificación designada por los visitantes es de 0.75, por su parte Aguas Hediondas es percibida en esta pregunta como excelente con una puntuación de 0.89.



**Figura 26.** Comportamiento de los empleados

### Interpretación

En cuanto a la confianza y seguridad que inspiran los empleados a sus clientes, este es percibido como buena en Tres Chorros con 85% y como excelente para el establecimiento de Aguas Hediondas con 89%.



**Figura 27.** Igualdad de atención

### Interpretación

Se puede identificar que los dos establecimientos son considerados como excelente en cuanto a la igualdad que tienen los empleados para tratar con sus clientes. Aguas Hediondas supera a Tres Chorros por tan solo 1% en este tema.

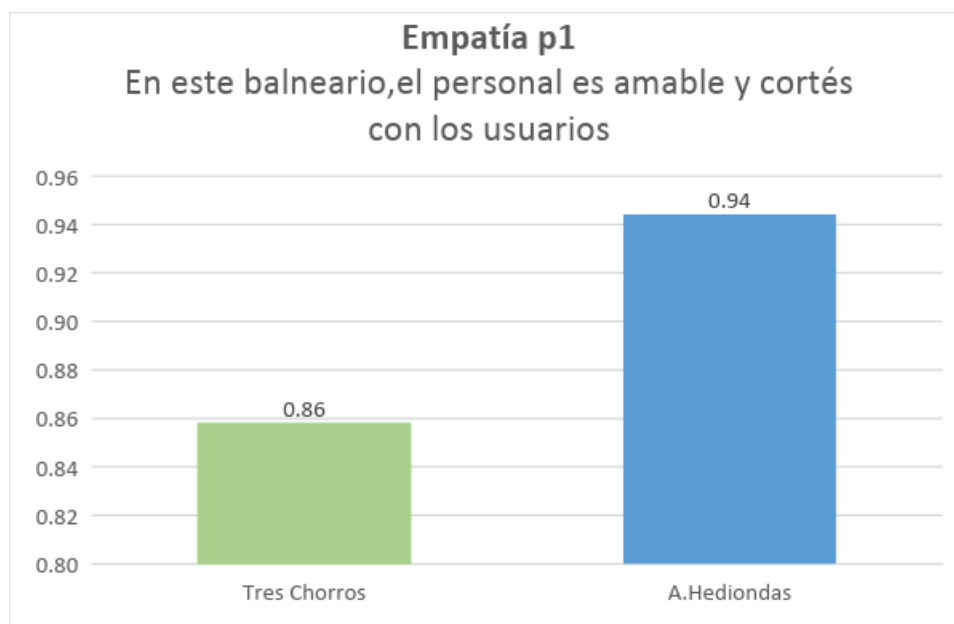


**Figura 28.** Total seguridad

### Interpretación

En el aspecto de seguridad tanto Tres Chorros como Aguas Hediondas según la percepción de los visitantes es excelente, sin embargo se ubica primero Aguas Hediondas con 0.91 y Tres Chorros con 0.87.

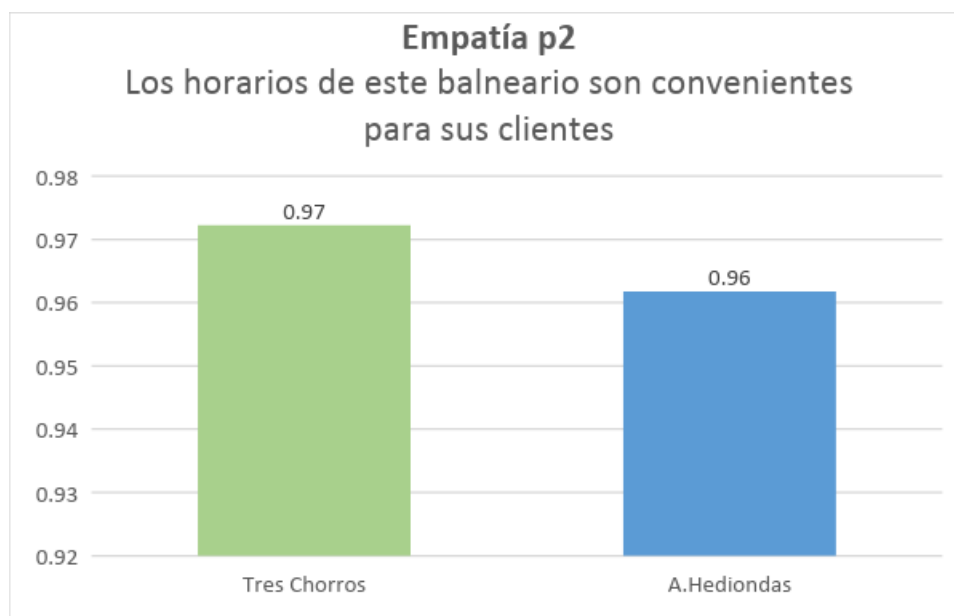
## EMPATÍA



**Figura 29.** Personal amable y cortés

### Interpretación

Conforme a la pregunta de amabilidad y cortesía del personal hacia los clientes, Tres Chorros es calificado con 0.86, Aguas Hediondas obtiene 0.94 lo cual lo ubica a los dos establecimientos como excelentes en este aspecto.

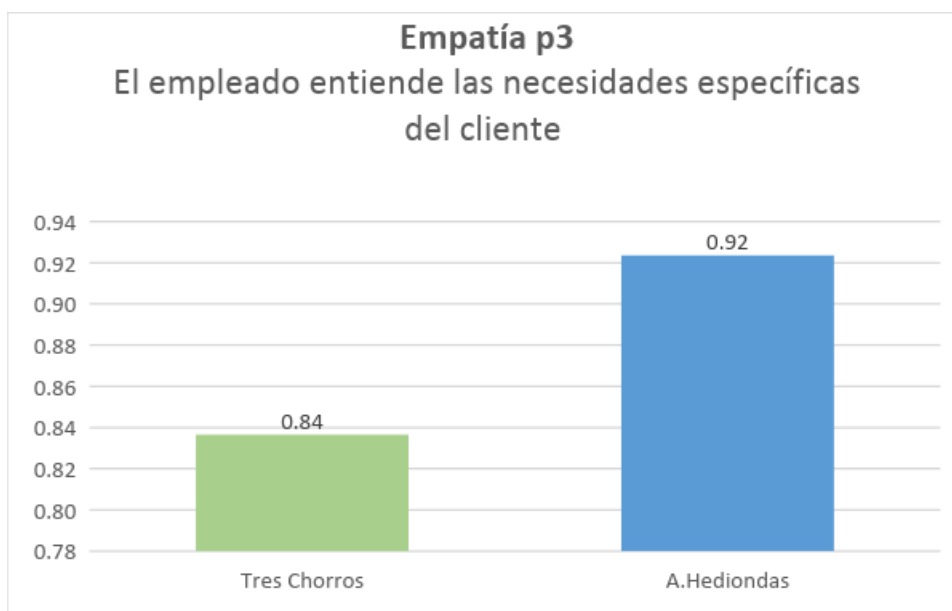


**Figura 30.** Horarios de atención

### Interpretación

Con respecto al horario de atención en las termas, las personas ubicaron en la escala de excelente a los dos lugares la única variante en este caso es de Tres Chorros que supera a Aguas Hediondas por el 1%, considerando que las personas que atienden dicho establecimiento residen en el mismo.

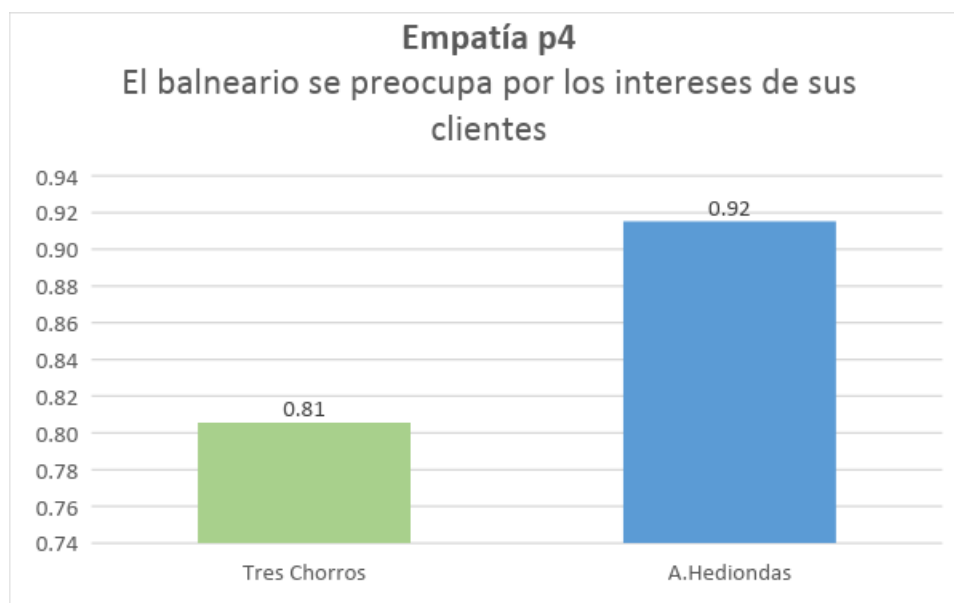




**Figura 31.** Atención de necesidades específicas

### Interpretación

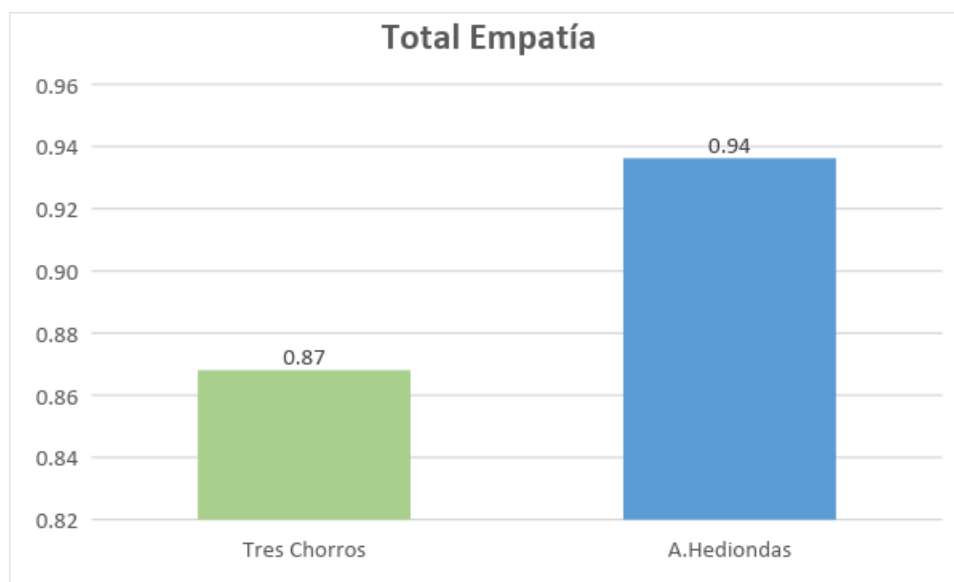
Se evidencia que Tres Chorros en cuanto su empatía con los clientes al momento de entender sus necesidades específicas es considerada como buena con 0.84, por otro lado Aguas Hediondas en este ítem es excelente con 0.92.



**Figura 32.** El balneario se preocupa por los intereses de sus clientes

### Interpretación

Se puede apreciar que Tres Chorros es percibido como buena con 0.81 en cuanto a la preocupación que tienen los empleados por los intereses de sus clientes, en comparación con aguas Hediondas que obtiene una puntuación de 0.92 lo cual se considera excelente.

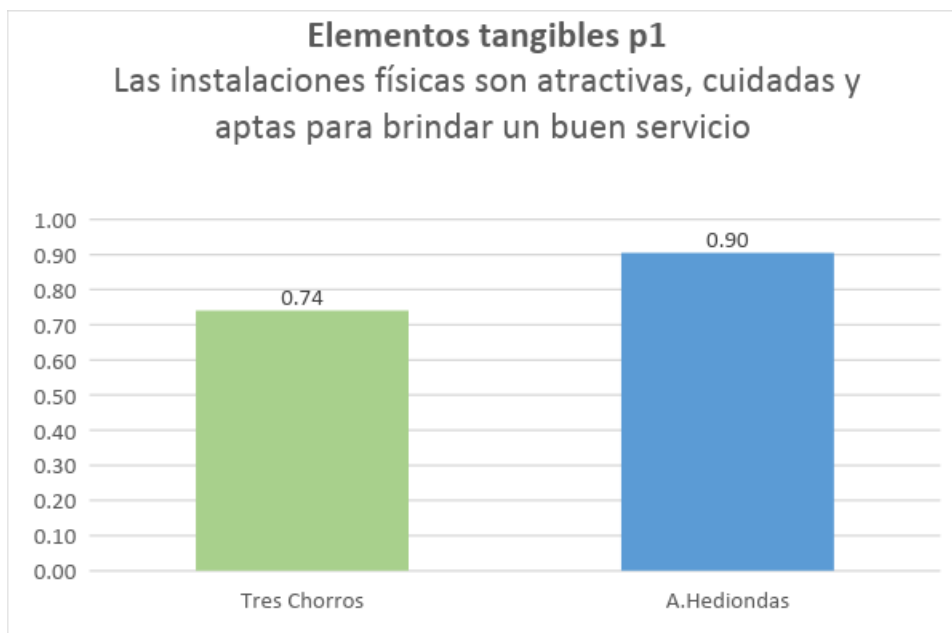


**Figura 33.** Total empatía

### Interpretación

En cuanto a la dimensión de empatía, los usuarios califican a los dos establecimientos analizados como excelentes, cabe indicar que Aguas Hediondas supera a Tres Chorros con un margen de 6%.

