



DOI: https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v6i4.2624

Análisis de la calidad mediante modelo servperf del servicio en el centro turístico comunitario kichwa shayari, Sucumbíos Ecuador

MSc Jaimar Andrea Cifuentes Caiza

jaimar_1993@hotmail.com

<https://orcid.org/0000-0001-7160-4723>

Libre profesional

Phd. Edison Oliver Segura Chávez

esegura@uea.edu.ec

<https://orcid.org/0000-0002-5274-8825>

Universidad Estatal Amazónica

MSc. Ángela María Caiza Barahona

acaiza@uea.edu.ec

<https://orcid.org/0000-0001-5478-3731>

Universidad Estatal Amazónica

MSC. Arturo Sarmiento

ca.sarmientol@uea.edu.ec

<https://orcid.org/0000-0001-8609-6397>

Universidad Estatal Amazónica

Sucumbíos - Ecuador

RESUMEN

Introducción. El presente trabajo de investigación se realizó en el cantón Cascales, provincia de Sucumbíos en el Centro Turístico Comunitario Kichwa Shayari. Objetivo. Analizar la calidad de servicio en el Centro Turístico Comunitario Kichwa Shayari del cantón Cascales, provincia de Sucumbíos. Metodología. Durante el proceso de investigación se consideró evaluar la calidad de servicio turístico a través del modelo SERVPERF. Resultados. El tipo de investigación que aplicada fue descriptiva, puesto que en esta investigación se recopiló información bibliográfica a través de encuestas estructuradas. Se validó el instrumento a través del método alfa de Cronbach dando una confiabilidad del 0,87. Conclusión. las dimensiones más valoradas por los clientes del Centro de Turismo Comunitario Shayari son seguridad, empatía y fiabilidad las cuales requieren un trato directo con el cliente.

Palabras clave: centro de turismo; calidad de servicio; modelo servperf.

Correspondencia: jaimar_1993@hotmail.com

Artículo recibido: 23 junio 2022. Aceptado para publicación: 10 julio 2022.

Conflictos de Interés: Ninguna que declarar

Todo el contenido de **Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar**, publicados en este sitio están disponibles bajo

Licencia [Creative Commons](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/) 

Como citar: Cifuentes Caiza, J. A., Segura Chávez, E. O., Caiza Barahona, A. M., & Sarmiento, A. (2022) Análisis de la calidad mediante modelo servperf del servicio en el centro turístico comunitario kichwa shayari, Sucumbíos Ecuador. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 6(4) 784-798. DOI: https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v6i4.2624

Analysis of the quality of the service through the SERVPERF model in the kichwa Shayari Community Tourist Center, Sucumbíos Ecuador

ABSTRACT

Introduction. The present research work was carried out in the Cascales canton, Sucumbios province at the Kichwa Shayari Community Tourist Center. Objective. Analyze the quality of service in the Kichwa Shayari Community Tourist Center of the Cascales canton, Sucumbíos province. Methodology. During the research process, it was considered to evaluate the quality of the tourist service through the SERVPERF model. Results. The type of research applied was descriptive, since in this research bibliographic information was collected through structured surveys. The instrument was validated through Cronbach's alpha method, giving a reliability of 0.87. Conclusion. The dimensions most valued by the clients of the Shayari Community Tourism Center are security, empathy and reliability, which require direct contact with the client.

Keywords: tourism center; quality of service; servperf model.

1. INTRODUCCIÓN

El turismo es una de las industrias afectadas con la llegada de la pandemia COVID19, pero a pesar de ello ha tratado de salir adelante. Ha tenido que implementar nuevas estrategias como superar el turismo de masas de manera consciente, sostenible, responsable, basado en el desarrollo humano y el Buen Vivir, para continuar progresando con su funcionamiento, enfrentando la nueva realidad mundial del coronavirus, con la implementación de buenas prácticas y bioseguridad (Organización de las Naciones Unidas, 2020).

Ecuador es uno de los países con mayor biodiversidad del planeta, localizado en un lugar privilegiado del planeta, se perfila como un país multiétnico y pluricultural, lo que lo convierte en una joya para los visitantes atraídos por esta diversidad de gente y sus costumbres (Sablón Cosío, Radice, Luna Murillo , & Manjarrez Fuentes, 2016). El patrimonio de los pueblos está en su cultura, en la arquitectura, las artes, todo esto plasmado en el teatro, la música, la danza, las herencias ancestrales o en expresiones arquitectónicas coloniales y modernas (Organizacion Mundial del Turismo, 2018).

