



La Calidad del Servicio Turístico Comunitario: Análisis desde el Estudio en la Parroquia Santiago de Calpi, Cantón Riobamba

La Calidad del Servicio Turístico Comunitario: Analysis From El Estudio In La Parroquia Santiago De Calpi, Canton Riobamba

A qualidade do serviço turístico comunitário: análise do estudo na paróquia de Santiago de Calpi, cantão de Riobamba

Esthefania Alexandra Pilco-Yucta ^I

eapilco.figt@unach.edu.ec

<https://orcid.org/0000-0002-0963-3272>

Fanny Marilyn Lascano-Vera ^{II}

flascano@unach.edu.ec

<https://orcid.org/0000-0002-3846-6901>

Paula Elizabeth Moreno-Aguirre ^{III}

p.moreno@unach.edu.ec

<https://orcid.org/0000-0002-7547-7178>

Correspondencia: eapilco.figt@unach.edu.ec

Ciencias de la Educación

Artículo de Investigación

***Recibido:** 20 de febrero de 2022 ***Aceptado:** 18 de marzo de 2022 * **Publicado:** 01 abril de 2022

- I. Ingeniera en Gestión Turística y Hotelera, Universidad Nacional de Chimborazo, Ecuador.
- II. Magister en Docencia Universitaria y Administración Educativa y Magister en Administración de las organizaciones de economía popular y solidaria, Universidad Nacional de Chimborazo, Ecuador.
- III. Magister en Ecoturismo y Desarrollo Comunitario. Docente Investigadora de la Universidad Nacional de Chimborazo (UNACH), Ecuador.

Resumen

En este artículo se abordará sobre la calidad del servicio turístico comunitario en la Parroquia Santiago de Calpi, cantón Riobamba. Se ha utilizado un método analítico, sintético que caracterizó las variables planteadas. Su diseño es no experimental transversal para relacionar las variables mediante la aplicación de encuestas con escala de Likert. Para ello se aplicó la muestra no probabilística por conveniencia dirigido a prestadores de servicios turísticos comunitarios de la parroquia, expertos en área de turismo para la variable calidad, además se encuentra dirigido a operadores de turismo, agencias de viajes de Riobamba y Quito para la variable servicio turístico comunitario. Se comprobó la hipótesis general y específicas mediante Rho de Spearman demostrando que no existe relación entre las variables sin embargo el diagnóstico situacional identificó deficiente calidad de servicios, limitados conocimientos técnicos, limitada promoción turística, limitados convenios con operadoras de turismo y agencias de viajes locales, por tanto, se desarrolló una propuesta basada en el diseño del proceso de gestión de calidad relacionada con la caracterización de procedimientos, registros, documentos, fases del sistema de gestión de calidad que contribuya la mejora continua de los servicios turísticos comunitarios.

Palabras Clave: Calidad de Servicio; Turismo Comunitario; Turismo

Abstract

Santiago de Calpi parish, Riobamba canton. An analytical, synthetic method was used to characterise the variables proposed. Its design is non-experimental transversal to relate the variables through the application of surveys with a Likert scale. A non-probabilistic convenience sample was applied to community tourism service providers in the parish, experts in the area of tourism for the quality variable, as well as to tourism operators and travel agencies in Riobamba and Quito for the community tourism service variable. The general and specific hypotheses were tested using Spearman's Rho, demonstrating that there is no relationship between the variables; however, the situational diagnosis identified deficient quality of services, limited technical knowledge, limited tourism promotion, limited agreements with tour operators and local travel agencies. Therefore, a proposal was developed based on the design of the quality management process related to the characterisation of procedures, records, documents, and phases of the quality management system that contribute to the continuous improvement of community tourism services.