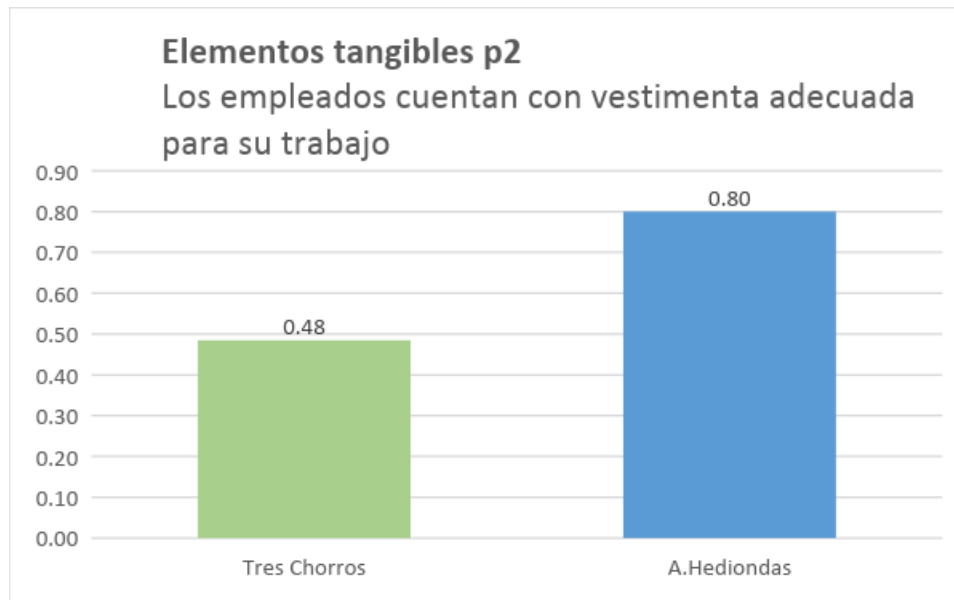
## ELEMENTOS TANGIBLES



**Figura 34.** Instalaciones físicas

### Interpretación

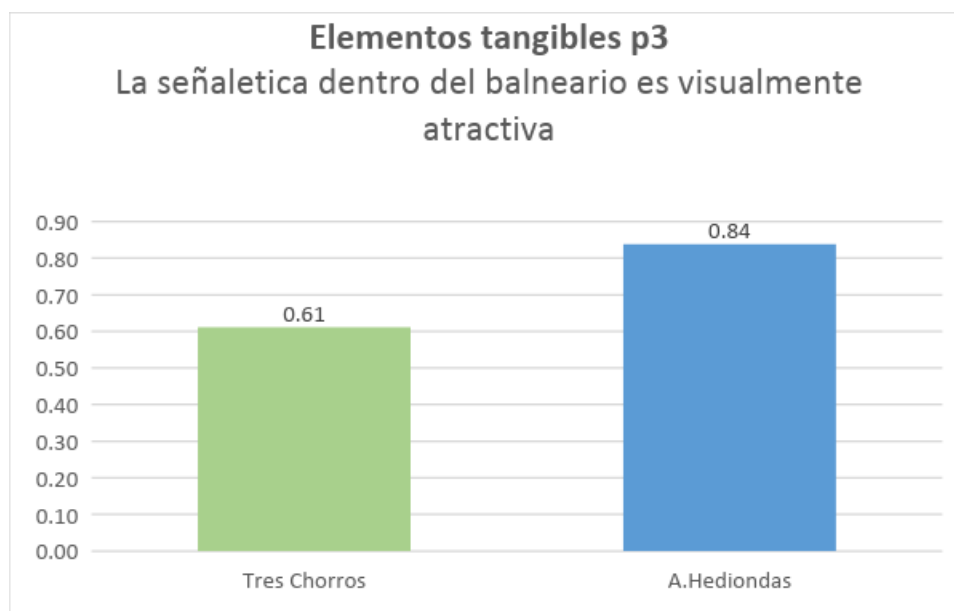
El aspecto visual es otro de los aspectos que se toman en cuenta al momento de evaluar la calidad, en cuanto a las instalaciones Tres Chorros es percibido como buena con 0.74 y Aguas Hediondas lo supera con un 0.90 siendo así excelente según los encuestados.



**Figura 35.** Vestimenta adecuada de empleados

### Interpretación

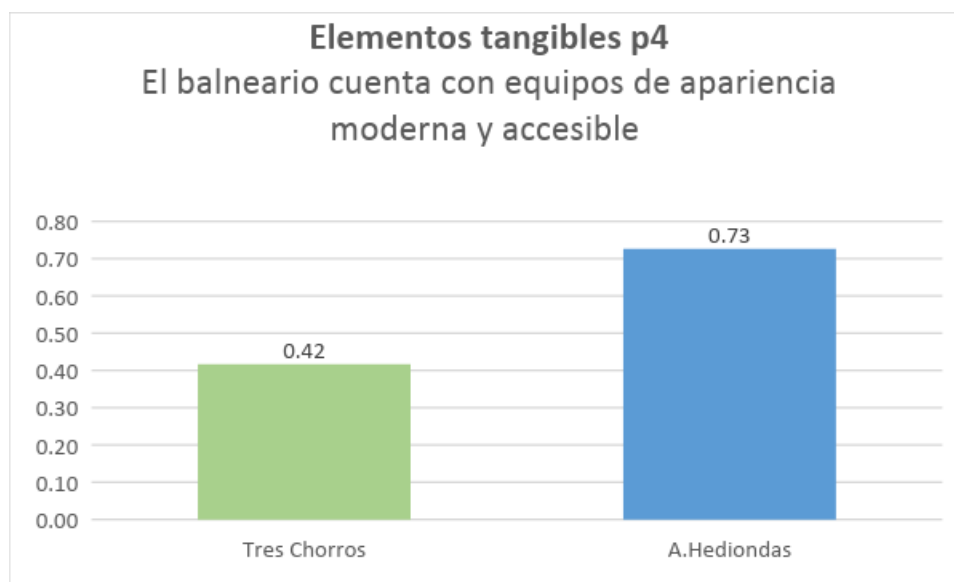
La apariencia física de los empleados es considerada como mala en el establecimiento de Tres Chorros con 0.48, Aguas Hediondas es percibida de mejor manera en esta área ya que se ubica en el rango de buena con 0.80.



**Figura 36.** Señalética del balneario

### Interpretación

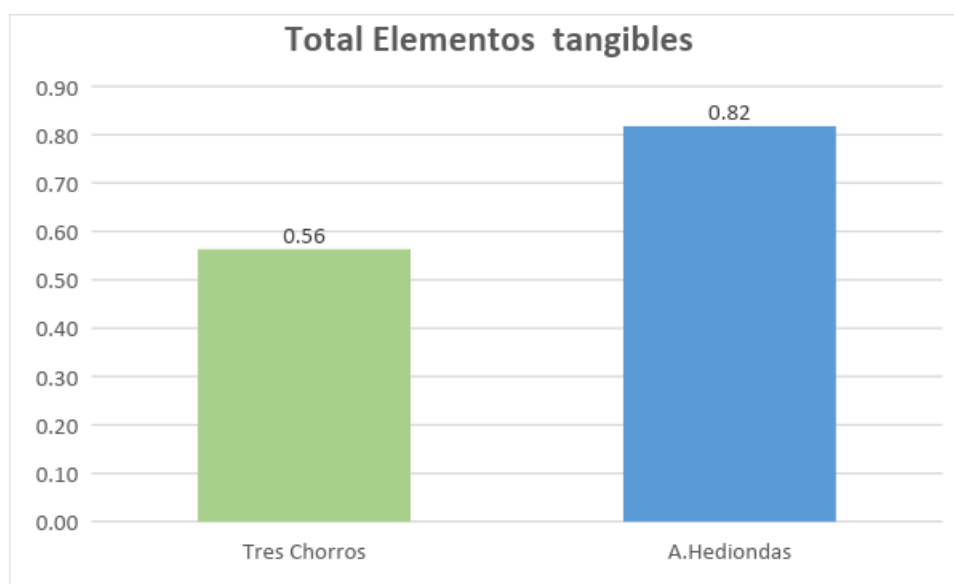
En cuanto a la señalética ubicado dentro del balneario los visitantes opinan que en Tres Chorros esta es aceptable, a diferencia de Aguas Hediondas donde se considera como buena.



**Figura 37.** Equipos de apariencia moderna y accesible

### Interpretación

La apariencia de los equipos así como su estructura accesible para personas con discapacidad dentro de las termas analizadas, es percibida como mala en el caso de Tres Chorros con 0.42 y Aguas Hediondas como buena con 0.73.

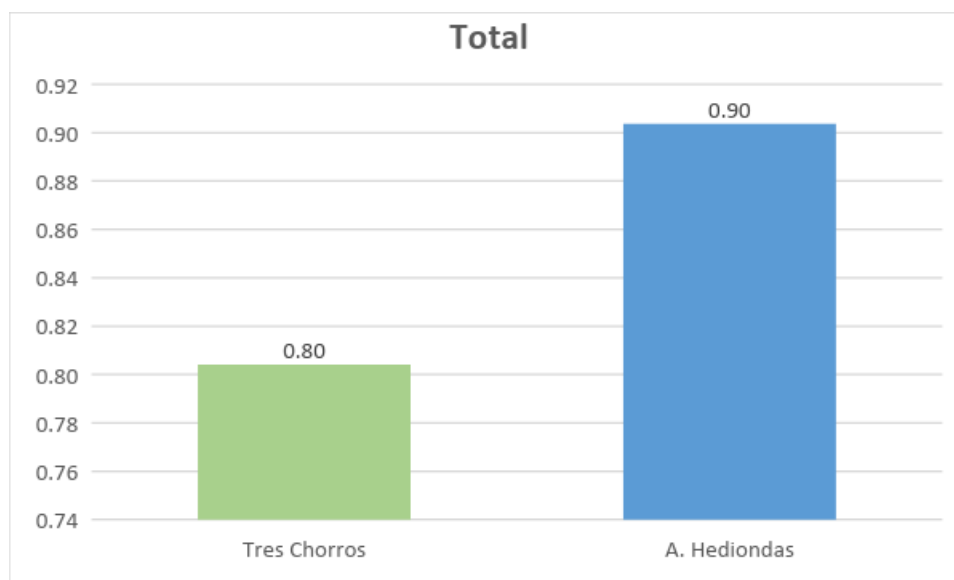


**Figura 38.** Total elementos tangibles

### Interpretación

Aguas Hediondas en la dimensión de elementos tangibles es valorado como buena con 0.82, por otro lado Tres Chorros es considerado por los visitantes como aceptable con 0.56.



**TOTAL DIMENSIONES**

**Figura 39.** Total dimensiones

**Interpretación**

En la gráfica se puede identificar que el resultado total de los establecimientos estudiados acorde a las dimensiones antes mencionadas, obtiene en el caso de Tres Chorros un puntaje de 0.80 que corresponde a buena y Aguas Hediondas con 0.90 se ubica en el rango de excelente.

### **3.5 Análisis de la localidad**

#### **3.5.1 Entrevista a funcionarios de la localidad**

## **ENTREVISTA AL REPRESENTANTE DE LA JUNTA PARROQUIAL**

### **Datos de identificación**

**Nombre de la entidad:** Junta Parroquial de Tufiño

**Dirección:** Parroquia de Tufiño

**Nombre del entrevistado:** Fidel Paguay    **Cargo:** Presidente de la Junta Parroquial

#### **1. ¿Cuáles son sus funciones? ¿Cómo está relacionado usted con las actividades turísticas del cantón?**

Dentro de las funciones de las que estoy encargado es planificar el desarrollo parroquial y el ordenamiento territorial en coordinación con el Gobierno cantonal y Provincial, el mayor problema es que no se tiene una buena relación con las demás entidades, puesto que existen intereses políticos, también me encargo de incentivar y promover el desarrollo de las actividades productivas comunitarias, es así que se ha logrado realizar ferias gastronómicas, con el presupuesto del Gobierno Central y con presupuestos propios aunque este sea muy poco.

