



UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA TURISMO

Título:

**Certificación de Calidad y Empresas Turísticas en el Cantón Guano,
Provincia de Chimborazo**

**Trabajo de Titulación para optar al título de Licenciatura en
Turismo**

Autor:

Sabrina Mishell Orozco Macao

Tutor:

Mgs. Paula Elizabeth Moreno Aguirre

Riobamba, Ecuador 2024

DECLARATORIA DE AUTORÍA

Yo, Sabrina Mishell Orozco Macao, con cédula de ciudadanía 0604890822, autora del trabajo de investigación titulado: Certificación de Calidad y Empresas Turísticas en el cantón Guano, provincia de Chimborazo, certifico que la producción, ideas, opiniones, criterios, contenidos y conclusiones expuestas son de mi exclusiva responsabilidad.

Asimismo, cedo a la Universidad Nacional de Chimborazo, los derechos para su uso, comunicación pública, distribución, divulgación y/o reproducción total o parcial, por medio físico o digital; en esta cesión el cesionario no podrá obtener beneficios económicos. La posible reclamación de terceros respecto de los derechos de autor (a) de la obra referida, será de mi entera responsabilidad; librando a la Universidad Nacional de Chimborazo de posibles obligaciones.

En Riobamba 21 de mayo del 2024.



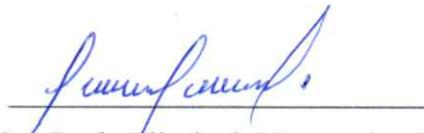
Sabrina Mishell Orozco Macao

C.I: 0604890822

DICTAMEN FAVORABLE DEL PROFESOR TUTOR

Quien suscribe, Mgs. Paula Elizabeth Moreno Aguirre catedrático adscrito a la Facultad de Ciencias Políticas y Administrativas, por medio del presente documento certifico haber asesorado y revisado el desarrollo del trabajo de investigación Certificación de Calidad y Empresas Turísticas en el Cantón Guano, Provincia de Chimborazo, bajo la autoría de Sabrina Mishell Orozco; por lo que se autoriza ejecutar los trámites legales para su sustentación.

Es todo cuanto informar en honor a la verdad; en Riobamba, a los 21 días del mes de mayo de 2024



Mgs. Paula Elizabeth Moreno Aguirre

CERTIFICADO DE LOS MIEMBROS DEL TRIBUNAL

Quienes suscribimos, catedráticos designados Miembros del Tribunal de Grado para la evaluación del trabajo de investigación titulado Certificación de Calidad y Empresas Turísticas en el cantón Guano, Provincia de Chimborazo por, Sabrina Mishell Orozco Macao, con cédula de identidad número 0604890822, bajo la tutoría de Mgs. Paula Elizabeth Moreno Aguirre; certificamos que recomendamos la APROBACIÓN de este con fines de titulación. Previamente se ha evaluado el trabajo de investigación y escuchada la sustentación por parte de su autor; no teniendo más nada que observar.

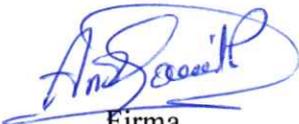
De conformidad a la normativa aplicable firmamos, en Riobamba a los 21 días del mes de mayo de 2024

PhD. Víctor Velasco
PRESIDENTE DEL TRIBUNAL DE GRADO



Firma

Mgs. Andrea Garrido
MIEMBRO DEL TRIBUNAL DE GRADO



Firma

Mgs. Danilo Quintana
MIEMBRO DEL TRIBUNAL DE GRADO



Firma



CERTIFICACIÓN

Que, **OROZCO MACAO SABRINA MISHELL** con CC: **0604890822**, estudiante de la Carrera de **TURISMO**, Facultad de **Ciencias Políticas y Administrativas**; ha trabajado bajo mi tutoría el trabajo de investigación titulado "**CERTIFICACIÓN DE CALIDAD Y EMPRESAS TURÍSTICAS EN EL CANTÓN GUANO, PROVINCIA DE CHIMBORAZO**", cumple con el 9 %, de acuerdo al reporte del sistema Anti plagio **TURNITIN**, porcentaje aceptado de acuerdo a la reglamentación institucional, por consiguiente autorizo continuar con el proceso.

Riobamba, 09 de mayo de 2024


Mgs. Paula Moreno
TUTORA

DEDICATORIA

Dedico este proyecto de investigación primeramente a Dios, por darme la fuerza y la motivación para culminar esta etapa de mi vida, a mi madre por ser el motor que impulsa mis sueños, mis esperanzas y por ser mi guía de vida. A mi familia por siempre alentarme y apoyarme en mis estudios y estar siempre a mi lado en los buenos y malos momentos.

Sabrina Mishell Orozco Macao

AGRADECIMIENTO

Agradecer a la universidad que me ha exigido tanto, pero al mismo tiempo me ha permitido obtener mi tan ansiado título. Son muchos los docentes que han sido parte de mi camino universitario, y a todos ellos les quiero agradecer por transmitirme los conocimientos necesarios para hoy poder estar aquí. A mi tutora quien ha tenido la dedicación y la paciencia y dedicación y Finalmente a toda mi familia y amigos.

Sabrina Mishell Orozco Macao

ÍNDICE GENERAL

1.	CAPÍTULO I	16
1.1	INTRODUCCIÓN.....	16
1.2	Problema	17
1.2.1	Problema general	17
1.2.2	Problemas específicos.....	17
1.3	Justificación.....	18
1.3.1	Justificación teórica	18
1.3.2	Justificación Práctica	18
1.3.3	Justificación Metodológica.....	18
1.4	Objetivos	19
1.4.1	Objetivo General.....	19
1.4.2	Objetivo Específico.....	19
1.5	Hipótesis.....	19
1.5.1	Hipótesis general.....	19
1.5.2	Hipótesis específica	19
2.	CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO	20
2.1	Antecedentes de la investigación.....	20
2.2	Marco filosófico o epistemológico de la investigación	21
2.2.1	Epistemología de certificación de calidad	21
2.2.2	Epistemología de empresas turísticas	22
2.3	Estado del arte	22
2.3.1	Certificación de calidad y empresas turísticas	22
2.4	Bases teóricas	23
3.	CAPÍTULO III. METODOLOGÍA.	26
3.1	Tipo y diseño y de la investigación	26

3.1.1	Tipo de investigación.....	26
3.1.2	Diseño de investigación	27
3.2	Enfoque de la investigación	27
3.3	Unidades de estudio	27
3.3.1	Población y muestra.....	28
3.4	Operacionalización de variables	29
3.5	Técnicas de recolección de Datos.....	30
3.5.1	Técnicas	30
3.5.2	Instrumentos.....	30
3.6	Confiabilidad del instrumento	30
3.6.1	Confiabilidad de instrumentos, Variable dependiente certificación de calidad.....	31
3.6.2	Confiabilidad de instrumentos, Variable independiente empresas turísticas.....	31
	Estadísticas de fiabilidad Alfa de Cronbach-variable independiente	31
4.	CAPÍTULO IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN	32
4.1	Análisis, interpretación y discusión de resultados de la variable dependiente: Certificación de calidad.	32
4.2	Análisis, interpretación y discusión de resultados de la variable independiente: empresas turísticas.	35
4.3	Prueba de hipótesis	39
4.3.1	Hipótesis General.....	40
4.3.2	Hipótesis Especifica.....	41
5.	CAPÍTULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	44
5.1	Conclusiones.....	44
5.2	Recomendaciones	44
6.	CAPÍTULO VI PROPUESTA.....	46
6.1	Título de la propuesta.....	46
6.2	Objetivos	46
6.3	Entidad ejecutora	46

6.4	Diseño de la Propuesta.....	46
6.4.1	Norma técnica de reconocimiento a la buena práctica en las empresas turísticas del cantón Guano	46
6.4.2	Guía de implementación para la norma de reconocimiento a la buena práctica en las empresas del Cantón Guano	52
6.4.3	Guía de la estructura para la norma de reconocimiento a la buena práctica en las empresas turísticas del Cantón Guano	60
7.	ANEXOS	61
7.1	Anexo 1. Árbol de problema	61
7.2	Anexo 2. Operacionalización de variables	62
7.3	Anexo 3. Matriz de consistencia.....	64
7.4	Anexo 4. Instrumentos de investigación	66
7.5	Anexo 5. Análisis e interpretación.....	72
7.5.1	Anexo 5.1. Tabulación Variable Dependiente certificación de calidad.....	72
	Información General	72
7.5.2	Anexo 5.2. Tabulación Variable Independiente – Empresas turísticas	83
	Bibliografía.....	94