La cultura es parte fundamental de la identidad de los pueblos y nacionalidades, es por ello que se reconoce como toda expresión que realizada el ser humano a lo largo de su vida donde adquiere conocimientos y habilidades que se transmiten de generación en generación. Estas características particulares pertenecen a cada grupo social y al diferenciarse de otras se convierten en atractivos que despiertan el interés de conocer el comportamiento, estilo de vida y forma de concepción del mundo (Thompson, 1990).

El turismo comunitario en la actualidad se considera un medio de desarrollo sostenible porque promueve el cambio de percepción y comportamiento de las personas hacia la conservación de los recursos naturales, históricos y culturales por su importancia en el desarrollo socioeconómico, en sintonía con la Agenda 2030 y los Objetivos de Desarrollo Sostenible aprobados por la Asamblea General de las Naciones Unidas (Loor, Plaza, & Medina, 2021).

Actualmente, en Ecuador el Turismo comunitario cuenta con actividades de peculiares características enfocadas al cuidado y preservación del medio ambiente. Una de las más relevantes está enfocada en la prevención del desarrollo de acciones extractivas que vulneran los derechos de la naturaleza considerados en la constitución de la República (Asamblea Constitucional del Ecuador, 2008).

El Centro Turístico Comunitario Kichwa Shayari es un proyecto pionero en la provincia de Sucumbíos. Está asentado en un espacio de 500 hectáreas de terreno, conformado por 12 familias que trabajan en forma directa o indirecta en la operación turística, lo que permite mejorar las condiciones de vida de sus integrantes (Calvache Mogro, 2012). Este emprendimiento inició sus actividades en el año 2000, pero ya en el 2004 empieza a operar de manera legalizada como un centro de turismo comunitario, cumpliendo los requisitos solicitados por el Ministerio de Turismo como ente rector (Corporación de Turismo Comunitario de Sucumbíos, 2021).

Este proyecto turístico actualmente dispone de cómodas y amplias instalaciones que permiten brindar los siguientes servicios: alojamiento en cabañas, restaurante (alimentación de la zona), guianza, recreación, investigación y esparcimiento. Es un lugar ideal para niños, jóvenes y adultos. Sin embargo, aún se encuentra en una etapa de desarrollo mediano, por falta de una adecuada gestión, por lo tanto, no es capaz de enfrentar los cambios que presenta el medio donde se desenvuelve y corre el riesgo de ser absorbida por la competencia.

En las actividades turísticas que oferta el lugar de estudio consideran como objetivo primordial superar las expectativas del cliente referente a calidad. Según Paz A, (2004). la satisfacción al cliente es una medición útil de la calidad del servicio y de la relación prestador-cliente. Así como también, las apreciaciones basadas en la satisfacción de los turistas son un indicador de la ejecución del sistema y permiten establecer diferentes estrategias alternativas para ofrecer los servicios. La calidad en el servicio que oferta el prestador turístico se ve reflejada en la conformidad y la satisfacción que experimentan los clientes sobre el producto ofertado en el centro turístico comunitario. (Martínez, Martín, Marzo, & Torres, 2000)

De acuerdo con la Organización Mundial de Turismo (2016) “La calidad de un destino turístico es resultado de un proceso orientado a atender todas las necesidades de productos y servicios turísticos, los correspondientes requisitos y las expectativas del consumidor a un precio aceptable de conformidad con condiciones contractuales aceptadas mutuamente y con factores subyacentes implícitos como la seguridad, la higiene, la accesibilidad, la comunicación, la infraestructura y los servicios y comodidades públicos. También presenta aspectos relativos a la ética, la transparencia y el respeto del entorno humano, natural y cultural”, es por ello que las organizaciones del gremio deben

