



ESPE

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

**ARTÍCULO ACADÉMICO PREVIO A LA OBTENCIÓN
DEL TÍTULO DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA Y
HOTELERA**

**AUTORAS: ÁLVAREZ ALBÁN ,JESSICA ALEXANDRA
VILLAMARÍN RIVERA, SOFIA ELIZETH**

**“CALIDAD DEL SERVICIO Y SATISFACCIÓN DEL CLIENTE DE LOS
ATRATIVOS TURÍSTICOS NATURALES DE LA PROVINCIA DE
COTOPAXI”**

**DIRECTORA: DRA. CEJAS MARTÍNEZ, MAGDA
FRANCISCA**

LATACUNGA 2018



AGENDA DE PRESENTACIÓN





ESPE

UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS
INNOVACIÓN PARA LA EXCELENCIA

REVISTA DE PUBLICACIÓN TRIMESTRAL EN ÍNDICE DE LATINDEX

Universidad Nacional
Experimental de Los Llanos
Occidentales
"Ezequiel Zamora"



La Universidad Que Siembra

Vicerrectorado de Infraestructura
y Procesos Industriales
Coordinación de Área de Postgrado



43 Aniversario

CARTA DE ACEPTACIÓN

Se certifica que el artículo científico titulado: CALIDAD DEL SERVICIO Y SATISFACCIÓN DEL CLIENTE DE LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS NATURALES DE LA PROVINCIA DE COTOPAXI, cuya autoría corresponde a: ÁLVAREZ ALBÁN, JESSICA ALEXANDRA; VILLAMARÍN RIVERA, SOFÍA ELIZETH; CEJAS MARTÍNEZ MAGDA FRANCISCA; ha sido admitido, arbitrado y aceptado para su publicación en la **REVISTA MEMORALIA Nro. 16**, correspondiente a la segunda edición **2018** (julio-noviembre 2018), en la modalidad literaria sección: **INVESTIGACIÓN Y POSTGRADO**.

Certificación que se expide en La Villa de San Carlos de Austria, Cojedes, Venezuela; a los 02 días del mes de Agosto del año 2018.

Dr. Wilmer Joaquín Salazar Santana
Vice - Rector Académico

Dr. Wilmer Salazar
Director

Dr. Gustavo Jaime
Editor



INTRODUCCIÓN

1° Problema de Investigación

- Condiciones regidas en varios países acerca de la Calidad de Servicio.
- Análisis macro acerca de estas condiciones en el estudio.

2° Fundamentos Teóricos

- Teorías de Calidad de Servicio (teoría de la excelencia, la planificación para la calidad y teoría cero errores)
- Teorías de Satisfacción al Cliente (teoría de la equidad, atribución causal y de las expectativas)

3° Base Metodológica

- Métodos, técnicas y tipos de investigación en el área de turismo y hotelería.



FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

Variables

- Calidad del Servicio
- Satisfacción del Cliente

Teorías de Calidad del Servicio

- Teoría de la Excelencia (aplicación de los principios de la calidad y del servicio)
- Teoría de la Planificación para la Calidad (trilogía de la calidad)
- Teoría Cero Errores (basada en cuatro principios)

Teorías de la Satisfacción del Servicio

- Teoría de la Equidad (se concentra en la equidad o no equidad)
- Teoría de Atribución Causal (los clientes asignan el éxito o el fracaso al realizar una adquisición)
- Teoría de las Expectativas (se basa en el grado de satisfacción de los consumidores)



PROBLEMA DE LA INVESTIGACIÓN

A NIVEL MUNDIAL

- Vargas & Aldana (2014) la calidad en el mundo tuvo un gran desenlace a partir de la Segunda Guerra Mundial ya que, no solo fue conocida por la satisfacción de las necesidades de los clientes sino también, por desarrollarse como un factor competitivo

ECUADOR

- Todavía se evidencian establecimientos que no prestan el servicio adecuado al turista.
- Escasa demanda pocos réditos económicos para el país.

PROVINCIA DE COTOPAXI

- Desconocimiento de normas de hospitalidad
- Decadencia de estudios previos acerca de calidad del servicio.
- Escasa preocupación por parte de autoridades



OBJETIVOS

Objetivo Principal:

- Analizar la Calidad de Servicio y la Satisfacción del Cliente en los principales atractivos naturales de la Provincia de Cotopaxi.

Objetivos Específicos:

- Desarrollar la parte introductoria, misma que servirá para dar a conocer el tema.
- Plantear la metodología que permita establecer los diferentes tipos de investigación y herramientas que se utilizaran en el estudio.
- Analizar los resultados de la investigación en base a la calidad del servicio turístico



ESFPE

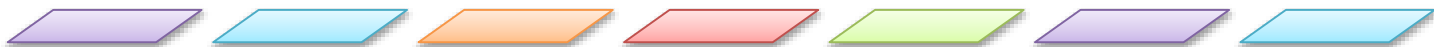
UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS
INNOVACIÓN PARA LA EXCELENCIA

JUSTIFICACIÓN

Aspecto Social: Conocer Las fortalezas y debilidades, prestadores turísticos



Aspecto Económico: Incremento de la demanda por lo tanto mayores ingresos.



Aspecto Educativo: Contribución para futuros investigadores.



Beneficiarios: Actores locales, turistas y visitantes





METODOLOGÍA

Estudio: Empírico, Cuantitativo-Transversal

Tipo de investigación: Bibliográfica y de Campo

Alcance: Correlacional

CALIDAD DEL SERVICIO

Se utilizará un cuestionario diseñado, validado y adaptado de Cronin y Taylor basado en el modelo SERVPERF (1992).

Se establecerá un cuestionario, diseñado, validado y adaptado de Pasquotto, Monfort, De Oliveira (2012).

