



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN EN
TURISMO Y HOTELERÍA**

**Calidad de servicio desde la percepción del turista en
el distrito de Canta, Lima, 2019**

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

Licenciado en Administración en Turismo y Hotelería

AUTORES:

Briones Reyes, Jhannely (ORCID: 0000-0002-0179-7539)

Fuentes Almeyda, Alvaro (ORCID: 0000-0003-3354-797X)

ASESORA:

Mg. Janampa Gómez, Gladys Guissela (ORCID: 0000-0003-3663-3064)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Gestión Turística

LIMA - PERÚ

2020

Dedicatoria

La presente tesis se la dedico a mi familia, principalmente a mi madre Elena Almeyda Pomahuacre, que ha sido un pilar importante en mi formación como profesional, por darme la confianza y apoyo incondicional para ser de mí una mejor persona y a mi hermano Jorge por ser mi compañero, mi apoyo para seguir adelante.

Alvaro Fuentes Almeyda.

Dedico esta tesis principalmente a mis padres por darme fuerzas para poder conseguir todo lo que me proponga.

Jhannelly Briones Reyes

Agradecimiento

Agradezco a mi familia por su apoyo frecuente y darme la fortaleza cada día para perseguir mis sueños, a mis profesores que fueron parte de este proceso integral de formación por haber compartido sus conocimientos en el transcurso de la preparación de mi profesión y a la Mgtr. Janampa Gómez Glady Guissela quien estuvo siempre apoyándome en el transcurso de la preparación de mi tesis.

Alvaro Fuentes Almeyda.

Agradezco principalmente a Dios por sus bendiciones, a mi madre y mi padre que con su esfuerzo y dedicación me ayudaron a culminar mi carrera universitaria y me dieron el apoyo suficiente para no decaer cuando todo parecía complicado e imposible.

Asimismo, agradezco a mi asesora la Mgtr. Janampa Gómez Glady Guissela, por haberme guiado en todo el transcurso de la investigación.

Jhannelly Briones Reyes.

Índice de contenidos

Carátula	i
Dedicatoria.....	ii
Agradecimiento.....	iii
Índice de contenidos.....	iv
Índice de tablas.....	v
Índice de gráficos y figuras.....	vi
Resumen	vii
Abstract.....	viii
I. INTRODUCCIÓN.....	1
II. MARCO TEÓRICO.....	7
III. METODOLOGÍA.....	33
3.1 Tipo y diseño de investigación.....	34
3.2 Categorías, subcategorías y matriz de categorización.....	34
3.3 Escenario de estudio.....	34
3.4 Participantes.....	35
3.5 Técnicas e instrumentos de recolección de datos	36
3.6 Procedimientos.....	36
3.7 Rigor científico.....	36
3.8 Método de análisis de datos.....	37
3.9 Aspectos éticos.....	37
IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....	38
V. CONCLUSIONES.....	54
VI. RECOMENDACIONES.....	56
REFERENCIAS.....	58
ANEXOS	69

Índice de tablas

Tabla 1 El ciclo de Deming	26
Tabla 2 Diagrama de Ishikawa.....	27

Índice de figuras

Figura 1 Cuestionario SERVPERF.....	24
Figura 2 Esquema del modelo SERVQUAL.....	25

Resumen

La presente investigación titulada: Calidad de servicio desde la percepción del turista en el distrito de Canta, Lima 2019, tuvo como problema ¿Cuál es la percepción de los turistas respecto a la calidad de servicio del turismo en el distrito de Canta, Lima 2019? Cuyo objetivo fue conocer la percepción de los turistas respecto a la calidad del servicio del turismo en el distrito de Canta, Lima 2019.

Referente a la metodología se investigó en base al tipo aplicada, con un diseño etnográfico, de enfoque cualitativo no experimental y de corte transversal. Los participantes de la investigación fueron todos los turistas que han experimentado el fenómeno de estudio calidad de servicio en el distrito de Canta.

Es así que se tuvo un resultado favorable para la aplicación de la calidad de servicio de los elementos tangibles, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía junto a sus principales elementos, instalaciones adecuadas, materiales de comunicación, atención eficiente, rendimiento competente, atención inmediata, atención precisa, transparencia con el cliente, conocimientos técnicos, atención individualizada e interés al usuario.

La principal conclusión a la que se llegó fue que se pudo identificar sobre la calidad de servicio desde la percepción del turista que es apropiada y apta para el funcionamiento de sus servicios, como también en los elementos tangibles, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía, donde se generó situaciones favorables para el bienestar del visitante, donde se incrementó su potencial turístico y desarrollo de la comunidad. Pero también se necesitó capacitar un poco en sus elementos ya mencionados, para así desarrollar un buen servicio en el distrito de Canta.

Con respecto a la percepción de los turistas sobre la calidad de servicio del turismo en el distrito de Canta se recomienda aplicar el proceso PDCA (Planificar, Hacer, Verificar y Actuar) el cual le permitirá desarrollar y alcanzar mejoras que repercutan en beneficio de las empresas turísticas para la mejora continua de la actividad, como también, generar alianzas estratégicas con empresas en el rubro.

Palabras clave: Elementos tangibles, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad, empatía.

Abstract

The present investigation entitled: Quality of service from the tourist's perception in the district of Canta, Lima 2019, had as a problem Which is the tourist's perception of the quality of service of tourism in the district of Canta, Lima 2019? Whose objective was to know the perception of tourists regarding the quality of tourism service in the district of Canta, Lima 2019.

Regarding the methodology, research was conducted based on the type applied, with an ethnographic design, with a non-experimental qualitative approach and a cross section. The participants in the research were all tourists who had experienced the phenomenon of quality of service study in the district of Canta.

Thus, the results were favourable for the application of the quality of service of the tangible elements, reliability, response capacity, security and empathy together with its main elements, adequate facilities, communication materials, efficient service, competent performance, immediate attention, precise attention, transparency with the client, technical knowledge, individualised attention and interest to the user.

The main conclusion reached was that it was possible to identify the quality of service from the tourist's perception that it is appropriate and suitable for the operation of their services, as well as in the tangible elements, reliability, responsiveness, safety and empathy, where it generated favorable situations for the welfare of the visitor, where it increased their tourism potential and development of the community. But it was also necessary to train a little in the elements already mentioned, in order to develop a good service in the district of Canta.

With respect to the perception of tourists about the quality of tourism service in the district of Canta, it is recommended to apply the PDCA process (Plan, Do, Check and Act) which will allow the development and achievement of improvements that will benefit tourism companies for the continuous improvement of the activity, as well as to generate strategic alliances with companies in the area.

Keywords: Tangible elements, reliability, responsiveness, security, empathy.

I. INTRODUCCIÓN

La industria del turismo ha ido posicionándose fuertemente en todos los países siendo muy importante y una de las actividades más rentables, no solo capaz de mover grandes cifras económicas sino también implica mover un gran número de personas. Cuatro millones ciento noventa y ocho mil cien turistas visitaron Perú en el 2018, un aumento de 10.6%, según el perfil del turista extranjero (PTE) creado por la comisión de promoción del Perú para la exportación y el turismo. Este incremento fue por la denominada generación centennials de 15 a 24 años, que pasó de seiscientos cincuenta y dos dólares a novecientos cincuenta y cinco dólares en su gasto, y los llamados millennials de 25 a 40 años, con un promedio que se elevó de ochocientos diecinueve dólares a novecientos setenta y un dólares en el mismo período. (La república, 2019, párr. 7)

Efectivamente, estamos acostumbrados a trasladarnos de un lugar a otro desde que tenemos conocimiento, cualquiera sea la razón o circunstancia, con el propósito de conocer algo nuevo, ya que desde tiempos atrás tenemos esa curiosidad de saber que hay más allá de nuestro entorno, por ello es que el servicio debe ser de calidad para la satisfacción del cliente.

García (2012) refirió la idea diciendo que la calidad tiene que ser un sello de presentación en los servicios, conocer a los clientes es importante para poder brindar lo que ellos necesitan, porque si no se conoce lo que el usuario busca no se va a saber cómo llegar a ellos y esto como consecuencia creará que se ofrezca un servicio o producto que no es compatible con el consumidor o que no es de su agrado, por tal motivo es mejor anticiparse a sus posibles preferencias.

Fuentes, Hernández y Moríni (2016) refirieron sobre satisfacción del cliente que es lo principal al momento de finalizar un servicio, ya sea de turismo, alojamiento, restaurantes, etc, por eso es imprescindible su evaluación y eso se verá reflejado en la actitud ante el producto o servicio, porque así el consumidor si se siente satisfecho y se logra cumplir sus expectativas requeridas este podrá referirse hacia el producto o servicio de buena forma , dándolo a conocer tanto en sus amistades o familiares y este a la vez volviendo nuevamente por la buena experiencia que tuvo en el lugar.

En ese sentido, existen modelos estratégicos enfocados en la mejora constante de la calidad las cuales tienen diferentes características, una de ellas es el ciclo PDCA o el ciclo de Deming que se desarrolla en cuatro pasos para poder llegar a una mejora continua y consiste en planificar, hacer, verificar y actuar. Por ejemplo, Chablé (2017) mencionó en su estudio sobre la empresa Coca Cola en el cual se aplicó este proceso ya que la línea de producción de su planta obtuvo un resultado menor a lo esperado y esto a causa de los derrumbamientos de sus estibas de gaseosas ocasionando pérdidas, para solucionar dicha problemática se tuvo que implementar el ciclo de Deming. Después de gestionar cada paso, se solucionó a través de una estandarización de parámetros y en conjunto con el área de calidad se propone observar cada hora la tensión del plástico para que al ubicar alguna desviación detengan la producción y ajusten la empleadora.

También otro caso particular en donde se aplica el ciclo de Deming es en el estudio de Montaña (2017) el cual buscó la implementación del ciclo PDCA en el proceso de Wake up Call en el área de At your service para mejorar la calidad de servicio. Para la ejecución se implementó todas las etapas demostrando que fueron efectivas ya que el proyecto propuso la aplicación de una forma de trabajo que ayudó a asegurar la calidad del servicio, utilizado por un grupo de auditores que el hotel ha integrado. Las auditorías ayudaron a identificar, corregir y evitar los errores que se pueden suceder durante el proceso de Wake up Call.

Según la Municipalidad Distrital de Canta (2020) refiere que Canta tiene variados espacios, religiosos, históricos y culturales que nos muestra en las que resaltan las siguientes: el manantial sagrado de los chacraras, la virgen protectora, la histórica plaza de armas, la catarata de gochaspampa, la cordillera de la viuda, entre otros.

En la actualidad el lugar dispone de servicios básicos, comunicación e internet con avenidas limpias y atractivos para los turistas en general; en cuanto a su aspecto económico, está conformado por pobladores jóvenes emprendedores con ganas de salir adelante con sus propios negocios, basados en la actividad agrícola, agropecuaria y turística, generando empleo e ingresos para sus hogares; y en cuanto a su aspecto ambiental, presenta recursos naturales con un entorno

adecuado para su visita; su contaminación es reducida, ya que sus habitantes presentan conciencia sobre el cuidado de su localidad.

El distrito de Canta es un destino cuyo territorio permite realizar diversas actividades turísticas, y también tener contacto con la misma naturaleza; sin embargo, es un destino poco conocido, tanto por la falta de promoción y/o interés de las entidades a cargo, por esa razón al analizar la percepción del turista respecto a la calidad del servicio, nos ayudó a obtener un diagnóstico y dar propuestas de mejora para así tener un destino con los servicios necesarios que se requiere para desarrollarse en el ámbito.

La presente investigación ayudó a conocer la calidad de servicio desde la percepción del turista en el distrito de Canta, Lima, 2019, a través de los efectos que origina el turismo en el lugar. Asimismo, servirá como guía metodológica para otras investigaciones similares, como es el de Administración en Turismo y Hotelería, Ingeniería en Ecoturismo, Geografía del Turismo, entre otras, teniendo como tema el turismo y sus efectos en nuestro país.

El trabajo de investigación tuvo una justificación práctica ya que, según Bernal (2010) mencionó que se debe de hacer cuando el desarrollo de la investigación ayuda a resolver un problema o por lo menos propone estrategias que al aplicarse contribuirían a resolverlo.

Esta investigación se realizó ya que existe la necesidad de mejorar el nivel de desempeño de la competencia de indagación científica en el distrito de Canta, también contribuye a la mejora del distrito a largo plazo, ya que al ser solo un diagnóstico de la zona dependerá de las entidades a cargo el tomar en consideración el estudio previamente realizado y alcanzar el objetivo principal de mejorar el turismo.

Méndez (2012) mencionó que un estudio tiene una justificación práctica, cuando su proceso permite resolver un problema o plantear estrategias que al emplearlo contribuyan a solucionarlo.

Es decir que la investigación ayudó a solucionar los problemas generados en la localidad de Canta y a su vez a obtener resultados prácticos.

La investigación tuvo una justificación teórica ya que según Zayas (2010) refiere que la investigación teórica va a ser aquella que muestra las relaciones que existen entre los fenómenos, propiedades y objetos.

Esta investigación aportó conocimientos en primera instancia a la entidad a cargo del distrito de Canta ya que se le entregará la información necesaria y contundente para que puedan implementarla en su desarrollo turístico y después capacitar y sensibilizar a sus pobladores y/o a todos los involucrados en dicho rubro a conocer y a valorar todos los recursos que posee dicha zona.

Méndez (2012) indica que una justificación teórica se da cuando la razón del estudio es generar reflexión y debate sobre el entendimiento existente por lo cual los resultados de la investigación fueron un complemento teórico en una realidad.

Sobre la base de realidad problemática presentada se planteó el problema general y los problemas específicos de la investigación.

El problema general de la investigación fue ¿Cuál es la percepción de los turistas respecto a la calidad de servicio del turismo en el distrito de Canta, Lima, 2019?

Los problemas específicos de la investigación fueron los siguientes:

PE1: ¿Cuál es la percepción de los turistas respecto a los elementos tangibles del turismo en el distrito de Canta, Lima, 2019?

PE2: ¿Cuál es la percepción de los turistas respecto a la fiabilidad del turismo en el distrito de Canta Lima, 2019?

PE3: ¿Cuál es la percepción de los turistas respecto a la capacidad de respuesta del turismo en el distrito de Canta, Lima, 2019?

PE4: ¿Cuál es la percepción de los turistas respecto a la seguridad en el turismo en el distrito de Canta, Lima, 2019?

PE5: ¿Cuál es la percepción de los turistas respecto a la empatía en el turismo en el distrito de Canta, Lima, 2019?

El objetivo general fue conocer la percepción de los turistas respecto a la calidad de servicio del turismo en el distrito de Canta, Lima, 2019.

Los objetivos específicos fueron los siguientes:

OE1: Identificar la percepción de los turistas respecto a los elementos tangibles de la calidad de servicio brindado en el distrito de Canta, Lima, 2019.

OE2: Identificar la percepción de los turistas respecto a la fiabilidad de la calidad de servicio brindado en el distrito de Canta, Lima, 2019.

OE3: Identificar la percepción de los turistas respecto a la capacidad de respuesta de la calidad de servicio brindado en el distrito de Canta, Lima, 2019.

OE4: Identificar la percepción de los turistas respecto a la seguridad de la calidad de servicio brindado en el distrito de Canta, Lima, 2019.

OE5: Identificar la percepción de los turistas respecto a la empatía de la calidad de servicio brindado en el distrito de Canta, Lima, 2019.

II. MARCO TEÓRICO

Al realizar esta investigación, se tomó como referencia y guía para una adecuada realización del estudio algunos trabajos previos tanto de manera internacional, nacional y local, por lo que para conocer más a fondo el tema que se está tratando, se ha considerado mencionar algunos de ellos.

A continuación, se presentan los antecedentes internacionales los cuales buscaron aportar con sus investigaciones información clave para la realización del estudio.

Biagi, Ladu, Meleddu y Royuela (2019) analizó el efecto de la actividad turística en el UQol de poblaciones residentes en dos ciudades turísticas de Alguero en Italia y Sitges en España. A través, de un enfoque novedoso, con un diseño de cuestionario para pedir a los encuestados que clasifiquen su grado de satisfacción con la vida en la ciudad. Concluyeron que los estudios hacen esta evaluación enfocados en las actitudes de los residentes hacia turistas en lugar de las percepciones generales de calidad de vida.

Han, Kiatkawsin, Koo, & Kim (2020) delinearon la formación de la intención de comportamiento de los viajeros extranjeros por volver a visitar y recomendar Tailandia para el turismo de spa y bienestar. Se trabajó con un enfoque transcultural, se examinaron las diferencias entre los viajeros chinos y estadounidenses y fueron evaluados en una escala de tipo Likert. Concluyeron que los beneficios económicos del turismo de spa y bienestar influyen en las comunidades locales de Tailandia y su nacional economía.

Pivac, Blesic, Kovacic, Besermenjil, y Lesjak (2019) exploraron las relaciones entre la calidad percibida del festival factores de rendimiento y experiencia. Se recopiló datos de una muestra de 557 EXIT visitantes del festival en Novi Sad, utilizaron el cuestionario estructurado como instrumento. Concluyeron que el papel mediador parcial de la satisfacción general de los visitantes se confirmó en la regresión entre la calidad percibida y la intención de comportamiento. Además, recomendaron realizar investigaciones similares de manera regular por una gerencia del festival para monitorear los impactos de los festivales en satisfacción de los visitantes.

Ferri, Durá y Garcés (2019) revisaron sistemáticamente los artículos científicos, siguiendo una compilación mínima de ítems basados en evidencias para revisión sistemática. Se utilizó escalas de calidad de servicio para detectar los más frecuentes, utilizaron una investigación sistemática de escritorio en Science Direct y Ebscohost. Concluyeron que las medidas de calidad del servicio utilizadas en el turismo están considerando las necesidades y requisitos de los turistas con necesidades especiales.

Paradinas (2020) analizó una revisión bibliográfica que permita conocer el estado del arte en cuanto a la gestión del conflicto en el ámbito laboral de las organizaciones turísticas y su relación con las herramientas empleadas. La metodología empleada fue una revisión bibliográfica de carácter sistemático de la materia objeto de estudio. Concluyendo que una de esas herramientas es la utilización de la mediación para la resolución del conflicto al tratarse de un proceso en el que las partes involucradas llegan por sí mismas a acuerdos que resuelven sus problemas.

Campo, Arribas y Morenas (2017) analizó la calidad emitida del servicio de actividades físicas en la naturaleza por parte de trabajadores de empresas extremeñas de turismo activo. Aplicó una metodología descriptiva de carácter cuantitativa, descriptiva y transversal, utilizando como técnica de investigación el cuestionario. Concluyó que el grupo de gerentes obtuvo un mayor rango promedio de puntuaciones que los monitores, en concreto, en los bloques de preguntas relativas a la actividad.

Keshavarz y Jamshidi (2018) analizaron una comprensión empírica de la lealtad en el sector hotelero de Kuala Lumpur. Con un diseño metodológico, siendo las dimensiones de la calidad del servicio según lo percibido por los clientes del hotel, examinando sus efectos y los resultados de la calidad. Concluyendo que el valor percibido y la satisfacción turística mediaron la relación entre la calidad del proceso y del resultado con la lealtad turística. Recomendando que los hoteleros se dirijan a los turistas internacionales con calidad de servicio, incluida la calidad del proceso y los resultados, deberían centrarse más en estos factores para generar lealtad.

Mohammed (2019) identificó la relación entre la calidad de servicio prestados en la Gobernación de Kharj y la moneda de diez centavos de la calidad de estos servicios. Con un enfoque descriptivo ya que es el enfoque apropiado para estudiar y describir la naturaleza del sector del sector de servicios hoteleros. Concluyó que hay una alta correlación entre la calidad de servicio prestado por las instalaciones del hotel en la gobernación el Al-Kharj y las dimensiones de la calidad de servicio, que afectan la satisfacción de los clientes.

Bento, Murta y Sáez (2019) determinaron la calidad de las empresas de turismo activo de Portugal. Se utilizó una herramienta validada como el cuestionario HEVA. Concluyendo que el reciente crecimiento de este sector en Portugal, ofrece hasta diez actividades o productos de mercado, desarrollando su labor durante todo el año.

Castro, Palacios y Plazarte (2020) analizaron la formación de la imagen del destino turístico que influye en la calidad. Se utilizó la revisión sistemática de informes de investigación. Llegaron a la conclusión que el creamiento de la imagen de una ciudad, se llevó a cabo una revisión de la literatura científica para responder a los requerimientos de la investigación y alcanzar una visión teórico-práctica profunda de cómo gestionar de manera efectiva la imagen de un destino.

Hernández, Barrios y Martínez (2018) analizaron cómo la gestión de la calidad puede usarse, independientemente del sector, como elemento necesario para el desarrollo de las organizaciones. El método se basó en un proceso reflexivo a la luz de las teorías más importantes. Concluyendo que la gestión de calidad sirve para alcanzar ventajas competitivas y productividad a través del ciclo PDCA.

Hwang, Kim, Soo-Hee Lee y Sahito (2020) examinaron cómo generar WBP y sus resultados en la tercera edad del turismo en Corea. La muestra fue la tercera edad en este estudio, por lo que realizamos la encuesta en cinco parques famosos donde los ancianos visitan con frecuencia. Llegaron a la conclusión que aumentó la proporción de turistas mayores donde obtuvo nuevas oportunidades en el sector turístico, en particular porque los turistas mayores prefieren los tours organizados.

Buitrago y Caraballo (2019) analizaron una nueva perspectiva sobre los impactos del turismo analizando las relaciones entre la especialización turística de un país y la calidad de sus instituciones. Se utilizó el efecto total (θ) del turismo en la calidad de las instituciones por estimación usando la ecuación OLS, donde los canales de transmisión han sido excluidos. Concluyendo que este estudio ha introducido una nueva perspectiva sobre los impactos del turismo en las comunidades de acogida.

Changsuk (2017) analizó la comprensión de los importantes atributos de calidad del servicio de los proveedores de servicios de viajes según las fuentes de información. Se realizó una encuesta en los principales operadores turísticos y proveedores de servicios relacionados con los viajes, los datos recopilados se analizaron utilizando técnicas estadísticas. Concluyendo que existen diferencias significativas en los atributos de calidad del servicio de los proveedores de servicios relacionados con los viajes según los canales de búsqueda de información.

Rogel y Cejas (2018) analizó la calidad de servicio como factor clave y desarrollo sostenible en turismo del cantón Santa Cruz de Galápagos. Utilizaron el enfoque cuantitativo, diseño de campo, descriptivo y como técnica de recolección de la información se tomó en cuenta un test. Donde concluyeron que es importante tener en consideración las directrices planteadas por la Organización Mundial del turismo, integrando la sustentabilidad a las prácticas del sector turístico.

De los Rios (2018) midió la percepción de la calidad del servicio y satisfacción de los clientes del sector hotelero en la ciudad fronteriza de Tijuana. Utilizó una encuesta conformada por preguntas de selección múltiple, a una muestra de huéspedes que se calculó mediante un muestreo probabilístico. Donde concluyó que al medir la percepción de calidad de servicio se deben tener en cuenta los elementos tecnológicos, ya que los clientes están más informados en sus actividades cotidianas. Asimismo, se recomendó integrar más servicios, en los que se encuentran los relacionados con las tecnologías.

Mediavilla y Gómez (2016) analizaron el diseño de herramientas para la mejora del servicio en las empresas del turismo activo a través del HEVA. Se utilizó el método de análisis estadístico SPSS, el perfil de la muestra fueron las empresas

turísticas que operan en el territorio nacional, se utilizó un cuestionario con la escala de Likert. Concluyeron que las organizaciones consideran que está más reconocida su actividad empresarial dentro del sector del turismo que del deporte.

Peralta y Viltard (2016) analizaron las HAE más comunes que puedan ser aplicables a las Pymes con el fin de ayudarlas en su desenvolvimiento y crecimiento. La metodología que se utilizó fue cualitativa, recurriendo a una investigación bibliográfica y a la experiencia de los autores. Los autores concluyeron con respecto a las actividades, su adecuada congruencia, integración y coordinación. Además, recomendaron el uso de métricas apropiadas con el objeto de evaluar el portafolio de productos.

Romanov, Romanova y Savelera (2019) identificaron los nuevos desafíos de calidad del mercado de balnearios y servicios turísticos del Krai de Krasnodar. Utilizaron los métodos de análisis estadístico, interpretación gráfica de datos, estimaciones de expertos y análisis de contenido. Los autores concluyeron que la subestimación de la influencia del factor de precio en el contexto de disminución del nivel de movilidad turística de población puede conducir al hecho que el turista iniciará el flujo de tráfico al Krai de Krasnodar y que hacia su estructura cambiará debido a un cambio en prioridades de los turistas.

Escobar, Casadesús, Costa y Simon (2019) analizaron a través de un marco de experiencia de servicio las consecuencias y factores de contingencia de la prestación de servicios en experiencias turísticas notables. Fue validada con datos empíricos de 284 turistas recolectados a través del método de encuesta sobre experiencias notables en hoteles y restaurantes. Tanto el análisis exploratorio como el confirmatorio se desarrollaron utilizando el modelo de ecuaciones estructurales (SEM). Concluyeron que el modelo sugiere que los proveedores de servicios deben crear las condiciones de encuentro para ser más personalizado al ideal de felicidad del cliente, una interacción favorable entre el cliente y el personal conducirá a una valoración positiva de los otros componentes del servicio.