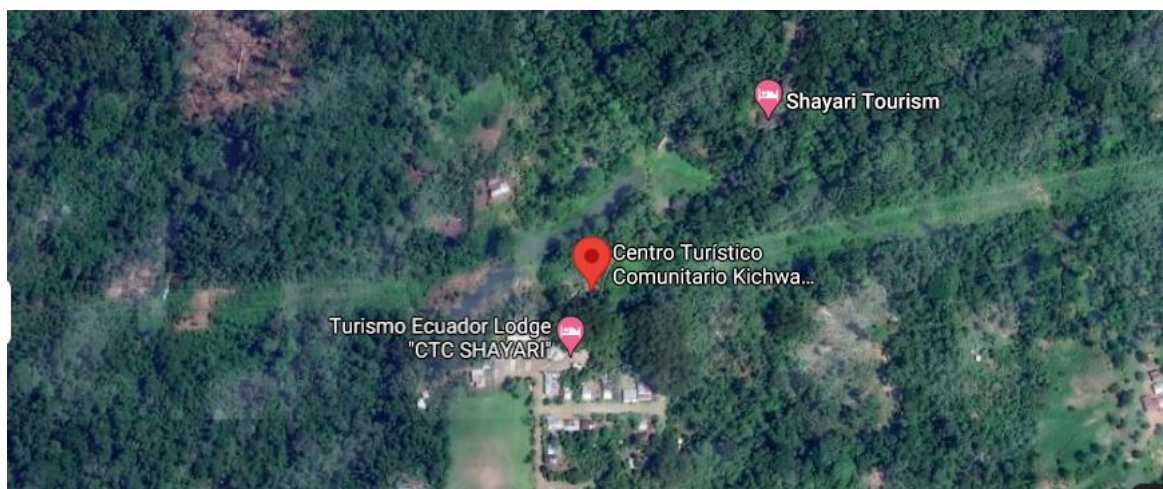
garantizar a sus clientes satisfacer sus necesidades conjuntamente con sus expectativas en todos los ámbitos.

Actualmente, inmersos en la pandemia por el COVID-19 los servicios turísticos se convierten en una alternativa cotizada al momento de invertir teniendo como sitios estratégicos por su posicionamiento estratégico los centros de turismo comunitario. Si bien es cierto el concepto de calidad es altamente subjetivo, pero se debe recordar que calidad es igual a expectativa vs servicio recibido.

2. ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS O MATERIALES Y MÉTODOS

El estudio se realizó en la provincia de Sucumbíos, parroquia la Nueva Troncal. Shayari, que significa “pararse o levantarse”, es parte de la zona de amortiguamiento de la Reserva de Biósfera Napo Galeras; en sus alrededores se encuentran áreas protegidas de gran importancia como los Parques Nacionales Cayambe-Coca, Sumaco, las Reservas de producción Faunística Cuyabeno y Cofán-Bermejo (Ministerio de Turismo, 2015). Ver Ilustración 1.

Ilustración 1. Macro y Micro Localización del Centro Turístico Comunitario Kichwa Shayari



Fuente: Google Maps (2021)

El tipo de investigación que se utilizó en este proyecto es descriptivo, puesto que en esta investigación se recopiló información bibliográfica a través de encuestas estructuradas, entrevistas, revisión documental, que ayudaron a analizar y describir mejor el objeto de estudio (Niomedes Teodoro, 2018).

Además, se aplicó un método deductivo con enfoque cuantitativo para recabar información cuantificable, basada en encuestas estructuradas, para su posterior análisis e interpretación. El propósito fue la descripción de las cualidades de hechos o fenómenos

(Cortés Cortés & Iglesias León, 2004). Lo cual permitió conocer el punto de vista de las personas desde la vivencia de lo cotidiano basado en la observación de los comportamientos naturales, experiencias, contextos y discursos, para la posterior codificación e interpretación generalizada de sus significados.

Para llevar a cabo la evaluación de la calidad del servicio en el Centro Turístico Comunitario Shayari se consideró implementar el Modelo SERVPERF, debido a que es un modelo similar a SERVQUAL que facilita evaluar la calidad de servicios, identificando sólo las percepciones generales de los clientes y no toma en cuenta las expectativas de los clientes (Luna Pérez, 2017)

Este modelo permitió evaluar la calidad del servicio desde la perspectiva de los turistas, mediante la identificación de la valoración sobre la actividad turística desarrollada por trabajadores de la organización, así como identificando las deficiencias en sus procesos, de servicio (Ibarra Morales & Casas Medina, 2015). Así también para evaluar la confiabilidad del instrumento de medición se procedió con el análisis de consistencia interna mediante el alfa de Cronbach. Se trata de un índice que toma valores entre 0 y 1, que sirve para comprobar, por un lado, si el instrumento que se está evaluando recopila información defectuosa, lo cual llevaría a conclusiones equivocadas y, por otro, si se trata de un instrumento confiable que hace mediciones estables y consistentes. (Soler Cárdenas & Soler Pons, 2012).

3. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Para fines de la investigación se elaboró una encuesta compuesta por 22 preguntas que fueron aplicadas de manera online debido a la pandemia COVID-19, a una población de 37 turistas que visitaron Shayari en el transcurso del año 2020, con el fin de recolectar datos para el análisis de la calidad de servicio usando el modelo de cuestionario SERVPERF el cual cuenta con 5 dimensiones. Por su parte Sampieri (2010), expresa que "si la población es menor a cincuenta (50) individuos, la población es igual a la muestra" (p.69). El análisis de las encuestas se realizó mediante el programa estadístico IBM SPSS (Statistical Package for the Social Sciences) para la debida sustentación del presente trabajo de integración curricular y así también para evaluar la confiabilidad del instrumento de medición se procedió con el análisis de consistencia interna mediante el alfa de Cronbach dando un 0,873 de confiabilidad.

Fiabilidad

La Fiabilidad alude a la habilidad para ejecutar el servicio prometido de forma fiable y cuidadosa. En la Tabla 1 se especifican los resultados obtenidos de la dimensión de fiabilidad identificando una calificación menos de 5, que es no aceptable y aceptable con un valor de 5 y positiva siendo 6 en adelante.

Tabla 1

Calidad de servicio percibida en la dimensión Fiabilidad

CALIDAD DE SERVICIO PERCIBIDA EN LA DIMENSIÓN FIABILIDAD													
Fiabilidad	1	2	3	4	5	6	7	Encuestados	Promedio	Cap. Max	%	Cap. Opt	Caf. 7
¿El personal del Centro Turístico Comunitario Shayari cuando promete hacer algo en cierto tiempo, lo cumple?	2	1	0	3	8	3	20	37	214	259	47	7	5,78
¿Los empleados del establecimiento muestran interés en resolver los inconvenientes que presenta el cliente?	0	2	0	3	3	7	22	37	227	259	50	7	6,13
¿La acogida en el centro turístico es buena desde el principio?	3	1	0	3	3	8	19	37	213	259	47	7	5,76
¿Los empleados del establecimiento resuelven sus dudas de manera clara?	1	1	0	4	7	6	18	37	216	259	48	7	5,84
¿El centro turístico proporciona todos sus servicios en el momento oportuno?	1	1	0	4	7	8	16	37	214	259	47	7	5,78
TOTAL													5,86

Fuente: Elaboración propia con datos obtenidos con el procesador estadístico computacional, IBM SPSS Statistics 22. Algoritmos Chicago: IBM SPSS Inc.

De acuerdo a los resultados establecidos se puede evidenciar que, en análisis de la fiabilidad previo para la determinación del servicio brindado, todos sus ítems tienen una calificación que se encuentra en un rango aceptable, lo cual ha dado como resultado un promedio de 5.86 siendo este un resultado equilibrado ya que el promedio de 5 se considera como medio, donde se identifica que las percepciones que tienen los clientes en cuanto a la fiabilidad son buenas, porque según los resultados obtenidos se evidencia que Shayari si tiene la habilidad de realizar el servicio en el tiempo establecido según los procesos internos del establecimiento.

Capacidad de Respuesta

Esta dimensión hace referencia a la disposición para ayudar a los clientes y para proveerlos de un servicio rápido. Es por ello que a continuación en la Tabla 2 se especifican los resultados correspondientes a la capacidad de respuesta que tiene Shayari con sus clientes.