Keywords: Quality of Service; Community Tourism; Tourism

Resumo

Este artigo abordará a qualidade do serviço de turismo comunitário na paróquia de Santiago de Calpi, cantão de Riobamba. Foi utilizado um método analítico sintético que caracterizou as variáveis levantadas. Seu desenho é transversal não experimental para relacionar as variáveis por meio da aplicação de pesquisas com escala Likert. Para o efeito, foi aplicada a amostra não probabilística de conveniência, destinada a prestadores de serviços de turismo comunitário da freguesia, especialistas na área do turismo para a variável qualidade, e destina-se também a operadores turísticos, agências de viagens de Riobamba e Quito para o serviço turístico comunitário variável. As hipóteses geral e específica foram verificadas por meio do Rho de Spearman, mostrando que não há relação entre as variáveis, porém o diagnóstico situacional identificou baixa qualidade dos serviços, conhecimento técnico limitado, promoção turística limitada, acordos limitados com operadoras de turismo e agências de viagens locais. , foi desenvolvida uma proposta baseada no desenho do processo de gestão da qualidade relacionado à caracterização de procedimentos, registros, documentos, fases do sistema de gestão da qualidade que contribui para a melhoria contínua dos serviços de turismo comunitário.

Palavras-chave: Qualidade de Serviço; Turismo Comunitário; turismo

Introducción

La investigación comprende el análisis de la problemática de la prestación de servicios turísticos comunitarios en la parroquia Santiago de Calpi que corresponde al deficiente servicio turístico comunitario, de tal manera que

Según Reyes (2017) la problemática evidente del turismo comunitario se enfoca en varios puntos especialmente a la escasa relación que existe entre agencias de viajes y empresas comunitarias a la imagen de inseguridad en espacios naturales abiertos; problemas de degradación ambiental; escasa y mala conectividad y poca priorización en la dotación de servicios básicos; baja calidad de los servicios turísticos, escasa diversificación de los productos ofertados, limitado manejo de los pequeños negocios turísticos, e insuficiente acceso y conocimientos de los mercados turísticos. En este orden de ideas para (Castelluci, 2011) la gestión de calidad como la etapa superior del aseguramiento de la calidad, y la profundización en la mejora continua de la eficacia y la eficiencia

de los sistemas de gestión se enfocan explícitamente hacia la satisfacción de las necesidades y expectativas del cliente.

Entre las causas de la problemática comprende la débil coordinación de prestadores de servicios turísticos, limitados servicios y facilidades turísticas, desconocimiento técnico en la prestación de servicios turísticos, limitada gestión por procesos en la prestación de servicios turísticos comunitarios ha condicionado la optimización de recursos, mejoramiento de resultados, desarrollo económico y turístico de la parroquia. La parroquia Santiago de Calpi se encuentra a 10 km del cantón Riobamba, posee diecisiete comunidades, un pueblo antiguo que significa río de la araña, donde vivían varias parcialidades o ayllus como los Calpi o Cápac (GADPRC, 2020). De esta manera se caracteriza por paisajes naturales como el volcán Chimborazo la montaña más alta del Ecuador y atractivos culturales que guardan valor histórico, además cuatro de sus comunidades Palacio Real, Quilla Pacari, La Moya y Jatari Campesino prestan servicios turísticos comunitarios de alojamiento, alimentación y guianza. P.35

Esta investigación parte de su inicio en el desarrollo de actividades sobre vinculación a la sociedad además se consultaron fuentes bibliográficas lográndose conocer el problema central y sus causas de la parroquia rural obteniendo como objetivo de analizar la calidad y el servicio turístico comunitario con el fin de realizar un análisis exploratorio sobre los aspectos que conllevan a identificar estos factores.

De igual forma, se consideraron los aportes de Kotler (2004) con respecto a la satisfacción del cliente, del cual plantea la importancia que implica este aspecto al momento que un cliente recibe un determinado servicio de calidad. En el caso de este estudio también es necesario destacar aspectos vinculados a la calidad, como es el caso de la estructura empresarial hotelera, así como la percepción de la calidad enfocada en la atención y el servicio al cliente entre otros. De tal manera, la calidad parte de brindar satisfacción total a los clientes que se encuentra vinculada con la aplicación de buenas prácticas sostenibles, buscando obtener el mayor de los compromisos y cuidado del medio ambiente en los diferentes sectores y de forma particular con el turismo comunitario.