**2. ¿Si la primera actividad económica es la ganadería, cree usted que, al promocionar el turismo, este puede formar parte importante de la actividad económica del cantón?**

Sí, siempre y cuando vaya de la mano con el sector productivo, ya que la ganadería y la agricultura al ser la principal actividad económica genera ingresos, pero no son manejados de manera correcta, ya que existen intermediarios. Es necesario que se reconozca a todo tipo de empresa, especialmente al pequeño y mediano empresario, y que existe una política que regule a todas estas empresas sin existir preferencias.

**3. ¿Cómo promocionan al turismo de aguas termales?**

Tufiño es una parroquia bien conocida, pero para promocionar se necesita de fondos, y lo que queremos es la coyuntura que lo determina el Plan de Ordenamiento Territorial para trabajar de la mano con los gobiernos locales, lo cual es inexistente, por el distanciamiento político. La Junta Parroquial trabaja en ferias gastronómicas, y promociona lo que es la cultura y el deporte como lo dice la ley, pero no cuenta con suficiente presupuesto.

**4. ¿Considera que los balnearios del cantón son un buen atractivo turístico que ayude al desarrollo de la comunidad?**

Claro, si esto lo manejamos nosotros, si existiera una ordenanza esto ayudaría directamente a la comunidad, se escucha que genera \$1600-1900 mensual, estos ingresos serían utilizados directamente en la parroquia, que este dinero esté en la cuenta rotativa para lograr mejoras, ya que este dinero solo se va al cantón Tulcán.

**5. ¿Existe un registro de turistas que llegan al sector, y si no es el caso existen planes para su implementación?**

No existe, pero se ha podido evidenciar que por las bondades de la naturaleza, con la aparición de la virgen, la afluencia de turistas ha incrementado

**6. ¿Existe una planificación de proyectos turísticos para mejoras de los balnearios de aguas termales?**

Existe un proyecto para ampliar el complejo de Aguas Hediondas, que es una buena alternativa para competir directamente con el balneario “La Calera” en Colombia, tomando en cuenta que para llegar a este balneario existen vías de tercer orden, a diferencia de Ecuador que está muy avanzado en cuanto a infraestructura vial,

**7. Si calidad está compuesto por seguridad, empatía, elementos tangibles, fiabilidad, y capacidad de respuesta, ¿cree usted que los balnearios del cantón cuentan con estos puntos para lograr la calidad de sus establecimientos?**

Existen elementos para la seguridad, pero no los suficientes, puesto que existen pocos uniformados para toda la parroquia, que tiene 8 barrios y 7 comunidades, y con el flujo de turistas que ha incrementado gracias al mejoramiento de la infraestructura vial, esto ha beneficiado a los ciclistas, pero incomoda a las compañías de transporte y a los turistas que acuden en sus propios vehículos por el cierre de vías, ya que no se cuenta con un plan de contingencia o buena coordinación para evitar este tipo de molestias.

No existe personal suficiente para la atención de turistas, debido a que se observa solo dos personas, donde la primera se encarga de la cobranza y la segunda de la limpieza.

**8. ¿Considera que la calidad turística es un factor importante para el desarrollo turístico?**

Sí, pero siempre se necesita una ayuda exterior, por eso nosotros le damos toda la apertura y ayuda como conocedores del lugar, apoyamos a todo proyecto y personas siempre y cuando esto beneficie a la parroquia.

**9. ¿Cómo considera usted que los balnearios de aguas termales aportan al desarrollo económico local?**

Ya que estas aguas son medicinales, existe gran afluencia de turistas los mismos que dejan sus divisas, el inconveniente es que este dinero es manejado por el municipio o la prefectura y no por la junta parroquial, donde este dinero es destinado para mejorar la infraestructura del cantón mas no de la parroquia.

**10. ¿Cree que el desarrollo de los balnearios es un trabajo en conjunto, de entidades privadas, públicas y de personas del sector o de la comunidad?**

Lo que se busca es eso, que haya inversiones, las mismas que dejen algo de dinero en el GAD Parroquial, que todo sea en beneficio de la parroquia, por ejemplo, con la ayuda de la comunidad se puede realizar mingas y proyectos que mejoren la infraestructura, ya que existen varias fuentes de aguas termales las cuales deben ser explotadas.

**11. ¿Cuentan o generan incentivos para emprender nuevos proyectos relacionados a balnearios de aguas termales?**

No, por esta razón yo creo que debe existir la inversión de empresa privadas, ya que nosotros estamos abiertos a estos proyectos siempre y cuando dejen algo de dinero o rentabilidad que mejoren la parroquia, ya que esta está compuesta por todo tipo de atractivos turísticos.

**ENTREVISTA AL REPRESENTANTE DEL MUNICIPIO DE TULCÁN**

**Datos de identificación**

**Nombre de la entidad:** Municipio del Cantón Tulcán

**Dirección:** Av. Olmedo, Tulcán

**Nombre del entrevistado:** Carolina Herrera Jiménez **Cargo:** Jefe de turismo del Cantón Tulcán

**1. ¿Cuáles son sus funciones? ¿Cómo está relacionado usted con las actividades turísticas del cantón?**

Mis funciones son el control en el área de calidad en cuanto a turismo, generar acciones que permiten que el turismo se desarrolle de manera efectiva en cuanto a calidad y servicio, articular con el municipio de Tulcán para generar espacios turísticos. Trabajamos en conjunto con el Ministerio de Turismo, para poder otorgar la licencia única de funcionamiento para establecimientos con actividades de alojamiento, alimentos y bebidas y recreación.

Se realiza acciones en beneficio del turismo, levantando información para poder generar nuevos proyectos, con ayuda de otros establecimientos para que estos se desarrollen.

En la actualidad el cantón es visitado ya que es ganador de mercados saludables, existe gran afluencia de visita al cementerio de Tulcán, existe más diversidad de restaurantes y mejoramiento de calidad en alojamiento.

**2. ¿Si la primera actividad económica es la ganadería, cree usted que, al promocionar el turismo, este puede formar parte importante de la actividad económica del cantón?**

Claro que sí, desde el 2015 se abre espacios en todas las parroquias tratando de concientizar a las personas que el turismo es un potencial, es una fuente económica importante, siendo un eje fundamental, por esta razón se exploró las parroquias rurales del cantón y se evidencio bastante potencialidad en cuanto a recurso naturales, que pueden ser a futuro atractivos turísticos.

También se definió diferentes sitios, que pueden ser lugares patrimoniales que pueden incluirse en el levantamiento de atractivos turísticos que en la actualidad se está realizando, ya que existe un cambio en la metodología de inventarios de atractivos turísticos, por esta razón nuevamente se están inventariando para conocer la potencialidad del cantón en el área turística.

### **3. ¿Cómo promocionan al turismo de aguas termales?**

En la actualidad, el área de turismo está generando la visualización no solo del tema termal sino de varias actividad de la naturaleza, en este aspecto nosotros tenemos un complejo recreativo el cual está siendo potencializado para tratar de mejorar la calidad de atención a los usuarios, este complejo tiene sauna, turco hidromasaje, pero lo más importante es el tema del agua termal, ya existió un arreglo ya que estaba causando malestares a la población, y en la actualidad lo más visitado aparte del cementerio son las aguas termales.

### **4. ¿Considera que los balnearios del cantón son un buen atractivo turístico que ayude al desarrollo de la comunidad?**

Si, además que Tulcán cuenta con varios lugares que tiene aguas termales, las cuales deben ser aprovechadas, por esta razón nosotros trabajamos en conjunto con la comunidad dándoles capacitaciones para nuevos emprendimientos, y sobre todo para mejorar la calidad, y que es un proceso que lleva mucho tiempo.

### **5. ¿Existe un registro de turistas que llegan al sector, y si no es el caso existen planes para su implementación?**

El municipio no genera estadísticas de turistas de algunos sitios, en cuanto a los balnearios de aguas termales, esto le corresponde al gobierno provincial, desde la apertura del complejo ya están realizando un conteo de turistas.



**6. ¿Existe una planificación de proyectos turísticos para mejoras de los balnearios de aguas termales?**

Se está trabajando en el tema de paneles solares para mantener la temperatura del agua, ya que el ambiente es bastante frío, y existen extensas tuberías que conducen el agua desde la fuente a las piscinas, pero por todo este proceso las aguas se van enfriando.

Se trabaja en conjunto con el Ministerio de Turismo en diferentes temas de turismo como alojamiento, alimentos y bebidas entre otros, donde primero debe existir una normativa y esta debe cumplirse para poder hablar de calidad.

**7. Si calidad está compuesto por seguridad, empatía, elementos tangibles, fiabilidad, y capacidad de respuesta, ¿cree usted que los balnearios del cantón cuentan con estos puntos para lograr la calidad de sus establecimientos?**

Nos falta muchísimo para poder hablar del tema de calidad, ya que es un tema bastante amplio, al referirnos a atención y a prestar todos los servicios que se necesitan, también no existe una buena calidad en los balnearios ya que no se cuenta con la infraestructura turística necesaria.

**8. ¿Considera que la calidad turística es un factor importante para el desarrollo turístico?**

Claro que si, como turistas somos muy exigentes y cada día buscamos cosas mejores, que estén mejor implementadas, en el tema de termas con la competencia de Imbabura no somos muy vistos porque allá ya tienen experiencia con más de 20 años, cuentan con mejor infraestructura, servicios, y saben cómo gestionar este tema, en nuestro caso

el frío es un limitante al igual que estar en la frontera, ya que el turista extranjero tiene cierto miedo, y existe desinformación, ya que piensan que en estos lugares existe la guerrilla, ocasionando que no exista inversión turística, siendo el mayor limitante.

**9. ¿Cómo considera usted que los balnearios de aguas termales aportan al desarrollo económico local?**

Yo pienso que todos los emprendimientos turísticos aportan al desarrollo económico local, independientemente que sea un balneario o no, ya que necesitamos de alojamiento, alimentos y bebidas y transporte, donde se encadenan cosas positivas, por tal razón este sector por el tema de los balnearios a mejorado notoriamente, especialmente en el tema transporte, también las personas quieren capacitarse para brindar un mejor servicio.

**10. ¿Cree que el desarrollo de los balnearios es un trabajo en conjunto, de entidades privadas, públicas y de personas del sector o de la comunidad?**

Totalmente de acuerdo, todas las personas debemos trabajar en conjunto para alcanzar un solo objetivo, donde los mayores beneficiarios son las personas de la comunidad, las que están alrededor, y tomar en cuenta a estas personas para que sean generadoras de ingresos económicos, actualmente no se ha trabajado en esto, el municipio es encargado de la termas del Complejo Turístico Tufiño, donde este territorio le pertenece a la comuna la Esperanza sin embargo no existe gente de la comunidad que trabaje aquí.

Como municipio estamos trabajando que en Tufiño se genere actividades económicas con la consecución de mercado municipal, del arreglo, donde la mayoría de las personas

que visitan las termas regresan al centro en donde existen diferentes tipos de alimentos y bebidas e intentan generar nuevas actividades.

**11. ¿Cuentan o generan incentivos para emprender nuevos proyectos relacionados a balnearios de aguas termales?**

No se ha tenido propuestas para generar con la empresa privada el tema de termas, no se ha desarrollado, este tema le compete al gobierno provincial ya que ellos son los encargados de administrar estos balnearios.

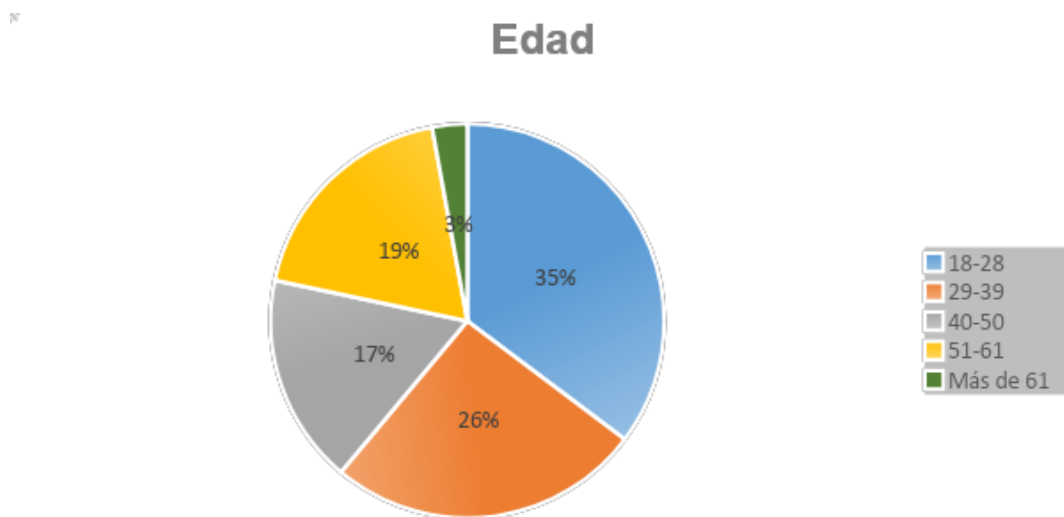
Actualmente se realiza capacitaciones internacionales, y también on line para que las personas se motiven, también con la presencia de la escuela de turismo que ha beneficiado significativamente.