Femenías, Perramon y Oliveras (2019) analizaron los resultados agregados de dos encuestas realizadas entre ejecutivos en España que la metodología sea empleada en la práctica de la calidad. Emplearon la metodología

SEM el cual demuestra que las prácticas de calidad tienen influencia, aunque indirectamente en el desempeño de una empresa de manera positiva. Concluyeron que se debe invertir en el tema de la calidad, ya que es rentable tanto para hoteles y restaurantes, mejora la competitividad de la empresa, por lo tanto, cualquier tipo de gerente debe incluir la implementación de políticas de calidad como parte organizacional. Por lo tanto, se recomendaron considerar las características específicas y la tipología de la empresa turística seleccionada.

Pavic, Blesic, Petrovic, Radovanovic y Prisenk (2019) investigaron la calidad de servicio entre la hospitalidad y desarrollo sustentable del turismo ecuestre en Eslovenia. Utilizaron encuestas cara a cara con muestreo de conveniencia para la recopilación de datos. Donde concluyeron que los resultados del estudio mostraron que la motivación de los turistas ecuestres esta positivamente relacionada con la calidad general del servicio de alimentos, bebidas y la calidad del servicio de alojamiento. Asimismo, recomendaron que las subdimensiones identificadas de ASQ y F & BSQ son adecuadas solo para granjas turísticas y pueden no ser aplicables a todas las instalaciones de hospitalidad.

Masri, You, Ruangkanjanases, Chen y Pan (2019) Investigaron un modelo sobre la formación de la calidad de información, valor percibido y clientes para continuar en el entorno del turismo electrónico. El estudio de la encuesta se diseñó en base al estudio anterior sobre el éxito del sistema de información y el desarrollo del entorno de comercio electrónico, desarrollaron y reformularon los elementos de la encuesta para que se ajustaran al presente estudio. Concluyendo que la calidad de la relación con el cliente tiene efectos positivos en su continuidad, sin embargo, la confianza del usuario también tiene una relación parcial en la persistencia a través de la satisfacción del servicio.

Butnaru, Miller, Nita y Stefanica (2018) relacionaron ciertos aspectos de calidad dirigida tanto por el proveedor como por el cliente o consumidor de servicios turísticos. Los métodos que utilizaron fueron la investigación documental de la literatura local y extranjera; la documentación práctica y la recopilación de información para la evaluación de la calidad de los servicios turísticos a través de una investigación de campo basada en un cuestionario estadístico; y el análisis cualitativo y cuantitativo de las características de calidad. Concluyendo que los

modelos desarrollados por la mayoría de los especialistas se centran en la evaluación de la calidad de un servicio de acuerdo con la experiencia individual del cliente. Además, recomendaron que los gerentes deben hacer mejores esfuerzos para aumentar el nivel de calidad, como que la relación calidad / precio esté en proporción directa con las expectativas de los turistas.

Pérez, García, Sánchez y Martínez (2017) contribuyeron al desarrollo turístico del destino Holguín, explorando como las variables relacionadas con el aseguramiento de la calidad influyen en la complacencia de los turistas. Se realizó un muestreo intencional no probabilístico. Llegaron a la conclusión que la satisfacción de los turistas será una expresión directa de calidad del proceso gestión, pero se verá afectado por otros factores exógenos a la gestión en sí, que podría y debería ser el objeto de futuras investigaciones. Además, recomendaron que la investigación presentada también sugiere un modelo que puede ser perfeccionable, pero que sirve como instrumento para ser utilizada por los supervisores de las entidades turísticas para identificar aquellas variables de la calidad en las cuales es prioritario trabajar en función de una mejor satisfacción.

Masaquiza (2017) examinó la calidad de servicio turístico en los trabajadores basándose en un diseño exploratorio. Aplicó el método deductivo e inductivo. Concluyendo que hay una mejora en la atención turística en cuanto a infraestructura y servicios. Asimismo, el autor recomendó integrar un modelo de calidad en la prestación turística de acuerdo a las actividades y evaluarlo consecutivamente.

Vélez y Llerena (2011) resolvieron la oferta propuesta en los servicios turísticos desarrollados por las distintas operadoras de turismo en la región Andes del país Ecuador. También utilizaron una investigación de mercados, recopilando, procesando y analizando la información, basándose en entrevistas dirigidas a profesionales del medio como a miembros del Ministerio de turismo. Concluyeron que el país Ecuador, dentro de su entorno competitivo en aumento, en el tema de turismo tiene un carácter cambiante reflejado en las cifras que presenta cada año la Organización Mundial del Turismo. Asimismo, recomendaron motivar la conciencia y sentido de necesidad y oportunidad de realizar cambios que permita mejorar el servicio ofertado.

Otero (2003) examinó la calidad turística de sol y playa. Estableció una metodología y diseñó un sistema de indicadores de calidad que permitió medir de forma adecuada la calidad de los destinos turísticos basados en un turismo de sol y playa. Concluyendo que se cumplió con el objetivo pactado mencionado en el título de la tesis gracias al indicador de satisfacción que se experimentó en los turistas del destino, arrojando como resultado un nivel de calidad de servicio alto, esta declaración fue por cada turista que se encontraba en el destino donde se basó la importancia que se requiere al brindarles un mejor servicio durante su estadía. Asimismo, recomendó que la gestión de la calidad debería tener en cuenta e influenciar positivamente en las actividades de los profesionales del turismo, los turistas, la población local y el medio ambiente.

Asimismo, en el plano nacional mencionamos estudios importantes relacionados al tema propuesto.

Angulo (2017) determinó la percepción de los turistas sobre el nivel de la calidad de los servicios turísticos ofrecidos por las agencias de viaje en la ciudad de Chachapoyas. Además, tuvo un diseño tipo aplicada, no experimental, con un enfoque cuantitativo. Concluyendo que determinó que los turistas percibieron un servicio con un nivel bajo. También recomendó que para un siguiente estudio, se realice un enfoque de trabajo mixto.

Atocha (2017) comparó el nivel de calidad de servicio percibido por el usuario externo de la gerencia de desarrollo económico local y la gerencia de rentas en la Municipalidad de Villa el Salvador. La población se conformó por 600 personas que acuden a solicitar servicios. Concluyó que existe una diferencia importante del nivel de calidad de servicio entre las dos gerencias. Asimismo, recomendó a las autoridades de la Municipalidad, tener como antecedente el resultado obtenido en la investigación a fin de poder medir a futuro la percepción de los usuarios sobre la calidad de servicio.

Julca (2016) analizó los flujos turísticos hacia dicho territorio, es un rol importante asignado a la formación profesional en turismo. Como metodología aplicada fue en base al método SERVQUAL que ayudó a poder definir la calidad de servicio en el recurso turístico del lugar. Llegando a la conclusión que facilita un

mejor empleo de los recursos disponibles y da la oportunidad de mejorar el producto.

Bolle, Oyola y Ferrari (2019) determinaron la relación que existe entre las dos variables, la calidad de servicio y la satisfacción del cliente, en los usuarios de los servicios que presta la DIRCETUR de Ucayali. Aplicaron el diseño correlacional y la muestra no probabilística. Donde concluyó que existe una relación importante entre la calidad de servicio y la satisfacción del cliente.

Chacón (2018) determinó el nivel de calidad del servicio de salud en el consultorio del adulto mayor en el EsSalud. La muestra fue intencional y fue constituida por 80 usuarios que asistieron a la consulta externa adulto mayor en el hospital Marino Molina. En donde concluyó que en la variable calidad de servicio, el nivel de satisfacción de los usuarios es de 51.8% frente a la insatisfacción que representa el 48,2%. También recomendó que los administradores del hospital realicen un trabajo adecuado con todos los trabajadores del hospital para brindar una atención eficiente.

Contreras (2018) determinó la relación entre la necesidad de logro y la calidad de servicio en la agencia Full viajes Perú. Tuvo, por su parte, un muestreo probabilístico, siendo esencial ya que es un estudio correlacional de las variables de estudio, mediante pruebas estadísticas. Asimismo, concluyó que los resultados obtenidos de los usuarios que han realizado el uso del servicio tiene una relación aceptable, entre la motivación laboral y la calidad del servicio, pero no cuentan con la debida motivación para alcanzar la satisfacción. Recomendó capacitar a los colaboradores en los servicios que se brindan, fijarse objetivos de forma conjunta, considerando que los colaboradores sean tomados en cuenta generándolos motivación y compromiso.

Díaz (2017) analizó la percepción de la calidad de servicio de los usuarios en el área de administración tributaria de la Municipalidad distrital de Paiján. La población es infinita la cual se determinó la fórmula para las poblaciones infinitas. Concluyendo que la percepción de la calidad de servicio en el lugar es de un nivel regular con un promedio de 3.3. Asimismo, recomendó impulsar una cultura de

compromiso por parte de los colaboradores del área de administración tributaria de la Municipalidad de Paiján.

Ramírez, Oyola y Ferrari (2018) examinaron si existe relación entre la variable satisfacción del cliente con la calidad de servicio, en los consumidores de los servicios que realiza DIRCETUR. También utilizaron un método científico en todos sus procesos, la muestra fue de tipo censal de 120 pobladores representantes de la Municipalidad distrital de Chilca. Llegando a la conclusión que existió una relación entre las dos variables que es de manera significativa y directa con los clientes.

Effio y Mora (2018) analizaron la calidad de servicio y su relación con la satisfacción de los clientes en la empresa de turismo J.A. Paraíso Chimbote. La muestra obtenida para calcular su tamaño se utilizó con la técnica de muestreo aleatorio simple. Concluyendo que cuando se analizó la calidad de servicio en la empresa de turismo 186 de los encuestados consideran como bueno el servicio obtenido. Asimismo, se recomendó al gerente general de la empresa, otorgar un buen servicio manteniendo al cliente satisfecho dentro de la empresa.

Morales (2017) relacionó la calidad y la gestión administrativa de la municipalidad, basado en un diseño tipo básica tiene como enfoque cuantitativo. Además, se desarrolló con el método deductivo, se procesaron datos cuantitativos los cuales fueron recopilados por el instrumento validado por expertos. Concluyó que la calidad y la gestión administrativa van de la mano de manera positiva, pero a su vez débil, en donde se tiene que evaluar la calidad sobre la atención del cliente.

Callo (2017) investigó el grado de complacencia del cliente con respecto a la calidad que ofrece en el servicio de la agencia de viaje en Cusco. Además, consideró el cuestionario SERVQUAL debidamente adaptado para medir el nivel de calidad de servicio de las agencias de viaje del Cusco y la satisfacción de turista en la excursión a la montaña Vininkunca en el servicio pool. Concluyendo que en las encuestas realizadas un gran número de población utiliza el servicio de city tours son peruanos, y esto se debe que buscan invertir menos en un tour, los que utilizan con más frecuencias el servicio pool son extranjeros. Asimismo, recomendó que las agencias de viaje del Cusco que venden la excursión a la montaña Vininkunca

brinden información verdadera sobre los requerimientos y el desarrollo de la excursión.

Montalvo (2016) analizó el índice de calidad de servicio en el puesto de control e identificar su dimensión. Además, se tomó como instrumento el cuestionario, por sus características de formato ya que facilitan el manejo de información, se utilizó el modelo SERVQUAL. Concluyendo que el índice de la calidad de servicio es positivo alcanzando un promedio de 0.65, sabiendo que mientras más cercano a cero, hay mayor calidad de servicio y de acuerdo a la ponderación de muy satisfactorio. Asimismo, se recomendó trabajar en seguridad para lograr mejoras en la calidad de servicio siendo esta dimensión la que alcanzo la mayor fuerza regresora a nivel de las cinco dimensiones.

Benavides (2016) mejoró los conocimientos del servicio al cliente. Además, el tipo de investigación es mixta con un nivel descriptivo, en donde la característica común de la población que se investigó fueron turistas que tienen el interés por vivir una experiencia de turismo místico. Concluyó que la comunidad campesina de OHampina Wasis requiere de distintas capacitaciones, porque al ser un lugar en donde la demanda es regular se necesita de muchas atenciones y más si se quiere brindar un servicio de calidad. Asimismo, se recomendó contar con más licenciados en turismo especializados para el crecimiento turístico en el distrito de Santiago.

Asencio y Murillo (2012) examinaron el grado de calidad de servicio en el complejo turístico "La Hacienda". Se utilizó el método científico como método universal, el mismo que fue complementado por el método inductivo y deductivo la que se utilizó en la formulación de la hipótesis. Concluyendo que al analizar la fortaleza se pudo notar que su nivel de calidad ha ido disminuyendo a un nivel muy bajo, porque se pudo identificar áreas en donde distintos clientes estaban insatisfechos del lugar durante el servicio que les ofrecían. Los autores recomendaron la implementación del plan para mejorar el nivel de la calidad de servicio en el complejo turístico.

Por otro lado, en el plano local se encontraron investigaciones importantes que se pudo relacionar con el tema de estudio.

Tarrillo (2017) determinó los impactos generados en el turismo. El diseño fue no experimental, ya que se estudió la problemática tal y como se muestra en la realidad actual y no sufrirá ninguna intervención o alteración de la variable. Concluyó que los impactos generados fueron positivos tanto en lo económico, sociocultural como en lo ambiental. Se recomendó a la Municipalidad, crear un grupo conformado por profesionales y encargados de Obrajillo, para controlar y supervisar el desarrollo adecuado del turismo.

Milla (2019) determinó una relación entre la conciencia turística y la identidad cultural en la comunidad de Canta. El diseño del estudio fue el cuantitativo ya que se usó el cuestionario y los resultados se expresan en cantidades. Concluyó que tiene una relación demostrando que los pobladores se identifican con su patrimonio. Asimismo, recomendó realizar talleres tanto de identidad cultural como de conciencia turística, incentivando su participación con el fin de sensibilizarlos hacia un turismo sustentable.

Pérez (2018) investigó la situación actual del pueblo de Obrajillo. Se empleó el estudio cualitativo y el tipo de diseño fue el fenomenológico no probabilístico. Concluyó que los diversos atractivos turísticos de tipo natural y cultural como: el mirador de San Miguel, el río Chillón, catarata de Lucle, cascada velo de novia, casa museo de batalla de Quillapata y en los alrededores la Cordillera de la Viuda, Cantamarca y piscigranjas, se encuentran en buen estado de conservación, los cuales son idóneos para realizar turismo rural, acampar o pernoctar lo que genera ingresos económicos y beneficia a la población de Obrajillo.

Guzmán (2016) examinó el perfil turístico del visitante nacional que llega a la provincia de Canta. La metodología empleada fue del tipo aplicativo, diseño experimental y método hipotético deductivo, como herramienta se usó la aplicación de cuestionarios a la muestra escogida de población (muestra no probabilística), siendo en total 80 pobladores. Concluyó que las características de los encuestados la mayoría está compuesto por mujeres de unos 35 años de edad siendo la mayoría casadas. Se recomendó que antes de implementar algún plan de turismo sostenible

en la localidad, se implemente un curso de capacitación sobre turismo sostenible y nivel de vida.

Para conocer a profundidad el tema que estamos investigando, es necesario definir ciertas teorías relacionadas al presente estudio de investigación es por eso que antes de mencionar que es la calidad de servicio desde la percepción del turista es imprescindible conceptualizar la percepción, la calidad, el servicio, la calidad de servicio, el turista y turismo.

Chiavenato (2009) citado por Atocha (2017) indicó que la percepción es un proceso activo en donde las personas organizan y expresan sus emociones para dar una razón al entorno. El propósito es ver la realidad y organizar las aclaraciones que se tengan.

Nicuesa (2014) definió que la perspectiva es la opinión propia que uno tiene, ya sea de un tema determinado, un gusto, etc., no importa si es negativo o positivo, porque eso quiere decir que uno tiene la capacidad de interpretar lo que es bueno o malo, y no centrarse en un solo pensamiento.

Nava (2006) refirió que la calidad ha estado presente a través del tiempo en el hombre, en tan solo el hecho de buscar la mejora constante de innovar e implementar cosas novedosas o mejorar lo que se tiene en el presente, todo eso es la base de la calidad, buscar la perfección en todo lo que tenga, hace o lo que toca.

Montoya (2014) indico que las características de calidad en las empresas de servicios, si bien pueden aplicarse al igual que en otras actividades, es importante señalar que en estas resaltan las características éticas y psicológicas.

El servicio es parte importante en una empresa sea cual sea el rubro, y que todas las entidades implicadas en ella son responsables de brindarla, por eso es fundamental que todas las partes involucradas aprendan a desarrollarlo ya que así podrán fidelizar a sus clientes.

Kotler y Armstrong (1989) citado por Setó (2004) mencionaron que el servicio tiene la característica particular de ser inmaterial y se brinda al consumidor para que este cómodo al momento de comprar o dialogar con los facilitadores

turísticos, es un plus que las empresas capaciten a sus colaboradores de cómo poder brindarles una atención adecuada.

Scandizzo (2004) citado por Alava y Bastidas (2016) refirió al servicio como un producto tangible el cual se tiene que brindar con calidad, llenar las expectativas del consumidor, saber llegar a lo que el usuario busca, mejorando el servicio ofrecido, siendo el consumidor el principal autor en el negocio.

Asimismo, el servicio cuenta con características muy peculiares que lo definen por su naturaleza y la forma en cómo se desarrolla. Las características del servicio son intangibles ya que prácticamente se basa en lo que se brinda, inseparabilidad viene a ser los servicios que una persona necesita, por lo que interactuar con el consumidor es esencial en el servicio, heterogeneidad viene a ser el servicio dependiendo de quién lo realiza y para finalizar, el perecedero que es el tiempo que uno dispone para asociarse a un bien o servicio.

Para Parasuraman, Zeithaml y Berry (1985) citado por Duque (2005) refieren que las características del servicio permiten constituir los atributos propios de una persona. Se enfoca en el crecimiento de retos y oportunidades en el mercado.

Con respecto a la calidad del servicio del turismo:

Si bien la calidad de servicio del turismo es denominada como elemento necesario dentro de un contexto estratégico en las empresas también es considerado como un atributo diferencial para los nuevos usuarios o clientes que cada vez son más informados y buscan la mejor experiencia, es por esa razón que el buen gestionamiento y control de una organización enfocada a una mejora continua de calidad trae consigo beneficios significantes.

Gandara (2004) definió la calidad del servicio turístico siendo imprescindible en las estrategias de las organizaciones del turismo y es una ventaja para las organizaciones orientadas a un cliente cada vez más informado.

Duque (2005) citado por Atocha (2017) mencionó que existen tres formas que se usan para evaluar la calidad del servicio: valor, satisfacción y calidad. La reacción del cliente va depender del tipo de servicio que se otorga.

Para comprender el término turismo, y para que se pueda entender de manera específica, en las siguientes líneas se presentan definiciones acerca del turista y turismo.

The Shorter Oxford English Dictionary (1800) citado por Ibañez y Cabrera (2011) mencionaron que un turista no solo es una persona común que hace pocas o muchas excursiones, sino que es una persona que hace esta actividad como parte recreativa en su vida el cuál decide por viajar y visitar muchos lugares de acuerdo a sus intereses personales.

Asimismo, García, Ramírez & Rodríguez (2014) mencionaron que los turistas se vuelven en prosumidores, por lo mismo que en sus viajes producen y promueven el consumo de información teniendo un papel principal en el nuevo paradigma de la cultura.

Morillo (2010) mencionó que el turismo tiene potencial para promover el crecimiento económico y las inversiones, lo cual a su vez se presenta en oportunidades de empleo y en el impulso de otras actividades como la agricultura, pesca y artesanía, entre otros.

Si bien el turismo es considerado como una actividad eventual que se realiza, ya sea por diversos motivos de recreación y ocio, esta actividad genera ganancias lucrativas y también una grata experiencia reconfortante.

Al tema turístico también se integra la participación del MINCETUR (2011) el cual mencionó que el turismo es una actividad que permite trasladarse fuera de su ámbito habitual y fuera de su ámbito frecuente, ya sea dentro de un espacio correlativo menor a un año, con los cuales tienen motivos recreacionales o de trabajo, esto a su vez jamás obtendrán una remuneración en la zona que se visita.

Asimismo, el PENTUR (2016) manifestó que el turismo es la realización de todo aquel servicio enfocado para el visitante en relación con el turismo, ya sea el servicio de traslado de un lugar a otro, alojarlo en un ambiente cómodo y tranquilo, ofrecerle un buen servicio de alimentación, darle la correcta información y asistencia, entre otras actividades.

En ese sentido con el transcurrir del tiempo se han ido desarrollando modelos sistemáticos enfocados en la mejora de la calidad y la atención a los clientes, por ello se presentan los siguientes modelos:

Ramírez (2017) mencionó que el modelo SERVPERF contiene exclusivamente las percepciones eliminando los panoramas y reduciendo entonces las preguntas planteadas, la lógica que refiere está relacionada con las dificultades de interpretación, así como sus redundancias y su viabilidad, la protección está en su inclinación de fiabilidad a diferencia con otros modelos.

La integración del modelo supone beneficios importantes en la realización de la medición de la calidad ya que se puede entender el sentido de confiabilidad por su particularidad y características.

Por parte del cuestionario SERVPERF integran 22 enunciados de acuerdo a las percepciones utilizando las categorías para examinar sobre la calidad de servicio entre ellas están: Los elementos tangibles, la fiabilidad, la capacidad de respuesta, la empatía, la seguridad. En este cuestionario notaremos únicamente la percepción de los clientes hacia la organización y su puntuación se va calcular con el total de suma de las puntuaciones de la percepción de esta forma entre mayor elevada sea la suma mayor es la calidad del servicio. Entre las ventajas más importantes de este modelo es que necesita de poco tiempo el control y gestionamiento del cuestionario y el medidor de medidas de valoración que reflejan mejor la satisfacción o la percepción, por otro lado, este modelo permite que la información se mantenga completa y no haya una pérdida de la misma, este modelo solo mide la satisfacción del cliente bajo la percepción que ellos se enfocan sin medir otros factores como es el caso de las expectativas.

		Fuertemente en desacuerdo					Fuertemente de acuerdo	
1	Los equipos de la empresa tienen apariencia de ser modernos.	1	2	3	4	5	6	7
2	Las instalaciones físicas son visualmente atractivas.	1	2	3	4	5	6	7
3	Los empleados de la empresa tienen una apariencia pulcra.	1	2	3	4	5	6	7
4	Los materiales relacionados con el servicio que utiliza la empresa son visualmente atractivos.	1	2	3	4	5	6	7

Fuente: Aiteco Consultores Desarrollo y Gestión

Aiteco Consultores (s.f) refiere que el modelo SERVQUAL es considerado un cuestionario que tiene la finalidad de desarrollar y progresar el servicio de calidad en una empresa. Este modelo está enfocado en la evaluación del servicio al usuario y es considerado un instrumento de mejora por lo que se presenta de la siguiente manera.



Fuente: Aiteco Consultores Desarrollo y Gestión

Este modelo está constituido con una orientación de balance con el cliente sobre la calidad y tiene como diferencia las expectativas del usuario y su percepción, elementos clave que integran las perspectivas de los clientes y por último identifica cinco dimensiones como es el caso de la capacidad de respuesta, seguridad, fiabilidad, empatía y los elementos tangibles.

A estas ideas se suma la normatividad ISO 9000.

Gómez (2004) afirmó que la calidad en una organización otorga a sus usuarios los lineamientos establecidos. Una empresa certificada con la normatividad ISO 9000 da a conocer a sus clientes que se ha establecido un

método aceptable para determinar que cualquier servicio que se adquiriera cumplirá con las normas de calidad.

Las normas ISO 9000 son un grupo los cuales explican cómo debe integrar un sistema de la calidad de una organización, el cual cuenta con normas que serán de gran utilidad al momento de identificarte ante el mercado y categorizarse como una empresa que cumple con los requisitos que se requiera para tener calidad en el servicio.

Por otro lado, existe un modelo denominado como el ciclo de Deming el cual permite desarrollar una estrategia enfatizada en el mejoramiento de la calidad. Deming también es denominado como ciclo PDCA enfocado para lograr la calidad deseada por las siguientes letras que se presenta a continuación.