El turismo comunitario se caracteriza por la prestación de servicios de convivencia andina y hospitalidad de culturas, tradiciones o costumbres entre anfitriones y turistas sin embargo la importancia de contar con una adecuada gestión no empírica sino más bien técnica permite que genere mayor comercialización de productos turísticos. Para Mullo & Yasser (2019) el turismo

comunitario se considera a partir de las necesidades esenciales de la población local, siendo la base fundamental el servicio para su adecuada planificación y desarrollo.

La calidad de Servicio en el sector turístico

El turismo visto desde la perspectiva de un sistema, integra una serie de elementos, los que deben estar permanentemente relacionados e integrados con el fin de incrementar el turismo el cual se relaciona con la satisfacción plena con calidad, los requerimientos y necesidades del turista en el sentido de descanso, goce y conocimientos de nuevos lugares, basta que un elemento no se integre para que el sistema funcione deficientemente (Beosan, 2009). En este sentido surge como una alternativa económica de las comunidades rurales, campesinas, indígenas, mestizas o afro descendientes propias de un país, para generar ingresos complementarios a las actividades económicas diarias, defender y revalorizar los recursos culturales y naturales locales. (Freire, 2013).

De esta manera (Acerenza, 2000) manifiesta que si analizamos el turismo desde el punto de vista de desplazamiento de las personas esto se traduce en beneficios para el sitio de destino. El turismo en general y específicamente el turismo rural contribuyen de manera significativa en los ingresos económicos de las personas que están vinculadas a esta actividad. De igual manera a pesar de que el principal beneficio es económico, también se reconoce otros tipos de beneficios como son los personales, sociales y ambientales. Este va de la mano con el conjunto de interacciones humanas, como transportes, hospedaje, diversiones, enseñanzas, derivados de los desplazamientos transitorios, temporales o de transeúntes de fuertes núcleos de población con propósitos tan diversos como son múltiples los deseos humanos y que abarcan gamas variadas de motivaciones. Por tanto, el servicio turístico comprende el conjunto de técnicas relativas a la transferencia y venta de bienes turísticos del productor al consumidor. En este orden de ideas, constituye la política de entidades turísticas en relación con la oferta y la demanda, preparación del producto turístico para la venta, distribución del mismo, comercio y satisfacción óptima de necesidades de un segmento determinado de consumidores. Se destaca así mismo que está directamente vinculado a satisfacer la corriente turística, en el cual comprende personas con fines turísticos que se desplazan de un lugar a otro, constituyendo un caudal continuo con características especiales para la realización de actividades ajenas a la rutina, para así satisfacer la demanda turística en cualquier ámbito hotelero o no hotelero. El rasgo distintivo de los servicios y productos de turismo rural en general y de

agroturismo en especial es el deseo de ofrecer a los visitantes la oportunidad de disfrutar del entorno físico y humano de las zonas rurales y, en la medida de lo posible, de participar en las actividades tradiciones y costumbres de la población local (Durango, 1997)

A tenor de lo expuesto los aportes de (Orgaz, 2010) cuando aborda el turismo ya desde una perspectiva de turismo comunitario se considera mejorar el desarrollo socioeconómico de los pueblos aliviando la pobreza en las zonas rurales, también menciona la importancia de no perder de vista lo más importante que es la parte sostenible y sustentable, dentro de la metodología que propone este autor menciona el involucramiento de la población local en la elaboración de la planificación y creación de estrategias que contribuyan a la toma de decisiones, sin perder de vista la preservación de los destinos turísticos que permita dejar una herencia natural ya sea para los residentes o futuros turistas. De igual manera de (Jurados, 2012) cuando hace mención al turismo comunitario se refiere a aquel turismo que “está basado en la comunidad local” y “que pretende reducir el impacto negativo y reforzar los impactos positivos del turismo en la naturaleza”. Así mismo para (López & Cañizares, 2009) el turismo comunitario se compone por tres bloques: El primero lo formarían los stakeholders encargados de la planificación turística (empresas, guías, gobierno local, oficinas de turismo, etc.); el segundo bloque lo conformarían las empresas de servicios directas (hoteles, restaurantes, etc.); y, por último, el tercer grupo estaría formado por otras empresas que apoyan el turismo en el destino (medios de transporte, tiendas de souvenir, turismo activo, etc.).” Entre tanto para (Balseca & Romo, 2013), el turismo comunitario se basa a la esencia y filosofía en el desarrollo sostenible y busca fortalecer la gestión realizada por la comunidad para su bienestar económico aprovechando los recursos naturales que posee a la vez que desarrolla su capital humano sin olvidar la conservación de la naturaleza.