Tabla 2

Dimensión capacidad de respuesta percibida

CAPACIDAD DE RESPUESTA PERCIBIDA														
Capacidad de respuesta	1	2	3	4	5	6	7	Encuestados	Promedio	Cap. Max	%	Cap. Opt	Caf.7	
¿Los empleados usan términos adecuados al momento de informar los servicios que disponen?	1	1	1	4	7	5	18	37	213	259	47	7	5,76	
¿El servicio es rápido?	1	1	1	4	7	7	16	37	211	259	46	7	5,7	
¿El personal siempre está dispuesto a ayudar?	2	0	0	4	5	6	20	37	219	259	48	7	5,92	
¿Los empleados están atentos a cualquier inquietud que se le presente al cliente?	1	1	0	4	7	7	17	37	215	259	47	7	5,81	
TOTAL													5,79	

Fuente: Datos obtenidos con el procesador estadístico computacional, IBM SPSS Statistics 22. Algoritmos Chicago: IBM SPSS Inc.

Según los resultados obtenidos sobre la capacidad de respuesta que tiene el centro turístico con sus clientes, se puede evidenciar que todos sus ítems tienen un rango aceptable y que su promedio total es de 5.79 lo cual da a conocer que la disposición para ayudar y proveer de un servicio rápido es buena, pero requiere seguir estableciendo estrategias de mejora para superar las expectativas de sus clientes. Considerando este indicador como parte fundamental en la calidad de su servicio.

Seguridad

Esta dimensión hace referencia al conocimiento del personal y la habilidad para inspirar confianza. A continuación, en la Tabla 3 se presenta los datos obtenidos de la dimensión de seguridad relacionada con el comportamiento de los empleados de la organización y la confianza que estos inspiran, reflejando sus calificaciones de cada ítem.

Tabla 3*Dimensión de Seguridad Percibida*

SEGURIDAD PERCIBIDA													
Seguridad	1	2	3	4	5	6	7	Encuestados	Promedio	Cap. Max	%	Cap. Opt	Caf.7
¿El comportamiento de los empleados le infunde confianza?	1	1	0	4	5	6	20	37	220	259	48	7	5,94
¿Se siente seguro en este establecimiento?	0	2	0	4	5	6	20	37	221	259	49	7	5,97
¿El trato brindado por parte de los empleados del establecimiento es acogedor y no inspira molestia?	0	2	0	4	5	6	20	37	221	259	49	7	5,97
¿El personal del centro turístico, tiene conocimiento para responder las dudas e inquietudes de los turistas?	1	0	1	4	7	5	19	37	218	259	48	7	5,89
TOTAL													5,94

Fuente: Datos obtenidos con el procesador estadístico computacional, IBM SPSS

Statistics 22. Algoritmos Chicago: IBM SPSS Inc.

Según los datos establecidos se puede evidenciar que, todos los ítems de la dimensión de seguridad cuentan con una calificación aceptable y su promedio total es de 5.94 lo que refleja que sus clientes se sienten seguros mientras disfrutan de las actividades turísticas y además que la cordialidad es parte fundamental del servicio.

Empatía

Esta dimensión hace referencia a la predisposición del personal para una atención y ayuda en todo momento, así como la atención permanente con un trato amable y cordial. A continuación, en la Tabla 4 se detallan los resultados obtenidos de la empatía percibida por los turistas que visitan el Centro Turístico Shayari.

Tabla 4*Dimensión de empatía percibida*

EMPATÍA PERCIBIDA													
Empatía	1	2	3	4	5	6	7	Encuestados	Promedio	Cap. Max	%	Cap. Opt	Caf.7
¿El personal brinda atención personalizada?	1	0	1	5	7	8	15	37	212	259	47	7	5,73
¿Los empleados se caracterizan por tener modales y ser serviciales al momento de atenderle?	1	0	1	4	7	5	19	37	218	259	48	7	5,89

Análisis de la calidad mediante modelo servperf del servicio en el centro turístico comunitario kichwa shayari, Sucumbíos Ecuador

¿El personal se preocupa por su bienestar y satisfacción durante la estadía?	1	0	1	4	7	5	19	37	218	259	48	7	5,89
¿Los empleados satisfacen sus necesidades específicas?	1	0	1	5	9	5	16	37	211	259	46	7	5,70
¿El centro turístico cuenta con horarios de atención ideal?	1	0	2	4	9	8	13	37	207	259	46	7	5,59
TOTAL													5,76

Fuente: Datos obtenidos con el procesador estadístico computacional, IBM SPSS

Statistics 22. Algoritmos Chicago: IBM SPSS Inc.

Según los datos establecidos se puede evidenciar que los cinco ítems de la dimensión empatía cuentan con una calificación aceptable y que su promedio total es de 5.76 lo cual establece que los servicios personalizados que brinda el personal que labora en Shayari se encuentra en un nivel bastante aceptable para los clientes.