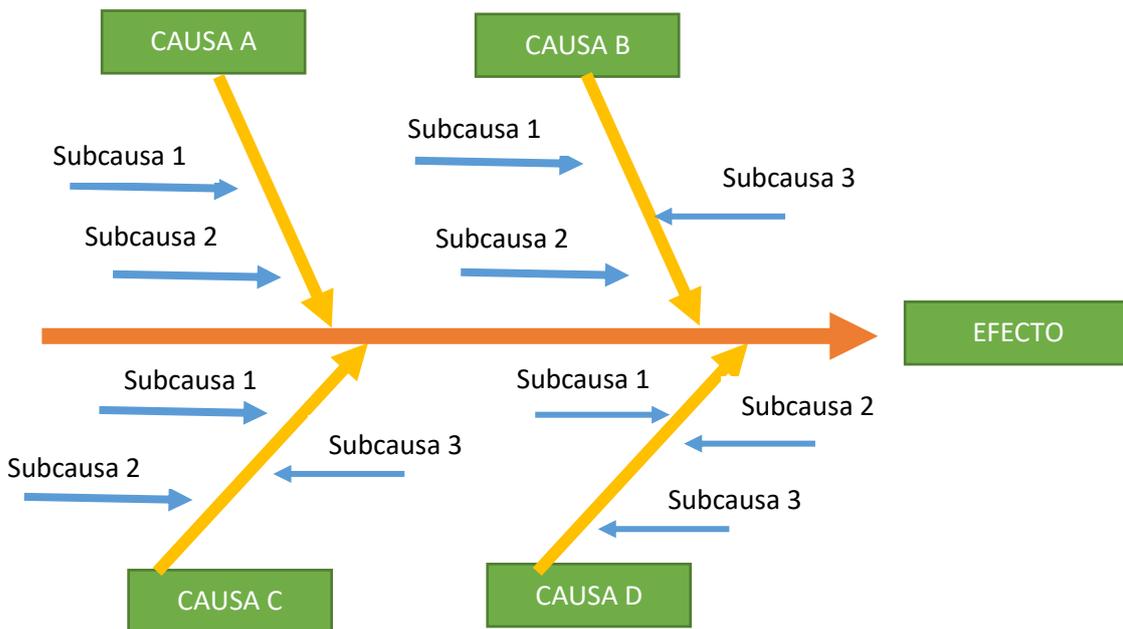
Fuente: Elaboración propia en base al Instituto Uruguayo de Normas Técnicas (2009)

El implementar este ciclo en una organización posibilita desarrollar y alcanzar mejoras internas y externas que repercuten en beneficio de la empresa, de tal manera que posibilita la minimización de costos, al mejoramiento de los productos servicios, al aumento de la rentabilidad, entre otros, de esta manera se debe tener en cuenta que es un ciclo y se debe desarrollar una y otra vez.

En este sentido también se encuentra presente el diagrama de espina de causa- efecto o comúnmente denominado diagrama de Ishikawa.

Blanco (2014) definió que el diagrama de Ishikawa es una metodología para resolver problemas mediante un análisis sistematizado, este diagrama permite organizar y representar las diferentes teorías propuestas sobre las causas de un problema determinado, mediante el análisis secuencial de los efectos asociados a las causas que los producen. De este modo se presenta mediante un gráfico el modelo Ishikawa.

DIAGRAMA DE ISHIKAWA



Fuente: Cerem International Business School

Para evaluar una calidad de servicio el cliente deberá depender de cinco criterios a tener en cuenta al calificar la percepción del servicio. Con respecto a la calidad de servicio en los elementos tangibles.

Matsumoto (2014) mencionó que los elementos tangibles son simplemente aquellos elementos físicos que componen las instalaciones de una organización y ello refiere a todo lo que se puede tocar y utilizar para el beneficio de la empresa, también es necesario resaltar que el personal está constituido como parte de los elementos tangibles por su naturaleza y características.

Para Zeithalm, Parasuraman y Berry (1995) citado por Mirando (2012) refiere que los elementos tangibles es la forma de los equipos y subestructuras físicas, personal y material de comunicación, los cuales deben tomarse importancia.

Todo centro que brinda algún tipo de servicio tiene que tener sus instalaciones en un estado adecuado para todo tipo de consumidor, ya que cumple factores importantes al momento de recibir a sus clientes.

Martínez (2013) afirmó que las instalaciones adecuadas en una organización permiten llevar a cabo el proceso de servicio de manera eficiente de acuerdo a las necesidades del consumidor.

Gomez (2006) indicó que las instalaciones comprenden desde los importantes suministros de electricidad y agua, al grupo de mecanismos, sensores y elementos tecnológicos que conceden al hombre disfrutar de un bienestar que es imposible de tener solo con los elementos físicos.

Con respecto a los materiales de comunicación muchos turistas llegan a diferentes lugares con la esperanza de gozar del viaje sin ningún inconveniente, hasta el mínimo detalle como la comunicación fluida en todo aspecto, por tal motivo se presentan las siguientes ideas.

Ruiz (2014) mencionó que los materiales de comunicación se componen de elementos que facilitan la enseñanza de cualquier actividad escogida pero que se acompaña de objetos importantes para su desarrollo como son el caso de objetos visuales o de sonido, entre otros con el fin de facilitar la comunicación y aprendizaje.

Además, Atocha (2017) afirmó que los materiales de comunicación ofrecen representaciones tangibles como folletos, formatos. Por consecuencia estos deben ser limpios, prácticos de entender y a su vez atractivos.

De acuerdo a la calidad de servicio en la fiabilidad se mencionó a los siguientes autores en base a la atención eficiente y rendimiento competente.

Matsumoto (2014) calificó a la fiabilidad como aquella aptitud para poder hacer que el servicio brindado se transmita de manera segura y fiable, es decir que la empresa siempre tenga en claro los acuerdos que se plasman al momento de hacer un trato ya sea empresa-cliente.

Zeithalm, Parasuraman y Berry (1995) refieren a la fiabilidad que sus indicadores son: Indicador eficiencia, construir el servicio adecuadamente, sacando provecho al tiempo. Indicador eficacia, se debe obtener el servicio solicitado.

Indicador efectividad, tener el servicio a través de un proceso adecuado. Indicador repetición cuando un servicio no se hizo bien, se tiene que volver a hacer.

En relación a la atención eficiente se mencionó a diferentes autores para dar relación con la investigación.

Mokate (1999) explicó que la atención eficiente facilita y ayuda al mejoramiento de las actividades de una empresa, por lo tanto, es necesario cumplirlo ya que permite tener un sentido diferenciado frente a la competencia.

Jiménez (2004) mencionó que la atención eficiente es el nivel máximo de resultado en cuanto a la productividad, que se puede desarrollar a partir de un número de recursos determinados.

Con respecto al rendimiento competente se incorporó investigaciones para establecer una mejor conceptualización.

IBERPROF, OEI (2000) citado por Gonzales (2002) mencionó el rendimiento competente como una habilidad o destreza humana para aplicarlas en todos los hábitos laborales en beneficio a la empresa.

Gonzales y Wagenaar (2006) citado por López (2016) definen que las competencias representan una combinación conjunta de conocimientos, capacidades y habilidades las cuales son de suma importante al momento de tener un rendimiento competente ante la competencia.

Con referencia a la capacidad de respuesta se incorporaron algunos autores para su mejor entendimiento en cuanto a la atención inmediata y precisa que se pueda brindar en un servicio.

Matsumoto (2014) refirió que la capacidad de respuesta en el servicio es necesaria ya que permite atender a los clientes para poder plasmar y brindar un servicio de acuerdo a las necesidades y requerimientos, por otro lado, se refiere a la forma de atender un tema que se desarrolle en el momento o circunstancia y a la manera en cómo solucionarlo.

Zeithalm, Parasuraman y Berry (1995) refieren que la dimensión capacidad de respuesta se ve expresada en los indicadores: indicador espera, indicador inicio y término, indicador post servicio.

Asimismo, se mencionó sobre la atención inmediata estudios que respaldan su entendimiento.

Darren (2017) definió a la disposición de atención como el reflejo de interacción con el usuario y la manera en cómo se brinda un servicio ya sea con compromiso y respeto.

Tigani (2006) indica que la atención es todo lo que involucre ser bien atendido, sentirse apreciado, ser bien recibido, ser escuchado, recibir información necesaria, y, además, invitado a regresar.

En relación a la atención precisa se estableció ideas que respaldan el concepto y que expresan la importancia en cuanto al desarrollo de los servicios.

Meehan y Charlie (2002) definieron que precisa se refiere que se brinda a los consumidores lo que ellos buscan y necesitan, evitando darles algunos sustitutos de lo que ellos puedan mencionar.

Battle (s.f) definió que la atención es un fenómeno complicado, presente en todas nuestras actividades, de carácter cambiante que contiene los procesos por los cuales se utiliza las estrategias para identificar la información del entorno y los aplica de forma correcta para llevar a cabo de forma precisa las actividades.

En referencia a la calidad de servicio en la seguridad se establecieron ideas conforme a la transparencia con el cliente en el momento de brindar un servicio y los conocimientos adecuados.

Matsumoto (2014) se refirió a la seguridad en el servicio como un tema de relevancia ya que se trabaja constantemente, el empleador lo transmite basado en las normas de la empresa y en su manera de crear confianza o en la manera en cómo soluciona los problemas.

Zeithalm, Parasuraman y Berry (1995) mencionaron a la seguridad como la inteligencia, desarrollo de los colaboradores y su habilidad para relacionarse y crear confiabilidad ante los clientes.

Asimismo, con respecto a la transparencia con el cliente o usuario se explicaron algunas teorías referidas que detallan la importancia ante el manejo de servicios.

Romero (2014) afirmó que si bien es cierto la transparencia es una parte necesaria en una organización ya que se debe tener en cuenta que el cliente es un elemento muy importante ya que genera utilidad por lo que siempre se debe tener presente.

Nombela (2019) mencionó que, mediante la transparencia, la organización da a entender a sus clientes cómo actúa, dando paso a posibles críticas u opiniones, por lo que es necesario potenciar el proceso comunicativo de la organización tanto de manera externa como interna.

En este sentido en relación a los conocimientos técnicos se presentaron ideas que refuerzan mejor su entendimiento.

Guzella (2019) manifestó que los conocimientos técnicos obtendrán valor una vez sean aplicados ya que se visualizarán en el proceso de algún tema en específico por lo que desarrollar el conocimiento explícito es fundamental en una organización.

Por otro lado, conforme a la calidad de servicio en la empatía se recolectaron aportes con referencia sobre la atención individualizada y la importancia al interés del usuario.

Matsumoto (2014) mencionó que la atención es muy importante en las organizaciones ya que tienen el deber de tener un personal profesional con valores que demuestren la empatía en cualquier momento del trabajo.

Zeithalm, Parasuraman y Berry (1995) mencionaron que la empatía se trata de dar la atención adecuada a los usuarios. Su indicador personalización se trata de buscar hacer sentir bien al consumidor. Por otro lado, el conocimiento del cliente, implica, conocer a detalle los requerimientos para proponer un buen servicio.

De este modo conforme a la atención individualizada algunos autores mencionaron definiciones para un mayor sustento.

Hernández (2013) refirió que la atención individualizada es un factor necesario en una organización ya que permite entender las necesidades del usuario al momento de obtener un servicio o producto. Asimismo, ayuda a desarrollar nuevas formas de entender al cliente en beneficio de la empresa.

Carmona (2019) indica que es importante otorgar atención individual para enseñarle al usuario que la empresa hace lo adecuado para satisfacer sus requerimientos. En ese sentido la empatía es un punto necesario que da confianza a los usuarios y a su misma vez aumenta la lealtad.

En ese sentido, de acuerdo al interés al usuario se estableció definiciones de diferentes autores sobre la percepción que tiene una organización hacia el cliente.

Berry (1995) manifestó que el interés del usuario depende mucho de sus requerimientos y lo que está buscando, en ocasiones las organizaciones buscan llenar ciertas expectativas con el fin de ser beneficiados, pero al final de todo es el cliente quién elige ya que todo depende de su interés.

Rosales (2010) menciona que un buen servicio al cliente e interés al usuario permite tener una herramienta promocional, el cual favorece en el desarrollo de procesos organizacionales.

III. METODOLOGÍA

3.1 Tipo y diseño de investigación:

“La investigación aplicada se entiende a los que utilizan conocimientos mediante enfoques enriqueciendo la disciplina.” (Vargas, 2009, p.159)

La investigación aplicada es aquella que utiliza conocimientos adquiridos, y esta a su vez, serán añadidos por nueva información. En el caso de la presente investigación se opta por este tipo, ya que establece el estudio y reacciona de las variables de acuerdo al contexto.

El presente estudio investigado se desarrolló dentro del marco cualitativo. Mientras que la cuantitativa adquiere información con rumbo estadístico, la cualitativa va más profundo y con más mediante sus instrumentos de medición.

Para el presente estudio de investigación se ha escogido el diseño etnográfico.

Álvarez (2008) se refirió diciendo que el diseño etnográfico se centra en la unidad de análisis siendo un lugar sumamente social, lo cual es perfecto para dar un rumbo adecuado a la investigación.

3.2 Categorías, subcategorías y matriz de categorización.

La presente investigación contó con cinco categorías las cuales son: elementos tangibles, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía, que a su vez cuentan en total con diez subcategorías las cuales son: instalaciones adecuadas, materiales de comunicación, atención eficiente, rendimiento competente, atención inmediata, atención precisa, transparencia con el cliente, conocimientos técnicos, atención individualizada e interés al usuario. La información previamente mencionada fue plasmada en una matriz de categorización apriorística.

(Ver anexo 4)

3.3 Escenario de Estudio:

El lugar de estudio se encuentra en la localidad de Canta, un distrito al norte de la Capital de Lima, para poder llegar es necesario pasar por las avenidas Túpac Amaru y Universitaria en dirección Norte, después se llegará a la altura del kilómetro 22 dando inicio a la carretera Lima-Canta, ahí se pueden abordar buses o colectivos que en 2 horas aproximadamente te lleva al lugar.

3.4 Participantes:

En la investigación por ser de diseño cualitativo no se trabajó con una cantidad establecida de muestra, los elegidos fueron seleccionados con la intención de profundizar la comprensión del problema de investigación.

Para Ruiz (2012) la investigación cualitativa “no muestra criterios de selección establecidos, por lo que no se parte de un número establecido de personas a entrevistar, sino, se basa en indagar en las actitudes de los entrevistados” (p.136)

Esta investigación está conformada por todas las personas que han experimentado el fenómeno de estudio calidad de servicio en los turistas del distrito de Canta, Lima, 2019.

Según Tamayo (2004) citado por Moreno (2013) señaló que la población es un total de un fenómeno de cada territorio y que se debe a la población que lo integran y que debe ser contado para determinarlo por sus características y formar la totalidad necesaria para la investigación propuesta.

La técnica de muestreo que se utilizó en el presente estudio es la intencional ya que las personas elegidas para la entrevista han sido seleccionadas según nuestros intereses, para lograr resolver las interrogantes de nuestra investigación, es decir, que dependerá mucho del interés que presente ese momento el investigador y de la accesibilidad que tenga para llegar a las personas que uno deseará entrevistar más no depende de alguna estrategia o selección rigurosa.

Según Gómez (2006) indicó que la muestra es cierta cantidad de la población total escogida para obtener la información requerida.

La investigación comprende un muestreo no probabilístico con la técnica bola de nieve.

Según Ruíz (2012) manifestó que la técnica bola de nieve es un tipo de muestreo que se basa en personas ideales para conformar una muestra, utilizado normalmente cuando los integrantes son difíciles de ser encontrados o si la muestra se limita a un subgrupo pequeño de población.

3.5 Técnicas e instrumentos de recolección de datos:

En esta investigación, la técnica de recolección de datos se utilizó la entrevista a profundidad.

Hernández, Fernández y Baptista (2003) mencionaron sobre la realización de una entrevista que es más personal ya que existe un contacto directo entre entrevistado y entrevistador, la cual permite recolectar datos más exactos y a fondo.

Para la investigación, el instrumento de recolección de datos utilizado será un cuestionario semiestructurado.

Según Hernández, Fernández y Baptista (2003) mencionaron que los instrumentos son toda la recolección de aquellas pruebas que ayuden al manejo de la información para el desarrollo de la investigación.

3.6 Procedimientos:

La información que ha sido recolectada ha sido grabada y ha sido transcrita para su posterior análisis.

3.7 Rigor científico:

La presente investigación sigue los criterios de credibilidad debido a que se encuentra en la realidad y no de creencias propias, se realizó entrevistas a los turistas que visitaron Canta sobre temas que realmente pasa en cuanto al servicio y ellos brindaron información real, contundente y probada. El estudio puede ser utilizado por la Municipalidad para generar estrategias. Por otro lado, cumple con el criterio de transferibilidad, porque refiere a la posibilidad de ampliar los resultados de estudio a otros lugares en desarrollo turístico. También posee el criterio de la confiabilidad debido a que sigue los criterios como el valor de la verdad ya que se basa en hechos reales y entrevistas realizadas a turistas que visitaron Canta. Los datos recolectados a través de los instrumentos aplicados, fueron revisados en su integridad por los sujetos de la investigación y tuvieron la aprobación para la utilización en el estudio.

3.8 Método de análisis de información:

En el presente trabajo de investigación, luego que la información ha sido transcrita en Word se aplicará la técnica de análisis de contenido para obtener nuevas categorías y subcategorías.

3.9 Aspectos éticos:

La investigación respetará la autoría de otros trabajos de investigación y por ello se usará la norma APA.

Consentimiento informado, las personas seleccionadas para el estudio fueron informadas sobre los objetivos de la investigación, dando su consentimiento de forma voluntaria.

Respeto a la persona humana, el presente estudio de investigación se ha elaborado respetando a los seres humanos, sin dañar creencias, pensando en la mejora y el avance de la tecnología.

Asimismo, con la confidencialidad la información presentada en esta tesis ha sido creada bajo consultas de distintos autores, libros y revistas científicas que representan la seguridad de la información presentada.

Por último, la confiabilidad de la información presentada en este trabajo de investigación, está elaborada con total confiabilidad, presentando bibliografías y consultas de autores que nos garantizan la importancia que tiene el estudio.

IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1 RESULTADOS

La presente investigación busca resolver el problema general ¿Cuál es la percepción de los turistas respecto a la calidad de servicio del turismo en el distrito de Canta? A partir de un conjunto de entrevistas a turistas nacionales e internacionales, basado en la teoría fundamentada del diseño interpretativo.

En esta parte del estudio se puede rescatar los resultados que otorga la entrevista a profundidad realizada a los turistas en el distrito de Canta. Las cuales fueron categorizadas en: calidad de servicio en los elementos tangibles, calidad de servicio en la fiabilidad, calidad de servicio en la capacidad de respuesta, calidad de servicio en la seguridad y calidad de servicio en la empatía; que a su vez se subcategorizaron en instalaciones adecuadas, materiales de comunicación, atención eficiente, rendimiento competente, atención inmediata, atención precisa, transparencia con el cliente, conocimientos técnicos, atención individualizada e interés al usuario. Dichas encuestas fueron realizadas a 10 personas que visitaron el distrito de Canta para hacer turismo.

Categoría Nº 01: Calidad de servicio en los elementos tangibles

Esta categoría se analizó al identificar la percepción de los turistas respecto a los elementos tangibles de la calidad de servicio brindado en el distrito de Canta y se obtuvo que las instalaciones y materiales de comunicación son las adecuadas ya que contribuyen al turismo y permiten mejorar el estilo de vida del distrito.

Para su mejor entendimiento se detallará el resultado en cada subcategoría (a) Instalaciones adecuadas y (b) Materiales de comunicación.

Con respecto a la subcategoría instalaciones adecuadas se preguntó si perciben que las instalaciones turísticas implementadas en Canta son adecuadas, obteniendo como resultado que la mayoría, es decir, un 80 por ciento indica que sí, debido a que existen instalaciones adecuadas en buen estado ya que los mismos pobladores se encargan de mantenerlo en lo mejor posible, para promover el desarrollo del turismo y poder generar ingresos económicos. Por otro lado, un 10 por ciento de la totalidad de los entrevistados indica que las instalaciones turísticas no son las adecuadas ya que falta mejorar el acceso como también la infraestructura. Para finalizar, un 10 por ciento de la totalidad de entrevistados

indica que las instalaciones se encuentran en un estado regular ya que son buenas, pero no son del todo adecuadas.

“Sí, considero que las instalaciones en el distrito son adecuadas porque las veces que estuve ahí pude observar sus instalaciones en buen estado y eso habla bien para su desarrollo turístico en el lugar”

Entrevistado 3 – Ulises Desiderio Gallardo

Con respecto a la subcategoría materiales de comunicación se preguntó si perciben que los materiales de comunicación son adecuados para mejorar el turismo en Canta, obteniendo como respuesta que la mayoría, es decir, un 90 por ciento indica que sí, debido a que contribuye al turismo y son materiales adecuados ya que lo utilizan como punto a favor para mejorar la difusión del potencial turístico de la zona. Por otro lado, un 10 por ciento de la totalidad de entrevistados indica que los materiales de comunicación no son los adecuados debido a que no está del todo completo.

“Claro, porque eso permite un mejor servicio en el turismo, por ejemplo, en el caso de los orientadores turísticos, ellos utilizan megáfono para hablar y así se escuche bien; en el caso de los restaurantes, emplean parlantes para promocionar su gastronomía, etc. De esta manera se estaría ejecutando una mejor difusión del potencial turístico de la zona.”

Entrevistado 2- Guía Turístico

Categoría Nº 02: Calidad de servicio en la fiabilidad

Esta categoría se analizó al identificar la percepción de los turistas respecto a la fiabilidad de la calidad de servicio brindado en el distrito de Canta y se obtuvo que la atención es eficiente ya que la calidad de servicio es buena y esto a su vez genera competencia y mejoramiento turístico, por otro lado, la falta de capacitación es un punto en donde se debe mejorar.

Para su mejor entendimiento se detallará el resultado en cada subcategoría (a) Atención eficiente y (b) Rendimiento competente.

Con respecto a la subcategoría atención eficiente se preguntó si observan una atención eficiente respecto a las actividades turísticas realizadas en Canta, obteniendo como resultado que la mayoría, es decir, un 70 por ciento indica que sí, debido a que es eficiente y la calidad de servicio es óptima porque respetan todos los itinerarios completos, son responsables, brindan un servicio personalizado y adecuado. Por otro lado, solo un 30 por ciento de los turistas entrevistados indicaron que no lo perciben ya que no tienen un trato adecuado, por lo que es necesario que el personal sea capacitado.

“Sí presencié una atención eficiente porque los prestadores de servicio eran muy responsables con su trabajo y se preocupaban por los turistas, por eso puedo decir que son las adecuadas y ofrecían calidad en sus servicios.”

Ulises Desiderio Gallardo – Turista nacional

Con respecto a la subcategoría rendimiento competente se preguntó si perciben un rendimiento competente en los prestadores de servicio turístico en la localidad de Canta, obteniendo como resultado que la mayoría, es decir, un 70 por ciento, indica que perciben la existencia de una competencia y mejora turística, como también buena atención ya que se ve reflejado en la responsabilidad, calidad de servicio y desempeño adecuado por parte de los prestadores turísticos. Por otro lado, un 20 por ciento de la totalidad de entrevistados indicó que no perciben un rendimiento competente debido a la falta de capacitación del personal establecido en los diferentes servicios. Para finalizar, una pequeña parte, es decir un 10 por ciento indica que el rendimiento competente es regular ya que a que algunos tienen vocación y otros trabajan por simple obligación.

“Sí, porque pude presenciar un buen rendimiento adecuado en el servicio que me brindaron, ya que fueron profesionales y responsables en su trabajo.”

Ulises Desiderio Gallardo – Turista nacional

Categoría Nº 03: Calidad de servicio en la capacidad de respuesta

Esta categoría se analizó al identificar la percepción de los turistas respecto a la capacidad de respuesta de la calidad del servicio brindado en el distrito de Canta y

se obtuvo que la atención es rápida y buena ya que brindan un servicio preciso de acuerdo a las necesidades del turista.

Para su mejor comprensión se detallará el resultado en cada subcategoría

(a) Atención inmediata (b) Atención precisa.

Con respecto a la subcategoría atención inmediata, se preguntó si perciben atención inmediata respecto a las actividades turísticas realizadas en Canta, obteniendo como resultado que la mayoría, es decir, un 70 por ciento, indica buena atención rápida debido a que tienen una excelente actitud y brindan una gran experiencia. Para finalizar, un 30 por ciento menciona que la atención no es inmediata respecto a las actividades turísticas, ya que existe demora y poca eficiencia de los trabajadores.

“La verdad es que sí, porque te brindan una buena atención y realizan sus servicios como por ejemplo el de guiado con una buena actitud y rendimiento adecuado, además de que en la atención fueron rápidos y no hubo esa espera incomoda que normalmente hay en los tours.”

Ulises Desiderio Gallardo – Turista nacional

Con respecto a la subcategoría atención precisa se preguntó si perciben atención precisa respecto a las actividades turísticas realizadas en Canta, obteniendo como resultado que la mayoría, es decir, un 90 por ciento en donde indica que sí perciben una atención precisa y buena, puesto que les ofrecieron un servicio completo y a su vez era lo que estaban buscando de acuerdo a sus necesidades. Por otro lado, un 10 por ciento de la totalidad de entrevistados refieren que no perciben atención precisa respecto a las actividades turísticas realizadas en Canta debido a que existen algunos prestadores de servicio los cuales tienen poca experiencia en el lugar.

“Fue más de lo que esperaba porque encontré soluciones a mis problemas como por ejemplo el efectivo y mis tarjetas de crédito, prácticamente el servicio se adecua a las necesidades de los turistas y eso es bueno.”

Valentina Rubio Escobar – Turista Internacional

Categoría Nº 04: Calidad de servicio en la seguridad

Esta categoría se analizó al identificar la percepción de los turistas respecto a la seguridad de la calidad de servicio brindado en el distrito de Canta y se obtuvo que los conocimientos son los apropiados ya que tienen una preparación para brindar un buen servicio y transparencia.