Las autoras añaden que lo preocupante del turismo comunitario es que, a pesar de tener las mejores intenciones en el desarrollo económico, social y ambiental, este no nace de la demanda de este servicio, al contrario se busca con lo ofertado atraer la demanda, razón por la cual necesita de una gran ayuda para su difusión. Así también para (Mosquera, 2015), señala que el concepto de turismo comunitario se halla posicionado en el Ecuador gracias a la organización y gestión de los pueblos y nacionalidades.

Según la (Federación plurinacional del Turismo Comunitario en Ecuador, 2012) el turismo comunitario es la relación de la comunidad con los visitantes desde la perspectiva intercultural en el desarrollo de viajes organizados, con la participación organizada de sus miembros, fomentando

el manejo adecuado de los recursos naturales, la valoración de sus patrimonios, los derechos culturales y territoriales de las nacionalidades y pueblos, permitiendo la distribución equitativa de los beneficios generados.

Metodología aplicada en el Estudio

La metodología aplicada es de carácter descriptivo, iniciando con el árbol de problemas, la operacionalización de variables para identificar las dimensiones e indicadores con la finalidad de desagregar las causas, efectos de la principal problemática y por ende analizar conceptos, definiciones, etapas de la calidad y servicio turístico comunitario de la parroquia Santiago de Quito, cantón Riobamba; Matriz FODA consiste en la construcción de una matriz a partir de la identificación de un listado de factores internos (fortalezas y debilidades) y externos (oportunidades y amenazas) que influyen en el desempeño de la organización (Nikulin & Becker, 2015), el cual permitió detectar la principal problemática de investigación.

La investigación correlacional tiene como finalidad conocer la relación o grado de asociación que exista entre dos o más conceptos, categorías o variables en una muestra o contexto en particular (Hernández, Fernández, & Baptista, 2014), se elaboró la matriz de consistencia para determinar los problemas, objetivos, hipótesis obteniendo así como hipótesis general: la calidad se relaciona con el servicio turístico comunitario en la Parroquia Santiago de Calpi, Cantón Riobamba. En la comprobación de hipótesis se aplicó el estadígrafo Rho de Spearman (r_s) para el análisis no paramétrico de las variables ordinales y verificar si existe relación en ambas variables, por eso se consideró los siguientes criterios de valoración: 0.01 a 0.19 correlación positiva muy baja, 0.4 a 0.69 correlación positiva moderada (Martínez & Campos, 2015).

Las bases teóricas relacionadas a la variable servicio turístico comunitario se encuentran de acuerdo con los criterios de Pomaina (2017), CORDTUCH (2019) mediante la cual consideran al servicio turístico comunitario como la relación de la comunidad con los visitantes, los servicios desde una perspectiva intercultural, la protección de la naturaleza en sus territorios, mientras que e MINTUR, (2019) hace énfasis a los bienes y servicios ofrecidos por las empresas de mercado turístico. De manera que se encontró dimensiones tales como: Alojamiento, Alimentos y bebidas, Guianza, Operación e intermediación, Transporte.