### 3.5.2 Resultados de la encuesta a la población

#### ENCUESTA DIRIGIDA A LA POBLACIÓN DEL CANTÓN TULCÁN

**Tabla 14.**  
*Resultados edad población*

Edad		
18-28	135	35%
29-39	99	26%
40-50	66	17%
51-61	72	19%
Más de 61	11	3%
<b>Total</b>	<b>383</b>	<b>100%</b>



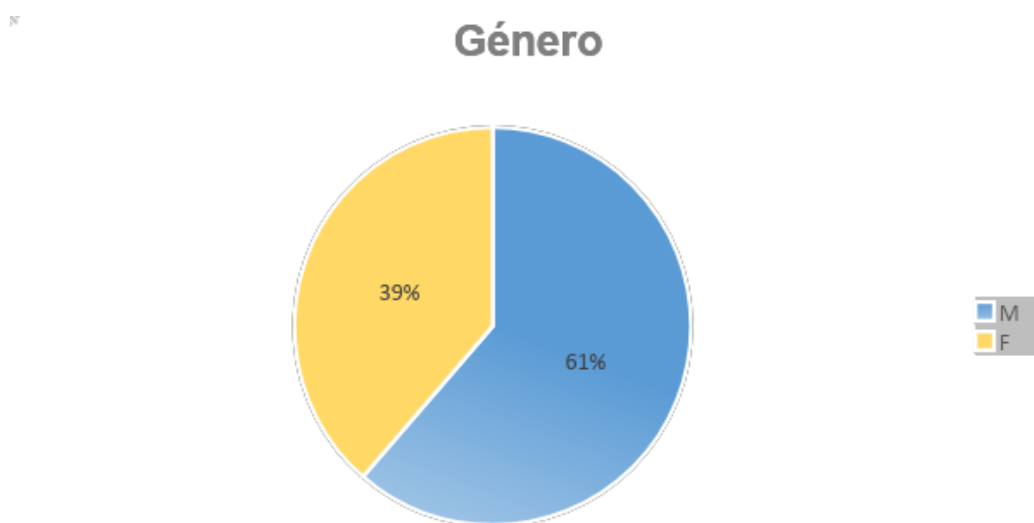
**Figura 40.** Edad población

#### Interpretación

Como se visualiza en la figura la mayor cantidad de personas están en el rango entre 18 y 28 años, seguido de las personas de 29 a 39 años, las mismas que pertenecen al PEA, población económicamente activa.

**Tabla 15.**  
*Resultados género población*  
**Género**

<b>M</b>	235	61%
<b>F</b>	148	39%
<b>Total</b>	383	100%



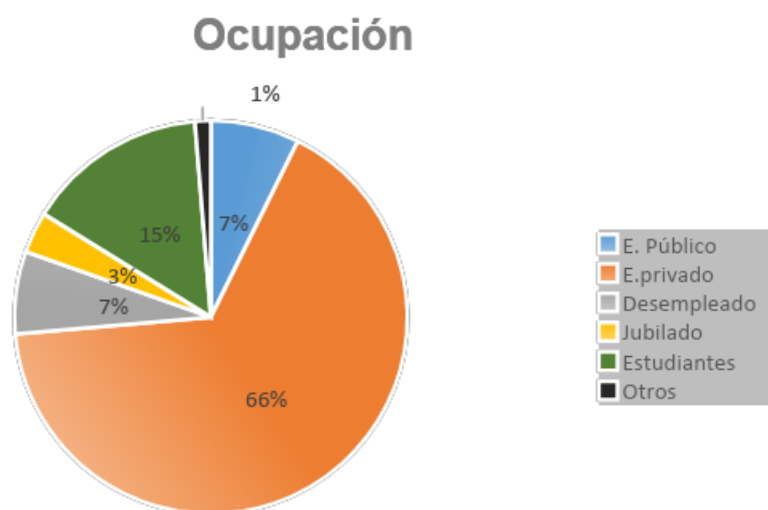
**Figura 41.** Género población

### Interpretación

Más del 50% de la población pertenecen al género masculino.

**Tabla 16.**  
*Resultados ocupación*

¿En calidad de qué responde el encuestado?		
E. Público	28	7%
E. Privado	254	66%
Desempleado	26	7%
Jubilado	13	3%
Estudiantes	57	15%
Otros	5	1%
<b>Total</b>	<b>383</b>	<b>100%</b>



**Figura 42.** Ocupación población

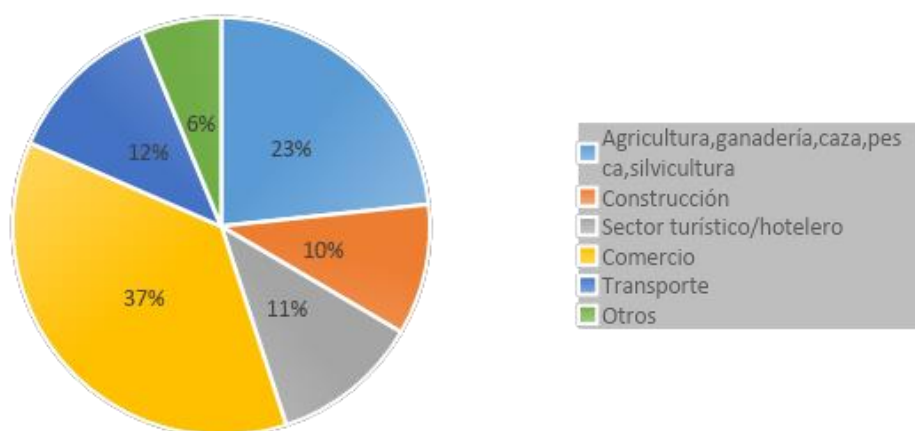
### Interpretación

Se visualiza que el 66% de personas son empleados privados, debido a que las principales actividades económicas son el comercio y la agricultura, y también existen emprendimientos por parte de los pobladores, el porcentaje inferior pertenece a otros siendo el 1%, referentes a personas que se dedican a actividades en el hogar, y desempleados.

**Tabla 17.***Resultados sector de la ocupación***¿En qué sector se incluye su actividad?**

<b>Agricultura, ganadería, caza, pesca, silvicultura</b>	67	23%
<b>Construcción</b>	29	10%
<b>Sector turístico/hotelero</b>	33	11%
<b>Comercio</b>	105	37%
<b>Transporte</b>	35	12%
<b>Otros</b>	18	6%
<b>Total</b>	287	100%

N

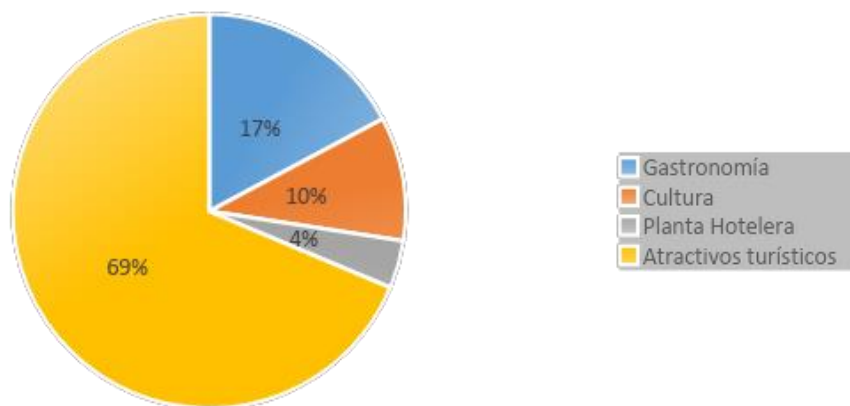
**Sector de ocupación****Figura 43.** Sector de ocupación de la población**Interpretación**

Se observa que un 37% de la población trabaja en el sector del comercio, seguido de la agricultura, ganadería, caza y pesca con un 23%, que representan las principales actividades económicas de Tulcán, en cuanto al sector turístico y hotelero se infiere que es una actividad económica poco desarrollada en el cantón por tal razón solo alcanza el 11%.

**Tabla 18.***Resultados de motivos para visitar el cantón***¿Por qué cree usted que el turista visita este cantón?**

<b>Gastronomía</b>	66	17%
<b>Cultura</b>	39	10%
<b>Planta Hotelera</b>	15	4%
<b>Atractivos turísticos</b>	263	69%
<b>Total</b>	383	100%

✖

**¿Por qué el turista visita este cantón?****Figura 44.** Motivos para visitar el cantón**Interpretación**

La figura indica que más del 50% de turistas, visitan el cantón Tulcán por los atractivos turísticos que este posee, y es beneficioso ya que entre estos atractivos se encuentran los balnearios de aguas termales.

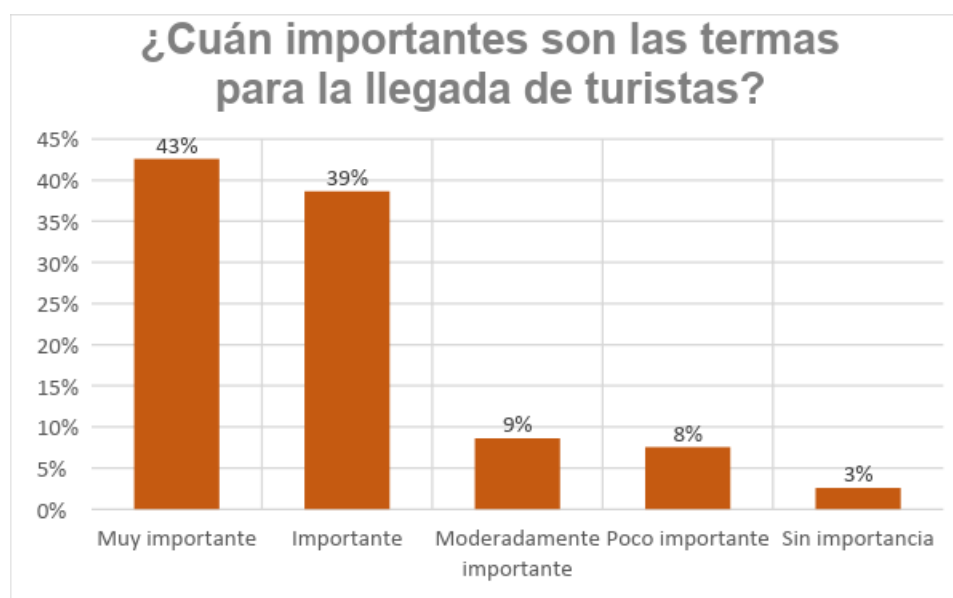


**Tabla 19.**

*Resultados termas para la llegada de turistas*

**A su criterio, ¿cuán importantes son las termas para la llegada de turistas?**

<b>Muy importante</b>	163	43%
<b>Importante</b>	148	39%
<b>Moderadamente importante</b>	33	9%
<b>Poco importante</b>	29	8%
<b>Sin importancia</b>	10	3%
<b>Total</b>	383	100%



**Figura 45.** Importancia de las termas para la llegada de turistas

### **Interpretación**

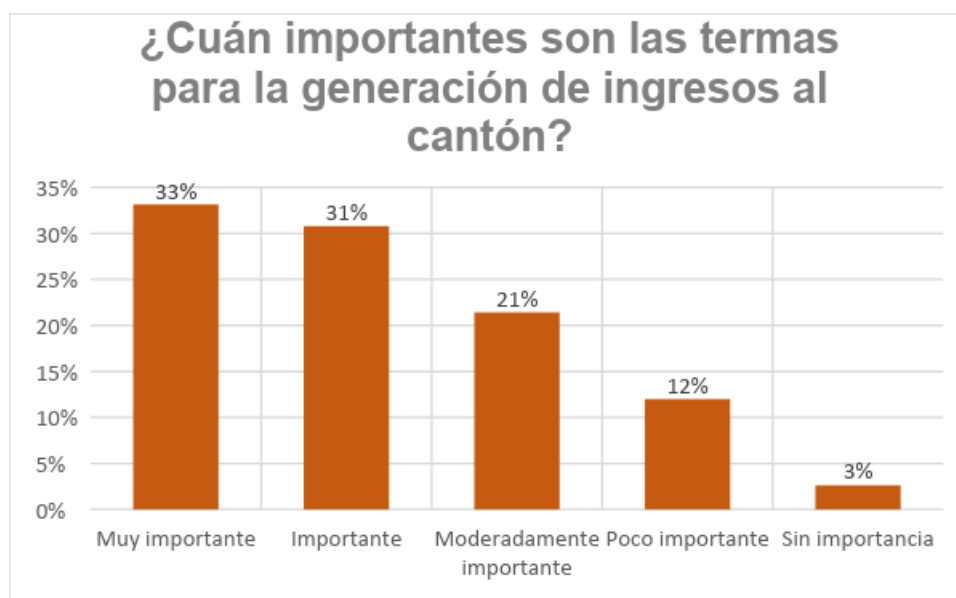
Al respecto de cuán importante son las termas para la llegada de turistas se observa que el 43% de la población según su criterio esto es muy importante para el cantón, ya que los mismos dejan ingresos al adquirir algún tipo de servicio o producto.