Para su mejor entendimiento se detallará el resultado en cada subcategoría
(a) Transparencia con el cliente (b) Conocimientos técnicos

Con respecto a la subcategoría transparencia con el cliente se preguntó si observan transparencia en los servicios turísticos brindados en la localidad de Canta, obteniendo como resultado que la mayoría, es decir, un 80 por ciento indica que sí existe buen servicio y transparencia ya que cumplen con lo establecido. Por otro lado, un 10 por ciento de la totalidad de los entrevistados mencionan que no observan transparencia debido a que existen empresas que no cumplen con lo prometido al momento de realizar su trabajo. Para finalizar, un 10 por ciento refiere que la transparencia es regular porque a veces te otorgan lo ofrecido y en otros casos no.

“Creo que en general sí, porque me brindaron un servicio de acuerdo a lo que me mencionaron con anterioridad, me refiero al momento de comprar el servicio.”

Valeria Chonate – Turista internacional

Con respecto a la subcategoría conocimientos técnicos se preguntó si perciben que los conocimientos técnicos son los adecuados por los prestadores de servicios turísticos en Canta, obteniendo como resultado que la mayoría, es decir el 90 por ciento refiere que sí tienen los conocimientos adecuados como también cuentan con una buena preparación y profesionalismo porque se preocupan por el servicio que ofrecen. Por otro lado, una pequeña parte de los entrevistados, es decir un 10 por ciento indicaron que no perciben que sean los adecuados debido a que existe poca preparación ya que no cuentan con los estudios requeridos para poder brindar un buen servicio.

“Sí cuentan con los conocimientos adecuados porque son personas que viven de su trabajo y para ello necesitan una buena preparación para no perder clientes y puedan recomendar el lugar y su trabajo.”

Ulises Desiderio Gallardo – Turista nacional

Categoría Nº 05: Calidad de servicio en la empatía

Esta categoría se analizó al identificar la percepción de los turistas respecto a la empatía de la calidad de servicio brindado en el distrito de Canta y se obtuvo que la atención es personalizada ya que toman como prioridad al turista para otorgar un buen servicio de calidad.

Para su mejor entendimiento se detallará el resultado en cada subcategoría (a) Atención individualizada (b) Interés al usuario.

Con respecto a la subcategoría atención individualizada se preguntó si observan atención personalizada por parte de los prestadores de servicios turísticos en Canta, obteniendo como respuesta que la mayoría, es decir, un 80 por ciento indica que la atención es personalizada y existe preocupación del sector turístico en el distrito hacia el turista ya que se enfocan en brindar un servicio especial y diferente, de acuerdo a las necesidades del consumidor. Por otro lado, un 20 por ciento de la totalidad de entrevistados refieren que la atención no es personalizada debido a que no se apreció ese tipo de servicio durante todo el viaje.

“Sí, en realidad, todo va depender de cuanto estés dispuesto a pagar para que tengas el servicio que buscas, la población y agencias turísticas se preocupan por el servicio, por esa razón observe que existe una atención personalizada para cada tipo de visitante.”

Entrevistado 7 – Turista nacional

Con respecto a la subcategoría interés al usuario se preguntó si notan interés al turista por parte de los trabajadores de servicios turísticos en Canta, obteniendo como resultado que la mayoría, es decir, un 80 por ciento de los turistas entrevistados mencionaron que, sí perciben el interés, ya que es bueno y fomenta nuevas oportunidades para el distrito como también el buen servicio de calidad. Por otro lado, una pequeña parte de los entrevistados, es decir, un 20 por ciento indica

que no todos tienen vocación de servicio debido a que algunos solamente les interesa terminar rápido su trabajo para pasar con el siguiente grupo,

“Claro, las agencias de viaje y pobladores que brindan el servicio de como, por ejemplo: comida, artesanías, dulces etc.; siempre están atentos a las necesidades del visitante, también pude ver que daban buen servicio.”

Sergio Arturo Martínez Flores- Turista nacional

4.2 DISCUSIÓN

A partir de los resultados obtenidos a través de las entrevistas a profundidad con el cuestionario semiestructurado en su totalidad coinciden o guardan relación en las respuestas, brindándonos de esta manera datos clave para el objetivo de esta presente investigación.

UNIDAD TEMÁTICA: CALIDAD DE SERVICIO DEL TURISMO

En la investigación realizada, se ha medido la calidad luego que lo turistas hayan recibido el servicio en el distrito de Canta, por ello el resultado ha sido su percepción por lo cual ha influenciado en diferentes dimensiones básicas en relación a los elementos tangibles, fiabilidad, capacidad de respuesta, empatía y seguridad.

Calidad de servicio en los elementos tangibles

Con respecto a los resultados obtenidos sobre los elementos tangibles, se mencionó que las instalaciones y materiales de comunicación son las adecuadas ya que contribuyen al turismo y permiten mejorar el estilo de vida del distrito.

Estos resultados guardan relación con Atocha (2017) ya que mencionó en sus resultados que el 41.88% de sus encuestados percibieron una alta calidad en los elementos tangibles, así también lo afirmó Chinchayán (2018), ya que el 49,8% de sus encuestados afirmaron que cuando realizaron un trámite de duplicado del DNI en el Reniec sede central, esta contó con una buena calidad de servicio. Sin embargo, Grijalba (2019) no está de acuerdo a lo mencionado, ya que en sus resultados el 37,3% de los encuestados insistieron que el nivel de elementos tangibles es baja en el personal adscrito a la Facultad de Ciencias, asimismo, Veliz (2017) mencionó en sus resultados que el 28,3 % de los encuestados refieren que están "Totalmente en desacuerdo", es decir; los pacientes afirman que no existen materiales que se encuentren visualmente atractivos y las instalaciones físicas tampoco.

a) Instalaciones adecuadas

Con respecto a los resultados obtenidos de forma general, en el distrito de Canta se ha presenciado que existen instalaciones adecuadas en buen estado ya que los

mismos pobladores se encargan de mantenerlo el mejor estado posible, para promover el desarrollo del turismo y poder generar ingresos económicos.

Estos resultados guardan relación con lo que sostiene Cueva (2015), Pérez (2018) afirmaron que la calidad de servicio es un aspecto clave en la rentabilidad de las empresas, y depende estrictamente de la satisfacción que puedan sentir los clientes, para que compren frecuentemente, se fidelicen y a la vez recomienden el servicio recibido. Sin embargo, Angulo (2017) obtuvo en sus resultados que el 32% se encontró en desacuerdo, entre los comentarios, indicaban que las instalaciones de las agencias no eran adecuadas, por ser muy pequeñas, lo cual brindaba cierta desconfianza.

b) Materiales de comunicación

Según los hallazgos encontrados podemos mencionar que, en la comunidad de Canta, los materiales de comunicación contribuyen al turismo y son materiales adecuados ya que lo utilizan como punto a favor para mejorar la difusión del potencial turístico de la zona.

Estos resultados guardan relación con Effio y Mora (2018) quienes mencionaron en sus resultados que el 43.46% de sus encuestados están de acuerdo con los elementos que la empresa de turismo J.A Paraíso Chimbote brinda a sus clientes para estar enterados de las novedades, rutas y más de los viajes. Sin embargo, estos resultados no guardan relación con los de Angulo (2017), ya que sus resultados respecto a los materiales comunicacionales el 30.3% de sus encuestados, indicaron que no encontraron suficientes artículos que cuenten o expliquen el servicio de la agencia de viaje.

Calidad de servicio en la fiabilidad

Se obtuvo que la atención es eficiente ya que la calidad de servicio es buena y esto a su vez genera competencia y mejoramiento turístico, por otro lado, la falta de capacitación es un punto en donde se debe mejorar.

Estos resultados guardan relación con Atocha (2017) Menciona que el 70,09% de sus encuestados tienen una percepción positiva respecto a la calidad de servicio de dos gerencias de la Municipalidad de Villa el Salvador. De igual

manera Chinchayán (2018) indicó que el 39,9% de sus encuestados afirmaron que la calidad de servicio usuarios externos de trámite de duplicado del DNI en el Reniec sede central es muy buena. Finalmente, Effio y Mora (2018) afirmaron El 42.16% de los clientes de la empresa de turismo J.A. paraíso, respondieron que el nivel de la calidad de servicio en su dimensión “Fiabilidad” está calificado como buena. Sin embargo, los resultados de Angulo (2017) no se relacionan a los autores anteriores, ya que la percepción del turista respecto a la fiabilidad que el servicio prestó, es muy desfavorable, teniendo un 32.3%. Indicaron también el término desfavorable, de un 31.8%.

c) Atención eficiente

Conforme a los hallazgos obtenidos podemos mencionar que en el distrito de Canta la atención es eficiente y la calidad de servicio es óptima porque se respeta todos los itinerarios completos, son responsables, brindan un servicio personalizado y adecuado.

Estos resultados no guardan relación con Contreras (2018) el cual mencionó en sus resultados que el 37% de encuestados ha percibido baja la disposición por brindar buen servicio desde el primer momento en la agencia Full Viajes Perú. De igual manera, Angulo (2017) tuvo como resultados que los turistas de las agencias de viaje en Chachapoyas el 35.8% de los encuestados, quienes indicaron estar en desacuerdo ya que, en ocasiones, por ejemplo, al necesitar más agua, o recurrir a un servicio higiénico, su respuesta era que debían partir o respondían de mala gana, puesto que no estimaban estos contratiempos en su guiado.

d) Rendimiento competente

Con respecto a los resultados obtenidos de forma general podemos manifestar que todos los turistas que visitaron Canta respondieron que existe un rendimiento competente y mejora turística, como también buena atención, ya que se ve reflejado en la responsabilidad, calidad de servicio y desempeño adecuado por parte de los prestadores turísticos

Estos resultados guardan relación con Diaz (2017), quien menciona en sus resultados que el público en el área de Administración Tributaria de la Municipalidad

distrital de Paijan, tienen una buena atención, respetando el orden de llegada con el tiempo de espera, viendo claramente que no hay preferencias. Asimismo, Fernández (2017) obtuvo resultados positivos de los alumnos de la Institución Educativa “Esther Cáceres Salgado” del Rímac, afirmando que perciben un rendimiento adecuado por parte del personal académico. Sin embargo, Angulo (2017) afirmó que los turistas no están de acuerdo con el rendimiento de las agencias de viaje en Chachapoyas, ya que el servicio que brindan es poco aceptable, por lo mismo que el personal no pone de su parte para lograr cambiar este tipo de opiniones por parte de los turistas.

Calidad de servicio en la capacidad de respuesta

Respecto a la capacidad de respuesta, se obtuvo que la atención es rápida y buena ya que brindan un servicio preciso de acuerdo a las necesidades del turista.

Estos resultados guardan relación con Grijalba (2019), quien mencionó en sus resultados que la capacidad de respuesta es alta en el personal adscrito a la Facultad de Ciencias, por lo mismo que hay fluidez al desarrollar acciones dentro del centro de estudios. Agregando, Atocha (2017) tuvo como resultados que los usuarios externos a la Municipalidad afirmaron que la capacidad de respuesta es alta, exactamente 71% de los encuestados. Sin embargo, Chacón (2018) no está de acuerdo a los resultados, ya que en su investigación el nivel de insatisfacción es igual a 62,33%, lo cual indica que no ha sido adecuado el nivel de respuesta de los empleados del centro hospitalario. Asimismo, Angulo (2017) se lamenta al ver que el 36.5% de sus encuestados afirmaron que la capacidad de respuesta en las agencias de viaje en Chachapoyas es muy desfavorable, ya que tienen que esperar siempre varios minutos para poder recibir ciertos resultados.

e) Atención inmediata

Conforme a los resultados recogidos podemos mencionar que, en el distrito de Canta, existe buena atención rápida debido a que tienen una excelente actitud y brindan una gran experiencia.

Estos resultados tienen relación con Hwang, Kim, Soo-Hee Lee y Sahito (2020), quienes en sus resultados mencionaron que las personas de la tercera edad afirman las asistencias rápidas por parte del sector turístico en los parques de

Corea. Sin embargo, los resultados de Angulo (2017) no concordaron con lo ya dicho, ya que la autora mencionó que el 36% de los turistas indicaron estar en desacuerdo a la inmediatez de las agencias de turismo en Chachapoyas respecto a las solicitudes de servicios, como información, atención médica, etc, casi siempre teniendo una excusa de sus empleados.

f) Atención precisa

Conforme a los resultados recogidos podemos mencionar que en Canta que sí perciben una atención precisa y buena, puesto que les ofrecieron un servicio completo y a su vez era lo que estaban buscando de acuerdo a sus necesidades.

Estos resultados tienen relación con la investigación de Concha (2010), el cual mencionó que para los clientes si se considera la satisfacción total de lo que requiere, tanto en calidad de servicio como de respuesta.

Sin embargo, Angulo (2017) está en desacuerdo con los resultados ya mencionados, ya que obtuvo que el 31.5% está en desacuerdo respecto a las formas de atención de las agencias, poniendo como ejemplo a un turista nacional, el cual recibió en dos ocasiones servicios diferentes a los solicitados.

Calidad de servicio en la seguridad

Gracias a los instrumentos aplicados, se obtuvo que los conocimientos son los apropiados ya que tienen una preparación para brindar un buen servicio y transparencia.

Estos resultados guardan similitud con Montalvo (2016), quien en sus resultados obtuvo la mayoría de turistas tiene altas expectativas respecto al puesto de control fronterizo Kasani-Yunguyo Puno, aunque se puede mejorar para que el turista sienta una completa tranquilidad, añadió. Asimismo, Atocha (2017) mencionó que el 60,7% del público externo de la Municipalidad de Villa el Salvador sienten seguridad al ingresar a sus establecimientos, teniendo personal capacitado. Por último, Chinchayán (2018) reconoció que el 44,5% de los usuarios afirman que la calidad de servicio respecto a seguridad es la apropiada.

Sin embargo, Veliz (2017) obtuvo en sus resultados que el 32,5 % de los pacientes del Centro de salud Libertad Huancayo afirmaron que están en

desacuerdo, ya que no reciben ayuda instantánea al solicitarla por parte del personal. Igualmente, Angulo (2017) mencionó que la seguridad es percibida por el turista como desfavorable principalmente, teniendo como porcentaje un 36%, ya que muchas veces ellos mismos tienen que estar pendientes a los peligros, es decir, no se sienten seguros.

g) Transparencia con el cliente

Con respecto a los hallazgos obtenidos podemos manifestar de forma general que existe buen servicio y transparencia ya que cumplen con lo establecido.

Estos resultados guardan similitudes con Álava y Loor (2014), quienes mencionaron que los clientes se sienten seguros al dejar sus pertenencias dentro de las habitaciones, siendo este el motivo principal para escoger el hotel “Cabañas Balandra “. Sin embargo, quienes no comparten similitud con el resultado nombrado son Asencio y Murilo (2012), ya que en sus resultados confirmaron que se pudo identificar áreas en donde distintos clientes estaban insatisfechos del lugar durante el servicio que les ofrecían, ofreciendo servicios que nunca obtuvieron en el complejo turístico “La Hacienda”.

h) Conocimientos técnicos

Con respecto a los resultados recogidos podemos mencionar que los turistas refieren que si tienen los conocimientos adecuados como también cuentan con una buena preparación y profesionalismo porque se preocupan por el servicio que ofrecen.

Los resultados guardan similitud con López (2016), ya que menciona que el personal del restaurant tiene experiencia y profesionalismo al atender las necesidades de los comensales, respondiendo todas las inquietudes con el fin de generar confianza. Sin embargo, Angulo (2017) afirmó en sus resultados que el 29.4% de los turistas mostraron encontrarse en desacuerdo, entre sus comentarios indicaban que se notaron los errores y la falta de organización previa.

Calidad de servicio en la empatía

Gracias a los resultados, se obtuvo que la atención es personalizada por lo mismo que toman como prioridad al turista para otorgar un buen servicio de calidad.

Los resultados guardan relación con Chinchayán (2018) ya que en sus resultados mencionó que el 54,8% de los usuarios externos de trámite de duplicado del DNI en el Reniec sede central afirman que es muy buena la calidad de servicio, siempre estando atentos a las necesidades del público. Asimismo, Chacón (2018) obtuvo como resultado que los pacientes del consultorio del adulto mayor en el Hospital Marino Molina, sienten que el personal toma en serio los problemas que pueden llegar a tener los usuarios.

Sin embargo, Contreras (2018) obtuvo en sus resultados que el 44% de los turistas percibió baja a la preocupación y comprensión por sus intereses de la agencia Full Viajes Perú, ubicada en Los Olivos. De igual forma, Angulo (2017) mencionó que el 32.8% de los turistas atendidos en las diferentes agencias de viaje en Chachapoyas, es desfavorable, por no comprometerse a cumplir con las atenciones básicas hacia ellos.

i) Atención individualizada

Con respecto a los hallazgos obtenidos podemos dar a conocer que los turistas indican que la atención es personalizada y existe preocupación del sector turístico en el distrito hacia el turista ya que se enfocan en brindar un servicio especial y diferente, de acuerdo a las necesidades del consumidor.

Los resultados obtenidos guardan similitud con Effio y Mora (2018), ya que mencionaron que el 57,52% de los clientes de la empresa de turismo J.A. paraíso, manifiestan que la calidad de servicio en su dimensión "Empatía" está mayormente considerado como bueno, por la buena atención y preocupación de los encargados. Sin embargo, los resultados no guardan similitud con Angulo (2017), quien mencionó que el 35.5% de los clientes estaban en desacuerdo principalmente porque los carros que los movilizaban no eran muy cómodos, y que dado el caso se trasladaran a ancianos, este no sería el indicado.

j) Interés al usuario

Conforme a los resultados obtenidos podemos mencionar, en cuanto a esta subcategoría, que la mayoría de los turistas que visitaron Canta declaran que sí perciben el interés, ya que es bueno y fomenta nuevas oportunidades para el distrito como también el buen servicio de calidad.

Los resultados no guardan similitud con Angulo (2017), quien mencionó que las agencias de viaje deben conocer los riesgos de cierto tipo de alergias que puedan sufrir los clientes, u otras discapacidades, el 32% que se encuentra en desacuerdo porque no existe la preocupación de bienestar o cuidado al cliente.

V. CONCLUSIONES

En la presente investigación se identificó la percepción de los turistas respecto a los elementos tangibles de la calidad de servicio, lo cual gracias a los resultados obtenidos se supo que las instalaciones físicas implementadas fueron las adecuadas, ya que no se dañó el medio donde se rodea y a la vez se brindó una comodidad al visitante.

También se identificó con respecto a la fiabilidad en el servicio, que la atención es eficiente ya que, gracias a los resultados alcanzados mediante las entrevistas a diferentes turistas en el distrito, mencionaron que recibieron buena atención en toda su estadía, siendo respetuosos como también amables, es ahí donde apreciaron su buen desenvolvimiento en su trabajo.

Asimismo, con respecto a la capacidad de respuesta se identificó que la atención ofrecida por parte de los operarios turísticos es rápida debido a que cualquier consulta o requerimiento que un turista necesitó, la persona que ofreció el servicio ya sea restaurante o guiado lo ayudó inmediatamente, esto generó confianza y empatía por parte del viajero, valorando el buen trabajo y desempeño que puso para satisfacer sus necesidades.

Igualmente, con relación a los resultados sobre la seguridad en el servicio, se identificó por parte de los turistas que los conocimientos técnicos sobre el turismo fueron los apropiados para poder ofrecer sus servicios en el ámbito turístico, ya sea un guía, mozo, artesano, etc, tuvieron lo necesario para poder ofrecer sus servicios de manera confiable y transparente.

De la misma manera se consiguió en base a la empatía, que la atención por parte de los operadores en el sector turismo fue personalizada ya que tuvieron como primordial interés poder cumplir sus requerimientos necesarios de los visitantes, sin dejarlos con dudas ni inquietudes.

Finalmente, se logró identificar sobre la calidad de servicio, que es apropiada y apta para el funcionamiento de sus servicios, como también en los elementos tangibles, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía, donde se generó situaciones favorables para el bienestar del visitante, donde se incrementó su potencial turístico y desarrollo de la comunidad.

VI. RECOMENDACIONES

Con respecto a la percepción de los turistas sobre la calidad de servicio del turismo se recomienda aplicar el proceso PHVA (Planificar, Hacer, Verificar y Actuar) el cual le permitirá desarrollar y alcanzar mejoras que repercutan en beneficio de las empresas turísticas para la mejora continua de la actividad, como también, generar alianzas estratégicas con empresas en el rubro para que trabajen en conjunto a favor del turismo en la localidad.

En cuanto a los elementos tangibles, se sugiere al Gobierno Municipal en conjunto con la comunidad, cuidar las instalaciones turísticas y los materiales de comunicación ya que permiten llevar a cabo el proceso de servicio de manera eficiente de acuerdo a las necesidades del consumidor. Asimismo, acompañar con objetos visuales o de sonido, entre otros con el fin de facilitar la comunicación y el aprendizaje.

Conforme a la fiabilidad, se recomienda a las empresas turísticas del distrito realizar encuestas a sus colaboradores donde se plantea conocer la perspectiva interna de la empresa sobre el servicio y sobre la reputación de la compañía. Los aportes serán valiosos y podrán ayudar en la mejora del servicio.

De acuerdo a la capacidad de respuesta, se sugiere a los prestadores turísticos implementar o mejorar la atención de forma precisa e inmediata mediante capacitaciones constantes y buena formación laboral a través de CGP (CAPACITACIONES GRATUITAS PERÚ), el cual brinda cursos gratuitos para otorgar un servicio adecuado de acuerdo con lo que el turista actual busca.

En el tema de seguridad, se recomienda a los prestadores turísticos tener transparencia con el cliente y adecuarse de conocimientos técnicos necesarios para el desarrollo de la actividad turística, mediante constantes reforzamientos sobre servicio y reuniones con la Municipalidad distrital con el fin de garantizar que la actividad siga en marcha de manera adecuada y ordenada.

En relación a la empatía, se sugiere realizar estudios de satisfacción al turista tanto de forma virtual o escrita periódicamente, al menos una vez durante un año, ya que de esta manera se podrá determinar en qué grado de satisfacción aproximadamente se pueda encontrar y de acuerdo a ello aplicar el proceso más adecuado para mejorar la calidad.

REFERENCIAS

- Aiteco Consultores (s.f). *El Modelo SERVQUAL de Calidad de Servicio*. Aiteco Consultores. Recuperado de: <https://www.aiteco.com/modelo-servqual-de-calidad-de-servicio/>
- Alava, L. y Bastidas, J. (2016). *Estudio de la calidad del servicio y satisfacción del cliente de las agencias de viajes en Puerto Ayora, Isla Santa Cruz* (Tesis de pregrado). Universidad Central del Ecuador, Ecuador.
- Alava, L. y Loor, A. (2014). *Análisis de factibilidad para el desarrollo de una bebida a base de remolacha y stevia, como alternativa para personas hipertensas en la provincia del Guayas - Ecuador año 2014*. (Tesis de pregrado). Universidad de Guayaquil, Guayaquil, Ecuador.
- Álvarez, C. (2008). La etnografía como modelo de investigación en educación. *Revista Gazeta de Antropología*, 24 (1).
- Angulo, K. (2017). *Calidad de los Servicios Turísticos de las Agencias de Viaje en la Ciudad de Chachapoyas, Año 2017* (Tesis de pregrado). Universidad César Vallejo, Perú.
- Asencio, L., y Murillo, E. (2012). *Calidad de servicio en el complejo Turístico “La Hacienda”*. Huancayo 2012 (Tesis de pregrado). Universidad Nacional del Centro del Perú, Perú.
- Atocha, E. (2017). *Percepción del usuario externo sobre la calidad de servicio de dos gerencias Municipalidad de Villa El Salvador 2017* (Tesis de maestría). Universidad César Vallejo, Lima, Perú.
- Batlle, S. (s.f). *Evaluación de la Atención en la Infancia y la Adolescencia*. Barcelona, España, Editorial: Bieni.
- Benavides, O. (2016) *Nivel de demanda de Turismo Místico y Calidad de servicios en Hampina Wasis de la Comunidad Campesina de Ancaschacca Distrito de Santiago, Cusco 2016* (Tesis de pregrado). Universidad Andina de Cusco, Cusco, Perú.