Elementos tangibles

Esta dimensión hace referencia a las instalaciones físicas, equipamiento y apariencia del personal: limpieza de las instalaciones, equipamiento necesario, estado de conservación de la infraestructura, mobiliario y equipos, mantenimiento y limpieza de sanitarios y grifería en los baños, provisión de implementos necesarios en baños de uso público, apariencia y presentación del personal, conocimiento y dominio de idiomas. A continuación, en la Tabla 5 se detallan los datos obtenidos de la percepción que tuvieron los turistas que visitan Shayari de los elementos tangibles.

Tabla 1

Dimensión Elementos Tangibles

ELEMENTOS TANGIBLES													
Elementos Tangibles	1	2	3	4	5	6	7	Encuestados	Promedio	Cap. Max	%	Cap. Opt	Caf.7
¿Las instalaciones del establecimiento se encuentran en buenas condiciones?	1	1	0	5	10	4	16	37	209	259	46	7	5,65
¿Las áreas verdes, se encuentran limpias y señalizadas?	1	1	0	5	9	5	16	37	210	259	46	7	5,68
¿La presentación de los empleados es pulcra?	1	1	0	4	9	3	19	37	215	259	47	7	5,81
¿Las artesanías realizadas en el centro turístico cumplen sus expectativas?	1	1	0	4	9	5	17	37	213	259	47	7	5,76
TOTAL													5,73

Fuente: Datos obtenidos con el procesador estadístico computacional, IBM SPSS

Statistics 22. Algoritmos Chicago: IBM SPSS Inc.

Según los datos establecidos se puede evidenciar que los cuatro ítems de la dimensión de elementos tangibles tuvieron una calificación aceptable, las mismas que dan como promedio total 5.73 haciendo referencia a que Shayari cuenta con una buena infraestructura, equipos, materiales y personal, mismos que evidencian tener un excelente cuidado y manejo de quienes están encargados.

Discusión.

Los resultados de esta investigación permitieron analizar la calidad del servicio turístico que tiene Shayari. Al realizar la evaluación de forma global de la percepción de los clientes acerca del servicio se obtuvo un promedio de 5.82 / 7, con una brecha de 1.18, lo que indica que existen áreas que requieren acciones de mejoras.

Al analizar cada dimensión se obtuvieron los siguientes resultados: el indicador de fiabilidad obtuvo una brecha de 1.14, lo que indica la existencia de falencias, específicamente el factor limitante es el tiempo de respuesta en cuanto a la prestación del servicio, lo que ha generado inconformidad en los usuarios que visitan el lugar, sin embargo, no afecta en la conformidad total y satisfacción de los clientes.

Por otra parte, en cuanto a la dimensión de capacidad de respuesta se obtuvo una brecha de 1.21, ya que se evidenció que los empleados usan términos inadecuados al momento de informar los servicios que disponen, lo cual ocasiona confusiones y molestias. En cuanto a la dimensión de seguridad se obtuvo una brecha de 1.06, evidenciando problemas como que el personal del centro turístico no cuenta con el conocimiento necesario para responder las dudas e inquietudes. Así también, en cuanto a la dimensión empatía que se refiere a la interpretación y servicio la brecha encontrada fue de 1.24, lo que da a conocer que aún existen falencias que deben ser mejoradas como la calidad del servicio personalizado y la adecuación de los horarios de atención.

Finalmente, en cuanto a la dimensión de elementos tangibles, se obtuvo una brecha de 1.27, que establece que aún hay que mejorar en las instalaciones, en la señalización de las áreas verdes, lo cual es de suma importancia para mejorar la percepción del turista.

En el estudio denominado "El modelo Servperf como herramienta de evaluación de la calidad de servicio en una empresa" (2020) se realiza un análisis cuantitativo similar considerando los mismos indicadores de evaluación. Además, se utilizó el método estadístico probabilístico. A comparación de la presente investigación se aplicó en un establecimiento de alimentos y bebidas pero que como resultados en cuanto a las

dimensiones generales el promedio de media fue de 2.79 lo que indica una valoración regular teniendo la dimensión de seguridad como la de menor puntuación. A pesar de tener datos considerablemente inferiores se concluye que la excelencia es parte de la mejora continua del servicio debido a que obtuvo resultados menores a la puntuación máxima que es cinco.