**Tabla 20.**

*Resultados termas para la generación de ingresos*

**¿Cuán importantes son las termas para la generación de ingresos al cantón?**

Muy importante	127	33%
Importante	118	31%
Moderadamente importante	82	21%
Poco importante	46	12%
Sin importancia	10	3%
Total	383	100%



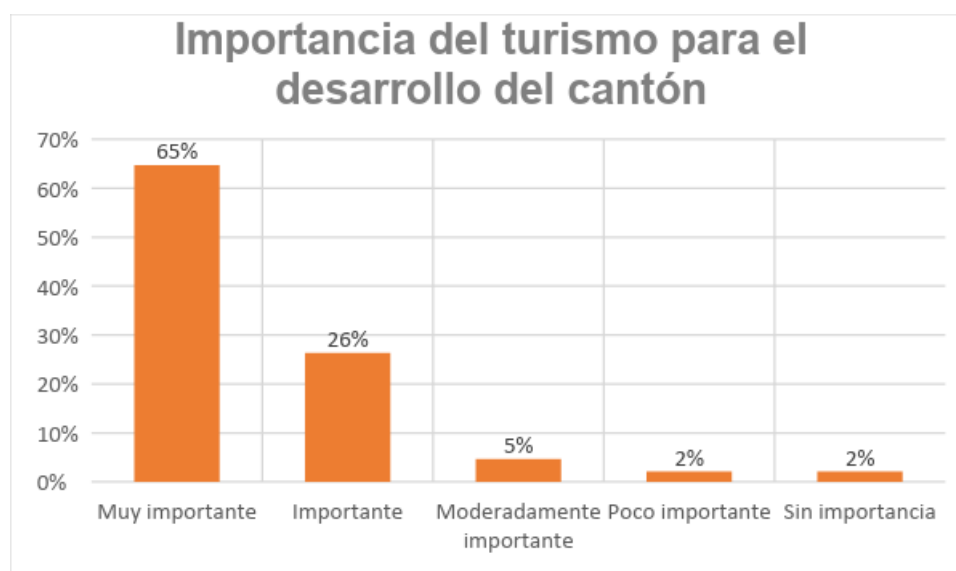
**Figura 46.** Importancia de las termas para la generación de ingresos

### Interpretación

Un 33% de la población supo manifestar que las termas son muy importantes para poder generar ingresos, seguido del 31% que opina son importantes, es así que se infiere que más del 50% de los pobladores le ven muy beneficioso e importante el tema de las termas en el cantón.

**Tabla 21.***Resultados turismo como desarrollo del cantón***¿Cómo considera usted al turismo para el desarrollo del cantón?**

Muy importante	248	65%
Importante	101	26%
Moderadamente importante	18	5%
Poco importante	8	2%
Sin importancia	8	2%
Total	383	100%

**Figura 47.** Importancia del turismo para el desarrollo cantonal**Interpretación**

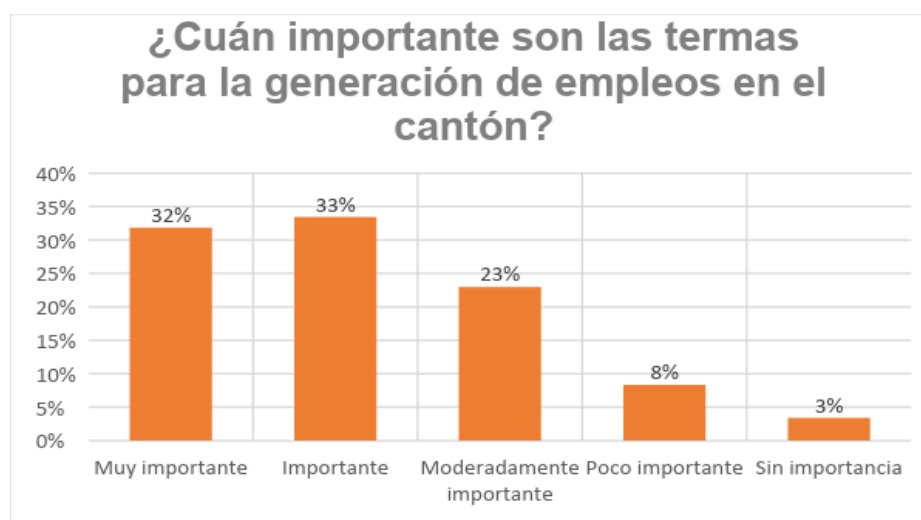
Otro punto importante es el desarrollo del cantón por medio del turismo, es así que se observa que más del 50% de los pobladores están de acuerdo que el turismo es muy importante para lograr un desarrollo en el cantón y sobre todo que se puede generar nuevas fuentes de ingresos económicos, solo el 2% de los pobladores opinan que el turismo es una actividad sin importancia.

**Tabla 22.**

*Resultados temas para la generación de empleos*

**¿Cuán importante son las terms para la generación de empleos en el cantón?**

<b>Muy importante</b>	122	32%
<b>Importante</b>	128	33%
<b>Moderadamente importante</b>	88	23%
<b>Poco importante</b>	32	8%
<b>Sin importancia</b>	13	3%
<b>Total</b>	383	100%



**Figura 48.** Importancia de las terms para la generación de empleo

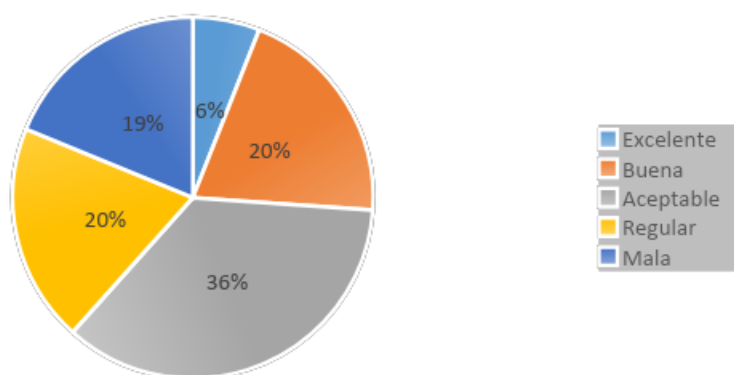
### Interpretación

En cuanto a la importancia de las terms para la generación de empleos en el cantón, el 33% de los pobladores opinan que esto es importante, a continuación se visualiza que el 32% opina que es muy importante, donde los pobladores confían en la actividad turística y saben que a futuro puede ser una fuente de empleo, si existiera el desarrollo y la inversión necesaria, y solo un 3% está de acuerdo que esto no tiene importancia.

**Tabla 23.***Resultados gestión del municipio***¿Cuál es la apreciación que tiene de la gestión del área de turismo?**

<b>Excelente</b>	23	6%
<b>Buena</b>	77	20%
<b>Aceptable</b>	136	36%
<b>Regular</b>	75	20%
<b>Mala</b>	72	19%
<b>Total</b>	383	100%

### Gestión del municipio en el área de turismo

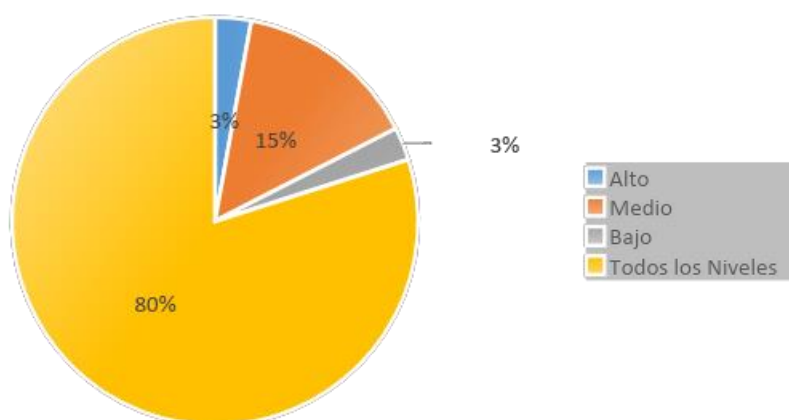
**Figura 49.** Gestión del municipio en el área de turismo

### Interpretación

Como se observa en la figura un 36% opina que la gestión del municipio es aceptable, un 20% que es buena, ya que los pobladores no han evidenciado avances o cambios en beneficio del cantón en el área de turismo, solo un 6% opina que la gestión del municipio es excelente.

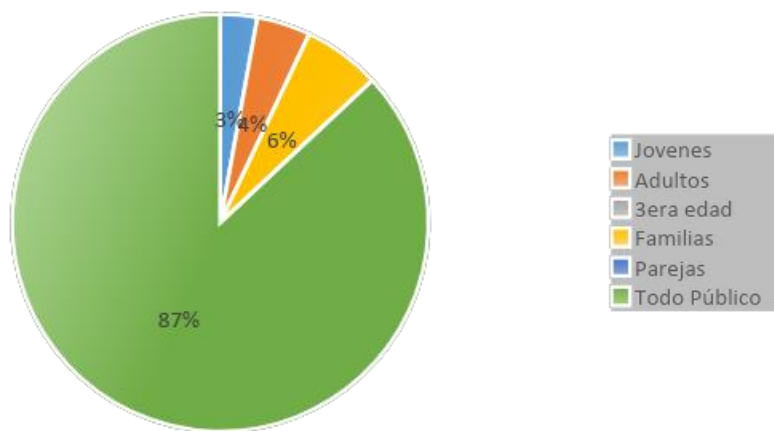
**Tabla 24.***Resultados oferta turística***A su criterio, la oferta de establecimientos turísticos está dirigido a personas**

Nivel de ingresos			Pertencientes a		
<b>Alto</b>	11	3%	Jóvenes	11	3%
<b>Medio</b>	56	15%	Adultos	16	4%
<b>Bajo</b>	10	3%	3era edad	0	0%
<b>Todos los Niveles</b>	306	80%	Familias	23	6%
<b>Total</b>	383	100%	Parejas	0	0%
			Todo Público	333	87%
			Total	383	100%

**Nivel de ingresos****Figura 50.** Nivel de ingresos**Interpretación**

Se observa en la figura que la oferta de establecimientos turísticos está dirigida para todos los niveles de ingresos, Alto, Medio y bajo, representado en un 80%, sin excluir a ninguna persona.

## Pertenecientes a



**Figura 51.** Grupo social

### Interpretación

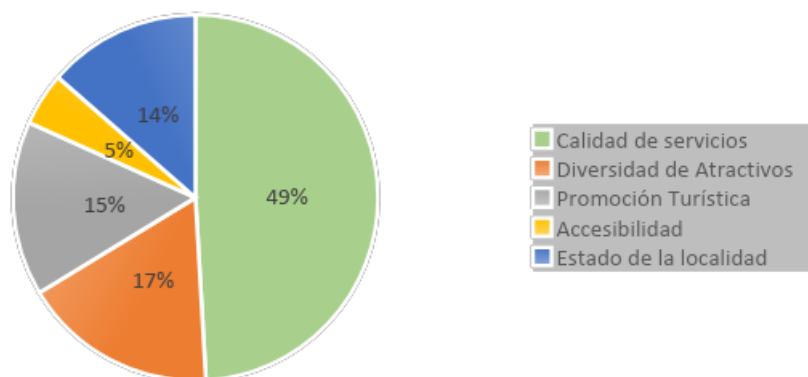
La oferta de establecimientos turísticos también está dirigida a todo tipo de público, esto incluye jóvenes, adultos, familias, parejas entre otros, alcanzando así el 87%.

**Tabla 25.***Resultados aspectos de satisfacción*

**A su criterio, ¿Cuál es el aspecto que puede influir más significativamente en la satisfacción de los turistas que vienen a esta localidad?**

Calidad de servicios	188	49%
Diversidad de Atractivos	66	17%
Promoción Turística	59	15%
Accesibilidad	18	5%
Estado de la localidad	52	14%
<b>Total</b>	<b>383</b>	<b>100%</b>

### Aspecto que influye más en la satisfacción del turista

**Figura 52.** Aspectos que influyen en la satisfacción de los turistas

### Interpretación

Al referirnos al aspecto que influye en la satisfacción del turista se visualiza que el 49% de la población opina que lo más importante es la calidad de los servicios, seguido de las diversidades de atractivos turísticos, con un 17%, dejando a la accesibilidad al final con un 5%.



**Tabla 26.***Factores más relevantes dentro de la calidad***Factores más relevantes dentro de la calidad**

	1	2	3	4	5
<b>Fiabilidad</b>	88	109	66	59	61
<b>Capacidad de respuesta</b>	132	89	63	59	40
<b>Seguridad</b>	109	59	99	72	44
<b>Empatía</b>	33	72	89	109	80
<b>Elementos Tangibles</b>	21	51	64	82	159

**Interpretación**

Los factores más relevantes dentro de la calidad son 5; donde la mayoría de los pobladores opinan que el más importante son los elementos tangibles, es así que cada atractivo turístico debe tener señalética y señalización adecuada, el personal debe portar uniforme para poder identificarlos del resto de personas, como segundo factor se visualiza la capacidad de respuesta, en el cual, cada empleado se muestre interesado por atender a sus clientes, y también cada cliente evidencie que el personal está capacitado, a continuación está la empatía y la fiabilidad ya que al hablar de empatía nos referimos a amabilidad, una buena atención, que va de la mano con la fiabilidad ya que aquí lo que se busca es que exista la preocupación por atender cada requerimiento y que esto se lo haga en un tiempo esperado, un punto importante es que la tarifa establecida esté acorde al servicio que están brindando, y para finalizar se muestra la seguridad, aquí las personas quieren sentirse seguras con el personal y en el lugar donde están, que no exista preferencias por ningún cliente, que todos sean tratados de la misma forma y que exista capacidad de organización en el servicio.