- Bento, P., Murta, L., y Sáez, J. (2019). La calidad de los servicios de las empresas de turismo activo en Portugal. *Cuadernos de Turismo*, (44), 27–41. doi:10.6018/turismo.44.404721
- Bernal (2010). *Ejemplos de justificación teórica, práctica y metodológica. Colombia.: Solo ejemplos*. Recuperado de: <https://cutt.ly/KaEK0My>
- Biagi, B., Ladu, G., Meleddu, M., and Royuela, V. (2019). Tourism and the city: The impact on residents' quality of life. *International Journal of Tourism Research*. doi:10.1002/jtr.2326
- Blanco, D. (2014). *El diagrama Causa-Efecto (Ishikawa - Sistemas de Gestión)*. Madrid, España. Calidad, Estrategia y Liderazgo. Recuperado de: <https://cutt.ly/paELldV>
- Bolle, F., Oyola, B., y Ferrari, E. (2019). La calidad de servicio y la satisfacción del cliente en la dirección regional de comercio exterior y turismo, Pucallpa, 2018. *Repositorio de revistas de la Universidad privada de Pucallpa*, 3(03). doi: <https://doi.org/10.37292/riccva.v3i03.125>
- Buitrago, M. and Caraballo, Á. (2019). Exploring the links between tourism and quality of institutions. *Cuadernos de Turismo*, (43), 215–247. doi:10.6018/turismo.43.09
- Butnaru, I., Miller, A., Nita, V. and Stefanica, M. (2018). A new approach on the quality evaluation of tourist services. *Economic Research-Ekonomska Istraživanja*, 31(1), 1418–1436. doi:10.1080/1331677x.2018.1477611.
- Callo, J. (2017). *Calidad del Servicio y Satisfacción del Turista en la excursión a la montaña Vininkunca 2017* (Tesis de pregrado). Universidad Andina del Cusco, Cusco, Perú.
- Campo, V., Arribas, N., y Morenas, J. (2017). Calidad en los servicios de turismo activo de Extremadura. *Apunts. Educación Física y Deportes*, 129 (3). 95-107. doi: [http://dx.doi.org/10.5672/apunts.2014-0983.es.\(2017/3\).129.07](http://dx.doi.org/10.5672/apunts.2014-0983.es.(2017/3).129.07)

- Carmona, A. (2019). *Percepción del turista interno sobre la calidad de servicio al cliente, de la agencia de viajes y turismo, Perú Together Travel, en la ciudad de Trujillo, 2015* (Tesis de pregrado). Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo, Chiclayo, Perú.
- Castro, J., Palacios, J. y Plazarte, L. (2020). Imagen del destino desde la perspectiva del turista. *Turismo y Sociedad*, 26, 45-66. doi: <http://dx.doi.org/10.18601/01207555.n26.02>
- Chacón, J. (2018). *Calidad de Servicios de Salud en consultorio del adulto mayor en el Hospital Marino Molina - EsSalud 2018* (Tesis de maestría). Universidad César Vallejo, Lima, Perú.
- Concha, J. (2010). *Satisfacción del cliente en empresas de servicio el caso de la industria de restaurantes* (Tesis de pregrado). Universidad de Piura, Piura, Perú.
- Contreras, C. (2018). *Motivación laboral y su relación con la calidad de servicio en la agencia Full Viajes Perú - Los Olivos - Lima 2018* (Tesis de pregrado). Universidad César Vallejo, Lima, Perú.
- Changasuk, C. (2017). The Difference of Travel Service Quality Attributes of Travel Service Provider According to Information Search Channel. *International Journal of Grid and Distributed Computing* 10(10) 99-108. doi: <http://dx.doi.org/10.14257/ijgdc.2017.10.10.09>
- Chinchayán, A. (2018). *Percepción de la calidad de servicio en el Registro Nacional de Identificación y Estado Civil, sede central Lima, 2017* (Tesis de maestría). Universidad César Vallejo, Lima, Perú.
- CGP (2016). *Comunicación y atención al cliente*. Recuperado de: <http://capacitacionesgratisperu.blogspot.com/?fbclid=IwAR0aDm8FwMNNup5sv7Ijn8aHpd0CCVK3MISN1cq0W3gsJBNEqleLDMNV4nc>
- Cueva, V. (2015). *Evaluación de la calidad percibida por los clientes del Hotel Los Portales a través del análisis de sus expectativas y percepciones* (Tesis de pregrado). Universidad de Piura, Piura, Perú.

- De los Rios, J. (2018). (2018). Análisis de la calidad de servicio del sector turístico en ciudad fronteriza. *Adgnosis*, 7 (7), 56-64. doi: <https://doi.org/10.21803/adgnosis.v7i7.293>
- Díaz, A. (2017). *Percepción de la calidad de servicio de los usuarios en el área de Administración Tributaria de la Municipalidad Distrital de Paján 2017* (Tesis de pregrado). Universidad César Vallejo, Trujillo, Perú
- Díaz, G. (2017). Turismo y desarrollo local. *Pasos Tenerife*, 15 (2), 333-340.
- Duque, E. (2005). Revisión del concepto de calidad del servicio y sus modelos de medición. *INNOVAR. Revista de Ciencias Administrativas y Sociales*. 15 (25)
- Effio, M. y Mora, E. (2018). *Calidad del servicio y su relación con la satisfacción del cliente en la empresa turismo J.A Paraíso Chimbote – 2018* (Tesis de pregrado). Universidad César Vallejo, Chimbote, Perú.
- Escobar, D., Casadesús, M., Alexandre, P., and Simon, A. (2019). Exploring the Role of Service Delivery in Remarkable Tourism Experiences. *Sustainability*, 11(5), 1382. doi:10.3390/su11051382
- Femenías, L., Perramon, J., and Oliveras (2019). Effects of Service Quality Policies in the Tourism Sector Performance: An Empirical Analysis of Spanish Hotels and Restaurants. *Sustainability*, 11(872). doi:10.3390/su11030872
- Fernández, E. (2017). *Percepción de la Calidad de Servicio de estudiantes del 4° y 5° año de secundaria de la Institución Educativa “Esther Cáceres Salgado” del Rímac, Lima – 2015* (Tesis de maestría). Universidad César Vallejo, Lima, Perú.
- Ferri, M., Durá, E., and Garcés, J. (2019). Service Quality Scales and Tourists with Special Needs: A Systematic Review. *Sustainability*, 11(14), 3844. doi:10.3390/su11143844
- Fuentes, L., Hernández, E., y Morini, S. (2016). Q de calidad y satisfacción del turista en el sector hotelero español. *Cuadernos de Turismo*, (37), 203. doi:10.6018/turismo.37.256211

- Gandara, J. (2004). La imagen de los destinos turísticos urbanos, (6). doi: 10.14210/rtva.v6n1.p69
- Garcia, R., Ramirez, A. & Rodríguez, M. (2014). Educación en alfabetización mediática para una nueva ciudadanía prosumidora. *Comunicar*, (43), 15-23. doi: <https://doi.org/10.3916/C43-2014-01>
- Gomez, C. (2006). *Las instalaciones y la arquitectura*. Recuperado de: <file:///C:/Users/PC09/Downloads/2006TecnicalInstalaciones.pdf>
- Gonzales, V. (2002). ¿Qué significa ser un profesional competente? Reflexiones desde una perspectiva psicológica. *Revista Cubana de Educación Superior*, (22), 45-53.
- Grijalba, R. (2019). *Empoderamiento y calidad de servicio del personal adscrito a la Facultad de Ciencias de la Universidad Nacional de Educación Enrique Guzmán y Valle* (Tesis de pregrado). Universidad Nacional de Educación Enrique Guzmán y Valle, Lima, Perú.
- Guzella, Á. (2019). *La importancia del conocimiento técnico para obtener resultados*. Recuperado de: <https://n9.cl/nrle5>
- Guzmán, K. (2016) *Perfil turístico del visitante nacional que llega a la provincia de Canta* (Tesis de pregrado). Universidad César Vallejo, Lima, Perú.
- Han, H., Kiatkawsin, K., Koo, B., and Kim, W. (2020). Thai wellness tourism and quality: comparison between Chinese and American visitors' behaviors. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 25(4), 424–440. doi:10.1080/10941665.2020.1737551
- Hernández, H., Barrios, I., y Martínez, D. (2018). Gestión de la calidad: elemento clave para el desarrollo de las organizaciones. *Criterio Libre*, 16 (28),179-195
- Hernández, S., Fernández, C., y Baptista, P. (2003) *Metodología de la investigación*. España: Editorial McGraw-Hill Interamericana.

- Hwang, J., Kim, J., Lee, J., and Sahito, N. (2020). How to Form Wellbeing Perception and Its Outcomes in the Context of Elderly Tourism: Moderating Role of Tour Guide Services. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 17(3), 1029. doi:10.3390/ijerph17031029
- Jiménez, R. (2004). Indicadores de la calidad y eficiencia de los servicios hospitalarios. Una mirada actual. *Revista cubana de salud pública*.
- Julca, M. (2016). Un Enfoque a La Importancia Del Turismo. *Revista Turismo y Patrimonio*, 10, 133–136.
- Keshavarz, Y., and Jamshidi, D. (2018). Service quality evaluation and the mediating role of perceived value and customer satisfaction in customer loyalty. *International Journal of Tourism Cities*, 4(2), 220–244. doi:10.1108/ijtc-09-2017-0044
- La república (2019). *Más de 4 millones de turistas extranjeros llegaron a Perú en el 2018*. La República. <https://larepublica.pe/economia/2019/08/07/mas-de-4-millones-de-turistas-extranjeros-llegaron-a-peru-en-el-2018/>
- López, E. (2016). En torno al concepto de competencia: Un análisis de fuentes. *Revista de Currículum y Formación de Profesorado*. *Profesorado*, 20(1), pp. 311-322
- Masaquiza (2017). *Análisis de la calidad de los prestadores de servicios turísticos en la parroquia Salasaca provincia Tungurahua* (Tesis de pregrado) Universidad Central de Ecuador, Quito, Ecuador.
- Masri, You, Ruangkanjanases, Chen, and Pan. (2019). Assessing the Effects of Information System Quality and Relationship Quality on Continuance Intention in E-Tourism. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 17(1), 174. doi:10.3390/ijerph17010174
- Matsumoto, R. (2014). Desarrollo del Modelo Servqual para la medición de la calidad del servicio en la empresa de publicidad Ayuda Experto. *Perspectivas*, 17 (33), 181-209.

- Méndez, C. (2012). *Metodología. Diseño y desarrollo del proceso de investigación con énfasis en ciencias empresariales*. Recuperado de: <https://n9.cl/h8as>
- Mediavilla, L., y Gómez, V. (2016). El turismo activo en España. Identificación de la calidad del servicio en las empresas. *Apunts. Educación Física y Deportes*, 124, 108-113. [https://doi.org/10.5672/apunts.2014-0983.es.\(2016/2\).124.09](https://doi.org/10.5672/apunts.2014-0983.es.(2016/2).124.09)
- Milla, E. (2019). *Identidad cultural y conciencia turística en la población de la ciudad de Canta, 2018* (Tesis de pregrado). Universidad San Martín de Porres, Lima, Perú.
- MINCETUR (2011). *Guía Metodológica para la Identificación, Formulación y Evaluación Social de Proyectos de Inversión Pública del Sector Turismo, a Nivel de Perfil*. Lima, Perú: Editorial Arkabas.
- Mohammed, N. (2019). A study on the dimensions of the quality of tourism services in the Kingdom of Saudi Arabia. *Management Science Letters*, (10), 1115–1120. doi: 10.5267/j.msl.2019.10.030
- Montalvo, B. (2016). *Calidad de servicio desde la perspectiva del turista extranjero en el puesto de control fronterizo Kasani-Yunguyo Puno 2015* (Tesis de pregrado). Universidad Nacional del Altiplano. Puno, Perú.
- Montaño, F. (2017). *Análisis de la implementación del ciclo PHVA para el aseguramiento de la calidad de servicio en el área de AT Your Service en la actualidad* (Tesis de pregrado). Universidad San Martín de Porres, Lima, Perú.
- Morales, E. (2017). *La gestión administrativa y calidad de atención del usuario de la Municipalidad de San Juan de Lurigancho* (Tesis de maestría). Universidad César Vallejo, Lima, Perú.
- Moreno, E. (2013). *Metodología de investigación. Pautas para hacer Tesis*. Recuperado de: <https://cutt.ly/laWV3t4>
- Municipalidad de Canta (2020). *Canta y sus 360 grados de historia y naturaleza*. Recuperado de: <https://municanta.gob.pe/portal-de-transparencia/>.
- Nava, V. (2006). *¿Qué es la calidad?: Conceptos, gurús y modelos fundamentales*. México: Editorial Limusa.

- Nicuesa, M. (2014). *Definición de perspectiva*. Recuperado de: <https://www.definicionabc.com/social/perspectiva.php>
- Nombela, C. (2019). *Por qué es importante la transparencia en las empresas*. Recuperado de: <https://forbes.es/empresas/42052/por-que-es-importante-la-transparencia-en-las-empresas/>
- Otero, C. (2003). *Evaluación de la calidad de destinos turísticos de sol y playa: una aplicación a la Costa del Sol* (Tesis de postgrado). Universidad de Málaga, Málaga, España.
- Paradinas, C. (2020). La gestión del conflicto en el ámbito laboral de las organizaciones turísticas: una herramienta de marketing interno. *Holos*, 36(1), 1-12. doi: <http://dx.doi.org/10.15628/holos.2020.8260>.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. y Berry, L. (1995). Procesos de comunicación y control en la creación de calidad de servicio. *Gabler Verlag Wiesbaden*, 131-160. doi: 10.1007/978-3-322-99411-0_6
- Pavic, L., Blesic, I., Petrovic, D., Radovanovic, M., and Prisenk, J. (2019). Can the Quality of Hospitality Services Play a Role in Sustainable Equestrian Tourism in Slovenia? Mediations, Effects, and Implications. *Sustainability*, 11(21), 6155. doi:10.3390/su11216155.
- Peralta, Á. y Viltard, A. (2016). Herramientas de análisis estratégico una propuesta para la pequeña y mediana empresa (pyme). *Palermo Business Review*, (14), 45-64.
- Pérez, B. (2018). *Diagnóstico del turismo rural comunitario en el pueblo de Obrajillo, Canta, Lima -2018* (Tesis de pregrado). Universidad César Vallejo, Lima, Perú.
- Pérez, R., García, G., Sánchez, A., and Martínez V. (2017). Quality management and customer satisfaction in a tourist destination, a structural equation analysis. *Polish journal of management studies* 16 (1). doi: 10.17512/pjms.2017.16.1.15

- Pivac, T., Blesic, I., Kovacic, S., Besermenjil, S., and Lesjak, M. (2019). Visitors' satisfaction, perceived quality, and behavioral Intentions: the case study of exit festival. *Original scientific paper* 69(2). doi: <https://doi.org/10.2298/IJGI1902123P>.
- Ramírez, A. (2017). Servqual o Servperf: ¿Otra alternativa?. *Sinapsis*, 1, (9) 59 - 63.
- Ramírez, F., Oyola, S. y Ferrari, F. (2019). *La calidad de servicio y la satisfacción del cliente en la dirección regional de comercio exterior y turismo, Pucallpa, 2018* (Tesis de pregrado). Universidad Privada de Pucallpa, Ucayali, Perú.
- Rogel, J. y Cejas, M. (2018). La calidad de servicio y desarrollo sostenible del turismo en Santa Cruz-Galápagos. *Negotium*, 14(40)
- Romanov, R., Romanova, L., and Savelera, N. (2019). New challenges of quality of the market of health-resort and tourist services: case study of krasnodar krai (Russia). *International Journal for Quality Research* 13(2) 381–394. doi: 10.24874/IJQR13.02-09.
- Rosales, L. (2010). Componentes esenciales del trabajo en equipo y el servicio al (a la) cliente(a) interno(a) y externo(a). *Bibliotecas*, 28(2).
- Ruiz, J. (2012). *Metodología para la Investigación Cualitativa*. Argentina: Editorial Bilbao.
- Tarrillo, E. (2017). *Impactos del turismo en la localidad de Obrajillo, desde la percepción de los pobladores en la provincia de Canta, Lima, 2017* (Tesis de pregrado). Universidad César Vallejo, Lima, Perú.
- Tigani, D. (2006). *Excelencia en servicio*. Argentina: Editorial Liderazgo 21.
- Vargas, Z. (2009). La investigación aplicada: Una forma de conocer las realidades con evidencia científica. *Revista Educación* 33
- Vélez, M. y Llerena, J. (2011). *Determinación de la oferta de calidad de los servicios privados y/o comunitarios reconocidas por el Ministerio de Turismo en la sierra ecuatoriana, Andes* (Tesis de maestría). Universidad Politécnica Salesiana, Guayaquil, Ecuador.

Veliz, K, (2017). *La calidad de servicio en el área de admisión y satisfacción del paciente en el Centro de Salud Libertad Huancayo 2017* (Tesis de pregrado). Universidad Continental, Huancayo, Perú.

Zayas, P. (2010). *El rombo de las investigaciones de las ciencias sociales. Biblioteca virtual de Derecho, Economía y Ciencias Sociales*. Recuperado de: <https://n9.cl/dkggk>

ANEXOS

Anexo 1: Cuestionario

Fecha: _____

Entrevista N° _____

UNIDAD DE ESTUDIO: CALIDAD DE SERVICIO DEL TURISMO

CATEGORÍA: CALIDAD DE SERVICIO EN LOS ELEMENTOS TANGIBLES

1. ¿Ud. percibe que las instalaciones turísticas implementadas son adecuadas en la localidad?
2. ¿Ud. como turista percibe que los materiales de comunicación son adecuados para mejorar el turismo en Canta?

CATEGORÍA: CALIDAD DE SERVICIO EN LA FIABILIDAD

3. ¿Ud. Observa una atención eficiente respecto a las actividades turísticas de la localidad?
4. ¿Ud. percibe un rendimiento competente en los prestadores de servicio turístico en la localidad?

CATEGORÍA: CALIDAD DE SERVICIO EN LA CAPACIDAD DE RESPUESTA

5. ¿Ud. percibe atención inmediata respecto a las actividades turísticas en la localidad?
6. ¿Ud. como turista percibe atención precisa respecto a las actividades turísticas realizadas en la localidad?

CATEGORÍA: CALIDAD DE SERVICIO EN LA SEGURIDAD

7. ¿Ud. observa transparencia en los servicios turísticos brindado en la localidad?
8. ¿Ud. como turista percibe que los conocimientos técnicos necesarios son las adecuadas por los prestadores de servicio en la localidad?

CATEGORÍA: CALIDAD DE SERVICIO EN LA EMPATÍA

9. ¿Ud. observa atención personalizada por parte de los prestadores de servicios turísticos en Canta?
10. ¿Ud. percibe el interés al usuario por parte de los prestadores de servicio turístico en la localidad?

Anexo 2: Tablas de evaluación de expertos



ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN EN TURISMO Y HOTELERÍA

TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Lima, 03 de Diciembre del 2019

Apellido y nombres del experto: Janampa Gómez, Gladys Guinsela
 DNI: 44319936 Teléfono: _____
 Título/grados: Mg. Gestión Empresarial
 Cargo e institución en que labora: Docente UCV

Mediante la tabla de evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con "x" en cada una de las celdas.

ITEM	INACEPTABLE					ACEPTABLE					OBSERVACIONES	
	0	10	20	30	40	50	60	70	80	90		100
1										X		
2										X		
3										X		
4										X		
5										X		
6										X		
7										X		
8									X			

Promedio de valoración: 640

Guinsela J.

FIRMA DEL EXPERTO

TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Lima, 03 de Diciembre del 2019

 Apellido y nombres del experto: Jimena Guillon Terasa

 DNI: 40935712 Teléfono: 987594424

 Título/grados: Magister

 Cargo e institución en que labora: DTC UCV

Mediante la tabla de evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con "x" en cada una de las celdas.

	ITEM	INACEPTABLE					ACEPTABLE					OBSERVACIONES	
		0	10	20	30	40	50	60	70	80	90		100
1	¿El instrumento de recolección de datos está formulado con lenguaje apropiado y comprensible?										X		
2	¿El instrumento de recolección de datos guarda relación con el título de la investigación?											X	
3	¿El instrumento de recolección de datos facilitará el logro de los objetivos de la investigación?										X		
4	¿Las preguntas del instrumento de recolección de datos se sostienen en un marco teórico?											X	
5	¿Las preguntas del instrumento de recolección de datos se sostienen en antecedentes relacionados con el tema?										X		
6	¿el diseño del instrumento de recolección de datos facilitará el análisis y el procesamiento de los datos?											X	
7	¿El instrumento de recolección de datos tiene una presentación ordenada?										X		
8	¿El instrumento guarda relación con el avance de la ciencia y la tecnología?										X		

 Promedio de valoración: 671.25

FIRMA DEL EXPERTO



TABLA DE EVALUACIÓN DE EXPERTOS

Lima, 03 de Diciembre del 2019

 Apellido y nombres del experto: Mescua Figueroa Augusto César

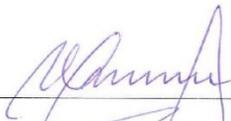
 DNI: 09929084 Teléfono: 995577873

 Título/grados: Magister - Metodólogo

 Cargo e institución en que labora: Universidad Cesar Vallejo - Coordinador

Mediante la tabla de evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con "x" en cada una de las celdas.

ITEM	INACEPTABLE					ACEPTABLE					OBSERVACIONES		
	0	10	20	30	40	50	60	70	80	90		100	
1							✓						Precisar las preguntas para
2							✓						que los entrevistados
3							✓						podan expresarse
4							✓						y argumentar sus respuestas
5							✓						
6							✓						
7							✓						
8							✓						

 Promedio de valoración: 427.5

 FIRMA DEL EXPERTO

Anexo 3: Procesamiento de análisis de datos

UNIDAD TEMÁTICA	CATEGORÍA	SUBCATEGORÍA
CALIDAD DE SERVICIO DEL TURISMO	Calidad de servicio en los elementos tangibles	Instalaciones adecuadas
		Materiales de comunicación
	Calidad de servicio en la fiabilidad	Atención eficiente
		Rendimiento competente
	Calidad de servicio en la capacidad de respuesta	Atención inmediata
		Atención precisa
	Calidad de servicio en la seguridad	Transparencia con el cliente
		Conocimientos técnicos
	Calidad de servicio en la empatía	Atención individualizada
		Interés al usuario

Anexo 4: Categorías, subcategorías y matriz de categorización apriorística

UNIDAD DE ESTUDIO	PREGUNTA GENERAL	OBJETIVO GENERAL	PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	CATEGORÍAS	SUBCATEGORÍAS
Calidad de servicio del turismo	¿Cuál es la percepción de los turistas respecto a la calidad de servicio del turismo en el distrito de Canta, Lima, 2019?	Conocer la percepción de los turistas respecto a la calidad de servicio del turismo en el Distrito de Canta, Lima, 2019.	¿Usted percibe que las instalaciones turísticas implementadas son adecuadas en la localidad? ¿Usted como turista percibe que los materiales de comunicación son adecuados para mejorar el turismo en Canta?	1: Identificar la percepción de los turistas respecto a los elementos tangibles de la calidad de servicio brindado en el Distrito de Canta, Lima, 2019.	Calidad de servicio en los elementos tangibles	Instalaciones adecuadas
						Materiales de Comunicación
			¿Usted observa una atención eficiente respecto a las actividades turísticas de la localidad? ¿Usted percibe un rendimiento competente en los prestadores de servicio turístico en la localidad?	2: Identificar la percepción de los turistas respecto a la fiabilidad de la calidad de servicio brindado en el Distrito de Canta, Lima, 2019.	Calidad de servicio en la fiabilidad	Atención eficiente
						Rendimiento competente
			¿Usted percibe atención inmediata respecto a las actividades turísticas en la localidad? ¿Usted como turista percibe atención precisa respecto a las actividades turísticas realizadas en la localidad?	3: Identificar la percepción de los turistas respecto a la capacidad de respuesta de la calidad de servicio brindado en el Distrito de Canta, Lima, 2019.	Calidad de servicio en la capacidad de respuesta	Atención inmediata
						Atención precisa
			¿Usted observa transparencia en los servicios turísticos brindado en la localidad? ¿Usted como turista percibe que los conocimientos técnicos necesarios son las adecuadas por los prestadores de servicio en la localidad?	4: Identificar la percepción de los turistas respecto a la seguridad de la calidad de servicio brindado en el Distrito de Canta, Lima, 2019.	Calidad de servicio en la seguridad	Transparencia con el cliente
						Conocimientos técnicos
			¿Usted observa atención personalizada por parte de los prestadores de servicio turísticos en Canta? ¿Usted percibe el interés al usuario por parte de los prestadores de servicio turístico en la localidad?	5: Identificar la percepción de los turistas respecto a la empatía de la calidad de servicio brindado en el Distrito de Canta, Lima, 2019.	Calidad de servicio en la empatía	Atención individualizada
						Interés al usuario

Anexo 5: Transcripción de entrevistas

A continuación, se presenta los resultados de las entrevistas realizadas a 10 turistas que visitaron el distrito de Canta.

Nombre de los investigadores: Jhannely Briones Reyes y Fuentes Almeyda Alvaro

Lugar de entrevista: Distrito de Lima – Online

UNIDAD TEMÁTICA: Calidad de servicio del turismo

CATEGORÍA: Elementos tangibles

SUBCATEGORÍA: Instalaciones adecuadas

ENTREVISTA N°1

Nombre: Diego

Correo: diegoypa17@gmail.com

País de origen del entrevistado: Perú

CATEGORÍA: Calidad de servicio en los elementos tangibles

SUBCATEGORÍA: Instalaciones adecuadas

1: ¿Usted percibe que las instalaciones turísticas implementadas en Canta son adecuadas? ¿Por qué?

R1: Bueno a mí parecer yo digo que sí, debido que las veces que he ido a este distrito siempre he encontrado en buen estado sus instalaciones turísticas, bueno un aspecto a mejorar sería las carreteras es un poco estrecha.