Por otra parte, las teorías de Tarí, Molina, & Pereira (2017), MINTUR (2019) sustentan la calidad como el cumplimiento de los requisitos que convierte en realidad las percepciones tanto del cliente

interno como externo obteniendo así satisfacción y excelencia con el producto o el servicio brindado, además Cantú (2011) expresa el desarrollo de una cultura de calidad a través de la implantación de un programa de calidad total para mejorar su posición competitiva mediante la cual se obtuvo cada dimensión de la variable dependiente es decir las características tangibles, los procesos y finalmente las cualidades intangibles.

La investigación es de diseño no experimental, estudios que se realizan sin la manipulación deliberada de variables y en los que sólo se identifican los fenómenos en su ambiente natural para analizarlos (Hernández, Fernández, & Baptista, 2014). En cuanto al diseño transeccional correlacional causal que describen relaciones entre dos o más categorías, conceptos o variables en un momento determinado, ya sea en términos correlacionales, o en función de la relación causa-efecto (Hernández, Fernández, & Baptista, 2014).

La unidad de análisis es cada uno de los elementos que van a ser estudiados, el universo de estudio corresponde al conjunto de unidades de análisis que procuramos estudiar, las cuales se conforman a partir de establecer una serie determinada de características o especificaciones (Malegarie, 2015). La unidad de análisis de calidad son los prestadores del servicio turístico comunitario de la parroquia Santiago de Calpi y expertos en el área de turismo y para el servicio turístico comunitario, se enfoca en guías de turismo, clientes, operadores de turismo, agencias de viajes de Quito y Riobamba. El muestreo intencional o de conveniencia cumplen con características de interés del investigador, además de seleccionar intencionalmente a los individuos de la población a los que generalmente se tiene fácil acceso o a través de convocatorias abiertas, en el que las personas acuden voluntariamente para participar en el estudio, hasta alcanzar el número necesario para la muestra (Hernández & Carpio, 2019).

La muestra que se aplicó no es probabilística porque se selecciona a la misma población disponible de interés sin utilizar un criterio estadístico, se encuestó mediante la herramienta de google forms a 34 individuos entre prestadores de servicios turísticos comunitarios de la Parroquia Santiago de Calpi y expertos en el área de turismo. Las técnicas aluden a procedimientos de actuación concreta y particular de recogida de información relacionada con el método de investigación que estamos utilizando (Campoy & Gomes, 2016). Por ello se aplicó encuestas a los prestadores de servicios de los centros turísticos comunitarios de la parroquia Santiago de Calpi, expertos en el área de turismo, operadores de turismo y agencias de viajes de Quito y Riobamba para recolectar información de la variable independiente y dependiente.

El instrumentos de investigación es el recurso que utiliza el investigador para registrar información o datos sobre las variables que tiene en mente (Hernández, Fernández, & Baptista, 2014). De esta forma se elaboraron diversos cuestionarios, donde se destacaron 3 dimensiones, 9 indicadores, 9 ítems y otro para la variable dependiente conformada por 5 dimensiones, 10 indicadores, 10 ítems. Cada cuestionario es evaluado con la escala de Likert: (1) muy malo, (2) malo, (3) bueno, (4) muy bueno, (5) excelente.

Los instrumentos de investigación sirvieron de apoyo para la validación y confiabilidad mediante la aplicación a expertos de la carrera de Gestión Turística y Hotelera de la Universidad Nacional de Chimborazo, los mismos que fueron considerados de acuerdo a su formación profesional en el campo investigativo obteniendo como resultado que los instrumentos presentan un diseño adecuado, posee relación con las variables de investigación, cada ítem se relaciona con los indicadores de manera clara y precisa para el análisis correspondiente y procesamiento de datos. La confiabilidad de un instrumento de medición se refiere al grado en que su aplicación repetida al mismo individuo u objeto produce resultados iguales (Hernández, Fernández, & Baptista, 2014). Se utilizó el coeficiente alfa de Cronbach basado en el método de consistencia interna obteniendo como resultado un coeficiente de confiabilidad de 0,887 y 0,864 para la variable calidad y servicio turístico comunitario; Desde el punto de vista de (Castillo, González, & Olaya, 2018) el criterio aceptable corresponde a un coeficiente alfa mayor a 0,70. Del mismo modo los datos obtenidos se procesó mediante el Programa Microsoft Exce 2016 y el Programa IBM SPSS Statistics versión 22.