## CAPÍTULO IV

### ACCIONES

En base a las entrevistas, encuestas y visitas de campo se establecieron diez y ocho acciones para mejorar las deficiencias encontradas a lo largo del presente trabajo de titulación, para lo cual se realizó una tabla en la que se indica los responsables y actores de cada estrategia con el fin de beneficiar a las termas e involucrar a la localidad.

**Tabla 27.**

*Acciones*

	Tres Chorros	Aguas Hediondas
<b>Acción 1</b>	Actualización de la página “Carchi te enamora”	
<b>Responsable</b>	- Prefectura de Carchi	
<b>Descripción</b>	Actualmente la página denominada “Carchi te enamora” es la encargada de la promoción turística de la provincia en general, la cual es manejada por la prefectura de Carchi, esta cuenta con la descripción de turismo por cantón, brindando información previa útil al turista, para la elección de su lugar de destino, el mayor problema es que la pagina no tiene información actualizada e incluso las imágenes posteadas no corresponden al lugar que describen, ocasionando confusión entre los visitantes.	
<b>Recomendación</b>	Es necesario que exista personal capacitado encargado de esta página para que se pueda visualizar información detallada y actualizada de cada atractivo.	
<b>Observaciones</b>	Se debe tomar en cuenta que la información proporcionada sea verídica y acorde a la realidad del lugar. Esta acción se puede lograr conjuntamente con pasantes de las carreras relacionadas al ámbito turístico y marketing.	
	Tres Chorros	Aguas Hediondas
<b>Acción 2</b>	Sensibilización a la comunidad con respecto al turismo	
<b>Responsable</b>	- Prefectura de Carchi	

**Descripción**

Acorde con la encuesta realizada a la población la mayoría comenta que el turismo es importante para que la localidad pueda generar nuevas fuentes de ingreso, sin embargo no tienen información suficiente acerca del tema, motivo por el cual esta área se ha visto rezagada dentro del desarrollo local. El turismo puede formar parte importante de las actividades económicas del cantón y con esto mejorar la calidad de vida de sus pobladores.

**Recomendación**

Después de conocer el problema se infiere que la prefectura del cantón debería enfatizarse en la importancia del turismo, como un ingreso económico y sostenible donde participe la localidad, esto mediante charlas que den a conocer los beneficios que ofrece esta actividad.

**Observaciones**

Trabajar conjuntamente con pasantes de la carrera de turismo de la UPEC, para planificar y trabajar en charlas y talleres con la comunidad en temas de turismo, en las casas parroquiales del cantón como: El Carmelo, Julio Andrade, Maldonado, Pioter, Tobar Donoso, Tufiño, Urbina, El Chical y Santa Martha de Cuba.

	Tres Chorros	Aguas Hediondas
<b>Acción 3</b>	Creación de una ruta de balnearios de aguas termales del Carchi	
<b>Responsable</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Prefectura de Carchi</li> <li>- Ministerio de Turismo</li> </ul>	
<b>Descripción</b>	Carchi es un cantón rico en recursos hídricos, por tal razón existe variedad de aguas termales, las cuales no están siendo aprovechadas en su totalidad, y las pocas existentes necesitan de una mejora continua para captar a todo tipo de turistas y no solo al turista nacional.	
<b>Recomendación</b>	Con el fin de lograr el desarrollo de la localidad es necesario ofertar productos con calidad, en este caso balnearios que atiendan las necesidades de cada turista, creando una ruta que dinamice los balnearios existentes en Carchi, contando con la asesoría del municipio, la prefectura del Carchi y el Ministerio de Turismo para su adecuado manejo y sobre todo promoción obteniendo así un incremento de turistas y usuarios.	

**CONTINÚA**



**Observaciones**

Para llevar a cabo esta actividad, es ineludible contar con la colaboración del municipio de Tulcán para realizar el levantamiento de información para conocer las distintas termas pertenecientes a la provincia.

	Tres Chorros	Aguas Hediondas
<b>Acción 4</b>	Certificación de calidad turística para establecimientos termales con el aval del Ministerio de salud pública del Ecuador	
<b>Responsable</b>	- Prefectura de Carchi	

**Descripción**

Al hablar de calidad se refiere a un tema muy amplio por tal razón es necesario contar con parámetros que puedan medir diferentes características importantes para los usuarios y así otorgar un certificado de calidad que esté estandarizado tanto para establecimientos públicos como privados dedicados a esta actividad, tomando en cuenta la Certificación del Distintivo Q, vigente en la provincia de Pichincha con el propósito de reconocer y diferenciar los esfuerzos de cada establecimiento.

**Recomendación**

Al contar con un certificado de calidad se motivará a los establecimientos a realizar procesos definidos y establecer objetivos estratégicos que conlleven a resultados satisfactorios. Además al contar con el aval del Ministerio de salud se da realce a las propiedades curativas que poseen las aguas termales de Tulcán.

**Observaciones**

Se debe tomar en cuenta que las autoridades correspondientes, deberán hacer evaluaciones semestrales con el fin de asegurar el cumplimiento de normas de calidad en dichos establecimientos, para el cumplimiento de esta acción se recomienda tomar como referencia el caso de éxito de Termas Papallacta.

	Tres Chorros	Aguas Hediondas
<b>Acción 5</b>	Readecuación de lockers	
<b>Responsable</b>	- Administrador	- Administrador - Prefectura de Carchi

**Descripción**

El establecimiento cuenta con un espacio de lockers los cuales están deteriorados y debido a la El complejo turístico Aguas Hediondas tiene una habitación que es destinado para lockers,

**CONTINÚA**



falta de candados son considerados como inseguros. Por tal motivo los usuarios del balneario prefieren dejar sus objetos personales en un área visible.

cuyas principales funciones son organizar espacios y conservar de forma segura los objetos personales de los usuarios, mismos que en este establecimiento no cuentan con la seguridad necesaria por no poseer cerraduras o porta candados, tampoco tiene ventilación y el personal del balneario no entrega un respaldo para poder retirar sus pertenencias,

**Recomendación**

Por tal razón se recomienda readecuar estos lugares para que los usuarios puedan dejar sin ningún problema y preocupación sus pertenencias, teniendo una ficha de respaldo que garantice al usuario la devolución de sus objetos personales.

**Observaciones**

Para esta actividad se debe considerar una persona del establecimiento, que esté a cargo de dicha área.

**Tres Chorros****Aguas Hediondas****Acción 6**

Implementación de juegos infantiles

**Responsable**

- Administrador

- Administrador

- Prefectura de Carchi

**Descripción**

Considerando la opinión de los visitantes de las termas y acorde a la situación actual de ambos lugares, las personas quieren disfrutar de un espacio recreacional que les permita además de aprovechar los beneficios del agua, tener un momento de esparcimiento, ya que la mayoría de usuarios van en compañía de la familia.

**Recomendación**

Se ha visto la necesidad de crear espacios infantiles, con diferentes juegos y actividades, para el disfrute de los más pequeños de la familia.

El espacio adecuado para implementar los juegos infantiles, es en la parte trasera de la piscina puesto que cuenta

El lugar más adecuado para implementar los juegos infantiles es junto a la piscina externa, cerca al chozón bohío.

**CONTINÚA**



	con el área suficiente instauración de este servicio.	
<b>Observaciones</b>	Es necesario mencionar que los fines de semana y feriado, existe gran afluencia de usuarios, de los cuales la mayoría acuden en familia, por tal motivo es necesario contar con personal de apoyo, que realice actividades lúdicas para los más pequeños de la familia.	
	<b>Tres Chorros</b>	<b>Aguas Hediondas</b>
<b>Acción 7</b>	Señalética dentro del balneario	
<b>Responsable</b>	- Administrador	- Administrador - Prefectura de Carchi
<b>Descripción</b>	El balneario Tres Chorros no cuenta con señalética que indique la profundidad de las piscinas, normas para los usuarios o características del agua que informen al visitante de las propiedades y beneficios de la misma.	Aguas Hediondas, cuenta con señalética dentro del balneario sin embargo, no tiene señalética informativa que indique las características del agua y los beneficios que esta brinda para la salud. Además en el sendero al no existir personal de guianza, es esencial contar con rótulos interpretativos para facilidad del visitante.
<b>Recomendación</b>	Al no existir la adecuada señalética se recomienda crear paneles informativos de senderos, panel de bienvenida, señalética informativa, orientativa e interpretativa.	
<b>Observaciones</b>	Para la implementación de esta señalética se debe considerar el reglamento establecido en la Consorcio de Gobiernos Provinciales del Ecuador "CONGOPE"	
	<b>Tres Chorros</b>	<b>Aguas Hediondas</b>
<b>Acción 8</b>	Clasificación de residuos	
<b>Responsable</b>	- Administrador	- Administrador - Prefectura de Carchi

**CONTINÚA**



<b>Descripción</b>	Los establecimientos no cuentan con contenedores adecuados para separar los diferentes tipos de residuos, ocasionando contaminación ambiental y mala imagen a cada uno de los establecimientos.	
<b>Recomendación</b>	Al no existir una adecuada clasificación de los residuos se recomienda manejar un programa de recolección diferenciada, como lo sugiere la norma INEN 2929, (Anexo 1) para así facilitar el reciclaje y reutilización de los desechos generados por parte de los usuarios y del establecimiento.	
<b>Observaciones</b>	Para la implementación de basureros es indispensable tomar en cuenta la norma INEN 2841,(Anexo 2) la cual establece la clasificación de los recipientes por colores acorde al tipo de desecho generado, estos deben estar ubicados en zonas concurridas como: parqueaderos, zona de restaurante y senderos, mismos que deben separarse por reciclables, no reciclables y orgánicos.	
	<b>Tres Chorros</b>	<b>Aguas Hediondas</b>
<b>Acción 9</b>	Adecuación del balneario para el ingreso de personas con discapacidad	
<b>Responsable</b>	- Administrador	- Administrador - Prefectura de Carchi
<b>Descripción</b>	El establecimiento termal, no cuenta en ninguna de sus áreas con instalaciones que sean de fácil acceso para personas con discapacidad.	El balneario Aguas Hediondas cuenta parcialmente con accesibilidad en la piscina exterior del establecimiento, siendo la única área con estas características.
<b>Recomendación</b>	Debido a la falta de mecanismos que sirvan de apoyo para el fácil acceso de personas con discapacidad, se sugiere implementar medidas en el área de servicios higiénicos, baterías sanitarias, duchas, ingreso a las piscinas y estacionamiento con el fin de que este grupo de personas se sientan incluidas en esta actividad.	
<b>Observaciones</b>	Para la implementación de estas medidas es indispensable manejar la norma INEN 2929, Anexo B, el cual indica todos los parámetros a	

**CONTINÚA**



seguir para que los establecimientos sean considerados como inclusivos.

**Acción 10****Tres Chorros****Aguas Hediondas**

Brigadas de salud

**Responsable**

- Administrador
- Administrador
- Prefectura de Carchi
- Ministerio de Salud Pública del Ecuador

**Descripción**

Las termas son consideradas como establecimientos medicinales que ayudan al visitante a la mejora de su estado de salud además de brindar tranquilidad y relajamiento.

**Recomendación**

Con el fin de atraer más visitantes se ve en la necesidad de implementar brigadas de salud que recomienden el adecuado uso del agua termal para las diferentes afecciones.

**Observaciones**

Las brigadas asistirán los fines de semana y feriados, para llevar a cabo esta acción se adecuará diferentes áreas que faciliten la atención de los usuarios.

El espacio establecido para las brigadas será el área en el cual se realiza tratamientos quiroprácticos.

El área destinada para la implementación de la brigada de salud es el chozón bohío, ya que cuenta con el espacio suficiente para esta actividad, y sobre todo es accesible

**Tres Chorros****Aguas Hediondas****Acción 11**

Convenio con cooperativas de transporte

**Responsable**

- Administrador
- Administrador
- Representante de las diferentes cooperativas
- Prefectura de Carchi
- Representante de las diferentes cooperativas

**Descripción**

Accesibilidad es un tema relevante al hablar de calidad lo cual no se visualiza en estos establecimientos, especialmente en Aguas Hediondas ya que para llegar a este balneario es necesario tomar



camionetas siendo este el único medio para llegar al sitio , el cual tiene un valor elevado, y solo para un grupo reducido de 4 personas.