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Catastro empresas turísticas del Cantón Guano.....	29
Tabla 2 Estadísticas de fiabilidad Alfa de Cronbach-variable independiente.	31
Tabla 3 Estadísticas de fiabilidad Alfa de Cronbach-variable dependiente.....	31
Tabla 4 Resumen e Interpretación de Resultados - Variable Independiente	32
Tabla 5 Resumen e interpretación de resultados - Variable Dependiente	36
Tabla 6 Criterios Interpretación del coeficiente de correlación de Rho de Spearman.....	39
Tabla 7 Prueba de hipótesis general.....	40
Tabla 8 Prueba de hipótesis específica 1	41
Tabla 9 Prueba de hipótesis específica 2	42
Tabla 10 Prueba de hipótesis específica 3	43
Tabla 11 Requisitos para el reconocimiento	53
Tabla 12 Formato Matriz de requisitos legales.....	54
Tabla 13 Formato lista de chequeo requisitos legales.....	55
Tabla 14 Formato políticas empresariales	56
Tabla 15 Formato para la planificación empresarial.....	57
Tabla 16 Formato de gestión de calidad-Procesos y procedimientos	58
Tabla 17 Formato de identificación de potenciales emergencias	59
Tabla 18 Género.....	72
Tabla 19 Edad	73
Tabla 20 Nivel de instrucción	74
Tabla 21 Bienes y servicios	75
Tabla 22 Formación y competencia.....	76
Tabla 23 Responsabilidad social y sostenibilidad.....	77
Tabla 24 Precios.....	78
Tabla 25 Calidad de vida	79
Tabla 26 Servicios y productos.....	80
Tabla 27 Productos y servicios	81
Tabla 28 Potencial turístico.....	82
Tabla 29 Género.....	83

Tabla 30 Edad	84
Tabla 31 Nivel de instrucción	85
Tabla 32 Sistematización de procesos	86
Tabla 33 Desempeño laboral.....	87
Tabla 34 Productos y servicios	88
Tabla 35 Calidad	89
Tabla 36 Mejora continua	90
Tabla 37 Bienes materiales	91
Tabla 38 Servicios.....	92
Tabla 39 Seguridad	93

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Fases para la implantación de la norma técnica	61
Figura 2 Etapas de la fase de diseño	63
Figura 3 Género	72
Figura 4 Edad.....	73
Figura 5 Nivel de instrucción.....	74
Figura 6 Bienes y servicios	75
Figura 7 Formación y competencia	76
Figura 8 Responsabilidad social y sostenibilidad	77
Figura 9 Precios	78
Figura 10 Calidad de vida.....	79
Figura 11 Servicios y productos	80
Figura 12 Producto y servicio.....	81
Figura 13 Potencial turístico	82
Figura 14 Género	83
Figura 15 Edad.....	84
Figura 16 Nivel de instrucción.....	85
Figura 17 Sistematización de procesos.....	86
Figura 18 Desempeño laboral	87
Figura 19 Productos y servicios.....	88

Figura 20 Calidad.....	89
Figura 21 Mejora continua.....	90
Figura 22 Bienes materiales.....	91
Figura 23 Servicios	92
Figura 24 Seguridad.....	93

RESUMEN

El turista hoy en día se ha vuelto cada vez más exigente a la hora de elegir un producto o un servicio turístico, por otro lado, los prestadores turísticos, tienen el desafío de satisfacer las necesidades y perspectivas del turista y a la misma vez brindar confianza de su producto o servicio, pero el reto más grande de los prestadores turísticos es el de enfrentarse a la gran competencia y el de mantenerse dentro del mercado turístico.

La siguiente investigación se enfocó en identificar la relación que existe entre la certificación de calidad y las empresas turísticas en el cantón Guano, Provincia de Chimborazo, mediante un enfoque de investigación mixto diseño de investigación correlacional, descriptivo y no experimental finalmente se comprobó que ambas variables se relacionan.

Palabras claves: Satisfacción, empresas turísticas, certificación de calidad, productos y servicios, prestadores turísticos, competitividad.

ABSTRACT

The main objective of this research study was to focus on tourism which has become increasingly demanding when choosing a tourist product or service nowadays, on the other hand, tourism providers have the challenge of satisfying the needs and perspectives of the tourist and at the same time provide confidence in their product or service, but the biggest challenge for tourism providers is to face the great competition and to stay in the tourism market. The following research focused on identifying the relationship between quality certification and tourism enterprises in the Guano canton, province of Chimborazo, using a mixed research approach, correlational, descriptive and non-experimental research design, it was finally proved that both variables are related.

Keywords: Satisfaction, tourism enterprises, quality certification, products and services, tourism providers, competitiveness.



Reviewed by:
Marco Antonio Aquino
ENGLISH PROFESSOR
C.C. 1753456134

1. CAPÍTULO I.

1.1 INTRODUCCIÓN

Guano localizado al norte de la Provincia de Chimborazo, representa el 7% del territorio provincial, está limitada al norte; con la Provincia de Tungurahua, al sur; con el cantón Riobamba, al este; con el Río Chambo y al oeste; con el Cantón Riobamba y la Provincia de Bolívar. Es considerado como “La Capital Artesanal del Ecuador” o “Pueblo mágico”, gracias a su patrimonio cultural, natural, artesanal y gastronómico. Sin embargo, en la actualidad no es reconocido como un destino turístico potencial siendo esto uno de los principales objetivos que tiene el cantón para mejorar su desarrollo económico. Uno de los problemas que se ha identificado y afecta a que el destino no tenga el número de turistas esperado y que podría mejorar significativamente al turismo del cantón, se debe al desconocimiento y la poca información que poseen los empresarios del cantón, sobre estos reconocimientos de certificación de calidad, el cual aporta a las empresas a brindar confianza y seguridad al cliente o al turista y no solo al turista sino también a la misma vez a las empresas turísticas ya que la misma conduce a mejorar la parte interna y externa de una empresa como son las actividades administrativas, la mejora en los procesos de los productos y servicios ofertados etc. Además, que la presente investigación se enfoca en analizar la correlación que existe entre la certificación de calidad y las empresas turísticas.

En el capítulo I se orientó en la redacción de la introducción, el planteamiento del problema, la justificación y objetivos.

En el capítulo II se investigó y realizó una revisión bibliográfica de fuentes secundarias con el objetivo de conceptualizar las variables dependiente e independiente.

En el capítulo III se identificó la metodología en cual se estableció los tipos de investigación, el diseño de investigación, la población de estudio, el tamaño de la muestra etc.

En el capítulo IV se analizó e interpreto los resultados obtenidos de las encuestas aplicadas durante el trabajo de campo.

En el capítulo V Se realizó las conclusiones y recomendaciones la cual ayudo a identificar la propuesta para dar solución a los problemas identificados durante la investigación.

En capítulo VI finalmente se realizó un diseño de propuesta el cual consiste en la elaboración de una norma técnica y guías para implementar la misma, en las empresas del Cantón Guano. Esta norma se creó para reconocer las buenas prácticas.

1.2 Problema

Actualmente el turista se enfoca en encontrar destinos turísticos de calidad, ya que de esta manera asegura su satisfacción y disfrute. El turismo se define como una actividad de ocio y disfrute, pero en ocasiones solo se vuelve un dolor de cabeza para muchos viajeros al momento de adquirir un servicio o producto, ya que existen una gran variedad de prestadores de servicios turísticos, que es complejo saber cuál de todos son de calidad y aseguren que van a cumplir con la satisfacción y las expectativas del turista. Por ende, es fundamental que las empresas demuestren a sus clientes la clase de servicio que ofrecen y lo más óptimo es a través de las certificaciones que una empresa puede obtener, las cuales respaldan un compromiso con los estándares de la industria y el proceso de mejora continua, de este modo aportará a las empresas, una gran ventaja competitiva. Hasta ahora, las empresas del cantón Guano que se encuentran registradas en un catastro turístico no poseen una certificación de calidad, entre las razones se puede manifestar que los administradores de dichas empresas no consideran que una certificación de calidad asegure la satisfacción del cliente, la poca motivación de adquirir una, el desconocimiento de este y la inexistencia de un distintivo que certifique a las empresas del cantón.

1.2.1 Problema general

- ¿Cómo se relacionan la certificación de calidad con las empresas turísticas del cantón Guano, provincia de Chimborazo?