SUBCATEGORÍA: Materiales de comunicación

2: ¿Usted como turista percibe que los materiales de comunicación son adecuados para mejorar el turismo en Canta? ¿Por qué?

R2: A mi parecer yo puedo decir que sí, ya que todos los materiales que fueran a utilizar son buenos, así como los paneles publicitarios, los anuncios que

encontramos durante el camino, los celulares, los cuadernos que nos sirven para apuntar entre otros también que se pueden observar.

CATEGORÍA: Calidad de servicio en la fiabilidad

SUBCATEGORÍA: Atención eficiente

3: ¿Usted observa una atención eficiente respecto a las actividades turísticas realizadas en Canta? ¿Por qué?

R3: Bueno sí, debido a las veces que he ido al momento de encontrar un servicio turístico siempre han respetado todos los itinerarios completos, nunca ha faltado nada.

SUBCATEGORÍA: Rendimiento competente

4: ¿Usted percibe un rendimiento competente en los prestadores de servicio turístico en la localidad de Canta? ¿Por qué?

R4: Si porque saben armar su itinerario para que un turista pueda disfrutarlo todo el día y sea de su comodidad.

CATEGORÍA: Calidad de servicio en la capacidad de respuesta

SUBCATEGORÍA: Atención inmediata

5: ¿Usted percibe atención inmediata respecto a las actividades turísticas realizadas en Canta? ¿Por qué?

R5: Bueno como toda competencia estas agencias lo primero que buscan es poder llenar sus automóviles para que puedan salir a un destino y poder realizar su itinerario, en cuanto a los otros servicios que se pueden encontrar yo estoy todo conforme con ello.

SUBCATEGORÍA: Atención precisa

6: ¿Usted como turista percibe atención precisa respecto a las actividades turísticas realizadas en Canta? ¿Por qué?

R6: Sí porque cuando tuve la oportunidad de visitar ese distrito, me brindaron un servicio completo sin ningún problema con todo lo que ellos establecen respecto a su servicio.

CATEGORÍA: Calidad de servicio en la seguridad

SUBCATEGORÍA: Transparencia con el cliente

7: ¿Usted observa transparencia en los servicios turísticos brindados en la localidad de Canta?

R7: Bueno a mi parecer diría que sí, que siempre que he contratado un servicio me han mostrado todo lo que contiene y a la vez han cumplido con lo establecido, bueno, así como también creo que los servicios como restaurantes turísticos deben de tener un poco más de organización al público ya que hay algunos que suelen un poco demorarse y esto gestiona una mala gestión al público.

SUBCATEGORÍA: Conocimientos técnicos necesarios

8: ¿Usted como turista percibe que los conocimientos técnicos son los adecuados por los prestadores de servicios turísticos en Canta? ¿Por qué?

R8: Si, yo digo que siempre es bueno revisar todas las áreas correspondientes ya sea una agencia de viaje, un restaurante o entre otro tipo de servicios que nos brindan hacia nosotros los turistas.

CATEGORÍA: Calidad de servicio en la empatía

SUBCATEGORÍA: Atención individualizada

9: ¿Usted observa atención personalizada por parte de los prestadores de servicios turísticos en Canta? ¿Por qué?

R9: En la gran mayoría sí, ya que cada uno de ellos trabaja para diferentes tipos de servicios y buscan la manera que este servicio prestado por ellos sea el adecuado hacia ellos y poder ganarle a su competencia que ellos tienen a su alrededor.

SUBCATEGORÍA: Interés al usuario

10: ¿Usted nota interés al turista por parte de los prestadores de servicios turísticos en Canta? ¿Por qué?

R10: En algunos si se les nota ya que no solo vienen a divertirse y a disfrutar del lugar, sino que también vienen en busca de aprender nuevas oportunidades que nos genera el turismo.

ENTREVISTA N°2

Nombre: Entrevistado 2

Correo: angel18hs@gmail.com

País de origen del entrevistado: Perú

CATEGORÍA: Calidad de servicio en la fiabilidad

SUBCATEGORÍA: Instalaciones adecuadas

1: ¿Usted percibe que las instalaciones turísticas implementadas en Canta son adecuadas? ¿Por qué?

R1: Bueno si hablamos de un 100% te podría decir un 80% a 85%, ya que se ha visto que, durante el transcurso de los últimos años, si tú me hablas como turista, yo que he ido varias veces, sí, se podría decir son adecuadas porque tanto hay agencias de viaje, hay hostales, restaurantes y eso cada día más promueve la acogida de más turistas y el desarrollo del turismo no, en el pueblo.

SUBCATEGORÍA: Materiales de comunicación

2: ¿Usted como turista percibe que los materiales de comunicación son adecuados para mejorar el turismo en Canta? ¿Por qué?

R2: Claro, porque eso permite un mejor servicio en el turismo, por ejemplo, en el caso de los orientadores turísticos, ellos utilizan megáfono para hablar y así se escuche bien; en el caso de los restaurantes, emplean parlantes para promocionar su gastronomía, etc. De esta manera se estaría ejecutando una mejor difusión del potencial turístico de la zona.

CATEGORÍA: Calidad de servicio en la fiabilidad

SUBCATEGORÍA: Atención eficiente

3: ¿Usted observa una atención eficiente respecto a las actividades turísticas realizadas en Canta?

E3: Si he notado una atención eficiente, creo que si ah, en gran parte más que todo los prestadores de servicios turísticos, ellos guardan, siempre tratan de ofrecer al pasajero o al visitante una atención personalizada, por ejemplo tratan de ofrecer no se una ruta turística o un circuito turístico y lo desarrollan tal cual y a la misma vez los restaurantes los mozos o las azafatas te tratan de manera cordial y servicial, ven como por ejemplo ya están servido he un plato de comida que han pedido, te falta algo o no se quieren pedir un poco más de refresco, están al tanto, sí hay un trato eficiente por parte de los prestadores de servicio.

SUBCATEGORÍA: Rendimiento competente

4: ¿Usted percibe un rendimiento competente en los prestadores de servicio turístico en la localidad de Canta?

R4: Buen desempeño a ver, en un 80% a 90%, por ejemplo si hablamos de un guía turístico allá claro él trata enfatizarse más en todo lo que está guiando, por ejemplo te trata de hablar de la plaza de armas o la historia de la localidad o en qué zona estas visitando, él se enfoca principalmente en narrarte lo importante o trascendental de ese lugar y también si hablamos de agencias de viajes como por ejemplo una vez me toco ir para hacer reconocimiento de ruta, eh más que todo te muestran tal cual como tienes que desarrollar la actividad turística.

CATEGORÍA: Calidad de servicio en la capacidad de respuesta

SUBCATEGORÍA: Atención inmediata

5: ¿Usted percibe atención inmediata respecto a las actividades turísticas realizadas en Canta?

R5: Claro, si hablamos de atención inmediata por ejemplo yo he notado varias veces y he ido también ya sea por motivos de trabajo o de investigación allá que apenas llegan un grupo de pasajeros ya sea jóvenes o adultos familias y los mismos prestadores están ahí al tanto, ven que los turistas llegan tratan de ofrecerles sus servicios, sus productos, para que no estén como quien decir eh un pasajero llega

o este perdido no, más que todo están ahí al tanto y al momento que llega un pasajero o un turista.

SUBCATEGORÍA: Atención precisa

6: ¿Usted como turista percibe atención precisa respecto a las actividades turísticas realizadas en Canta? ¿Por qué?

R6: En cierta parte sí ya que más que todo podemos decir en el caso, poniendo ejemplo a los guías turísticos o los restaurantes, ya que una vez lleve a un grupo de estudiantes a un restaurante que nosotros trabajamos allá con algunos guías en común que conocemos y nada les pareció bien la atención inmediata, precisa que ellos habían recibido, encima los mismos dueños de los restaurantes invitan a los mismos visitantes a que vuelvan a visitar el lugar, ya sea con amigos o familiares.

CATEGORÍA: Calidad de servicio en la seguridad

SUBCATEGORÍA: Transparencia con el cliente

7: ¿Usted observa transparencia en los servicios turísticos brindados en la localidad de Canta? ¿Por qué?

R7: Si, se podría decir que sí, eh un 100% o un 95% ya que eh ellos de lo que te ofrecen no, por ejemplo la mayoría mayormente tú vas a ver ahí en la plaza muy aparte de transporte turístico vas a ver lo que es sistemas de, no perdón, eh tours operadores que te hacen o que te brindan diversos atractivos turísticos o rutas que tú puedes hacer allá y si hablamos de transparencia con respecto a eso ellos te ofrecen tal cual lo mismo lo desarrollan allá, supongamos un circuito de 4 atractivos tienes que hacerlo , te están ofreciendo ese paquete y lo cumplen, en esa parte si podría decirte que hay transparencia en el cual en el momento en los prestadores de servicios turísticos.

SUBCATEGORÍA: Conocimientos técnicos necesarios

8: ¿Usted como turista percibe que los conocimientos técnicos son los adecuados por los prestadores de servicios turísticos en Canta? ¿Por qué?

R8: Claro, por ejemplo ya he supongamos hablamos de artesanía hay un bulevar cerca se podría ser en la misma localidad de Canta que está cerca de la plaza, ya

una vez pregunte a una señora como hacia ese producto artesanal que me está vendiendo y que me está ofreciendo y me dijo que lo hago de tal manera lleva un proceso de 2 a 3 días más que todo por las herramientas o las técnica que utiliza y en cuanto eso muy a veces si te hablo de una artesana de allá pero si por ejemplo poniéndote el caso de un guía de turismo de ley tienen conocimientos sobre la historia, la cultura de su local, perdón su localidad y otro ejemplo a ver para darte de conocimiento te podría decir por ejemplo los que brindan transporte, los que brindan transporte turístico allá por ejemplo en los choferes, los transportistas ellos mismos saben la ruta, te comento un dato adicional que cualquier poblador o visitante que llega de Lima hacia el mismo Canta y quiere irse a Obrajillo no puedes movilizarte en transportes grandes como buses o mini buses tienes que contratar mini van eh carros personales o de manera esencial cualquier medio de transporte no muy grande y para ello yo creo que sí tienen conocimiento esos 3 eh pobladores que te dije, tanto artesano, guías y prestadores de transporte turístico.

CATEGORÍA: Calidad de servicio en la empatía

SUBCATEGORÍA: Atención individualizada

9: ¿Usted observa atención personalizada por parte de los prestadores de servicios turísticos en Canta? ¿Por qué?

R9: Sí, si hablamos de atención personalizada eso se ve reflejado en los guías de turismo, también en los de transporte o prestador de servicio de transporte turístico y también en los restaurantes, como te vuelvo a repetir, te doy un caso un ejemplo he para mí , tú sabes que estoy trabajando en el rubro me toco ir como guía allá para, a colegios fuimos diversos eh compañeros diversos movilidades y la facilidad y la atención personalizada que nosotros eh recibimos por parte de los pobladores que se dedican a realizar actividades turísticas, nosotros al momento de contratar a un transporte, a un señor que brindaba movilidad para ir a Obrajillo le preguntamos si nos podría brindar esa atención en el aspecto de que nos deje ahí y nosotros lo llamamos a tal hora que nos recoja y lo cumplió ósea nos dejó y nosotros supongamos le dijimos a las dos de la tarde por favor señor venga nos recoge a todos los chicos y paso la voz a sus demás compañeros que tienen

transporte de mini van todo y nos vinieron a recoger, en ese aspecto te podría decir que lleve una atención personalizada, sí lo brindan.

SUBCATEGORÍA: Interés al usuario

10: ¿Usted nota interés al turista por parte de los prestadores de servicios turísticos en Canta? ¿Por qué?

R10: Ya claro, se podría decir que en cierta parte sí y en cierta parte no, es muy poco en cierta parte que no lo hagan porque mayormente no lo harían o lo hacen y los pobladores que tienen trabajos vinculados al turista, y te podría decir que si hay una buena información que si pueden mostrarle una atención al turista. Un caso me toco que bueno a mí no fue a una compañera que no consiguió una movilidad para transportar a los chicos a la zona de Obrajillo y le dijo señor está faltando movilidad fue en una ocasión no en el mismo caso y nada trato de solucionarlo y ver ese requerimiento entonces ya para la próxima porque nosotros íbamos a regresar ya con otra institución nada lo solucionaron y si más que todo eh mostraron interés en nosotros los turistas que necesitábamos un bus allá, para tratar de solucionar ese aspecto que nos pasó, te podría decir que en ese aspecto que sí, un porcentaje de un 80% un 85% que si muestran un poco de interés.

ENTREVISTA N°3

Nombre: Ulises Desiderio Gallardo

Correo: dg.ulises17@gmail.com

País de origen del entrevistado: Perú

CATEGORÍA: Calidad de servicio en la fiabilidad

SUBCATEGORÍA: Instalaciones adecuadas

1: ¿Usted percibe que las instalaciones turísticas implementadas en Canta son adecuadas? ¿Por qué?

R1: Sí, considero que las instalaciones en el distrito son adecuadas porque las veces que estuve ahí pude observar sus instalaciones en buen estado y eso habla bien para su desarrollo turístico en el lugar.

SUBCATEGORÍA: Materiales de comunicación

2: ¿Usted como turista percibe que los materiales de comunicación son adecuados para mejorar el turismo en Canta? ¿Por qué?

R2: Sí, porque facilitan a los turistas, como por ejemplo los afiches de un restaurante ayudan a encontrar su ubicación, los megáfonos de los guías que ayudan a dirigirse a sus turistas con mayor facilidad, por eso diría que los materiales de comunicación para el turismo en canta es una gran ayuda.

CATEGORÍA: Calidad de servicio en la fiabilidad

SUBCATEGORÍA: Atención eficiente

3: ¿Usted observa una atención eficiente respecto a las actividades turísticas realizadas en Canta? ¿Por qué?

R3: Sí, presencie una atención eficiente porque los prestadores de servicio eran muy responsables con su trabajo y se preocupaban por los turistas, por eso puedo decir que son las adecuadas y que ofrecen calidad en sus servicios.

SUBCATEGORÍA: Rendimiento competente

4: ¿Usted percibe un rendimiento competente en los prestadores de servicio turístico en la localidad de Canta?

R4: Sí, porque pude presenciar un buen rendimiento adecuado en el servicio que me brindaron, ya que fueron profesionales y responsables en su trabajo.

CATEGORÍA: Calidad de servicio en la capacidad de respuesta

SUBCATEGORÍA: Atención inmediata

5: ¿Usted percibe atención inmediata respecto a las actividades turísticas realizadas en Canta?

R5: La verdad es que sí, porque te brindan una buena atención y realizan sus servicios como por ejemplo el de guiado con una buena actitud y rendimiento adecuado, además de que en la atención fueron rápidos y no hubo esa espera incomoda que normalmente hay en los tours.

SUBCATEGORÍA: Atención precisa

6: ¿Usted como turista percibe atención precisa respecto a las actividades turísticas realizadas en Canta? ¿Por qué?

R6: Por supuesto que sí, porque uno como turista desea recibir un buen servicio y divertirse, eso es lo que precisamente recibí, fueron atentos en todo, una buena atención.

CATEGORÍA: Calidad de servicio en la seguridad

SUBCATEGORÍA: Transparencia con el cliente

7: ¿Usted observa transparencia en los servicios turísticos brindados en la localidad de Canta? ¿Por qué?

R7: Sí, se podría decir que sí, porque brindan un buen servicio turístico y son transparentes al momento de ofrecerlos, en ese casi no tuve problemas y recibí un buen tour.

SUBCATEGORÍA: Conocimientos técnicos necesarios

8: ¿Usted como turista percibe que los conocimientos técnicos son los adecuados por los prestadores de servicios turísticos en Canta? ¿Por qué?

R8: Si cuentan con los conocimientos adecuados porque son personas que viven de su trabajo y para ello necesitan una buena preparación para no perder clientes y puedan recomendar el lugar y su trabajo.

CATEGORÍA: Calidad de servicio en la empatía

SUBCATEGORÍA: Atención individualizada

9: ¿Usted observa atención personalizada por parte de los prestadores de servicios turísticos en Canta? ¿Por qué?

R9: Considero que los prestadores de servicio en este caso los guías brindan una atención personalizada a nosotros los turistas para evitar quedarnos con ninguna duda a cerca del lugar por eso también su preocupación de que estemos conformes con su servicio ofrecido.

SUBCATEGORÍA: Interés al usuario

10: ¿Usted nota interés al turista por parte de los prestadores de servicios turísticos en Canta? ¿Por qué?

R10: Por supuesto, en mi caso no tuve ningún problema porque me brindaron un buen servicio y pude ver reflejado el interés a nosotros los turistas en todos los requerimientos que llegamos a tener.

ENTREVISTA N°4

Nombre: Sergio Arturo Martínez Flores

Correo: sergioarturomartinezflores@gmail.com

País de origen del entrevistado: Perú

CATEGORÍA: Calidad de servicio en la fiabilidad

SUBCATEGORÍA: Instalaciones adecuadas

1: ¿Usted percibe que las instalaciones turísticas implementadas en Canta son adecuadas? ¿Por qué?

R1: A mi parecer puedo decir que son buenas, pero no son del todo adecuadas porque no hay caminos para personas discapacitadas.

SUBCATEGORÍA: Materiales de comunicación

2: ¿Usted como turista percibe que los materiales de comunicación son adecuados para mejorar el turismo en Canta? ¿Por qué?

R2: En opinión pienso que sí, porque ayuda a mejorar el turismo como, por ejemplo, los guías hacen su mejor esfuerzo utilizando todos los recursos que las agencias le brindan.

CATEGORÍA: Calidad de servicio en la fiabilidad

SUBCATEGORÍA: Atención eficiente

3: ¿Usted observa una atención eficiente respecto a las actividades turísticas realizadas en Canta?

R3: Sí he percibido una atención eficiente ya que todo estuvo bien al hacer el recorrido ya que lo hacían con mucha responsabilidad.

SUBCATEGORÍA: Rendimiento competente

4: ¿Usted percibe un rendimiento competente en los prestadores de servicio turístico en la localidad de Canta?

R4: Sí, porque en los años que pude ir vi que el turismo aumento en el lugar, y también vi que había mucha competencia turística.

CATEGORÍA: Calidad de servicio en la capacidad de respuesta

SUBCATEGORÍA: Atención inmediata

5: ¿Usted percibe atención inmediata respecto a las actividades turísticas realizadas en Canta?

R5: Sí, porque la atención se ve reflejada a en cada uno de los servicios que brindan ya que cuentan con un rendimiento rápido, por lo menos es lo que note.

SUBCATEGORÍA: Atención precisa

6: ¿Usted como turista percibe atención precisa respecto a las actividades turísticas realizadas en Canta? ¿Por qué?

R6: De hecho, que sí, el turismo parece haberse convertido en motivo para una buena atención en el servicio según las necesidades de cada uno.

CATEGORÍA: Calidad de servicio en la seguridad

SUBCATEGORÍA: Transparencia con el cliente

7: ¿Usted observa transparencia en los servicios turísticos brindados en la localidad de Canta? ¿Por qué?

R7: Con el servicio que me brindaron no he tenido problemas porque recibí buena atención y fue lo que prometieron.

SUBCATEGORÍA: Conocimientos técnicos necesarios

8: ¿Usted como turista percibe que los conocimientos técnicos son los adecuados por los prestadores de servicios turísticos en Canta? ¿Por qué?

R8: Sí, porque yo pienso que los conocimientos son necesarios para realizar un buen servicio de calidad y eso es lo que me ofrecieron durante el viaje.

CATEGORÍA: Calidad de servicio en la empatía

SUBCATEGORÍA: Atención individualizada

9: ¿Usted observa atención personalizada por parte de los prestadores de servicios turísticos en Canta? ¿Por qué?

R9: En realidad sí, porque va depender mucho del tipo de turismo que quieras realizar por eso habrá de pagar un poquito más para que el servicio sea algo más diferente y adecuado, a mi parecer la calidad de atención es buena.

SUBCATEGORÍA: Interés al usuario

10: ¿Usted nota interés al turista por parte de los prestadores de servicios turísticos en Canta? ¿Por qué?

R10: Claro, las agencias de viaje y pobladores que brindan el servicio de como, por ejemplo: comida, artesanías, dulces etc.; siempre están atentos a las necesidades del visitante, también pude ver que daban buen servicio.

ENTREVISTA N°5

Nombre: Stefany Nicole Torre Sulca

Correo: stefany.torre@unmsm.edu.pe

País de origen del entrevistado: Perú

CATEGORÍA: Calidad de servicio en la fiabilidad

SUBCATEGORÍA: Instalaciones adecuadas

1: ¿Usted percibe que las instalaciones turísticas implementadas en Canta son adecuadas? ¿Por qué?

R1: Sí, en parte, porque el ambiente es rústico, el atractivo turístico es paisajístico.

SUBCATEGORÍA: Materiales de comunicación

2: ¿Usted como turista percibe que los materiales de comunicación son adecuados para mejorar el turismo en Canta? ¿Por qué?

R2: Sí, por que facilitan la interacción entre diferente componente haciendo llegar estos espacios turísticos a más personas.

CATEGORÍA: Calidad de servicio en la fiabilidad

SUBCATEGORÍA: Atención eficiente

3: ¿Usted observa una atención eficiente respecto a las actividades turísticas realizadas en Canta?

R3: Sí, porque las personas que brindan el servicio son muy amigables.

SUBCATEGORÍA: Rendimiento competente

4: ¿Usted percibe un rendimiento competente en los prestadores de servicio turístico en la localidad de Canta?

R4: No, porque eran servicios del mismo rubro, pero se individualizan ocasionando una alta variabilidad de precios.

CATEGORÍA: Calidad de servicio en la capacidad de respuesta

SUBCATEGORÍA: Atención inmediata

5: ¿Usted percibe atención inmediata respecto a las actividades turísticas realizadas en Canta?

R5: Sí, porque estaban atentos apenas llegas al lugar, ofreciendo sus servicios.

SUBCATEGORÍA: Atención precisa

6: ¿Usted como turista percibe atención precisa respecto a las actividades turísticas realizadas en Canta? ¿Por qué?

R6: Sí, porque son actividades de por sí cortas, como restaurantes o servicios de paseo en caballo.

CATEGORÍA: Calidad de servicio en la seguridad

SUBCATEGORÍA: Transparencia con el cliente

7: ¿Usted observa transparencia en los servicios turísticos brindados en la localidad de Canta? ¿Por qué?

R7: Sí, porque en comparación a los diferentes servicios ofrecidos todos guardan relación en base al precio y calidad del servicio.

SUBCATEGORÍA: Conocimientos técnicos necesarios

8: ¿Usted como turista percibe que los conocimientos técnicos son los adecuados por los prestadores de servicios turísticos en Canta? ¿Por qué?

R8: Sí, por ejemplo: los paseadores de caballo por ejemplo tenían conocimientos de adiestramiento. Estos conocimientos técnicos son básicos, pero a la vez suficientes para el tipo de servicio brindado en Canta.

CATEGORÍA: Calidad de servicio en la empatía

SUBCATEGORÍA: Atención individualizada

9: ¿Usted observa atención personalizada por parte de los prestadores de servicios turísticos en Canta? ¿Por qué?

R9: Sí, porque te atienden bien, son amables y siempre preguntan si deseas algo más, Incluso son comunicativos.

SUBCATEGORÍA: Interés al usuario

10: ¿Usted nota interés al turista por parte de los prestadores de servicios turísticos en Canta? ¿Por qué?

R10: Sí, porque hay referencias del lugar y cuando uno visita un sitio puede corroborar estos atractivos.

ENTREVISTA N°6

Nombre: Pilar Chirinos Hurtado

Correo: Miah231510@gmail.com

País de origen del entrevistado: Perú

CATEGORÍA: Calidad de servicio en la fiabilidad

SUBCATEGORÍA: Instalaciones adecuadas

1: ¿Usted percibe que las instalaciones turísticas implementadas en Canta son adecuadas? ¿Por qué?

R1: Sí, en mi opinión las implementaciones darán a conocer un poquito más de la historia.

SUBCATEGORÍA: Materiales de comunicación

2: ¿Usted como turista percibe que los materiales de comunicación son adecuados para mejorar el turismo en Canta? ¿Por qué?

R2: Claro que sí, es lo más importantes debido a que si el turista no logra comprender lo que el guía está explicando no creo que le interese volver algún otro día.

CATEGORÍA: Calidad de servicio en la fiabilidad

SUBCATEGORÍA: Atención eficiente

3: ¿Usted observa una atención eficiente respecto a las actividades turísticas realizadas en Canta?

R3: No, siento que depende mucho de la persona que brinde el servicio. En mi experiencia el guía que me tocó no parecía muy feliz de estar ahí con nosotros.

SUBCATEGORÍA: Rendimiento competente

4: ¿Usted percibe un rendimiento competente en los prestadores de servicio turístico en la localidad de Canta?

R4: Como indique en la pregunta 3, depende mucho de las personas. Hay algunos que son muy amables y divertidos, mientras que otros andan de mal humor y se ven aburridos solo de estar ahí, como si lo hicieran por obligación.

CATEGORÍA: Calidad de servicio en la capacidad de respuesta

SUBCATEGORÍA: Atención inmediata

5: ¿Usted percibe atención inmediata respecto a las actividades turísticas realizadas en Canta?