**Recomendación**

Es primordial realizar convenios entre los establecimientos y las distintas cooperativas de transporte a precios accesibles, ya que esta organización puede aportar con el desarrollo del turismo ya que tiene contacto directo con los turistas y visitantes de la zona que desconocen de las diferentes actividades que se pueden realizar en el cantón.

**Observaciones**

Se puede llegar a un acuerdo en el cual los establecimientos retribuyan a los transportistas con un porcentaje económico por cada pax.

**Tres Chorros****Aguas Hediondas****Acción 12**

Medición de la satisfacción del cliente

- Administrador

- Administrador

**Responsable**

- Prefectura de Carchi

**Descripción**

La percepción que tiene el cliente acerca del servicio es fundamental para el desarrollo y permanencia de un negocio en el mercado, actualmente ambos balnearios no cuentan con un registro de las personas que visitan las termas, ocasionando así que las necesidades del cliente no sean identificadas.

**Recomendación**

Al analizar la calidad se debe conocer el grado de satisfacción de los clientes en las diferentes actividades realizadas en el balneario para lo cual se sugiere aplicar encuestas a través de internet para obtener información y así realizar mejoras en distintas áreas.

**Observaciones**

Como estrategia se puede ofrecer promociones y descuentos a los visitantes que sean parte de esta actividad con el fin de incentivar la participación de más usuarios y obtener información que pueda ser útil para el desarrollo de nuevas estrategias.

**Tres Chorros****Aguas Hediondas****Acción 13**

Publicidad en redes sociales

**CONTINÚA**



<b>Responsable</b>	- Administrador	- Administrador - Prefectura de Carchi
<b>Descripción</b>	El balneario no cuenta con ningún tipo de publicidad a través de redes sociales, este establecimiento es conocido netamente por personas de la localidad.	El establecimiento termal de Aguas Hediondas tiene una página de facebook, pese a ello esta no ha tenido una buena acogida por la falta de información y datos de interés de los usuarios.
<b>Recomendación</b>	En la actualidad las redes sociales son uno de los principales medios masivos de promoción, tomando en cuenta que la mayoría de usuarios de internet usan estos medios, en el caso de los dos balnearios las personas que acuden a estos sitios son debido a recomendaciones de quienes conocen el lugar ya sea por la cercanía a sus domicilios o por la tradición que tienen estos establecimientos mas no por difusión de publicidad en redes sociales.	
<b>Observaciones</b>	La información debe ser detallada y actualizada semanalmente para captar la atención de las personas y manejar distintas aplicaciones para que llegue a todo tipo de segmento.	
	<b>Tres Chorros</b>	<b>Aguas Hediondas</b>
<b>Acción 14</b>	Imagen corporativa	
<b>Responsable</b>	- Administrador	- Administrador - Prefectura de Carchi
<b>Descripción</b>	La imagen corporativa es necesaria en cada establecimiento para lograr la fidelización por parte de los clientes, lo cual en estos establecimientos no se visualiza ya que el personal no cuenta con uniformes adecuados y al no contar con medios de publicidad existe un desconocimiento de la imagen pública que tiene cada balneario.	
<b>Recomendación</b>	Desde el momento en que el personal ingresa a trabajar en estos balnearios se debe manejar capacitaciones y entrenamiento para que cada empleado se sienta identificado con el giro de negocio, para ello la empresa deberá establecer su misión y visión además de sus objetivos empresariales.	

**CONTINÚA**



Se debe implementar el logo empresarial en el caso de Tres Chorros y portar el uniforme de la empresa tanto por el personal de restaurante como de los colaboradores de las termas en ambos casos.

**Observaciones**

Tomar en cuenta las normas del correcto uso de los uniformes, adicionalmente se debe considerar el clima y la comodidad del colaborador. Los uniformes serán personalizados con el logo de cada balnearios y nombre de cada colaborador.

	<b>Tres Chorros</b>	<b>Aguas Hediondas</b>
<b>Acción 15</b>	Creación de una asociación prestadora de servicios turísticos	
<b>Responsable</b>	- Comunidad del cantón	
<b>Descripción</b>	Debido a que la principal actividad del cantón está direccionada a la actividad ganadera, agrícola y el comercio, el turismo no cuenta con una participación significativa dentro del desarrollo local, motivo por el cual los proyectos y emprendimientos turísticos no han sido tomados en cuenta como una fuente de empleo importante para los tulcanesños.	
<b>Recomendación</b>	De acuerdo con los razonamientos que se trataron anteriormente es necesario trabajar con las personas de la localidad para crear una asociación especializada en servicios turísticos que con la ayuda de los administradores y entidades encargadas se les otorgue un espacio para tratar temas de turismo que beneficie a ambas partes así como la planificación de proyectos para ofertar diferentes actividades y productos a los usuarios de cada establecimiento	
<b>Observaciones</b>	Esta asociación debería ser reconocida legalmente por la prefectura del Carchi.	
	<b>Tres Chorros</b>	<b>Aguas Hediondas</b>
<b>Acción 16</b>	Creación de ferias gastronómicas, con espacios para ofertar productos de la zona	

**CONTINÚA**



<b>Responsable</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Junta Parroquial</li> <li>- Asociación turística del cantón</li> </ul>
<b>Descripción</b>	Acorde a la encuesta realizada a las personas de la población, ésta considera que el segundo motivo por el cual los turistas visitan el cantón Tulcán es debido a su gastronomía, tomando en cuenta la variedad de platos típicos, los mismos que son realizados con productos propios de la zona.
<b>Recomendación</b>	Después de lo anterior expuesto se propone que la asociación turística del cantón con ayuda de la junta parroquial realice ferias gastronómicas para ofrecer la variedad de gastronomía y también ofertar los productos de la zona impulsando la economía de la localidad.
<b>Observaciones</b>	Las ferias deben realizarse los fines de semana y feriados, estableciendo espacios aptos para estas ferias sobre todo en lugares concurrentes del cantón incluyendo los distintos puntos turísticos, especialmente en los balnearios de aguas termales, la parte externa del cementerio de Tulcán, parque Isidro Ayora.

<b>Acción 17</b>	<b>Tres Chorros</b>	<b>Aguas Hediondas</b>
	Capacitaciones para las personas de la localidad	
<b>Responsable</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ministerio de Turismo</li> <li>- Prefectura de Carchi</li> <li>- Profesores y estudiantes universitarios de la UPEC</li> </ul>	
<b>Descripción</b>	El turismo cada día se va desarrollando y el cliente se vuelve más exigente es por eso que el servicio se convierte en parte fundamental al momento de satisfacer sus necesidades, por tanto el personal que atiende en estos balnearios y las personas que ofrecen un servicio adicional o complementario buscan la forma de capacitarse para realizar el trabajo de una manera profesional y no empírica.	
<b>Recomendación</b>	Hay que tener en cuenta que en la encuesta aplicada a la población la mayoría comenta que el turismo es importante para el desarrollo de la localidad, por tal razón es primordial realizar capacitaciones a las personas que trabajan en el área de turismo, y a las personas de la localidad para que puedan emprender nuevos proyecto relacionados a este ámbito, con el principal objetivo de ofrecer servicios de calidad, con apoyo de la prefectura del Carchi	

**CONTINÚA**



	trabajando mutuamente con profesores y estudiantes universitarios de la zona para brindar capacitaciones y cursos en los diferentes temas de turismo.	
<b>Observaciones</b>	Las capacitaciones deben ser constantes y en temas acorde a la realidad de la actividad a desarrollar, sea esta gastronómica, turística, hotelera y sobre todo preparar a las personas para que puedan formarse como guías nativos.	
<b>Acción 18</b>	<b>Tres Chorros</b>	<b>Aguas Hediondas</b>
	Alianzas con la comunidad para el desarrollo de turismo comunitario y visita de termas.	
<b>Responsable</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ministerio de Turismo</li> <li>- Prefectura de Carchi</li> <li>- Municipio de Tulcán</li> </ul>	
<b>Descripción</b>	El turismo comunitario es parte fundamental de una localidad ya que se intenta aprovechar tanto el turismo natural como cultural de un lugar, ofreciendo un servicio turístico caracterizado por la activa participación de los pobladores, obteniendo así un desarrollo local y sostenible, ya que al momento de visitar estos balnearios no existe un sitio de alojamiento cercano lo cual limita las actividades del turista.	
<b>Recomendación</b>	En base a las consideraciones anteriores se debe tomar en cuenta a las localidades cercanas y a los establecimientos para formar alianzas que impulsen el desarrollo del turismo en ambas partes, trabajar principalmente en turismo comunitario para ofertar lugares de alojamiento con las comodidades necesaria que requiere cada turista.	
<b>Observaciones</b>	Las personas de la comunidad que sean seleccionadas para ser partícipes de esta actividad, deberán contar con los servicios básicos y comodidades necesarias para el turista.	

#### 4.1 Conclusiones

Según la opinión de los tulcanesños en las encuestas aplicadas, las termas dentro del cantón son consideradas como un atractivo turístico importante para la llegada de turistas y la generación de empleo, sin embargo pese a los años de funcionamiento de estos establecimientos no se ha evidenciado un desarrollo significativo que aporte directamente a la comunidad. Como resultado a lo anteriormente mencionado el porcentaje de personas que se dedican al sector turístico está representado por tan solo el 11%.

Otro punto importante de mencionar es la llegada de turistas a cada balneario, Tres Chorros es visitada casi en su totalidad por nacionales y Aguas Hediondas mayoritariamente por extranjeros, especialmente por colombianos, considerando que el medio recurrente por el cual los visitantes se informan de las termas es a través de la recomendación de amigos y familiares en ambos casos. Parte de la responsabilidad de este hecho se centra en la gestión de las entidades públicas encargadas del área de turismo, siendo este percibido por la población como aceptable y con un amplio campo de mejora al tomar como referente el trabajo realizado en otras provincias.

En el tema de capacidad de respuesta, la calidad de Aguas Hediondas es excelente, por el contrario, la valoración de Tres Chorros es buena, teniendo así que las personas que acuden al balneario aprecian que los colaboradores de Aguas Hediondas tienen mejor preparación debido a las capacitaciones recibidas por parte de la prefectura en cuanto a atención al cliente.

En el transcurso del análisis Aguas Hediondas supera a Tres Chorros en cuanto a las dimensiones consideradas para el estudio de calidad, pero al hablar de seguridad es necesario destacar que los usuarios se sienten más seguros en Tres Chorros debido a la

cercanía que tiene con la zona comercial del cantón, simultáneamente con los horarios del balneario, ya que Tres Chorros maneja un horario más flexible a causa de que sus administradores residen en el mismo lugar.

Por otro lado la dimensión con menor puntuación en ambos casos corresponde a los elementos tangibles, los usuarios perciben que la apariencia de los equipos y su accesibilidad es limitada, tomando en cuenta que en Tres Chorros no se ha tomado ninguna medida para facilitar el acceso a personas con discapacidad, a diferencia de la opinión de los pobladores que considera a los elementos tangibles como el factor menos importante dentro de la calidad teniendo como resultado, el descuido de las instalaciones y la baja calificación obtenida.

#### **4.2 Recomendaciones**

Se recomienda a los dos establecimientos de aguas termales que tomen en cuenta las dimensiones de calidad de este estudio, como referencia para lograr un desarrollo y mejoramiento empresarial, contando con el apoyo de diferentes entidades para establecer proyectos, políticas y sobre todo capacitar a los distintos prestadores de servicios turísticos, con el fin de contribuir con el desarrollo turístico local. Además es necesario la contribución por parte de la prefectura, municipio y ministerio del turismo en cuanto a la promoción y difusión de los atractivos turísticos para darle realce e importancia al turismo como una fuente de empleo e ingresos para la población de Tulcán

En todo este proceso de desarrollo turístico es de vital importancia trabajar conjuntamente con los moradores de la localidad, para impulsar la participación y el interés de realizar proyectos y ofertar los distintos productos que se obtienen de la zona,

tomando en cuenta que las principales actividades económicas se basan en la agricultura, ganadería y comercio

También se sugiere que los administradores de los establecimientos termales identifiquen el perfil del cliente, el cual servirá para diseñar un plan de logística a fin de lograr un incremento en la afluencia de visitantes.

Para finalizar es necesario que el GAD trabaje en diferentes estrategias y propuestas basadas en las acciones mencionadas anteriormente, con el fin de alargar el tiempo de estancia de los visitantes en los balnearios Tres Chorros y Aguas Hediondas, permitiendo además que se den a conocer la riqueza natural y cultural que posee la provincia de Carchi.