1.2.2 Problemas específicos

- ¿Cómo se relaciona la satisfacción del cliente con las empresas turísticas del cantón Guano, provincia de Chimborazo?
- ¿Cómo se relaciona los ingresos económicos con las empresas turísticas del cantón Guano, provincia de Chimborazo?

- ¿Cómo se relaciona la demanda con las empresas turísticas del cantón Guano, provincia de Chimborazo?

1.3 Justificación

La siguiente investigación se realizó con el fin de aportar soluciones a las problemáticas que poseen las empresas en relación con la certificación de calidad turística en el cantón Guano, provincia de Chimborazo.

1.3.1 Justificación teórica

La investigación busca recopilar información referente a certificación de calidad y empresas turísticas y a la misma vez determinar si estas variables se correlacionan o no, estudios han revelado que un destino que posee servicios de calidad y los cuales estén reconocidos son capaces de cumplir con las expectativas de los turistas, motivando su permanencia que por efecto genera beneficios económicos a la población.

1.3.2 Justificación práctica

El propósito de la siguiente investigación denominada certificación de calidad y empresas turísticas, en el cantón Guano, provincia de Chimborazo, tiene como objetivo realizar un estudio correlacional el cual permita identificar que tanto se relacionan las variables de estudio, acción que se ejecuta mediante un trabajo de campo y con la ayuda de herramientas de recopilación de datos, cuyos resultados son fundamentales para planificación de nuevas estrategias o una propuesta, misma que ayudará que el destino tenga un mejor desarrollo turístico y sea considerado como un lugar potencial.

1.3.3 Justificación metodológica

La investigación tubo como finalidad el fortalecer conocimientos e información el cual motive y comprometa a los prestadores de servicios y productos turísticos del cantón Guano a mejorar la calidad del producto y servicio que estos ofertan mediante la implementación de las distintas certificaciones de calidad turística las cuales se otorgan con el objetivo de reconocer que han implementado sistemas de gestión de calidad en las empresas y así lograr que el cantón

Guano se convierta en destino turístico de calidad y a la misma vez sea un destino competitivo ante la oferta que existe en la gran industria turística

1.4 Objetivos

1.4.1 Objetivo general

- Identificar si existe relación entre la certificación de calidad y las empresas turísticas del cantón Guano, provincia de Chimborazo.

1.4.2 Objetivos específicos

- Determinar si existe relación entre la satisfacción del cliente y las empresas turísticas del cantón Guano, provincia de Chimborazo.
- Determinar si existe relación entre los ingresos económicos con las empresas turísticas del cantón Guano, provincia de Chimborazo.
- Determinar si existe relación entre la demanda y las empresas turísticas del cantón Guano, provincia de Chimborazo.

1.5 Hipótesis

1.5.1 Hipótesis general

- La certificación de calidad se relaciona con las empresas turísticas del cantón Guano, provincia de Chimborazo.

1.5.2 Hipótesis específicas

- La satisfacción del cliente se relaciona con las empresas turísticas del cantón Guano, provincia de Chimborazo.
- Los ingresos económicos se relacionan con las empresas turísticas del cantón Guano, provincia de Chimborazo.
- La demanda se relaciona con las empresas turísticas del cantón Guano, provincia de Chimborazo.

2. CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO

2.1 Antecedentes de la investigación.

Para comprender las variables de la investigación se analizó varios documentos como revistas científicas, las cuales están relacionadas con las variables de estudio, mismos que se mencionan a continuación.

De acuerdo con los autores Tari y Pereira (2012) en su investigación titulada “Calidad y rentabilidad. Análisis del certificado Q en las cadenas hoteleras”. El objetivo de esta investigación fue el analizar la relación entre la certificación de calidad y el tamaño de las cadenas hoteleras. Se concluye que la certificación tiene efectos positivos y que el tamaño de la cadena no es un factor importante para certificarse.

Según Herrero (2020) en su trabajo de investigación titulado “La calidad en el sector turístico español: Certificaciones de calidad turística” cuyo objetivo fue analizar la calidad en el sector turístico español y la importancia para las entidades turísticas contar con certificaciones de calidad. La investigación fue con metodología de revisión bibliográfica. Concluye que las certificaciones de calidad son un factor clave para las empresas del sector turístico.

Como afirma Lugo (2021) en su trabajo de titulación titulado “Relación entre certificaciones de calidad y sostenibilidad aplicadas al turismo y los ODS”. Cuyo objetivo fue establecer un vínculo entre las certificaciones de calidad y sostenibilidad y los Objetivos de Desarrollo Sostenible. La investigación fue con metodología de revisión bibliográfica. Concluye que las certificaciones contribuyen en su mayoría al logro de los ODS.

Desde el punto de vista de Sánchez (2019) en su trabajo de investigación titulado “Certificaciones de calidad, un análisis de las limitantes para su aceptación y posterior adopción en las MiPymes turísticas del Estado de México”. Dicho trabajo se desarrolló mediante una metodología descriptiva de corte cualitativo. El cual concluye con el análisis de las problemáticas que la oferta turística enfrenta por la ausencia de políticas públicas que promuevan acciones de certificación y a la misma vez informen de los sellos de calidad las cuales fortalezcan la competitividad y el desarrollo sustentable de los destinos turísticos.

Como señala Hernández et al. (2021) en su investigación titulada “Las competencias gerenciales. Un análisis desde la filosofía de la administración en empresas turísticas”. Cuyo objetivo fue identificar las competencias gerenciales que se desarrollan en empresas turísticas a partir de la filosofía de la administración. Aplicando la metodología descriptiva y con enfoque

cualitativo. Concluye que, a pesar de la gran evolución de las ciencias administrativas, aun se practica algunos valores y principios de la administración filosófica y ello explica como algunas personas que, aunque no poseen amplios conocimientos teóricos sobre la manera de dirigir una empresa, ponen en práctica el sentido humanista al dirigir a su empresa y su personal.

Como afirma Fernández (2012) en su trabajo de titulación titulado “Las certificaciones de calidad en las empresas turísticas: antecedentes y consecuencias”. Cuyo objetivo tuvo como finalidad analizar el rol de las certificaciones en las empresas turísticas de alojamiento. La metodología de investigación aplicada fue el procedimiento de Heckman empleado en dos etapas, en la primera etapa se usó el modelo probit el cual facilitó conocer las características de la cadena hotelera al momento de decidir en certificar al menos un establecimiento, en la segunda etapa se tomó en cuenta las cadenas hoteleras que ya poseen una certificación entre los años 1999-2010, estimando la ecuación de regresión por mínimos cuadrados ordinarios el cual apporto en la comprensión de factores necesarios al momento de certificar un establecimiento de alojamiento. Concluye que la certificación turística debe adaptarse al tipo de establecimiento de alojamiento, su categoría, el origen geográfico del cliente y la disponibilidad de otros certificados.

Según Valdés et ál. (2021) en su investigación titulada “Motivaciones de empresas turísticas para la certificarse en calidad. Evidencia empírica en el Estado de México”. Cuyo objetivo fue analizar las motivaciones que intervienen en la facilidad de certificarse en calidad de las pequeñas y grandes empresas turística. Se utilizo una metodología cuantitativa de diseño no experimental y de corte transversal. Concluye que la percepción del turista, posicionamiento, competitividad, productividad y el apoyo gubernamental son las motivaciones para que las empresas se certifiquen. Además, menciona que una certificación de calidad podría ayudaría a mejorar los procesos de servicio y atención.

2.2 Marco filosófico o epistemológico de la investigación

2.2.1 Epistemología de certificación de calidad

La calidad y el ser humano son factores que han evolucionado al mismo tiempo. Desde la existencia del ser humano, la calidad ha sido un factor que ha ido evolucionando constantemente, esto se evidencia en las actividades cotidianas del ser humano desde sus inicios, como es el consumo de alimentos, estos tenían que identificar cuál de los alimentos que disponían en su

entorno eran seguros para su consumo y que no afectaran a su salud, todo ello se supone que se realizó a través de un arduo proceso del control de calidad de los alimentos. Otro claro ejemplo de la evolución de la calidad se encuentra reflejado en las estrictas estrategias que el humano diseñaba para evitar errores como el castigar severamente por cada error cometido, como, por ejemplo, antiguamente en la construcción de casas, en el caso de que estas se derrumbarán y matarán a sus ocupantes el constructor debía ser asesinado. Es así como se refleja los orígenes de la calidad antiguamente y como hoy en día es un factor importante no solo para el sector turístico (Rozo Rodríguez & Cubillos Rodríguez , 2009)

2.2.2 Epistemología de empresas turísticas

El turismo es considerado como un fenómeno social por la gran influencia en aspectos como lo es en la economía, cultura, ambiente y por la constante adaptabilidad, desarrollo y evolución que este ha ido teniendo. Según los padres del turismo antes de todo el turismo es producción es aquí donde entra la existencia de las empresas turísticas las cuales también han ido evolucionando poco a poco.