Resultados y Discusión

De acuerdo a los resultados obtenidos referentes de la aplicación de encuestas a prestadores de servicios turísticos comunitarios y expertos en área de turismo, se identifica que el 55,88% de los encuestados corresponde al sexo masculino mientras que el 44,12% al sexo femenino, de los cuales se menciona que el 41,18% se encuentra en un rango de edad entre 31-40 años, el 33,35% entre 18-30 años, el 20,59% entre 41- 50 años y el 5,88% entre 51-60 años, teniendo en cuenta la variable calidad fue analizada desde las características tangibles obteniendo como resultados que la infraestructura en los centro turístico comunitario es evaluada con el 50% como bueno. Al igual que las instalaciones, en relación al equipamiento en el centro turístico es evaluado con el 44,12% como bueno. La segunda dimensión consistió en procesos donde se deduce que los servicios que

brinda en el centro turístico comunitario son evaluados con el 38,24% bueno, la gestión con el 55,88% bueno, 20,59% Se identifica que la comercialización es evaluada con el 35,29% muy bueno. La tercera dimensión abarcó a las cualidades intangibles, donde se identifica que la atención al cliente es evaluada con el 32,35%. Cabe destacar que se identifica que el conocimiento de patrimonio es evaluado con el 35,29% bueno, así como el compromiso con el servicio que brinda en el centro turístico comunitario es evaluado con el 35,29% bueno. Lo que conlleva a indicar que la variable servicio turístico comunitario se basó en los resultados obtenidos en la aplicación de encuestas a los operadores de turismo y agencias de viajes.

Además, cabe destacar que la variable servicio turístico comunitario se encuentra conformado por cinco dimensiones; el primero alojamiento que sostiene la señalización en el centro turístico comunitario fue con el 79,41%, las habitaciones son evaluadas con el 58,82%, la segunda es de alimentos y bebidas del cual se obtuvo que los menús ofertados en el centro turístico comunitario evaluándose con el 64,71% así mismo el equipamiento es evaluado con el 61,76%. El tercero guianza donde se determinó que la comunicación transmitida por el guía local es evaluada con el 52,94% en cuanto al conocimiento del patrimonio es evaluado con el 52,94% y la cuarta operación e intermediación, se estableció que la gestión de la reserva en el centro turístico comunitario es evaluada con el 55,88% y que la capacidad de respuesta es evaluada con el 52,94% y finalmente, la quinta dimensión transporte se obtuvo que las unidades especializadas de transporte turístico para acudir al centro turístico comunitario son evaluadas con el 44,12%, la gestión operativa del transporte turístico es evaluada con el 61,76% bueno .

La variable servicio turístico comunitario se basó en los resultados obtenidos en la aplicación de encuestas a los operadores de turismo y agencias de viajes. Se identifica que el 52,94% de los encuestados corresponde al sexo masculino mientras que el 47,06% son de sexo femenino. Se culmina que el mayor porcentaje del personal y clientes de las operadoras de turismo y agencias de viajes son de sexo masculino.

Además el variable servicio turístico comunitario se encuentra conformado por cinco dimensiones; el primero Alojamiento que sostiene la señalización en el centro turístico comunitario es evaluada con el 79,41%, el 11,76% y el 8,82% con un resultado no satisfactorio. Se culmina que existe un mayor porcentaje el cual plantea que la señalización es relativamente buena, pero se requiere fortalecer la señalización con material e información de calidad.

Las habitaciones en el centro turístico comunitario son evaluadas con el 58,82% considerado como excelente. Se culmina que el mayor porcentaje considera que las habitaciones son buenas, sin embargo, es importante fortalecer las habitaciones que genere satisfacción total de los turistas. En este orden de ideas, el componente de alimentos y bebidas se obtuvo que los menús ofertados en el centro turístico comunitario son evaluados con el 64,71% como muy bueno. Se culmina que el mayor porcentaje considera que los menús que degustan son buenos, pero requiere mejorar la creatividad en los menús brindados. El equipamiento en el centro turístico comunitario es evaluado con el 61,76% como bueno. Se culmina que cuenta con un equipamiento relativamente bueno, pero es posible mejorar el equipamiento para los turistas.