SATISFACCION DEL CLIENTE



ESFPE

UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS
INNOVACIÓN PARA LA EXCELENCIA

ANÁLISIS DE RESULTADOS

ITEMS	RESULTADOS OBTENIDOS	ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS
En los Establecimientos Turísticos de los Atractivos Turísticos Naturales (Hostales, Hosterías, Restaurantes, Centros de Información Turística, Agencias, entre otros), existe equipos modernos (mobiliario, menaje, equipamiento tecnológico, recreacional, de emergencia, etc.) para brindar un buen servicio al turista.	15.3% totalmente en desacuerdo 33.2% en desacuerdo 37.8% ni de acuerdo ni en desacuerdo 7.1% de acuerdo 4.3% totalmente de acuerdo	Se observa un porcentaje considerable de insatisfacción con un 48.5% lo cual es importante destacar ya que, en los establecimientos turísticos todavía no logran satisfacer las necesidades de los turistas en cuando a la implementación de equipos modernos.
Los atractivos turísticos naturales cuentan con los servicios necesarios (Alimentación, Areas de Recreación, Alojamiento, Guías Turísticos, Transporte, etc.) para disfrutar de la visita.	14% totalmente en desacuerdo 19.1% en desacuerdo 26.3 % ni de acuerdo ni en desacuerdo 18.6% de acuerdo 19.6 totalmente de acuerdo	Existe un 38.2% de las personas encuestadas que respondieron que están satisfechos por lo que se puede denotar que, los servicios necesarios para disfrutar de la visita son los necesarios para realizar la visita a los atractivos turísticos visitantes.
En los Establecimientos Turísticos, el/los empleados/s cumple/n con el servicio en el tiempo establecido.	2.6% totalmente en desacuerdo 10.2% en desacuerdo 20.4% ni de acuerdo ni en desacuerdo 44.9% de acuerdo 19.6% totalmente de acuerdo	Se observa un porcentaje considerable del 64.5% de los turistas que se encuentran satisfechos en cuanto al tiempo establecido en el servicio brindado por los empleados.
Los horarios de Establecimientos y Atractivos Turísticos Naturales son flexibles y accesibles para el cliente.	16.3% totalmente en desacuerdo 26.5% en desacuerdo 31.4% ni de acuerdo ni en desacuerdo 12% de acuerdo 11.5% totalmente de acuerdo	Los resultados acerca de la flexibilidad de los horarios son accesibles a los turistas muestran un porcentaje considerable en un 42.8% de insatisfacción por lo tanto es necesario ampliar o extender los horarios para la comodidad de los turistas



ANÁLISIS DE RESULTADOS

La Señalización Turística es la apropiada en los atractivos turísticos naturales.	15.8% totalmente en desacuerdo 24% en desacuerdo 29.6% ni de acuerdo ni en desacuerdo 16.6% de acuerdo 11.7% totalmente de acuerdo	En cuanto a los resultados obtenidos acerca de la señalización turística un 39.8% manifiestan que se encuentran insatisfechos ya que, es necesario cubrir todos los atractivos turísticos naturales con toda la señalética posible para la satisfacción de los turistas en la visita realizada.
El estado de los Atractivos Turísticos Naturales es adecuado de acuerdo a su percepción.	16.1% totalmente en desacuerdo 24% en desacuerdo 30.4% ni de acuerdo ni en desacuerdo 13.3% de acuerdo 14% totalmente de acuerdo	En el estado de los atractivos turísticos naturales se demuestra que, existe un porcentaje considerable en un 40.1% de insatisfacción por parte de los turistas ya que, se debe dar un mantenimiento continuo para conservar el estado de mejor manera dando una mejor imagen para los visitantes.
El Transporte de acceso a las regiones naturales es el indicado para su viaje	12.2% totalmente en desacuerdo 27% en desacuerdo 30.6% ni de acuerdo ni en desacuerdo 15.6% de acuerdo 12.2% totalmente de acuerdo	En cuanto al transporte de acceso existe casi un 39.2% de insatisfacción con el mismo es por ello que en este aspecto se debe implementar el transporte para el acceso a los diferentes atractivos.
La Calificación profesional por parte del personal que lo atendió está ajustada a sus requerimientos	15.8% totalmente en desacuerdo 24% en desacuerdo 30.1% ni de acuerdo ni en desacuerdo 13.5 de acuerdo 14.3 totalmente de acuerdo	En cuanto a la calificación profesional los resultados arrojados muestran que un 39.8% de los encuestados muestran insatisfacción lo que significa que, se debe seleccionar adecuadamente al personal que va a brindar el servicio a los turistas para así obtener la satisfacción de los mismos.
El servicio brindado por las Agencias receptoras debe garantizar la calidad	12.8% totalmente en desacuerdo 26.5% en desacuerdo 25.3% ni de acuerdo ni en desacuerdo 16.1% de acuerdo 17.1% totalmente de acuerdo	Se observa que existe un grado de insatisfacción del 39.3% en cuanto al servicio brindado por agencias lo que significa que, se debe mejorar la calidad en cuanto a este servicio



ESFPE

UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS
INNOVACIÓN PARA LA EXCELENCIA

CONCLUSIONES

El turismo representa una gran oportunidad de desarrollo económico, social, cultural, político para Ecuador.

La calidad de servicio es determinada por el consumidor sobre la percepción al momento del servicio recibido ya que, el cliente necesita de una gran satisfacción y cumplimiento de expectativas.

La fidelización o visita constante de turistas a los diferentes atractivos del país, permite un incremento favorablemente para él Ecuador.



ESPE

UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS
INNOVACIÓN PARA LA EXCELENCIA

MUCHAS GRACIAS