Finalmente, con respecto al objetivo general sobre Aplicar el modelo Servperf como Herramienta de evaluación de la calidad de servicio en el establecimiento turístico denominado como Centro de Turismo Comunitario Shayari, se comprueba que el modelo Servperf permite evaluar el servicio que brinda la empresa dependiendo de las dimensiones que la conforman. Lo que se complementa con los resultados obtenidos en la investigación realizada relacionada a las percepciones globales de los clientes indicando que brindan un servicio bueno y que debe presentar mejoras en cada proceso de su prestación. Además, que los atributos diferenciadores en el servicio y mejora continua pueden ser usada como estrategia para sacar ventaja a los competidores.

4. CONCLUSIÓN O CONSIDERACIONES FINALES

Se analizó la calidad de servicio considerando cinco dimensiones considerando cinco dimensiones y elementos tangibles, estos últimos resultaron ser los de mayor déficit en el centro de turismo comunitario debido a que los usuarios de los servicios ofertados en el lugar de estudio no perciben una buena calidad en el centro turístico y es por ello que deberán seguir trabajando en la mejora continua para lograr satisfacer las necesidades del turista.

El modelo SERVPERF permite medir el nivel de calidad de un servicio que brinda un establecimiento considerando las valoraciones de los clientes con respecto a la prestación que reciben y de esta manera establecer estrategias que permita la mejora continua.

Finalmente se concluye que las dimensiones más valoradas por los clientes del Centro de Turismo Comunitario Shayari son seguridad, empatía y fiabilidad las cuales requieren un trato directo con el cliente. Por ello se debe mantener un cuidado exclusivo debido a que una buena experiencia en el servicio es sinónimo de buena promoción para la empresa. El presente estudio resultó ser oportuno debido a que gracias a los resultados obtenidos de la implementación del instrumento permitirán al centro de turismo comunitario tomar decisiones correctivas que faciliten la mejora continua de la calidad del servicio. Esto será

el punto de partida para promover a mediano y largo plazo un incremento en el volumen de ingresos y por ende lograr satisfacer a sus clientes.

5. LISTA DE REFERENCIAS

- Asamblea Constitucional del Ecuador. (2008). *Constitución de la República del Ecuador*. Obtenido de <http://www.estade.org/legislacion/normativa/leyes/constitucion2008.pdf>
- Calvache Mogro, A. J. (2012). *REVALORIZACIÓN CULTURAL; REVITALIZACIÓN CULTURAL; MANIFESTACIONES CULTURALES; KICHWA SHAYARI (COMUNIDAD); PRODUCTO TURÍSTICO COMUNITARIO; CASCALES (CANTÓN); SUCUMBÍOS (PROVINCIA)*. Obtenido de <http://dspace.esPOCH.edu.ec/bitstream/123456789/2173/1/23T0309%20.pdf>
- Corporación de Turismo Comunitario de Sucumbíos. (2021). *Fondo para el logro de los ODM*. Obtenido de <http://www.mdgfund.org/es/node/3319>
- Cortés Cortés, M. E., & Iglesias León, M. (2004). *Generalidades sobre Metodología*. (U. A. CARMEN, Productor) Obtenido de https://www.unacar.mx/contenido/gaceta/ediciones/metodologia_investigacion.pdf
- Google. (2021). *Google Maps*. Recuperado el 03 de marzo de 2020, de <https://www.google.com.ec/maps/place/Centro+Tur%C3%ADstico+Comunitario+Kichwa+Shayari/@-0.0349299,-77.1723517,616m/data=!3m1!1e3!4m5!3m4!1s0x91d7d51be10867e5:0x3926fb17de6064ad!8m2!3d-0.0347475!4d-77.170163!5m2!1e4!1e1>
- Ibarra Morales, L. E., & Casas Medina, E. V. (2015). Aplicación del modelo Servperf en los centros de atención Telcel, Hermosillo: una medición de la calidad en el servicio. *Contaduría y administración*, 229-260. Obtenido de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S0186-10422015000100010&script=sci_abstract&tlng=pt
- Loor, B. L., Plaza, M. N., & Medina, V. Z. (Marzo de 2021). Turismo comunitario en Ecuador: Apuntes en tiempos de pandemia. Obtenido de <https://produccioncientificaluz.org/index.php/rcs/article/view/35312/37394>