La certificación de la calidad, tanto de los servicios y productos que la empresa oferta como de su organización, equipamiento e instalaciones, es un medio también de anunciar la diferenciación entre las empresas. Por tanto, las certificaciones con las que cuenta una empresa reflejan, por una parte, un adecuado funcionamiento en algún proceso específico (calidad en el servicio, limpieza e higiene en alimentos, buenas prácticas ambientales) y, por otra, constituyen un referente adicional para los turistas, sobre todo los especializados. Así mismo la guía se determinó que la comunicación transmitida por el guía local es evaluada con el 52,94% como muy bueno y el 8,82% excelente. Se culmina que la comunicación impartida por el guía local a los clientes es buena, pero requiere mejorar la interacción de información impartida con los turistas. El conocimiento del patrimonio por el guía local es evaluado con el 52,94%, finalmente se culmina que la comunicación transmitida por el guía local a los clientes es buena, pero requiere que la guía sea excelente. Con respecto al componente de intermediación, se estableció que la gestión de la reserva en el centro turístico comunitario es evaluada con el 55,88%. Se culmina que el manejo de la gestión de reserva es relativamente bueno por lo que requiere fortalecer la gestión para el desarrollo turístico de la comunidad. La capacidad de respuesta en el centro turístico comunitario es evaluada con el 52,94% bueno, el 20,59% muy bueno, el 20,59% malo, el 2,94% muy malo y el 2,94% excelente. Se culmina que la capacidad de respuesta a los clientes es buena, sin embargo, se requiere fortalecer prácticas para responder de forma rápida y efectiva las solicitudes de los clientes.

Finalmente la quinta dimensión transporte se obtuvo que las unidades especializadas de transporte turístico para acudir al centro turístico comunitario son evaluadas con el 44,12% muy bueno, el 29,41% bueno y el 26,47% malo. Se culmina que el transporte turístico bajo reserva en los operadores de turismo y agencias de viajes es relativamente bueno y por lo general se encuentra

buses o cooperativas de taxis en la cabecera cantonal. La gestión operativa del transporte turístico en el centro turístico comunitario es evaluada con el 61,76%. Se culmina que la organización, programación de las salidas, cumplimiento de las funciones y requisitos son relativamente buenos que requieren fortalecer para una gestión eficiente.

Conclusiones

- Se culmina que no existe relación entre la calidad y servicio turístico comunitario en la Parroquia Santiago de Calpi, cantón Riobamba, mediante resultados obtenidos de la comprobación de hipótesis, identificando que los prestadores de servicios turísticos comunitarios requieren una visión empresarial sobre el turismo comunitario, visualizar a la misma como una oportunidad de mejorar la calidad de vida.
- Se evidencia que las características tangibles no se relacionan con el servicio turístico comunitario en la Parroquia Santiago de Calpi, cantón Riobamba. Por tanto, la infraestructura, instalaciones, equipamiento deben garantizar un adecuado funcionamiento para brindar un servicio de calidad.
- Se evidencia que los procesos no se relacionan con el servicio turístico comunitario en la Parroquia Santiago de Calpi, cantón Riobamba, determinando que el personal presenta desconocimiento sobre la gestión de procesos, procedimientos, manejo de documentación que controle el cumplimiento de actividades de la organización.
- A partir de la comprobación de hipótesis se establece que las cualidades intangibles no se relacionan con el servicio turístico comunitario en la Parroquia Santiago de Calpi, cantón Riobamba, considerando que es indispensable fortalecer las capacidades y habilidades del personal en el área de turismo para que exista innovación en la prestación de servicios turísticos comunitarios y de esta manera cubran las nuevas exigencias de los turistas.