R5: Al principio todo el mundo quiere que vayas con ellos, la cuestión es que si esa misma energía sigue después del pago.

SUBCATEGORÍA: Atención precisa

6: ¿Usted como turista percibe atención precisa respecto a las actividades turísticas realizadas en Canta? ¿Por qué?

R6: Sí, algunos guías parecen más preocupados en terminar rápido para poder ir y manejar a otro grupo más.

CATEGORÍA: Calidad de servicio en la seguridad

SUBCATEGORÍA: Transparencia con el cliente

7: ¿Usted observa transparencia en los servicios turísticos brindados en la localidad de Canta? ¿Por qué?

R7: En algunos si otros no, porque algunos si cumplen con lo que originalmente te muestran en lo que consiste el servicio y otros no.

SUBCATEGORÍA: Conocimientos técnicos necesarios

8: ¿Usted como turista percibe que los conocimientos técnicos son los adecuados por los prestadores de servicios turísticos en Canta? ¿Por qué?

R8: Los que te brindan el servicio son gente que ha vivido ahí toda su vida, es obvio que saben mucho de la zona.

CATEGORÍA: Calidad de servicio en la empatía

SUBCATEGORÍA: Atención individualizada

9: ¿Usted observa atención personalizada por parte de los prestadores de servicios turísticos en Canta? ¿Por qué?

SUBCATEGORÍA: Interés al usuario.

R9: No, la mayoría se maneja en grupos y no dan ese servicio personalizado durante el recorrido.

10: ¿Usted nota interés al turista por parte de los prestadores de servicios turísticos en Canta? ¿Por qué?

R10: Depende mucho de la persona que te pongan para realizar el recorrido, porque hay personas que, si te muestran todo y se dan su tiempo de enseñarte cada cosa, hasta te hacen reír con alguna historia divertida y otras simplemente les preocupa terminar rápido para que puedan pasar al siguiente grupo.

ENTREVISTA N°7

Nombre: Arabel Stefanny Zegarra Condezo

Correo: arazegarra13@gmail.com

País de origen del entrevistado: Perú

CATEGORÍA: Calidad de servicio en la fiabilidad

SUBCATEGORÍA: Instalaciones adecuadas

1: ¿Usted percibe que las instalaciones turísticas implementadas en Canta son adecuadas? ¿Por qué?

R1: Claro que tienen instalaciones adecuadas para que los visitantes puedan hacer turismo ya que la población está interesada en que esta actividad se desarrolle y pueda convertir en fuente de ingresos económicos.

SUBCATEGORÍA: Materiales de comunicación

2: ¿Usted como turista percibe que los materiales de comunicación son adecuados para mejorar el turismo en Canta? ¿Por qué?

R2: Yo creo que los materiales de comunicación son importantes en toda actividad, pero tratándose del turismo en Canta yo vi que no está del todo completo ya que debe integrar más materiales didácticos e informativos.

CATEGORÍA: Calidad de servicio en la fiabilidad

SUBCATEGORÍA: Atención eficiente

3: ¿Usted observa una atención eficiente respecto a las actividades turísticas realizadas en Canta?

R3: Sí, yo creo que existe una atención adecuada y buena o por lo menos es lo que note sin embargo como todo lugar turístico necesita más personal capacitado para que exista calidad de servicio.

SUBCATEGORÍA: Rendimiento competente

4: ¿Usted percibe un rendimiento competente en los prestadores de servicio turístico en la localidad de Canta?

R4: Sí, yo creo que gracias a la competencia se está mejorando el turismo y esto hace que el desempeño del servicio en Canta sea mejor, la población lo tiene en cuenta por eso la atención que yo recibí siempre fue buena a pesar de que me ofrecieron muchas opciones más.

CATEGORÍA: Calidad de servicio en la capacidad de respuesta

SUBCATEGORÍA: Atención inmediata

5: ¿Usted percibe atención inmediata respecto a las actividades turísticas realizadas en Canta?

R5: Siempre que fui a Canta tuve buenas experiencias en cuanto a la atención ya que me atendieron de forma inmediata, buena y amable en todo el sentido del servicio que me brindaron.

SUBCATEGORÍA: Atención precisa

6: ¿Usted como turista percibe atención precisa respecto a las actividades turísticas realizadas en Canta? ¿Por qué?

R6: En general sí, desde el momento que llegué a Canta los pobladores fueron muy atentos conmigo, incluso recibí el servicio que estaba buscando. La atención es buena.

CATEGORÍA: Calidad de servicio en la seguridad

SUBCATEGORÍA: Transparencia con el cliente

7: ¿Usted observa transparencia en los servicios turísticos brindados en la localidad de Canta? ¿Por qué?

R7: Sí, yo creo que las agencias de viaje en la localidad lo practican y son transparentes con su servicio, pero siempre existe un pequeño grupo de empresas que promueve la informalidad, más allá de todo pienso que brindan un buen servicio pues todo es depende de cuánto estas dispuesto a pagar.

SUBCATEGORÍA: Conocimientos técnicos necesarios

8: ¿Usted como turista percibe que los conocimientos técnicos son los adecuados por los prestadores de servicios turísticos en Canta? ¿Por qué?

R8: Sí, note que los guías tienen conocimientos adecuados para hacer que el turismo en Canta sea entretenido, se ve reflejado en su preparación, por lo menos en mi caso fue muy didáctico de inicio a fin.

CATEGORÍA: Calidad de servicio en la empatía

SUBCATEGORÍA: Atención individualizada

9: ¿Usted observa atención personalizada por parte de los prestadores de servicios turísticos en Canta? ¿Por qué?

R9: Sí, en realidad, todo va depender de cuanto estés dispuesto a pagar para que tengas el servicio que buscas, la población y agencias turísticas se preocupan por el servicio, por esa razón observe que existe una atención personalizada para cada tipo de visitante.

SUBCATEGORÍA: Interés al usuario

10: ¿Usted nota interés al turista por parte de los prestadores de servicios turísticos en Canta? ¿Por qué?

R10: Desde mi punto de vista sí pude notar el interés al turista pues se preocupaban sobre qué era lo que me gustaba y que no, el servicio siempre fue bueno.

ENTREVISTA N°8

Nombre: Nataly

Correo: natalyrojas1906@gmail.com

País de origen del entrevistado: Perú

CATEGORÍA: Calidad de servicio en la fiabilidad

SUBCATEGORÍA: Instalaciones adecuadas

1: ¿Usted percibe que las instalaciones turísticas implementadas en Canta son adecuadas? ¿Por qué?

R1: No está de todo implementado se necesita más acceso para llegar a Canta como también infraestructura.

SUBCATEGORÍA: Materiales de comunicación

2: ¿Usted como turista percibe que los materiales de comunicación son adecuados para mejorar el turismo en Canta? ¿Por qué?

R2: Claro que sí cuanto más comunicación es mejor para el turista y para los pobladores de Canta.

CATEGORÍA: Calidad de servicio en la fiabilidad

SUBCATEGORÍA: Atención eficiente

3: ¿Usted observa una atención eficiente respecto a las actividades turísticas realizadas en Canta?

R3: No, porque se necesita capacitar más a sus colaboradores y pobladores, hay actividades que requieren de supervisión.

SUBCATEGORÍA: Rendimiento competente

4: ¿Usted percibe un rendimiento competente en los prestadores de servicio turístico en la localidad de Canta?

R4: No, porque falta capacitar más a los prestadores de servicio turísticos en cuanto a la atención al turista.

CATEGORÍA: Calidad de servicio en la capacidad de respuesta

SUBCATEGORÍA: Atención inmediata

5: ¿Usted percibe atención inmediata respecto a las actividades turísticas realizadas en Canta?

R5: No, porque se demoran en atender en algunos servicios como por ejemplo hotel.

SUBCATEGORÍA: Atención precisa

6: ¿Usted como turista percibe atención precisa respecto a las actividades turísticas realizadas en Canta? ¿Por qué?

R6: No, porque los colaboradores en servicio turísticos no tienen un tiempo establecido en Canta.

CATEGORÍA: Calidad de servicio en la seguridad

SUBCATEGORÍA: Transparencia con el cliente

7: ¿Usted observa transparencia en los servicios turísticos brindados en la localidad de Canta? ¿Por qué?

R7: No, porque existen empresas turísticas que dicen brindar un servicio, pero emplean otros.

SUBCATEGORÍA: Conocimientos técnicos necesarios

8: ¿Usted como turista percibe que los conocimientos técnicos son los adecuados por los prestadores de servicios turísticos en Canta? ¿Por qué?

R8: No, porque falta más conocimiento técnico en cuanto a los prestadores de servicios turísticos.

CATEGORÍA: Calidad de servicio en la empatía

SUBCATEGORÍA: Atención individualizada

9: ¿Usted observa atención personalizada por parte de los prestadores de servicios turísticos en Canta? ¿Por qué?

R9: Sí, en ese sentido se preocupan de cómo está percibiendo el turista el servicio.

SUBCATEGORÍA: Interés al usuario

10: ¿Usted nota interés al turista por parte de los prestadores de servicios turísticos en Canta? ¿Por qué?

R10: Sí, porque se esmeran de dar un buen servicio, con lo poco que tienen.

ENTREVISTA N°9

Nombre: Valeria Chonate Asto

Correo: valeriachonate80@gmail.com

País de origen del entrevistado: España

CATEGORÍA: Calidad de servicio en la fiabilidad

SUBCATEGORÍA: Instalaciones adecuadas

1: ¿Usted percibe que las instalaciones turísticas implementadas en Canta son adecuadas? ¿Por qué?

R1: Si, son instalaciones básicas que a mí parecer están bien, ya que estamos hablando de un lugar turístico rodeado de naturaleza.

SUBCATEGORÍA: Materiales de comunicación

2: ¿Usted como turista percibe que los materiales de comunicación son adecuados para mejorar el turismo en Canta? ¿Por qué?

R2: En mi opinión sí, porque las oportunidades que tuve que ir a Canta pude observar que los materiales que utilizaban los guías, los hoteles, restaurantes para poder mejorar el servicio eran las adecuadas, como los afiches de los restaurantes ayudan a los turistas a ubicarlos, los mapas que entregan en los tours, por eso podría decir que sí.

CATEGORÍA: Calidad de servicio en la fiabilidad

SUBCATEGORÍA: Atención eficiente

3: ¿Usted observa una atención eficiente respecto a las actividades turísticas realizadas en Canta?

R3: Si, eficientes y eficaces, la atención es buena y rápido dentro de lo cabe.

SUBCATEGORÍA: Rendimiento competente

4: ¿Usted percibe un rendimiento competente en los prestadores de servicio turístico en la localidad de Canta?

R4: Si, claro está que hay prestadores que te pueden ofrecer una que otra actividad diferente que otro compañero en el sector, pero se puede decir que la calidad del servicio en cuestión es buena porque si bien es cierto no todo funciona adecuadamente, pero se nota el interés por mejorar poco a poco.

CATEGORÍA: Calidad de servicio en la capacidad de respuesta

SUBCATEGORÍA: Atención inmediata

5: ¿Usted percibe atención inmediata respecto a las actividades turísticas realizadas en Canta?

R5: Sí, en general, es entendible porque al ser un grupo de turistas tan grande como en mi caso fue difícil de recibir una atención buena y rápida.

SUBCATEGORÍA: Atención precisa

6: ¿Usted como turista percibe atención precisa respecto a las actividades turísticas realizadas en Canta? ¿Por qué?

R6: Pues, sí porque fueron claros al momento de recibir todos los servicios, no tuve inconvenientes, nos brindaron justamente lo que queríamos, un buen servicio y atención.

CATEGORÍA: Calidad de servicio en la seguridad

SUBCATEGORÍA: Transparencia con el cliente

7: ¿Usted observa transparencia en los servicios turísticos brindados en la localidad de Canta? ¿Por qué?

R7: Creo que en general sí, porque me brindaron un servicio de acuerdo a lo que me mencionaron con anterioridad, me refiero al momento de comprar el servicio.

SUBCATEGORÍA: Conocimientos técnicos necesarios

8: ¿Usted como turista percibe que los conocimientos técnicos son los adecuados por los prestadores de servicios turísticos en Canta? ¿Por qué?

R8: Sí, creo tienen los conocimientos para realizar bien su trabajo en este caso el turismo.

CATEGORÍA: Calidad de servicio en la empatía

SUBCATEGORÍA: Atención individualizada

9: ¿Usted observa atención personalizada por parte de los prestadores de servicios turísticos en Canta? ¿Por qué?

R9: No, yo por mi parte no he visto preferencia por alguno.

SUBCATEGORÍA: Interés al usuario

10: ¿Usted nota interés al turista por parte de los prestadores de servicios turísticos en Canta? ¿Por qué?

R10: Sí, depende si pagas un servicio de alto precio, claro entiendo que, si yo pago por algo a un precio elevado, espero un servicio de primera.

ENTREVISTA N°10

Nombre: Valentina Rubio Escobar

Correo: valentina.rubiov@cun.edu.com

País de origen del entrevistado: Colombia

CATEGORÍA: Calidad de servicio en la fiabilidad

SUBCATEGORÍA: Instalaciones adecuadas

1: ¿Usted percibe que las instalaciones turísticas implementadas en Canta son adecuadas? ¿Por qué?

R1: En mi opinión si veo que todo esta se encuentra bien en cuanto a su infraestructura e instalaciones. Cuando viajé lo encontré en buen estado, los mismos pobladores se encargan de mantenerlo lo mejor posible.

SUBCATEGORÍA: Materiales de comunicación

2: ¿Usted como turista percibe que los materiales de comunicación son adecuados para mejorar el turismo en Canta? ¿Por qué?

R2: Sí, porque los materiales que el guía utilizo fueron realmente útiles, por ejemplo, utilizo afiches y mapas los cuales ayudaron a tener una mejor ubicación, y con ello pudimos conocer mejor el lugar.

CATEGORÍA: Calidad de servicio en la fiabilidad

SUBCATEGORÍA: Atención eficiente

3: ¿Usted observa una atención eficiente respecto a las actividades turísticas realizadas en Canta?

R3: No, porque cuando fui a un restaurante en el pueblo, solamente había una persona atendiendo a todos. La atención no fue la mejor.

SUBCATEGORÍA: Rendimiento competente

4: ¿Usted percibe un rendimiento competente en los prestadores de servicio turístico en la localidad de Canta?

R4: Sí, porque todos los servicios que me brindaron en el lugar fueron buenos a pesar de que hay mucha competencia turística en el lugar.

CATEGORÍA: Calidad de servicio en la capacidad de respuesta

SUBCATEGORÍA: Atención inmediata

5: ¿Usted percibe atención inmediata respecto a las actividades turísticas realizadas en Canta?

R5: Lo que pude observar fue que en algunos sitios no fueron rápidos ni eficientes. Ya que cuando ingresé con mi familia a un restaurante se demoraron demasiado en atendernos, lástima, porque la comida estuvo estupenda.

SUBCATEGORÍA: Atención precisa

6: ¿Usted como turista percibe atención precisa respecto a las actividades turísticas realizadas en Canta? ¿Por qué?

R6: Fue más de lo que esperaba porque encontré soluciones a mis problemas como por ejemplo el efectivo y mis tarjetas de crédito, prácticamente el servicio se adecua a las necesidades de los turistas y eso es bueno.

CATEGORÍA: Calidad de servicio en la seguridad

SUBCATEGORÍA: Transparencia con el cliente

7: ¿Usted observa transparencia en los servicios turísticos brindados en la localidad de Canta? ¿Por qué?

R7: Efectivamente sí, porque no vi ningún engaño en el servicio que me ofrecieron en todo el proceso de mi visita. Y además se ve que el ingreso turístico que entra a Canta es usado para mejoras en su distrito...y no perder su encanto.

SUBCATEGORÍA: Conocimientos técnicos necesarios

8: ¿Usted como turista percibe que los conocimientos técnicos son los adecuados por los prestadores de servicios turísticos en Canta? ¿Por qué?

R8: Sí, porque los guías se les vio el profesionalismo, tienen buenos conocimientos del lugar, saben cómo entretenerte y divertirte.

CATEGORÍA: Calidad de servicio en la empatía

SUBCATEGORÍA: Atención individualizada

9: ¿Usted observa atención personalizada por parte de los prestadores de servicios turísticos en Canta? ¿Por qué?

R9: Sí, observé que había un grupo de estudiantes los cuales tenían un guiado especial y diferente al que yo tuve.

SUBCATEGORÍA: Interés al usuario

10: ¿Usted nota interés al turista por parte de los prestadores de servicios turísticos en Canta? ¿Por qué?

R10: Sí, en mi caso yo si aprecie que se preocuparon por brindarme un servicio de calidad en todo momento. Un inconveniente con el tema de la atención en el restaurante. Pero de resto todo fue perfecto.

Anexo 8: Análisis de contenido

Los resultados de las entrevistas que se realizaron a cada uno de los turistas en el distrito de Canta nos permitieron obtener información de nuestro interés que nos permitirá llegar a una conclusión de nuestras interrogantes planteadas anteriormente. Para continuar, agruparemos las respuestas de nuestros entrevistados según la categoría correspondiente.

UNIDAD TEMÁTICA: CALIDAD DE SERVICIO DEL TURISMO

CATEGORÍA: CALIDAD DE SERVICIOS EN LOS ELEMENTOS TANGIBLES

ÍTEM N°01

¿Usted percibe que las instalaciones turísticas implementadas en Canta son adecuadas? ¿Por qué?

E1: Bueno a mi parecer yo digo que sí, debido que las veces que he ido a este distrito siempre he encontrado en buen estado sus instalaciones turísticas

E2: Bueno si hablamos de un 100% te podía decir un 80% a 85%, ya que se ha visto que, durante el transcurso de los últimos años, si tú me hablas como turista, yo que he ido varias veces, sí, se podría decir son adecuadas porque tanto hay agencias de viaje, hay hostales, restaurantes y eso cada día más promueve la acogida de más turistas y el desarrollo del turismo no, en el pueblo.

E3: Sí, considero que las instalaciones en el distrito son adecuadas porque las veces que estuve ahí pude observar sus instalaciones en buen estado y eso habla bien para su desarrollo turístico en el lugar.

E4: A mi parecer puedo decir que son buenas, pero no son del todo adecuadas porque no hay caminos para personas discapacitadas.

E5: Sí, en parte, porque el ambiente es rústico, el atractivo turístico es paisajístico.

E6: Sí, en mi opinión las implementaciones darán a conocer un poquito más de la historia.

E7: Claro que tienen instalaciones adecuadas para que los visitantes puedan hacer turismo ya que la población está interesada en que esta actividad se desarrolle y pueda convertir en fuente de ingresos económicos.

E8: No está de todo implementado se necesita más acceso para llegar a Canta como también infraestructura.

E9: Si, son instalaciones básicas que a mí parecer están bien, ya que estamos hablando de un lugar turístico rodeado de naturaleza.

E10: En mi opinión si veo que todo está adecuado, se encuentra bien en cuanto a su infraestructura e instalaciones.

Instalaciones adecuadas
(E3, E7, E9)

Buen estado
(E1, E2, E3, E4, E10)

INTERPRETACIÓN:

En base a las respuestas otorgadas por los entrevistados respecto a que, si perciben que las instalaciones turísticas implementadas en Canta son adecuadas, se obtuvo que la mayoría, es decir, un 80 por ciento indica que sí, debido a que existen instalaciones adecuadas en buen estado ya que los mismos pobladores se encargan de mantenerlo en lo mejor posible, para promover el desarrollo del turismo y poder generar ingresos económicos, tal como se observará en la siguiente respuesta:

“Sí, considero que las instalaciones en el distrito son adecuadas porque las veces que estuve ahí pude observar sus instalaciones en buen estado y eso habla bien para su desarrollo turístico en el lugar”

Ulises Desiderio Gallardo – Turista Nacional

Por otro lado, un 10 por ciento de la totalidad de los entrevistados indica que las instalaciones turísticas no son las adecuadas ya que falta mejorar el acceso como también la infraestructura, tal como se aprecia en la siguiente respuesta:

“No está de todo implementado se necesita más acceso para llegar a Canta como también infraestructura.”

Entrevistado 8

Para finalizar, un 10 por ciento de la totalidad de entrevistados indica que las instalaciones se encuentran en un estado regular ya que son buenas, pero no son del todo adecuadas, tal como se aprecia en la siguiente respuesta:

“A mi parecer puedo decir que son buenas, pero no son del todo adecuadas porque no hay caminos para personas discapacitadas.”

Sergio Arturo Flores Martínez- Turista Nacional

ÍTEM N°02

2. ¿Usted como turista percibe que los materiales de comunicación son adecuados para mejorar el turismo en Canta? ¿Por qué?

E1: A mi parecer yo puedo decir que sí, ya que todos los materiales que fueran a utilizar son buenos, así como los paneles publicitarios, los anuncios que encontramos durante el camino, entre otros también que se pueden observar.

E2: Claro, porque eso permite un mejor servicio en el turismo, por ejemplo, en el caso de los orientadores turísticos, ellos utilizan megáfono para hablar y así se escuche bien; etc. De esta manera se estaría ejecutando una mejor difusión del potencial turístico de la zona.

E3: Sí, porque facilitan a los turistas, como por ejemplo los afiches de un restaurante ayudan a encontrar su ubicación, por eso diría que los materiales de comunicación para el turismo en Canta es una gran ayuda.

E4: En opinión pienso que sí, porque ayuda a mejorar el turismo como, por ejemplo, los guías hacen su mejor esfuerzo utilizando todos los recursos que las agencias le brindan.

E5: Sí, por que facilitan la interacción entre diferentes componentes haciendo llegar estos espacios turísticos a más personas.

E6: Claro que sí, es lo más importantes debido a que si el turista no logra comprender lo que el guía está explicando no creo que le interese volver algún otro día.

E7: Yo creo que los materiales de comunicación son importantes en toda actividad, pero tratándose del turismo en Canta yo vi que no está del todo completo ya que debe integrar más materiales didácticos e informativos.

E8: Claro que si cuanto más comunicación es mejor para el turista y para los pobladores de Canta.

E9: En mi opinión sí, porque las oportunidades que tuve que ir a Canta pude observar que los materiales que utilizaban los guías, los hoteles, restaurantes para poder mejorar el servicio eran las adecuadas.

E10: Sí, porque los materiales que el guía utilizó fueron realmente útiles, por ejemplo, utilizó afiches y mapas los cuales ayudaron a tener una mejor ubicación, y con ello pudimos conocer mejor el lugar.

Contribuye al turismo
(E2, E3, E4, E5, E9)

Materiales adecuados
(E1, E9)

En base a las respuestas otorgadas por los entrevistados respecto a que, sí perciben que los materiales de comunicación son adecuados para mejorar el turismo en Canta, se obtuvo que la mayoría, es decir, un 90 por ciento indica que sí, debido a que contribuye al turismo y son materiales adecuados ya que lo utilizan como punto a favor para mejorar la difusión del potencial turístico de la zona, tal como se aprecia en la siguiente respuesta:

“Claro, porque eso permite un mejor servicio en el turismo, por ejemplo, en el caso de los orientadores turísticos, ellos utilizan megáfono para hablar y así se escuche bien; en el caso de los restaurantes, emplean parlantes para promocionar su gastronomía, etc. De esta manera se estaría ejecutando una mejor difusión del potencial turístico de la zona.”

Entrevistado 2- Guía Turístico

A mi parecer yo puedo decir que sí, ya que todos los materiales que fueran a utilizar son buenos, así como los paneles publicitarios, los anuncios que encontramos durante el camino, los cuadernos que nos sirven para apuntar, entre otros también que se pueden observar.

Por otro lado, un 10 por ciento de la totalidad de entrevistados indica que los materiales de comunicación no son los adecuados debido a que no está del todo completo, tal como se aprecia en la siguiente respuesta:

“Yo creo que los materiales de comunicación son importantes en toda actividad, pero tratándose del turismo en Canta yo vi que no está del todo completo ya que debe integrar más materiales didácticos e informativos.”

Entrevistado 7 – Turista Nacional

CATEGORÍA: CALIDAD DE SERVICIO EN LA FIABILIDAD

ÍTEM N°03

¿Usted observa una atención eficiente respecto a las actividades turísticas realizadas en Canta?

E1: Bueno sí, debido a las veces que he ido al momento de encontrar un servicio turístico siempre han respetado todos los itinerarios completos, nunca ha faltado nada.

E2: Sí, he notado una atención eficiente, en gran parte más que todo los prestadores de servicios turísticos, ellos guardan, siempre tratan de ofrecer al pasajero o al visitante una atención personalizada.

E3: Sí, presencie una atención eficiente porque los prestadores de servicio eran muy responsables con su trabajo y se preocupaban por los turistas, por eso puedo decir que son las adecuadas y ofrecían calidad en sus servicios.

E4: Por lo que he notado si eh percibido una atención eficiente ya que todo estuvo bien al hacer el recorrido ya que lo hacían con mucha responsabilidad.

E5: Sí, porque las personas que brindan el servicio son muy amigables.

E6: No, siento que depende mucho de la persona que brinde el servicio. En mi experiencia el guía que me toco no parecía muy feliz de estar ahí con nosotros.