2.3 Estado del arte

2.3.1 Certificación de calidad y empresas turísticas

Según Herrero (2020) en su trabajo investigación titulado “La calidad en el sector turístico español: Certificaciones de calidad turística”. Cuyo objetivo fue analizar la calidad en el sector turístico español, y la importancia para empresas turísticas de contar con certificaciones de calidad legalizadas y oficiales. El cual se trabajó con una metodología de revisión bibliográfica.

En este trabajo se menciona las certificaciones que están disponibles, que se han aplicado en las empresas turísticas de España y han dado buenos resultados, estas son, la marca “Q de calidad turística” del ICTE (Instituto de Calidad Turística Española), Save Tourism Certified del ICTE, este es un sello que se creó debido al covid- 19 y como último sello, ISO 9001 de gestión de calidad el cual es una marca internacional. El ICTE es una organización sin fines de lucro que se fundó en el año 2000, cuya función es el crear, desarrollar, revisar normas de calidad turística, certificar mediante el sello “Q de calidad turística”, promocionar y formar mediante un plan de formaciones en turismo con cursos presenciales y online a profesionales responsables de la calidad o que implanten sistemas de calidad o quieran trabajar en el ámbito de la calidad turística. Mientras que el sello ISO 9001 es un sistema de gestión de calidad basada en un

conjunto de acciones planificadas y controladas, que una organización lidera con el propósito de lograr cumplir con los objetivos de calidad, mejorar los productos, servicios y satisfacer las necesidades de los clientes. Este sello ayuda a la mejora global de la organización siendo esto una gran estrategia.

De acuerdo con Ocaña y Osejo (2018) en su trabajo de investigación titulado “La calidad para la competitividad turística del Ecuador, experiencias de su aplicación”. Cuyo objetivo fue recoger algunas experiencias de empresas turísticas que han aplicado la calidad no en su totalidad, pero lo han puesto en práctica con el objetivo de ver algún tipo de mejora en la prestación de su servicio. Dando a entender que aún no poseen un certificado de calidad turística.

La metodología en esta investigación fue revisión bibliográfica, diseño de la investigación tipo descriptivo exploratorio con un enfoque cualitativo. Concluye, dando a conocer que de las 30 empresas que se han analizado solo 4 podrían obtener un certificado de calidad turística.

Ambas referencias manifiestan que la certificación de calidad turística brinda mejora y competitividad en las empresas, siendo España quien tiene más experiencia y ha ido trabajando e implementado esta estrategia durante 24 años pues en el año 2000 fue cuando empezó con este gran proyecto, mientras que en Ecuador se inició en el año 2005 pero finalmente se empezó a certificar en el año 2015, aun así fue una iniciativa muy significativa ya que se ha certificado alrededor de 278 establecimientos en todo el Ecuador con el sello distintivo “Q” de Calidad. Es importante mencionar que Ecuador posee también el distintivo “Q” de Calidad como sello nacional al igual que España.

2.4 Bases teóricas

a) Satisfacción al cliente

La satisfacción del cliente se define como el rendimiento percibido, refiriéndose al nivel de desempeño en cuanto a lo que el cliente percibe después de adquirir el producto o servicio y además esto depende también del estado de ánimo del cliente. Por otro lado, tenemos las expectativas, se lo podría entender como las esperanzas que el cliente tiene por adquirir algo, las expectativas se producen por la empresa al momento de promocionar su producto o servicio, por experiencias de compras anteriores y la opinión de conocidos ya sea amigos o familia. Por último los niveles de satisfacción que son la insatisfacción, la satisfacción, la complacencia. La

satisfacción al cliente es indispensable para que una empresa pueda posicionarse en la mente de los clientes, pues un cliente satisfecho siempre vuelve a adquirir el servicio o producto ofertado, es así como la empresa se gana la lealtad de sus clientes. Un cliente satisfecho promocionara o comunicara a otros de las experiencias positivas del producto o servicio que adquirió (Thompson, 2005).

b) Ingresos económicos

Los ingresos económicos son el resultado de los gastos que el turista realiza durante todo su viaje. El turismo es el desplazamiento de las personas desde el lugar de donde pernotan a otros destinos, es así como empieza la actividad económica y la relación demanda y oferta entre quienes elaboran los servicios y productos turísticos y entre quienes los consumen (Bosch, 2023).

c) Demanda

“La demandad turística son todos los bienes y servicios que un consumidor estaría dispuesto a adquirir, se relaciona con la inclinación y tendencia de factores como psicográficos, demográficos y mercadológicos” (Balderas , 2014).

d) Procesos

Los procesos se refieren al conjunto secuencial de acciones ordenadas y lógicas que tienen como propósito alcanzar un objetivo determinado además esto agrega valor añadido a los clientes. Se lo define también como la unión de actividades interrelacionadas entre sí, estas poseen varias entradas que dan alugar a varias salidas, que deben estar bien gestionadas con distintos instrumentos (Maldonado, 2011).

e) Calidad

La calidad es una manera simple de producir bienes y servicios y entregarlo a un consumidor con el objetivo principal de satisfacer sus necesidades, por otro lado, la calidad es

trabajar específicamente en requisitos necesarios. Los estándares de calidad y las herramientas que se usaban para asegurar la calidad con el tiempo tal vez han cambiado, pero nunca cambiará las expectativas básicas que poseen los clientes, esto es algo que nunca cambiara (Hoyer & Hoyer, 2001).

f) Productos y servicios

Los productos y servicios son todos los bienes materiales e inmateriales dentro de una oferta turística las cuales satisfacen las necesidades básicas de una persona, entendiendo como oferta turística a restaurantes, hoteles complejos turísticos, atractivos turísticos etc. Sumando a esto la experiencia, felicidad, confort, que se le brinda al turista (Morillo, 2010).

3. CAPÍTULO III. METODOLOGÍA.

3.1 Tipo y diseño y de la investigación

3.1.1 Tipo de investigación.

Investigación documental

“Este tipo de investigación se enfoca en la revisión de fuentes bibliográficas como revistas científicas, libros de distintos autores, con el objetivo de que el investigador vaya adquiriendo el conocimiento de sus variables y vaya descubriendo información que aporte a su investigación” (Gómez, 2011).

Investigación descriptiva

Se enfoca en la recolección de datos e información sobre las características, propiedades, aspectos o dimensiones de las personas, agentes e instituciones de los procesos sociales. En el caso de esta investigación se recolecto información a dos tipos de informantes claves que han identificado previamente, los cuales son las empresas turísticas y los turistas quienes son los que hace uso de los distintos servicios turísticos del cantón Guano (Nieto Nicomedes, 2018).

Investigación de campo

Consiste en la recolección de datos en fuentes primarias, en el lugar en donde se desarrollan los hechos, por lo que para la recolección de datos de la presente investigación se realizó en el cantón Guano con los gerentes o el personal administrativo de cada una de las empresas turísticas y con los turistas que visitaban el cantón y hacían uso de los servicios turísticos.

Investigación cualitativa

La investigación cualitativa consiste en recopilar y analizar datos no numéricos para comprender conceptos, opiniones o experiencias, así como datos sobre experiencias vividas, emociones o comportamientos, con los significados que las personas les atribuyen. Para el siguiente trabajo se aplicó el instrumento de encuestas para cada una de las variables con la escala de Likert.

3.1.2 Diseño de investigación

Diseño no experimental

El diseño no experimental es aquel que dentro de la investigación no se manipula ninguna de las variables y se basa esencialmente en la observación de fenómenos tal y como se dan en su contexto natural para después analizarlos.

Diseño correlacional

El diseño correlacional busca determinar si existe relación entre las variables de investigación en este caso se trata de determinar si existe relación en la variable independiente con la variable dependiente.

Diseño descriptivo

El diseño descriptivo consiste en la recopilación de datos que describen los acontecimientos y luego organiza, tabula, representa y describe la recopilación de datos, para esta investigación la tabulación de datos se realizó a través del programa denominado SPSS para luego interpretar los posibles resultados.