Referencias

1. Cantú, H. (2011). Desarrollo de una Cultura Humana, 4ta Edición. México: Mc Graw Hill Interamericana. Editores S.A de C.V.
2. Castelluci, D. (2011). Sistemas de calidad en turismo. <https://core.ac.uk/download/pdf/11677045.pdf>

3. Castillo, D., González, R., & Olaya, A. (2018). Validez y confiabilidad del cuestionario Florida versión en español. *Revista Colombiana de Cardiología*, 7.
4. CORDTUCH. (2019). Chimborazo Turismo Comunitario. https://8ebfaeec-c43f-44d6-49be5df5097.filesusr.com/ugd/398e89_e349d67e97f845a3beb271d5570887db.pdf
5. GADPRC. (2020). Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial Rural Santiago de Calpi. Obtenido de <http://www.santiagodecalpi.gob.ec/la-parroquia/historia.html>
6. Galarza, M. (2018). La gestión turística sostenible de los establecimientos de alojamiento de la ciudad de Cuenca Ecuador: Ámbito Empresarial. *Revista Killkana Sociales*, 51-58.
7. Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación*. México: Mc Graw Hill Education.
8. Hernández, C., & Carpio, N. (2019). Introducción a los tipos de muestreo. *Revista Científica del Instituto Nacional de Salud*
9. Malegarie, J. (2015). Desafíos para abordar las prácticas de enseñanza de la metodología de investigación metodología de investigación aplicada al estudio de las relaciones interculturales. 15.
10. Martínez, R., & Campos, F. (2015). Correlación entre actividades de interacción social registradas con nuevas tecnologías y el grado de aislamiento social en los adultos mayores. *Revista Mexicana Ingeniería Biomédica*, 181-191.
11. MINTUR. (2019). Guía De Calidad En El Servicio Turístico. https://www.researchgate.net/publication/332409726_guia_de_calidad_en_el_servicio_turistico
12. Monroy, M. (2019). Calidad en el servicio y su incidencia en la satisfacción del comensal en restaurantes. 48(123). http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2448-76782019000100006&lng=es&tlng=es.
13. Mullo, E., & Yasser, A. (2019). La gestión del turismo comunitario para el desarrollo local de la parroquia Salasaca, Ecuador. *Ciencia Digital*, 122-137.
14. Nikulin, C., & Becker, G. (2015). Una metodología Sistémica y creativa para la gestión estratégica: Caso de Estudio Región de Atacama-Chile. 127-144.
15. Palomino Villavicencio, Bertha, Gasca Zamora, José, & López Pardo, Gustavo. (2016). El turismo comunitario en la Sierra Norte de Oaxaca: perspectiva desde las instituciones y la

- gobernanza en territorios indígenas. El periplo sustentable, (30), 6-37.
http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1870-
16. Pomaina, B. (2017). Turismo, Conservación, Valoración y Defensa: dinámicas territoriales de los pueblos y nacionalidades indígenas del Ecuador basadas en el turismo comunitario. *Revista Latinoamericana de Turismología*, 3(10), 70-79.
<https://periodicos.ufjf.br/index.php/rlaturismologia/article/view/10029>
 17. Reyes Vargas, María Victoria, & Ortega Ocaña, Ángel Fernando, & Machado Chaviano, Esther Lidia (2017). Modelo Para La Gestión Integrada Del Turismo Comunitario En Ecuador. Caso De Estudio Pastaza. *Revesco. Revista de Estudios Cooperativos*, (123),250-275.[fecha de Consulta 19 de Marzo de 2021]. ISSN: 1135-6618.
<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=36750475010>
 18. Tarí, J., Molina, J., & Pereira, J. (2017). *Gestión de la calidad en el turismo*. España: Editorial Síntesis S. A.
 19. Vera, I., & Mendoza, J. (2020). Modelo de gestión del turismo comunitario orientado hacia el desarrollo sostenible de la comunidad de Ligüiqui en Manta, Ecuador . *ROTUR, Revista de Ocio y Turismo*, 1-22.