E7: Sí, yo creo que existe una atención adecuada y buena o por lo menos es lo que note sin embargo como todo lugar turístico necesita más personal capacitado para que exista calidad de servicio.

E8: No, porque se necesita capacitar más a sus colaboradores y pobladores, hay actividades que requieren de supervisión.

E9: Si, eficientes y eficaces, la atención es buena y rápido dentro de lo cabe.

E10: No, porque cuando fui a un restaurante en el pueblo, solamente había una persona atendiendo a todos. La atención no fue la mejor.

Atención eficiente
(E2, E3, E4, E5, E9)

Falta de capacitación
(E7, E8)

Calidad de servicio
(E3, E7)

INTERPRETACIÓN:

En base a las respuestas otorgadas por los entrevistados, si observan una atención eficiente respecto a las actividades turísticas realizadas en Canta, se obtuvo que la mayoría, es decir un 70 por ciento indica que sí, debido a que es eficiente y la calidad de servicio es óptima porque respetan todos los itinerarios completos, son responsables, brindan un servicio personalizado y adecuado, tal como se observa en las siguientes respuestas:

“Sí, presencie una atención eficiente porque los prestadores de servicio eran muy responsables con su trabajo y se preocupaban por los turistas, por eso puedo decir que son las adecuadas y ofrecían calidad en sus servicios.”

Ulises Desiderio Gallardo – Turista nacional

“Por lo que he notado si eh percibido una atención eficiente ya que todo estuvo bien al hacer el recorrido ya que lo hacían con mucha responsabilidad.”

Sergio Arturo Martínez Flores- Turista nacional

Por otro lado, solo un 30 por ciento de los turistas entrevistados indicaron que no lo perciben, ya que no tienen un trato adecuado por lo que es necesario capacitar al personal, tal como se aprecia en las siguientes respuestas:

“No, porque se necesita capacitar más a sus colaboradores y pobladores, hay actividades que requieren de supervisión.”

Entrevistado 8- Turista nacional

“No, porque cuando fui a un restaurante en el pueblo, solamente había una persona atendiendo a todos. La atención no fue la mejor.”

Valentina Rubio Escobar – Turista Internacional

ÍTEM N°4

¿Usted percibe un rendimiento competente en los prestadores de servicio turístico en la localidad de Canta?

E1: Sí, porque saben cómo armar su itinerario para que un turista pueda disfrutarlo todo el día y sea de su comodidad.

E2: Buen desempeño a ver, en un 80% a 90%, por ejemplo, si hablamos de un guía turístico allá claro él trata enfatizarse más en todo lo que está guiando.

E3: Sí, porque pude presenciar un buen rendimiento adecuado en el servicio que me brindaron, ya que fueron profesionales y responsables en su trabajo.

E4: Sí, porque en los años que pude ir vi que el turismo aumento en el lugar, y también vi que había mucha competencia turística.

E5: No, porque eran servicios del mismo rubro, pero se individualizan ocasionando una alta variabilidad de precios.

E6: Hay algunos que son muy amables y divertidos, mientras que otros andan de mal humor y se ven aburridos solo de estar ahí, como si lo hicieran por obligación.

E7: Sí, yo creo que gracias a la competencia se está mejorando el turismo y esto hace que el desempeño del servicio en Canta sea mejor, la población lo tiene en cuenta por eso la atención que yo recibí siempre fue buena a pesar de que me ofrecieron muchas opciones más.

E8: No, porque falta capacitar más a los prestadores de servicio turísticos en cuanto a la atención al turista.

E9: Sí, claro está que hay prestadores que te pueden ofrecer una que otra actividad diferente que otro compañero en el sector, pero se puede decir que la calidad del servicio en cuestión es buena porque si bien es cierto no todo funciona adecuadamente, pero se nota el interés por mejorar poco a poco.

E10: Sí, porque los servicios que me brindaron en el lugar fueron buenos a pesar de que hay mucha competencia turística en el lugar.

Buena atención

(E1, E2, E3, E6, E7, E9,

Competencia turística

(E4, E7, E10)

Mejoramiento turístico

(E4, E7)

INTERPRETACIÓN:

En base a las respuestas otorgadas por los entrevistados respecto a que, si perciben un rendimiento competente en los prestadores de servicio turístico en la localidad de Canta, se obtuvo que un 70 por ciento, si perciben que existe una competencia y mejora turística, como también buena atención ya que se ve reflejado en la responsabilidad, calidad de servicio y desempeño adecuado por parte de los prestadores turísticos, tal como se observa en las siguientes respuestas:

“Sí, claro está que hay prestadores que te pueden ofrecer una que otra actividad diferente que otro compañero en el sector, pero se puede decir que la calidad del servicio en cuestión es buena porque si bien es cierto no todo funciona adecuadamente, pero se nota el interés por mejorar poco a poco.”

Valeria Geraldine Chonate Asto – Turista internacional

Por otro lado, un 20 por ciento de la totalidad de entrevistados indicó que no perciben un rendimiento competente debido a la falta de capacitación del personal establecido en los diferentes servicios, tal como se aprecia en la siguiente respuesta:

“No, porque falta capacitar más a los prestadores de servicio turísticos en cuanto a la atención al turista.”

Entrevistado 8 – Turista Nacional

Para finalizar, una pequeña parte, es decir un 10 por ciento indica que el rendimiento competente es regular ya que a que algunos tienen vocación y otros trabajan por simple obligación., tal como se aprecia en la siguiente respuesta:

“Hay algunos que son muy amables y divertidos, mientras que otros andan de mal humor, como si lo hicieran por obligación.”

Pilar Chirino Hurtado – Turista Nacional

CATEGORÍA: CALIDAD DE SERVICIO EN LA CAPACIDAD DE RESPUESTA

ÍTEM N°05

¿Usted percibe atención inmediata respecto a las actividades turísticas realizadas en Canta?

E1: En cuanto a los otros servicios que se pueden encontrar yo estoy todo conforme con ello.

E2: Claro, si hablamos de atención inmediata por ejemplo yo he notado varias veces que he ido también, que apenas llegan un grupo de pasajeros, los mismos prestadores están ahí al tanto, ven que los turistas llegan tratan de ofrecerles sus servicios, sus productos.

E3: La verdad es que sí, porque te brindan una buena atención y realizan sus servicios, además de que en la atención fueron rápidos y no hubo esa espera incomoda que normalmente hay en los tours.

E4: Sí, porque la atención se ve reflejada a en cada uno de los servicios que brindan ya que cuentan con un rendimiento rápido, por lo menos es lo que note.

E5: Sí, porque estaban atentos apenas llegas al lugar, ofreciendo sus servicios.

E6: Al principio todo el mundo quiere que vayas con ellos, la cuestión es que si esa misma energía sigue después del pago.

E7: Siempre que fui a Canta tuve buenas experiencias en cuanto a la atención ya que me atendieron de forma inmediata, buena y amable en todo el sentido del servicio que me brindaron.

E8: No, porque se demoran en atender en algunos servicios como por ejemplo hotel.

E9: Sí, en general, es entendible porque al ser un grupo de turistas tan grande como en mi caso fue difícil de recibir una atención buena y rápida.

E10: Lo que pude observar fue que en algunos sitios no fueron rápidos ni eficientes. Ya que cuando ingresé con mi familia a un restaurante se demoraron demasiado en atendernos, lástima, porque la comida estuvo estupenda.

Atención rápida

(E2, E3, E4, E7)

Buena atención

(E3, E7)

INTERPRETACIÓN

En base a las respuestas otorgadas por los entrevistados respecto a que, si perciben una atención inmediata respecto a las actividades turísticas realizadas en Canta, se obtuvo que un 70 por ciento, indica buena atención rápida debido a que tienen una excelente actitud y brindan una gran experiencia, tal como se observa en las siguientes respuestas:

“La verdad es que sí, porque te brindan una buena atención y realizan sus servicios como por ejemplo el de guiado con una buena actitud y rendimiento adecuado, además de que en la atención fueron rápidos y no hubo esa espera incomoda que normalmente hay en los tours.”

Ulises Desiderio Gallardo – Turista nacional

“Siempre que fui a Canta tuve buenas experiencias en cuanto a la atención ya que me atendieron de forma inmediata, buena y amable en todo el sentido del servicio que me brindaron.”

Entrevistado 7 – Turista Nacional

Para finalizar, un 30 por ciento menciona que la atención no es inmediata respecto a las actividades turísticas, ya que existe demora y poca eficiencia de los trabajadores, tal como se aprecia en la siguiente respuesta:

“Lo que pude observar fue que en algunos sitios no fueron rápidos ni eficientes. Ya que cuando ingresé con mi familia a un restaurante se demoraron demasiado en atendernos, lástima, porque la comida estuvo estupenda.”

Valentina Rubio Escobar – Turista Internacional

ÍTEM N°06

¿Usted como turista percibe atención precisa respecto a las actividades turísticas realizadas en Canta? ¿Por qué?

E1: Sí, porque cuando tuve la oportunidad de visitar ese distrito, me brindaron un servicio completo sin ningún problema con todo lo que ellos establecen respecto a su servicio.

E2: En cierta parte sí ya que más que todo podemos decir en el caso, poniendo ejemplo a los guías turísticos o los restaurantes, ya que una vez lleve a un grupo de estudiantes a un restaurante que nosotros trabajamos allá con algunos guías en común que conocemos y nada, les pareció bien la atención inmediata, precisa que ellos habían recibido, encima los mismos dueños de los restaurantes invitan a los mismos visitantes a que vuelvan a visitar el lugar, ya sea con amigos o familiares.

E3: Por supuesto que sí, porque uno como turista desea recibir un buen servicio y divertirse, eso es lo que precisamente recibí, fueron atentos en todo, una buena atención.

E4: De hecho que sí, el turismo parece haberse convertido en motivo para una buena atención en el servicio según las necesidades de cada uno.

E5: Sí, porque son actividades de por sí cortas, como restaurantes o servicios de paseo en caballo.

E6: Sí, algunos guías parecen más preocupados en terminar rápido para poder ir y manejar a otro grupo más.

E7: En general sí, desde el momento que llegué a Canta los pobladores fueron muy atentos conmigo, incluso recibí el servicio que estaba buscando. La atención es buena.

E8: No, porque los colaboradores en servicio turísticos no tienen un tiempo establecido en Canta.

E9: Pues sí porque fueron claros, al momento de recibir todos los servicios no tuve inconvenientes, nos brindaron justamente lo que queríamos, un buen servicio y atención.

E10: Fue más de lo que esperaba porque encontré soluciones a mis problemas como por ejemplo el efectivo y mis tarjetas de crédito, prácticamente el servicio se adecua a las necesidades de los turistas y eso es bueno.

Atención precisa

(E2, E7, E9)

Buena atención

(E3, E4, E7, E9, E10)

INTERPRETACIÓN:

En base a las respuestas otorgadas por los entrevistados respecto a que, si perciben atención precisa respecto en las actividades turísticas realizadas en Canta, se obtuvo un porcentaje un 90 por ciento en donde indica que sí perciben una atención precisa y buena, puesto que les ofrecieron un servicio completo y a su vez era lo que estaban buscando de acuerdo a sus necesidades, tal como se aprecia en las siguientes respuestas:

“Pues, sí porque fueron claros, al momento de recibir todos los servicios no tuve inconvenientes, nos brindaron justamente lo que queríamos, un buen servicio y atención.”

Valeria Chonate Asto – Turista internacional

“Fue más de lo que esperaba porque encontré soluciones a mis problemas como por ejemplo el efectivo y mis tarjetas de crédito, prácticamente el servicio se adecua a las necesidades de los turistas y eso es bueno.”

Valentina Rubio Escobar – Turista Internacional

Por otro lado, un 10 por ciento de la totalidad de entrevistados refieren que no perciben atención precisa respecto a las actividades turísticas realizadas en Canta debido a que existen algunos prestadores de servicio los cuales tienen poca experiencia en el lugar, tal como se aprecia en la siguiente respuesta:

“No, porque los colaboradores en servicio turísticos no tienen un tiempo establecido en Canta.”

Entrevistado 8 – Turista Nacional

CATEGORÍA: CALIDAD DE SERVICIO EN LA SEGURIDAD

ÍTEM N°07

¿Usted observa transparencia en los servicios turísticos brindados en la localidad de Canta?

E1: Bueno a mi parecer diría que sí, que siempre que he contratado un servicio me han mostrado todo lo que contiene y a la vez han cumplido con lo establecido.

E2: Sí, se podría decir que sí, eh un 100% o un 95%.

E3: Sí se podría decir que sí, porque brindan un buen servicio turístico y son transparentes al momento de ofrecerlos, en ese caso no tuve problemas y recibí un buen tour.

E4: Con el servicio que me brindaron no he tenido problemas porque recibí buena atención y fue lo que prometieron.

E5: Sí, porque en comparación a los diferentes servicios ofrecidos todos guardan relación en base al precio y calidad del servicio.

E6: En algunos si otros no, porque algunos si cumplen con lo que originalmente te muestran en lo que consiste el servicio y otros no.

E7: Sí, yo creo que las agencias de viaje en la localidad lo practican y son transparentes con su servicio, pero siempre existe un pequeño grupo de empresas que promueve la informalidad, más allá de todo pienso que brindan un buen servicio pues todo es depende de cuánto estas dispuesto a pagar.

E8: No, porque existen empresas turísticas que dicen brindar un servicio, pero emplean otros.

E9: Creo que en general sí, porque me brindaron un servicio de acuerdo a lo que me mencionaron con anterioridad, me refiero al momento de comprar el servicio.

E10: Efectivamente sí, porque no vi ningún engaño en el servicio que me ofrecieron en todo el proceso de mi visita. Y además se ve que el ingreso turístico que entra a Canta es usado para mejoras en su distrito y no perder su encanto.

Transparencia en el servicio
(E1, E3, E4, E7, E9, E10)

Buen servicio
(E3, E4, E5, E7)

INTERPRETACIÓN:

En base a las respuestas otorgadas por los entrevistados respecto a que, si observan transparencia en los servicios turísticos brindados en la localidad de Canta, se obtuvo que un 80 por ciento indica que sí existe buen servicio y transparencia ya que cumplen con lo establecido, tal como se observa en las siguientes respuestas:

“Sí se podría decir que sí, porque brindan un buen servicio turístico y son transparentes al momento de ofrecerlos, en ese caso no tuve problemas y recibí un buen tour.”

Ulises Desiderio Gallardo – Turista nacional

“Creo que en general sí, porque me brindaron un servicio de acuerdo a lo que me mencionaron con anterioridad, me refiero al momento de comprar el servicio.”

Valeria Chonate Asto – Turista internacional

Por otro lado, un 10 por ciento de la totalidad de los entrevistados mencionan que no observan transparencia debido a que existen empresas que no cumplen con lo prometido al momento de realizar su trabajo, como se apreciará en la siguiente respuesta:

“No, porque existen empresas turísticas que dicen brindar un servicio, pero emplean otros.”

Entrevistado 8 – Turista Nacional

Para finalizar, un 10 por ciento refiere que la transparencia es regular porque a veces te otorgan lo ofrecido y en otros casos no, tal como se aprecia en la siguiente respuesta:

“En algunos si otros no, porque algunos si cumplen con lo que originalmente te muestran en lo que consiste el servicio y otros no.”

Pilar Chirino Hurtado – Turista Nacional

ÍTEM N°08

¿Usted como turista percibe que los conocimientos técnicos son los adecuados por los prestadores de servicios turísticos en Canta? ¿Por qué?

E1: Sí, yo digo que siempre es bueno revisar todas las áreas correspondientes ya sea una agencia de viaje, un restaurante o entre otro tipo de servicios que nos brindan hacia nosotros los turistas.

E2: Yo creo que sí tienen conocimiento tanto los pobladores que te dije, artesanos, guías y prestadores de transporte turístico.

E3: Sí cuentan con los conocimientos adecuados porque son personas que viven de su trabajo y para ello necesitan una buena preparación para no perder clientes y puedan recomendar el lugar y su trabajo.

E4: Sí, porque yo pienso que los conocimientos son necesarios para realizar un buen servicio de calidad y eso es lo que me ofrecieron durante el viaje.

E5: Sí, por ejemplo: los paseadores de caballo por ejemplo tenían conocimientos de adiestramiento. Estos conocimientos técnicos son básicos, pero a la vez suficientes para el tipo de servicio brindado en Canta.

E6: Los que te brindan el servicio son gente que ha vivido ahí toda su vida, es obvio que saben mucho de la zona.

E7: Sí, note que los guías tienen conocimientos adecuados para hacer que el turismo en Canta sea entretenido, se ve reflejado en su preparación, por lo menos en mi caso fue muy didáctico de inicio a fin.

E8: No, porque falta más conocimiento técnico en cuanto a los prestadores de servicios turísticos.

E9: Si, creo tienen los conocimientos para realizar bien su trabajo en este caso el turismo.

E10: Sí, porque los guías se les vio el profesionalismo, tienen buenos conocimientos del lugar, saben cómo entretenerte y divertirse.

Conocimientos apropiados
(E2, E3, E4, E5, E6, E7, E9,

Preparación
(E1, E3, E4, E7, E10)

INTERPRETACIÓN:

Según lo mencionado por los entrevistados en relación a si perciben que los conocimientos técnicos son los adecuados por parte de los prestadores de servicios turísticos en Canta, en su gran mayoría, es decir, el 90 por ciento refiere que si tienen los conocimientos adecuados como también cuentan con una buena preparación y profesionalismo porque se preocupan por el servicio que ofrecen, tal como se observará en las siguientes respuestas de los turistas:

“Sí, note que los guías tienen conocimientos adecuados para hacer que el turismo en Canta sea entretenido, se ve reflejado en su preparación, por lo menos en mi caso fue muy didáctico de inicio a fin.”

Entrevistado 7 – Turista nacional

“Sí cuentan con los conocimientos adecuados porque son personas que viven de su trabajo y para ello necesitan una buena preparación para no perder clientes y puedan recomendar el lugar y su trabajo.”

Ulises Desiderio Gallardo – Turista nacional

Por otro lado, una pequeña parte de los entrevistados, es decir un 10 por ciento indicaron que no perciben que sean los adecuados debido a que existe poca preparación ya que no cuentan con los estudios requeridos para poder brindar un buen servicio, tal como se aprecia en la siguiente respuesta:

“No, porque falta más conocimiento técnico en cuanto a los prestadores de servicios turísticos.”

Entrevistado 8 – Turista nacional

CATEGORÍA: CALIDAD DE SERVICIO EN LA EMPATÍA

ÍTEM N°09

¿Usted observa atención personalizada por parte de los prestadores de servicios turísticos en Canta? ¿Por qué?

E1: En la gran mayoría sí, ya que cada uno de ellos trabaja para diferentes tipos de servicios y buscan la manera que este servicio prestado por ellos sea el adecuado hacia ellos y poder ganarles a sus competencias que ellos tienen a su alrededor.

E2: Sí, si hablamos de atención personalizada eso se ve reflejado en los guías de turismo, también en los de transporte o prestador de servicio de transporte turístico y también en los restaurantes.

E3: Considero que los prestadores de servicio en este caso los guías brindan una atención personalizada a nosotros los turistas para evitar quedarnos con ninguna duda acerca del lugar por eso también su preocupación de que estemos conformes con su servicio ofrecido.

E4: En realidad sí, porque va depender mucho del tipo de turismo que quieras realizar por eso habrá de pagar un poquito más para que el servicio sea algo más diferente y adecuado, a mi parecer la calidad de atención es buena.

E5: Sí, porque te atienden bien, son amables y siempre preguntan si deseas algo más, incluso son comunicativos.

E6: No, la mayoría se maneja en grupos y no dan ese servicio personalizado durante el recorrido.

E7: Sí, en realidad, todo va depender de cuanto estés dispuesto a pagar para que tengas el servicio que buscas, la población y agencias turísticas se preocupan por el servicio, por esa razón observe que existe una atención personalizada para cada tipo de visitante.

E8: Sí, en ese sentido se preocupan de cómo está percibiendo el turista el servicio.

E9: No, yo por mi parte no he visto preferencia por alguno.

E10: Sí, observé que había un grupo de estudiantes los cuales tenían un guiado especial y diferente al que yo tuve.

INTERPRETACIÓN:

En base a las respuestas otorgadas por los entrevistados respecto a que, si la atención es personalizada por parte de los prestadores de servicios turísticos, se obtuvo que un 80 por ciento indica que la atención es personalizada y existe preocupación del sector turístico en el distrito hacia el turista ya que se enfocan en brindar un servicio especial y diferente, de acuerdo a las necesidades del consumidor, tal como se observa en las siguientes respuestas:

“Considero que los prestadores de servicio en este caso los guías brindan una atención personalizada a nosotros los turistas para evitar quedarnos con ninguna duda acerca del lugar por eso también su preocupación de que estemos conformes con su servicio ofrecido.”

Ulises Desiderio Gallardo – Turista nacional

“Sí, en realidad, todo va depender de cuanto estés dispuesto a pagar para que tengas el servicio que buscas, la población y agencias turísticas se preocupan por el servicio, por esa razón observe que existe una atención personalizada para cada tipo de visitante.”

Entrevistado 7 – Turista nacional

Por otro lado, un 20 por ciento de la totalidad de entrevistados refieren que la atención no es personalizada debido a que no se apreció ese tipo de servicio durante todo el viaje, tal como se aprecia en la siguiente respuesta:

“No, la mayoría se maneja en grupos y no dan ese servicio personalizado durante el recorrido.”

Pilar Chirino Hurtado – Turista Nacional

“No, yo por mi parte no he visto preferencia por alguno.”

Atención personalizada
(E1, E2, E3, E4, E5, E7, E10)

geraldine Chona

Preocupación por el turista
(E3, E7, E8)

ÍTEM N°10

¿Usted nota interés al turista por parte de los prestadores de servicios turísticos en Canta? ¿Por qué?

E1: En algunos si se les nota ya que no solo vienen a divertirse y a disfrutar del lugar, sino que también vienen en busca de aprender nuevas oportunidades que nos genera el turismo.

E2: Ya claro, se podría decir que en cierta parte si y en cierta parte no, es muy poco en cierta parte que no lo hagan porque mayormente no lo harían o lo hacen y los pobladores que tienen trabajos vinculados al turista.

E3: Por supuesto en mi caso no tuve ningún problema porque me brindaron un buen servicio y pude ver reflejado el interés a nosotros los turistas en todos los requerimientos que llegamos a tener.

E4: Claro, las agencias de viaje y pobladores que brindan el servicio de como, por ejemplo: comida, artesanías, dulces etc.; siempre están atentos a las necesidades del visitante, también pude ver que daban buen servicio.

E5: Sí, porque hay referencias del lugar y cuando uno visita un sitio puede corroborar estos atractivos.

E6: Depende mucho de la persona que te pongan para realizar el recorrido, porque hay personas que, si te muestran todo y se dan su tiempo de enseñarte cada cosa, hasta te hacen reír con alguna historia divertida y otras simplemente les preocupa terminar rápido para que puedan pasar al siguiente grupo.

E7: Desde mi punto de vista sí pude notar el interés al turista pues se preocupaban sobre qué era lo que me gustaba y que no, el servicio siempre fue bueno.

E8: Sí, porque se esmeran de dar un buen servicio, con lo poco que tienen.

E9: Sí, depende si pagas un servicio de alto precio, claro entiendo que, si yo pago por algo a un precio elevado, espero un servicio de primera.

E10: Sí, en mi caso yo sí aprecie que se preocuparon por brindarme un servicio de calidad en todo momento. Un inconveniente con el tema de la atención en el restaurante, pero de resto todo fue perfecto.

Buen servicio
(E3, E4, E7, E8, E9, E10)

Interés por el turista
(E3, E4, E7, E10)

INTERPRETACIÓN:

En relación a la pregunta, si se nota el interés al turista por parte de los prestadores de servicios turísticos en Canta, un 80 por ciento de los turistas entrevistados mencionaron que, sí perciben el interés ya que es bueno y fomenta nuevas oportunidades para el distrito como también el buen servicio de calidad. A continuación, podremos observar algunas respuestas:

“: Claro, las agencias de viaje y pobladores que brindan el servicio de como, por ejemplo: comida, artesanías, dulces etc.; siempre están atentos a las necesidades del visitante, también pude ver que daban buen servicio.”

Sergio Arturo Martínez Flores- Turista nacional

“Sí, en mi caso yo sí aprecie que se preocuparon por brindarme un servicio de calidad en todo momento. Un inconveniente con el tema de la atención en el restaurante, pero de resto todo fue perfecto.”

Valentina Rubio Escobar – Turista Internacional

Por otro lado, una pequeña parte de los entrevistados, es decir, un 20 por ciento indica que no todos tienen vocación de servicio debido a que algunos solamente les interesa terminar rápido su trabajo para pasar con el siguiente grupo, tal como se observará en la siguiente respuesta del turista:

“Depende mucho de la persona que te pongan para realizar el recorrido, porque hay personas que, si te muestran todo y se dan su tiempo de enseñarte cada cosa, hasta te hacen reír con alguna historia divertida y otras simplemente les preocupa terminar rápido para que puedan pasar al siguiente grupo.”

Pilar Chirino Hurtado – Turista Nacional

Anexo 6: Fotos de las entrevistas a profundidad