3.2 Enfoque de la investigación

La presente investigación tubo un enfoque mixto, al usar la escala de Likert ya que este es un instrumento de medición cuantitativo y cualitativo ya que se describe las cualidades y características del fenómeno estudiado. Todo esto se realizó con el objetivo de poder validar o descartar las hipótesis generales y específicas planteadas mediante el uso de métodos estadísticos descriptivos e inferenciales para definir la correlación de las dos variables que son certificación de calidad y empresas turísticas.

3.3 Unidades de estudio

Variable independiente: Empresas turísticas

Variable dependiente: Certificación de calidad

3.3.1 Población y muestra

La población es un grupo de componentes que poseen ciertas cualidades que se pretende investigar, existe dos niveles de población, una de ellas se denomina población diana esta se caracteriza por ser extremadamente grande y el investigador no puede acceder a ella y la segunda la población accesible, esta es más delimitada y pequeña En cambio la muestra viene a ser un extracto de la población (Ventura , 2017).

- **Población variable dependiente certificación de calidad**

Establecer la población fue indispensable para la investigación, en cuanto a la variable dependiente la población estuvo conformada por los turistas que han visitado el cantón Guano durante el año 2022, los cuales se determinó que son 30275 turistas nacionales, esta información fue identificada y tomada del registro de turistas que han visitado el museo del cantón Guano, el cual fue otorgado por la Dirección de Gestión de Desarrollo Turístico del cantón dado que ha sido la única fuente confiable y con cifras exactas de los turistas que han visitado este destino.

Muestra

Al conocer la población procedemos a identificar la muestra y para ello se aplicó la siguiente formula:

$$n = \frac{Z^2 \cdot p \cdot q \cdot N}{N \cdot e^2 + z^2 \cdot p \cdot q}$$

Donde

n= Tamaño de muestra

N= Tamaño de población

E= Error máximo admisible 5% (0.05)

Z= Nivel de confianza deseado (1,96)

p= Probabilidad de éxito (0,50)

q= Probabilidad de fracaso (0,50)

$$n = \frac{(1,96)^2(0,50)(0,50)(30275)}{(30275)(0,05)^2 + (1,96^2)(0,50)(0,50)}$$

$$n= 379$$

- **Población de la variable independiente empresas turísticas**

La población para esta variable fueron las empresas turísticas que se encuentran registradas en un catastro turístico del cantón Guano, el cual fue otorgado por la Dirección de Gestión Desarrollo Turístico del cantón siendo 12 las empresas registradas.

Selección de la muestra

La muestra para esta variable fue conformada por 10 empresas las cuales brindaron apoyo y colaboraron para la presente investigación. A continuación, se muestra el catastro turístico.

Tabla 1 Catastro empresas turísticas del Cantón Guano.

Empresas turísticas del cantón guano registradas en un catastro turístico				
Nº	Nombre	Actividad	Clasificación	Categoría
1	Las Tres Piedras	Alojamiento	Hostería	3 estrellas
2	San Andrés	Alojamiento	Hotel	2 estrellas
3	Hostería Quinta Idita	Alojamiento	Hostería	3 estrellas
4	Hatería Vista Hermosa	Alojamiento	Hostería	3 estrellas
5	Hotel Fray Lázaro	Alojamiento	Hotel	2 estrellas
6	Ranche San Andrés	Alojamiento	Campamento turístico	Categoría única
7	Brothers Café	Alimentos y bebidas	Cafetería	1 taza
8	Q'Inti	Alojamiento	Casa de huéspedes	Categoría única
9	Hostal Valle de Guano	Alojamiento	Hostal	1 estrella
10	Saranda	Alimentos y bebidas	Discoteca	1 copa

Fuente: Catastro turístico GAD Guano

Elaborado por: Orozco, (2024).

3.4 Operacionalización de variables

La mayor parte de información que se describe en la investigación se realizó con ayuda de la matriz de operacionalización en la cual se indica las variables, dimensiones o categorías, e indicadores también se utilizó la matriz de consistencia en la cual se detalla el problema, objetivos tanto generales como específicos, metodología y poblaciones de cada variable.

3.5 Técnicas de recolección de Datos

3.5.1 Técnicas

El instrumento aplicado en esta investigación fue la encuesta, realizando algunas preguntas acordes a las dos variables, tanto a los turistas como a los administradores de las empresas del cantón.

3.5.2 Instrumentos

Los instrumentos de las encuestas se realizaron en escala de Likert, donde las personas que respondan las encuestas deben tomar en cuenta los valores del 1 al 5 y cada uno estos tienen su designación: (1) muy malo, (2) malo, (3) bueno, (4) muy bueno y (5) excelente. En el cual los ítems o preguntas dieron un resultado concreto, ya que mediante a ello se pudo obtener datos acordes a las dimensiones ya estudiadas.

3.6 Confiabilidad del instrumento

Para determinar la confiabilidad de los instrumentos se aplicó el coeficiente alfa de Cronbach basado en el método de coherencia o consistencia interna, bajo los siguientes criterios de fiabilidad:

Tabla 2 Coeficiente alfa de Cronbach

Coeficiente	Criterio
Coeficiente alfa > 0.9	Excelente
Coeficiente alfa > 0.8	Bueno
Coeficiente alfa > 0.7	Aceptable
Coeficiente alfa > 0.6	Cuestionable
Coeficiente alfa > 0.5	Inaceptable

Fuente: George y Mallery, (2003).

Elaborado por: Orozco, (2024).

3.6.1 Confiabilidad de instrumentos, Variable dependiente certificación de calidad

Estadísticas de fiabilidad Alfa de Cronbach-variable dependiente

Tabla 3 Estadísticas de fiabilidad Alfa de Cronbach-variable independiente.

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,938	8

Fuente: IBM, SPSS

Elaborado por: Orozco, (2024).

Mediante el análisis de fiabilidad correspondiente a la variable dependiente certificación de calidad, aplicada a 379 turistas que visitaron el cantón y han hecho uso de las distintas empresas turísticas del cantón, se obtuvo como resultado un coeficiente de fiabilidad de 0,938 por lo que se considera dentro del grado de aceptación y fiabilidad como excelente.

3.6.2 Confiabilidad de instrumentos, Variable independiente empresas turísticas

Estadísticas de fiabilidad Alfa de Cronbach-variable independiente

Tabla 4 Estadísticas de fiabilidad Alfa de Cronbach-variable dependiente.

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,720	8

Fuente: IBM, SPSS.

Elaborado por: Orozco, (2024).

Mediante el análisis de fiabilidad correspondiente a la variable independiente Empresas turística, aplicada a 10 empresas registradas en un catastro turístico del cantón, se obtuvo como resultado un coeficiente de fiabilidad de 0,720 por lo que se considera dentro del grado de aceptación y fiabilidad como excelente.

4. CAPÍTULO IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1 Análisis, interpretación y discusión de resultados de la variable dependiente: Certificación de calidad.

De acuerdo con los turistas entrevistados, los cuales han hecho uso de los servicios y productos de las empresas turísticas del Cantón Guano, mencionan y se ha identificado que existe empresas que hacen todo lo posible por cumplir con las expectativas del turista y brindar un servicio y producto de calidad, por otro lado, existe empresas en las cuales necesitan mejorar estos aspectos.

Tabla 5 Resumen e Interpretación de Resultados - Variable Independiente

N.º	ITEMS	INTERPRETACIÓN DATOS GENERALES
a)	Edad	De acuerdo con las encuestas realizadas a los turistas que han visitado el Cantón Guano el 31,93% corresponde a personas que tiene una edad entre 18 a 30 años, el 60,42% pertenece a personas entre los 31 a 40 años, el 6,60% corresponde a personas entre los 41 y 50 años, el 0,79% pertenece a personas entre los 51 a 60 años y el 0,26% corresponde a personas que poseen una edad de más de 61 años. Con estos resultados se concluye que la gran mayoría de turistas encuestados que han visitado este destino son adultos que se encuentran en una edad de 31 a 40 años.
b)	Género	Del total de turistas encuestados el 41,16% corresponde al género femenino mientras que el 58,84% restante corresponde al género masculino. Se concluye que la gran mayoría de porcentaje de turistas encuestados y que han visitado este destino es del género masculino.
c)	Nivel de instrucción	Del total de turistas que se han encuestado el 16,89% corresponde a turistas que han culminado la educación secundaria, el 47,23% han culminado la educación

superior no universitario, el 32,45 han culminado la educación superior universitaria y el 3,43% han alcanzado un posgrado. Se concluye que la gran mayoría de turistas encuestados poseen una educación superior no universitaria.