## LISTA DE REFERENCIAS

- Albuquerque, F. (1997). Metodología para el desarrollo económico local. *ILPES-CEPAL*.  
Obtenido de [https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/30797/S9720129\\_es.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/30797/S9720129_es.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Albuquerque, F. (s/d de 07 de 2007). Teoría y práctica del enfoque del desarrollo local. *Revista OIDLES*, 1, 8. Recuperado el 2017, de *OIDLES*: <http://www.eumed.net/rev/oidles/00/Albuquerque.htm>
- Alén, M., & Rodríguez, L. (2004). Evaluacion de la calidad percibida por los cliente de establecimientos termales a través del analisis de sus expectativas y percepciones. *Galega de la Economía*.
- Álvarez, J. e. (2013). Balnearios españoles, Motivaciones para certificar en la Q de calidad turística. *Galega de Economía*, 119-140.
- Araújo, N., & Fraiz, J. (06 de 2012). Los establecimientos termales como atractivo turístico del siglo XXI y dinamizadores del desarrollo local. *Revista de investigación en turismo y desarrollo local*. Obtenido de <http://www.eumed.net/rev/turydes/12/avfb.pdf>
- Arroyo, D. (s/a). *Fundacion Uocra*. Obtenido de *Desarrollo Local: el puente etre la economía y la inclusión social*: <http://www.fundacion.uocra.org/documentos/recursos/articulos/desarrollo-local-el-puente-entre-la-economia-y-la-inclusion-social.pdf>

- Bacci, M., & Mujica, E. (10 de 2001). Turismo rural en el Ángel, Carchi, Ecuador: perspectivas y posibilidades. (Menrecur, Ed.) *Condesan*.
- Balnearios de la Comunidad Autónoma de Galicia . (2012). *Balnearios de Galicia*. Recuperado el 2017, de Balneario: <http://www.balneariosdegalicia.gal/que-es-un-balneario.html>
- Benavides, M. (2013). *Desarrollo del Turismo Comunitario en Carchi*. Universidad Politecnica Estatal de Carchi.
- Boisier, S. (1999). Desarrollo local: De qué estamos hablando? *Cámara de Comercio de Manizales, Colombia*.
- Botía, S. M., & Orozco, P. L. (s/d de 06 de 2012). Competencias en servicio al cliente y efectividad en solución de problemas : Sus características en el sector turismo. *Scielo*, 21(3).
- Cárdenas, N. (06 de 2002). El desarrollo local su conceptualización y procesos. *Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal*(8), 61-64. Obtenido de <http://www.redalyc.org/pdf/555/55500804.pdf>
- Carrera, V., & Guevera, G. (2016). *Fuentes Termales del Ecuador* (1era edición ed.). Sangolquí, Ecuador: Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE.
- Casasola Rivera, W. (2014). La investigación documental para elaborar un ensayo académico. *Revista de Lenguas Modernas*.
- Colunga, C. (1995). *Calidad en el servicio*. México: Panorama Editorial.

Concepto, Definición. (01 de 02 de 2013). *Definición de servicio*. Obtenido de <http://conceptodefinicion.de/servicio/>

Cronin, J., & Taylor, S. (1994). *Servperf vs. Servqual: reconciling performance based and perceptions minus expectations measurement of service quality*.

Crosby, P. (1979). *Quality is free*. Nueva York: McGraw-Hill. Recuperado el 5 de Octubre de 2017

De Michele, D., Untura, F. M., Giacomino, M., & Balderrain, A. (s/d de s/m de 2008). *Balnea, el termalismo argentino. Publicaciones Universidad Complutense de Madrid*.

Delgado (2004) citado en Barrera, C., & Bahamondes, R. (2012). Turismo Sostenible: Importancia en el cuidado del medio ambiente. *Revista Interamericana de Ambiente y Turismo - RIAT*. Obtenido de <http://riat.utralca.cl/index.php/test/article/view/218/pdf>

Deming, E. (1989). *Calidad, productividad y competitividad: La salida de la crisis*. Madrid, España: Díaz de Santos. doi:84-87189-22-9

Denton, K. (1991). *Calidad en el servicio a los clientes*. Madrid: Diaz de Santos S.A.

Di Pietro, L. (2001). *Hacia un desarrollo integrador y equitativo: una introducción al desarrollo local. FLACSO*. Obtenido de <http://www.bibliotecavirtual.info/2011/06/hacia-un-desarrollo-integrador-y-equitativo-una-introduccion-al-desarrollo-local/>

- Dzul, M. (2013). Aplicación básica de los métodos científicos. *Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo* .
- Formichella, M. (01 de 2004). El concepto de emprendimiento y su relación con la educación, el empleo y el desarrollo local. *Gestión de emprendimiento y la innovación*.
- Gallicchio 2004 citado en Ortíz, C., Bonales, J., & Georgina, A. (30 de 06 de 2014). Turismo como Detonante de Desarrollo Local Regional en la Ruta de la Salud Michoacán. *Instituto de Investigaciones Económicas y Empresariales*. Obtenido de <https://rnee.umich.mx/index.php/RNEE/article/view/194/163>
- Gonçalves et al, J. (2013). Calidad de la experiencia en los hoteles termales de Galicia, España. *Estudios y Perspectivas en Turismo*. Recuperado el 26 de Marzo de 2017, de <http://www.scielo.org.ar/pdf/eypt/v22n3/v22n3a07.pdf>
- Grima, P., & Tort, J. (2006). *Técnicas para la Gestión de la Calidad* . Madrid: Diaz de Santos S.A.
- Haulot, A. (s/d de s/m de s/a). *Organización Internacional de Turismo Social* . Obtenido de Turismo para todos, solidario y sostenible: <http://www.oits-isto.org/oits/public/section.jsf?id=28>
- Hernández , R., Fernández , C., & Baptista, P. (2004). *Metodología de la Investigación*. México: McGraw-Hill Interamericana.
- Herrera, G. (2015-2019). *Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de la Provincia del Carchi*. Carchi, Ecuador.

- ICTE. (2017). *Calidad Turística española*. Recuperado el 2 de Noviembre de 2017, de [http://ocacert.com/Q-ICTE.php?gclid=EAlalQobChMIub2M-Om51wIVjIYNCh33TgXXEAAAYASAAEgJQCfD\\_BwE](http://ocacert.com/Q-ICTE.php?gclid=EAlalQobChMIub2M-Om51wIVjIYNCh33TgXXEAAAYASAAEgJQCfD_BwE)
- Ishikawa, K. (1986). *¿Qué es el control de la calidad?* Bogota, Colombia: Norma.  
Recuperado el 18 de Octubre de 2017
- Juran, J. (1990). *Juran y la planificación para la calidad*. Madrid: Díaz de Santos.
- Juran, J. (1990). *Juran y la Planificación para la Calidad*. Madrid: Diaz de Santos S.A.
- Kotler, P. (1997). *Mercadotecnia*. México: Prentice-Hall.
- Lascelles, D., Dale, B. 1., & Río, D. (2013). Balnearios españoles, Motivaciones para certificarse en la Q de calidad turística. *Galega de Economía*, 119-140.
- Lerma, H. (2009). *Metodología de la investigación; propuesta, anteproyecto y proyecto* (Cuarta ed.). Bogotá: Ecoe.
- López y Ferres 2004 citado en Araújo, N., & Fraiz, J. (06 de 2012). Los establecimientos termales como atractivo turístico del siglo XXI y dinamizadores del desarrollo local. *Revista de investigación en turismo y desarrollo local*.
- Losantos Viñolas, M. (2011). Fuentes de información: Tipos y características. *Bibliotecaris-Documentalistas de Catalunya*, 3-8.
- Lozada, J. (2014). Investigación Aplicada: Definición, Propiedad Intelectual e Industria. *CienciAmérica: Revista de divulgación científica de la Universidad Tecnológica Indoamérica*, 34-35.

- Martínez 2010 citado en Araujo, N., & Fraiz, J. (06 de 2012). Los establecimientos termales como atractivo turístico del siglo XXI y dinamizadores del desarrollo local. *Revista de investigación en turismo y desarrollo local*.
- Mathieson, A., & Wall, G. (1982). *Tourism: Economic, Physical and Social Impacts* . Londres.
- Méndez, J. (mayo de 2013). *Gestiopolis*. Recuperado el 5 de Octubre de 2017, de <https://www.gestiopolis.com/calidad-concepto-y-filosofias-deming-juran-ishikawa-y-crosby/>
- Millán, M. (2013). Salud y Belleza como motivacion del viaje. El balnrio de Archena como paradigma. *Papers de turisme*, 81-103.
- Ministerio de Turismo. (19 de marzo de 2013). Obtenido de Ministerio de Turismo e INEN buscan mejorar la calidad turística en Ecuador: <http://www.turismo.gob.ec/ministerio-de-turismo-e-inen-buscan-mejorar-la-calidad-turistica-en-ecuador/>
- Ministerio de Turismo. (18 de Marzo de 2015). *2015. año de la Calidad Turística*. Recuperado el 7 de Marzo de 2017, de <http://www.turismo.gob.ec/calidadturistica/>
- Miranda, F., Chamorro, A., & Rubio, S. (2007). *Introducción a la Gestión de la calidad*. Madrid: DELTA.
- Moragues, D. (2006). *Organización de Estados Iberoamericanos*. Obtenido de Turismo, Cultura y Desarrollo: <http://www.oei.es/historico/cultura/turismodmoragues.htm>

Morillo 2007 citado en Barrera, C., & Bahamondes, R. (2012). Turismo Sostenible: Importancia en el cuidado del medio ambiente. *Revista Interamericana de Ambiente y Turismo - RIAT*.

Objetivos Nacionales para el Buen Vivir. (2013-2017). *Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo*. Obtenido de Plan Nacional del Buen Vivir: <http://www.buenvivir.gob.ec/objetivos-nacionales-para-el-buen-vivir>

OMT. (s/a). *Organismo Mundial de Turismo*. Obtenido de Glosario básico: <http://media.unwto.org/es/content/entender-el-turismo-glosario-basico>

Ortíz, C., Bonales, J., & Arévalo, G. (30 de 06 de 2014). Turismo como Detonante de Desarrollo Local Regional en la Ruta de la Salud, Michoacán. *Instituto de Investigaciones Económicas y Empresariales*.

Parasuraman, A., Zeithaml, V., & Berry, L. (1985). *Un modelo conceptual de calidad del servicio y sus implicaciones para investigación*.

Piug, J. (2009). *Aprendizaje servicio ApS*. Barcelona, España: Graó de IRIF, S.I.

Pizzo, M. (10 de Octubre de 2013). *Gerencia y Negocios*. Recuperado el 8 de Octubre de 2017, de <http://www.degerencia.com/articulo/calidad-en-el-servicio-un-plan-de-mejora-simple-inmediato-y-con-impacto-en-el-cliente>

Quito Turismo. (2014). *Distintivo Q*. Obtenido de [file:///C:/Users/Acer/Downloads/Reglamento\\_General\\_del\\_DistintivoQ-2014.PDF](file:///C:/Users/Acer/Downloads/Reglamento_General_del_DistintivoQ-2014.PDF)

Ramírez, A. (06 de 02 de 2013). Calidad del servicio. *Universidad Católica del Táchira*.

Real Academia Española. (s.f.). Balneario.

Sanchis, J., Cantanero, S., & Comeche, J. (01 de 04 de 2011). El papel del agente de desarrollo local en la creación de empresas en el contexto del desarrollo local. El caso valenciano. *Revista electrónica de Geografía y Ciencias Sociales*. Obtenido de <http://www.ub.edu/geocrit/sn/sn-358.htm>

Secretaría de turismo. (28 de noviembre de 2016). *Certificación Turística*. Obtenido de <https://www.gob.mx/sectur/acciones-y-programas/certificacion-turistica>

Serrano, L. (2002). Incidencia del nuevo consumidor turístico. *Dirección y Administración de empresas*, 99-117.

Sociedad Española de Hidrología Médica. (s/d de s/m de 2006). Talasoterapia. *Boletín de la Sociedad Española de Hidrología Médica*.

Termas del Salado. (01 de 07 de 2016). *Termas del Salado*. Obtenido de <http://www.termasdelsalado.com.ar/contacto/>

Toselli, C., & Godoy, A. (2011). Aplicación de directrices de calidad para la gestión y uso turístico de balnearios y playas. *El Periplo Sustentable*, 119-147.

Van, M. (2015). Congreso Internacional del Agua-Termalismo y Calidad de vida. *Termas de CAtamarca 2014 - Una apuesta al desarrollo local*. Buenos Aires, Argentina. Obtenido de [http://cidat.webs.uvigo.es/docs/CO\\_3.3.pdf](http://cidat.webs.uvigo.es/docs/CO_3.3.pdf)

Vargas, Z. (2008). La investigación aplicada: Una forma e conocer las realidades con evidencia científica. *Revista Educación*, 156.



- Vásquez, A. (26 de 06 de 2009). Desarrollo local, una estrategia para tiempos de crisis. *Revista Apuntes de CENES*, 28(47), 124. Obtenido de <https://revistas.uptc.edu.co/index.php/cenes/article/view/83/86>
- Vásquez, M. (18 de marzo de 2007). *Gestiopolis*. Obtenido de <https://www.gestiopolis.com/la-calidad-en-las-empresas-de-servicios-turisticos/>
- Vázquez, B. (05 de 2009). Desarrollo local. *Revista de la Universidad Autónoma de Madrid*, 1(2).
- Zeithalm, V. (1981). *How Consumer Evaluation Processes differ between Goods and Services* .
- Zeithaml, V., Bitner, M., & Gremler. (2009). *Marketing de servicios* (Quinta ed.). México: MC Graw hill.