- Luna Pérez, F. (2017). Aplicación del modelo SERVPERF para la medición de la percepción sobre la calidad del servicio de la educación superior. *Eco matemático*, 8, 43 - 50. doi:<https://doi.org/10.22463/17948231.1381>
- Martínez, V., Martín, P., Marzo, J. C., & Torres, M. (2000). *Calidad de servicio y satisfacción de los clientes: un estudio en establecimientos turísticos*. Obtenido de https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/46870408/FICHA-PDGR-A1-U6-A4-D3-PDF_N%C2%BA_2_1-with-cover-page-v2.pdf?Expires=1642814295&Signature=K3EvAidhWZmQwsobFosj-1~MvQrvAJYhcn-OTxbPbrZ9aiHDWW7zcd54bD-d7yxgw7T6qQ11O0Tmi1kDQ2j3-gliSvNQ6YrJZ3XAY0PXeyxBeASSquPC
- Ministerio de Turismo. (13 de marzo de 2015). *Centro de Turismo Comunitario Shayari es un referente de Sucumbíos*. Obtenido de <https://www.turismo.gob.ec/centro-de-turismo-comunitario-shayari-es-un-referente-de-sucumbios/>
- Niomedes Teodoro, E. N. (2018). *Tipos de investigación*. Obtenido de <https://core.ac.uk/download/pdf/250080756.pdf>
- Organización de las Naciones Unidas. (Agosto de 2020). Recuperado el Agosto de 2021, de https://www.un.org/sites/un2.un.org/files/policy_brief_covid-19_and_transforming_tourism_spanish.pdf
- Organización Mundial del Turismo. (2016). *LA GESTIÓN DE LA CALIDAD, ESENCIAL PARA LA COMPETITIVIDAD DE LOS DESTINOS TURÍSTICOS*. Obtenido de <https://www.unwto.org/es/archive/press-release/2016-07-01/la-gestion-de-la-calidad-esencial-para-la-competitividad-de-los-destinos-tu>
- Organización Mundial del Turismo. (08 de Octubre de 2018). *Turismo, Comercio y la OMC: Comunicado conjunto de la OMT, la OMC, el ITC y el WTTC, 2018*. Ginebra, Suiza. Obtenido de <https://www2.unwto.org/es/press-release/2018-10-08/turismo-comercio-y-la-omc-comunicado-conjunto-de-la-omt-la-omc-el-itc-y-el->
- Paz Manzano, A. (2004). Concepto de satisfacción al cliente. México.
- Ramos Farroñan, E. V., Francisco Segundo, S. M., & Cherre Morán, I. (2 de abril de 2020). The Servperf model as a service quality assessment tool in a company. *Revista Universidad y Sociedad*, 417-423. Recuperado el 15 de septiembre de 2021, de http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2218-36202020000200417&lng=es&tlng=en.

- Sablón Cosío, N., Radice, M., Luna Murillo, M., & Manjarrez Fuentes, N. (05 de julio de 2016). *Biocomercio y biodiversidad en el Ecuador*. Obtenido de <https://3.14.189.95/index.php/ecociencia/article/view/15/10>
- Sampieri, R. H. (2010). *Metodología de la investigación*. Recuperado el julio de 2021, de http://jbposgrado.org/material_seminarios/HSAMPIERI/Metodologia%20Sampieri%205a%20edicion.pdf
- Soler Cárdenas, S. F., & Soler Pons, L. (2012). Usos del coeficiente alfa de Cronbach en el análisis de instrumentos escritos. *Revista Médica Electrónica*, 01-06. Obtenido de http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1684-18242012000100001
- Thompson, J. B. (1990). *El concepto de cultura*. Obtenido de Ideología y cultura moderna. Teoría: <https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/34495555/s09-thompson-john-b-ideologia-y-cultura-moderna-c3-with-cover-page-v2.pdf?Expires=1642799856&Signature=SveN~3FlhynANKHBs2EGKaxHArQqQ7IT27xpJD9woZMVON9kXt-uGqOs7w19hYhhboR1ZRz-6NiuR0wuOpZmA5fmmB9V5rKZ7gBf852lg>