Preguntas

Dimensión Satisfacción al cliente

- | | | |
|----------|--|---|
| 1 | Bienes y servicios que ofertan las empresas turísticas del cantón Guano. | De acuerdo con los datos obtenidos a través de las encuestas realizadas a turistas que han visitado el cantón, el 22,16% consideran que los bienes y servicios ofertados por el cantón son malos, el 69,13 manifiestan que son buenos y el 8,71 manifiesta que son muy buenos. Se concluye que el 69,13% de turistas consideran que los bienes y servicios ofertados en el cantón no satisfacen las necesidades y expectativas del consumidor. |
| 2 | Formación y competencia del personal de las empresas turísticas del cantón Guano. | De acuerdo con los turistas encuestados el 22,16% expreso que la formación y competencia del personal de las empresas turísticas es malo, el 67,81% manifiestan que es bueno y el 10,03% manifiestan que es muy bueno. Concluyendo que al identificar que el 67,81% como el porcentaje más alto nos indica que la formación y competencia de los colaboradores no es excelente pero tampoco indica que es tan deficiente. Por lo que el turista tiene una cierta inconformidad con la capacidad de formación y competitividad que poseen los colaboradores de las distintas empresas. |
| 3 | Responsabilidad social y sostenibilidad de las | De acuerdo con los turistas encuestados se pudo determinar que el 100% de turistas consideran que la responsabilidad social y sostenibilidad de las empresas turísticas del cantón no son tan óptimas, pero tampoco |
-

empresas turísticas del cantón Guano.	es un tema que las empresas turísticas ignoran pues estan conscientes de que es algo que actualmente tiene mucha relevancia.
--	--

Dimensión Economía

4 Los precios que establecen las empresas turísticas del Cantón Guano están acorde a los servicios ofertados.	Según los datos obtenidos el 21.90% de turistas consideran que los precios que establecen las empresas turísticas son malos, el 70,45% es bueno y el 7,65 es muy bueno. Se concluye que el 70,45% al ser el porcentaje más alto, se considera que existe una inconformidad en los precios que las empresas establecen con respecto a los servicios y productos que ofertan.
5 Las empresas turísticas mejoran la calidad de vida de los pobladores del Cantón Guano.	Según con los datos obtenidos a través de las encuestas realizadas se pudo determinar que del 100% de turistas encuestados el 27,18% indica que es bueno refiriéndonos a si las empresas turísticas mejoran la calidad de vida de los pobladores y un 72,82% manifiesta que es muy bueno. Concluyendo que la gran mayoría de turistas encuestados estan conformes y de acuerdo en que las empresas mejoran la calidad de vida de los pobladores ya que estas son generadoras de empleo.

Dimensión Demanda

6 Que probabilidad hay que vuelva a consumir los servicios o productos de las empresas turísticas que visitó en Guano.	De acuerdo con los datos obtenidos se pudo identificar que el 22,16% indica que es malo con respecto a la probabilidad de que vuelva a consumir los servicios y productos indicando que no volverían a consumir el mismo producto o servicio, el 66,49% menciona que es bueno y el 11,35% menciona que es muy bueno. Concluyendo que el 66,49% de turista encuestados
---	---

		indica que hay la probabilidad de que regresen como la probabilidad de que no.
7	¿Qué tan probable es que recomiende los productos y servicios ofertados por el Cantón Guano?	De acuerdo con el 100% de turistas encuestados el 19,79% indica que la probabilidad de recomendar los productos y servicios ofertados por el Cantón es mala, el 67,81% indica que es buena y el 12,40 que es muy bueno. Concluyendo que al identificar que el 67,81% como el porcentaje más alto, existe la probabilidad de que el turista pueda recomendar los productos y servicios que oferta el cantón.
8	Potencial de turismo del Cantón Guano.	De acuerdo con las encuestas realizadas el 100% de turistas el 47,49% indican que el potencial turístico que posee el cantón es bueno mientras que el 52,51% indica que es muy bueno. Se puede concluir diciendo que la gran mayoría de turistas encuestados estan de acuerdo que el Cantón Guano tiene un potencial turístico muy bueno.

Fuente: Encuestas aplicadas (2024).

Elaborado por: Orozco (2024).

4.2 Análisis, interpretación y discusión de resultados de la variable independiente: empresas turísticas.

De acuerdo con las personas quienes lideran la empresa ya sean administradores, gerentes o los mismos dueños, han mencionado que siempre tratan de dar lo mejor a sus clientes, están conscientes de que existen ciertas falencias en sus empresas, pero estan dispuesto a mejorar pues estan seguros que existirán cambios muy positivos que lo beneficiaran a ellos y a sus empresas.

Tabla 6 Resumen e interpretación de resultados - Variable Dependiente

N°	ITEMS	INTERPRETACIÓN
DATOS GENERALES		
a)	Edad	Según los datos obtenidos a través de las encuestas realizadas a los administradores de las empresas turísticas del 100% de encuestados el 10% tiene alrededor de 18 a 30 años, el 40% tiene entre 31 a 40 años y el 40 % tiene un a edad entre los 41 a 50 años. Concluyendo que la gran mayoría de personas que dirigen o lideran estas empresas tienen una edad de 31 a 40 años.
b)	Género	De acuerdo con las encuestas realizadas a los administradores de las empresas turísticas se pudo determinar que del 100% de encuestados el 40% son mujeres y el 60% son hombres. Concluyendo que la gran mayoría de encuestados son de género masculino.
c)	Nivel de instrucción	Según los datos obtenidos a través de la aplicación de encuestas dirigidas al personal administrativo de las empresas turísticas del Cantón Guano del 100% de encuestados han culminado una educación superior universitaria. Concluyendo que son personas que tienen la capacidad y se han preparado para dirigir una empresa.
PREGUNTAS		
Dimensión Procesos		
1	Sistematización de procesos aplicados en la empresa.	De acuerdo con los datos obtenidos a través de la aplicación de encuestas dirigidas al personal administrativo de las empresas turísticas del Cantón Guano del 100 % de encuestados el 20% menciona que la sistematización de los procesos aplicadas en sus propias empresas es buena el 80% indica que es muy

		<p>bueno. Concluyendo que la gran mayoría de las empresas turísticas han sistematizado los procesos de sus empresas indicando que estas son de calidad y son eficientes.</p>
2	<p>Desempeño y conocimientos de los que conforman la empresa.</p>	<p>De acuerdo con el 100% de los administradores encuestados de las empresas turísticas el 50% indica que el desempeño y conocimientos de los colaboradores que conforman la empresa es bueno mientras que el 50% restante indica que es muy bueno. Concluyendo que existe una cierta cantidad de empresas que aseguran que sus colaboradores tienen la capacidad y el conocimiento para cumplir con las actividades que se les asigne y desempeñarlas de la mejor manera, mientras que otras indican su personal aun poseen ciertas debilidades en cuanto al desempeño laboral y conocimientos.</p>
<hr/> <p>Dimensión Calidad</p> <hr/>		
3	<p>Procesos son claros y definidos para garantizar la calidad de los productos y servicios que ofrecen.</p>	<p>De acuerdo con los resultados de las encuestas aplicadas a los administradores de las distintas empresas turísticas del 100% de encuestados un 30% indica que los procesos que han establecido no son tan claros y no estan bien establecidos pues estos indican dentro de una escala de Likert que es bueno, mientras que el 70% indica que son muy buenos. Concluyendo que la gran mayoría de empresas tiene procesos bien definidos y claros.</p>
4	<p>Aplicar una certificación de calidad en su empresa.</p>	<p>Según los datos obtenidos en las encuestas aplicadas del 100% de administradores encuestados el 90% indica que al aplicar una certificación de calidad en sus empresas es muy bueno, mientras que el 10% restante indica que es excelente. Concluyendo que poseen un cierto interés en aplicar una certificación de calidad, pero por varios</p>

		<p>motivos como el desconocimiento y la desmotivación no lo hacen.</p>
5	Nivel de la empresa en cuanto a mejora continua.	<p>Según los datos obtenidos a través de la aplicación de encuestas dirigidas a los administradores de las empresas turísticas del Cantón Guano del 100% de encuestados el 20% considera que el nivel de la empresa en cuanto a mejora continua es bueno, el 80 % restante considera que es muy buena. Concluyendo que al ser el 80% el porcentaje más alto se puede determinar que las empresas buscan nuevas estrategias con el fin de brindar un mejor producto y servicio al turista y hacer frente a la competencia de la industria turística.</p>
Dimensiones Productos y servicios		
6	Estado actual de los bienes materiales que posee la empresa para la satisfacción del cliente.	<p>De acuerdo con los resultados de las encuestas aplicadas a los administradores de las empresas turísticas del Cantón Guano del 100% de encuestados el 40% considera que el estado actual de los bienes materiales que posee la empresa es bueno mientras que el 60% restante indica que es muy bueno. Concluyendo al ser el 60% el porcentaje más alto se puede determinar que los bienes materiales de las empresas se encuentran en óptimas condiciones para cumplir con las expectativas y necesidades del turista.</p>
7	Los servicios que posee la empresa para la satisfacción del cliente.	<p>Según los datos obtenidos en las encuestas aplicadas a los administradores de las empresas turísticas del cantón Guano del 100% de encuestados el 30% considera que los servicios que posee la empresa son buenos mientras que el 70% considera que son muy buenos. Concluyendo que al ser el 70% el porcentaje más alto el cual indica que la gran mayoría de empresa indican que</p>

		los servicios que estas prestan si satisfacen las necesidades del turista.
8	Seguridad de las instalaciones de la empresa.	De acuerdo con los resultados de las encuestas realizadas a los administradores de las empresas turísticas del Cantón Guano del 100% de encuestados el 20% indica que la seguridad que la empresa brindad es buena mientras que el 80% restante indica que es muy bueno. Concluyendo que la gran mayoría de las empresas velan por la seguridad de los turistas.

Fuente: Encuestas aplicadas, (2024).

Elaborado por: Orozco, (2024).

4.3 Prueba de hipótesis

Para la prueba de las hipótesis se trabajó con el estadígrafo Rho de Spearman para el análisis paramétrico de las variables de estudio (escala de Likert) y verificar la relación entre ambas variables, por eso se considera los siguientes parámetros:

Tabla 7 Criterios Interpretación del coeficiente de correlación de Rho de Spearman

Valor de Rho	Significado
-1	Correlación negativa grande y perfecta
-0.9 a -0.99	Correlación negativa muy alta
-0.7 a -0.89	Correlación negativa alta
-0.4 a -0.69	Correlación negativa moderada
-0.2 a -0.39	Correlación negativa baja
0.01 a -0.19	Correlación negativa muy baja
0	Correlación nula
0.01 a 0.19	Correlación positiva muy baja
0.2 a 0.39	Correlación positiva baja
0.4 a 0.69	Correlación positiva moderada
0.7 a 0.89	Correlación positiva alta
0.9 a 0.99	Correlación positiva muy alta
1	Correlación positiva grande y perfecta

Fuente: Martínez Reboilar & Campos Francisco, (2015).

Elaborado por: Orozco, (2024).

4.3.1 Hipótesis General

Planteamiento de Hipótesis

H₀: La certificación de calidad no se relaciona con las empresas turísticas del cantón Guano, provincia de Chimborazo.

H₁: La certificación de calidad si se relaciona con las empresas turísticas del cantón Guano, provincia de Chimborazo.

Margen de error

0,05= 5%

Estadísticos de prueba

Software estadístico SPSS Statistics -Coeficiente de Spearman

Tabla 8 Prueba de hipótesis general

			Certificación de Calidad	Empresas Turísticas
Rho de Spearman	Certificación de Calidad	Coeficiente de correlación	1,000	.514
		Sig. (bilateral)	.	.000
		N	379	10
	Empresas Turísticas	Coeficiente de correlación	.514	1,000
		Sig. (bilateral)	.000	
		N	10	10

Fuente: Encuestas aplicadas y procesadas en SPSS, (2024).

Elaborado por: Orozco, (2024).

Lector p_valor

P_valor = 0.01

Conclusión

El p valor o nivel de significancia calculado es de 0.000, que es menor al 0.05, por lo que se rechaza la hipótesis de investigación nula (**H₀**) y se acepta la hipótesis alterna (**H₁**). El coeficiente de rho de Spearman es de 0.514, lo que indica que la relación entre las variables es positiva moderada y su grado es alta. En conclusión “La certificación de calidad se relaciona con las empresas turísticas del cantón Guano, provincia de Chimborazo”.

4.3.2 Hipótesis específica

Prueba de hipótesis específica 1

Planteamiento de la hipótesis

H₀: La satisfacción del cliente no se relaciona con las empresas turísticas del cantón Guano, provincia de Chimborazo.

H₁: La satisfacción del cliente si se relaciona con las empresas turísticas del cantón Guano, provincia de Chimborazo.

Margen de error alfa:

0,05 = 5%

Estadísticos de prueba

Software estadístico SPSS Statistics – Coeficiente de Spearman.

Tabla 9 Prueba de hipótesis específica 1

			Empresas Turísticas	Satisfacción al cliente
Rho de Spearman	Empresas Turísticas	Coeficiente de correlación	1,000	.650
		Sig. (bilateral)	.	.000
		N	10	10
	Satisfacción al cliente	Coeficiente de correlación	.650	1,000
		Sig. (bilateral)	.000	.
		N	10	379

Fuente: Encuestas aplicadas y procesadas en SPSS, (2024).

Elaborado por: Orozco, (2024).

Lector de p_ valor

P_ valor= 0,01

Conclusión

El nivel de significancia de 0.000 es menor a 0.05 por lo tanto, se acepta la hipótesis alternativa (**H₁**) y se rechaza la hipótesis de investigación nula (**H₀**), además el coeficiente de rho de Spearman es de 0.650 lo que indica que la relación de las variables es positiva moderada y su grado es alto. En conclusión “La satisfacción del cliente si se relaciona con las empresas turísticas del cantón Guano, provincia de Chimborazo.

Prueba de hipótesis específica 2

Planteamiento de la hipótesis

H₀: Los ingresos económicos no se relacionan con las empresas turísticas del cantón Guano, provincia de Chimborazo.

H₁: Los ingresos económicos si se relacionan con las empresas turísticas del cantón Guano, provincia de Chimborazo.

Margen de error

0,05= 5%

Estadístico de prueba

Software estadístico SPSS statistics – Coeficiente de Spearman

Tabla 10 Prueba de hipótesis específica 2

		Empresas		
		Turísticas	Economía	
Rho de Spearman	Empresas Turísticas	Coeficiente de correlación	1,000	.700
		Sig. (bilateral)	.	.000
		N	10	10
	Ingresos Económicos	Coeficiente de correlación	.700	1,000
		Sig. (bilateral)	.000	.
		N	10	379

Fuente: Encuestas aplicadas y procesadas en SPSS, (2024).

Elaborado por: Orozco, (2024).

Lector_ p valor

P_ valor= 0.01

Conclusión

Se obtiene un nivel de significancia de 0.000 el cual es menor a 0,05 por lo tanto se acepta la hipótesis alternativa (**H₁**) y se rechaza la hipótesis de investigación nula (**H₀**), además que se obtuvo un coeficiente de correlacional de 0,700 que muestra que existe una correlación positiva alta. En conclusión “Los ingresos económicos si se relacionan con las empresas turísticas del cantón Guano, provincia de Chimborazo”.

Prueba de hipótesis específica 3

Planteamiento de la hipótesis

H₀: La demanda no se relaciona con las empresas turísticas del cantón Guano, provincia de Chimborazo.

H₁: La demanda si se relaciona con las empresas turísticas del Cantón Guano, Provincia de Chimborazo.

Margen de error

0.05= 5%

Estadístico de prueba

Software estadístico SPSS statistics – Coeficiente de Spearman

Tabla 11 Prueba de hipótesis específica 3

		Empresas		
		Turísticas	Demanda	
Rho de Spearman	Empresas Turísticas	Coeficiente de correlación	1,000	.314
		Sig. (bilateral)	.	.000
		N	10	10
	Demanda	Coeficiente de correlación	.314	1,000
		Sig. (bilateral)	.000	.
		N	10	379

Fuente: Encuestas aplicadas y procesadas en SPSS, (2024).

Elaborado por: Orozco, (2024).

Lector p_ valor

P_ valor = 0.01

Conclusión

El nivel de significancia 0.000 es menor a 0.05 por lo que, se acepta la hipótesis alternativa (**H₁**) y se rechaza la hipótesis nula (**H₀**), además se obtuvo un nivel de significancia de 0.314 que muestra que existe una correlación positiva. En conclusión “La demanda si se relaciona con las empresas turísticas del cantón Guano, provincia de Chimborazo”.

5. CAPÍTULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 Conclusiones

- Según los datos obtenidos en el programa SPSS, la variable “certificación de calidad” y la variable “empresas turísticas”, se relacionan significativamente ya que se obtuvo un coeficiente de correlación de 0,514 y un nivel de significancia de 0,000 el cual es menor de 0,05, indicando que existe correlación entre ambas variables.
- A partir de los resultados obtenidos se pudo comprobar que la dimensión “satisfacción del cliente” se relaciona con la variable “empresas turísticas”, ya que se obtuvo como resultados un coeficiente de correlación de 0,650 lo que nos indica en los criterios de interpretación de correlación de rho Spearman que es una correlación positiva y un nivel de significancia de 0,000 el cual es menor de 0.005 el cual indica que existe correlación entre las variables.
- A través de los resultados obtenidos se pudo identificar que la dimensión “ingresos económicos” se relaciona con la variable “empresas turísticas”, ya que se obtuvo como resultados un coeficiente de relación de 0,700 el cual nos indica que existe una correlación positiva alta y un nivel de significancia de 0.000 el cual es menor de 0,05 el cual demuestra que si existe una relación entre las variables.
- De acuerdo con los datos obtenidos en el programa SPSS se pudo determinar que la dimensión “demanda” se relaciona con la variable “empresas turísticas”, ya que se obtuvo como resultados un coeficiente de relación de 0.314, el cual nos indica que existe una correlación positiva y un nivel de significancia de 0.000 el cual es menor a 0.05 indicando que existe una relación entre las variables.

5.2 Recomendaciones

- De acuerdo con la investigación realizada se ha identificado que el Cantón Guano no posee algún tipo de documento, el cual acredite algún tipo de certificación de calidad turística o algo relacionado con este tema, actualmente a nivel nacional existe dos tipos de distintivos en todo el país estos son “Q” de calidad turística que fue creado por el Municipio de Quito y la “R” Dorada que fue creada por el Municipio de Riobamba. Estos distintivos solo pueden ser reconocidos o aplicados solamente en aquellos sectores en los

que se originó, y si existiera la posibilidad de que estos distintivos se puedan aplicar en las empresas turísticas del cantón Guano, hay que tener en cuenta que son sectores totalmente distintos, que existe la posibilidad de que existan requisitos que difícilmente las empresas del cantón Guano puedan cumplir o implementarlas. Es por ello se recomiendo trabajar en la creación de un distintivo o marca el cual acredite a las empresas turísticas del cantón Guano, de acuerdo con la realidad de estas.

6. CAPITULO VI PROPUESTA

6.1 Título de la propuesta

- Norma Técnica para el Reconocimiento a la Buena Práctica en las empresas turísticas del Cantón Guano.

6.2 Objetivos

Objetivo general

- Diseñar una Norma Técnica para el Reconocimiento a la buena práctica en las empresas turísticas del Cantón Guano.

Objetivos específicos

- Crear una guía de implementación para la norma técnica de reconocimiento a la buena práctica en las empresas turísticas del cantón Guano

6.3 Entidad ejecutora

- La entidad ejecutora de la presente propuestas será el Departamento de Turismo del GADM del cantón Guano.

6.4 Diseño de la Propuesta

6.4.1 Norma técnica de reconocimiento a la buena práctica en las empresas turísticas del cantón Guano

La norma técnica de reconocimiento a la buena práctica en las empresas turísticas del cantón Guano, cuenta con parámetros e indicadores los cuales se tomarán en cuenta al momento de evaluar y certificar. Es importante mencionar que los indicadores y parámetros se establecieron y se diseñaron en base a aspectos en los que las empresas del cantón puedan implementar, cumplir y mejorar.

Norma técnica de reconocimiento a la buena práctica en las empresas turísticas del cantón Guano				
Gestión Legal		Cumple	No cumple	No aplica
Nº.	REQUISITOS			
1	La empresa cuenta con un registro de turismo.			
2	La empresa cuenta con una licencia anual de funcionamiento o permiso de funcionamiento.			
Gestión empresarial				
Políticas empresariales				
3	La empresa cuenta con políticas de sostenibilidad.			
4	La empresa cuenta con políticas de seguridad e higiene.			
Planificación				
5	La empresa posee un plan de planificación, y administración en el cual define claramente su producto y servicio para así identificar los recursos que este necesita para su implementación			
6	La empresa posee un documento en el cual se encuentre, misión, visión, políticas, principios, valores, organigrama del establecimiento, etc.			
Gestión Calidad				
Procesos y procedimientos				
7	La empresa posee un documento en el cual se detalle procesos y procedimientos.			
8	El establecimiento posee documentos en el cual se evidencie y se detalle las acciones a realizar para cada acción empresarial.			
9	Existe un documento en el cual se detalle las responsabilidades de los colaboradores para cada acción empresarial.			

10	La empresa cuenta con documentos en el que se describa cada actividad empresarial y este apoye el entendimiento del proceso o procedimiento.			
Administración y Dirección				
11	Cuenta la empresa con un plan de trabajo para cada área, departamento y o puesto de la empresa			
12	El establecimiento coordina sistemáticamente los recursos de la empresa mediante la planificación, definición de los objetivos y metas y a la misma se gestiona en función de la calidad y sostenibilidad.			
13	La empresa integra las áreas de servicios finanzas, suministros, recursos humanos, y mercadeo hacia objetivos y metas comunes.			
Monitoreo y Acciones Correctivas				
14	La empresa monitorea el producto y servicio para asegurar así que sea de calidad.			
15	La empresa identifica la calidad y cantidad de cada proceso y procedimiento y lo controla con los objetivos que se establecieron desde un inicio.			
16	Se realiza el monitoreo y control constantemente			
17	Se transforman los resultados del monitoreo en forma inmediata en acciones correctivas o preventivas que le permitan mejorar los resultados.			
GESTION SEGURIDAD E HIGIENE				
Seguridad				
18	Cuenta con un plan o documentos en el cual se identifiquen diferentes peligros ya sean reales o potenciales que puedan afectar a la empresa, a sus trabajadores y al turista.			
19	Cuenta con un plan o documento en el cual se minimicen las situaciones de riesgos y amenazas.			

Higiene				
20	Cuenta con un programa o plan de limpieza de cada área administrativa y operativa del establecimiento.			
21	Cuenta con baños y/o baterías sanitarias en cumplimiento con el marco legal vigente			
Gestión Recursos Humanos				
Capacitación				
22	El equipo de trabajo se encuentra capacitado; cuenta con un plan de capacitaciones y charlas técnicas afín a la actividad.			
23	Capacita al personal en todos los temas relacionados con sostenibilidad			
Evaluación de desempeño				
24	Realiza evaluaciones periódicas (quincenal o mensual) y permite que sus trabajadores participen las mismas			
25	Identifica la calidad del trabajo y cantidad del trabajo de cada área empresarial y de cada trabajador.			
Gestión Mercadeo				
26	Cuenta con un plan de mercadeo para todos los productos y servicios de la empresa y contrata los servicios de profesionales para publicitar y generar acciones de mercadeo.			
27	Cuenta con objetivos concretos, tiempo, fechas, cifras de venta y comercialización de cada producto y servicio.			
Gestión Sostenibilidad				
Social cultural				
Comunidad Receptora				
28	La empresa contribuye al desarrollo local.			
29	Cuenta con registros de aporte que el establecimiento realiza a la población local			
30	Contribuye a la conservación del patrimonio cultural			

31	Promueve y oferta actividades culturales de la localidad			
32	Promueve una conducta empresarial responsable			
33	Promociona y divulga las actividades sociales que se llevan a cabo en la localidad			
Ambiental				
Flora y fauna				
34	Cuenta con áreas verdes propias o apadrinadas identificadas, jardines horizontales y/o verticales, techos verdes o huertos y en estos destaquen la flora representativa del Cantón			
35	Cuenta con información sobre la flora y fauna representativa del Cantón			
36	Para la fertilización y control de plagas de jardines horizontales y/o verticales, techos verdes o huertos, se utilizan insumos orgánicos no peligrosos para el ambiente.			
37	El establecimiento no ha introducido especies que pongan en riesgo la flora y fauna silvestre y no mantiene, comercializa o consume, especies animales y vegetales en peligro y/o amenazadas.			
Recursos				
38	Existe un registro histórico del consumo de agua mensual y anual en donde se detallan las acciones necesarias para el uso y ahorro de agua.			
39	La captación de agua para el establecimiento no implica el desvío de fuentes de agua que afecten su provisión en la comunidad local ni afectan el ecosistema circundante			
40	Existen procedimientos, estrategias y dispositivos ahorradores de energía instalados de manera predominante en el establecimiento			

41	Existen procedimientos, estrategias y dispositivos ahorradores de agua instalados de manera predominante en el establecimiento.			
42	Utiliza sistemas alternativos de energía amigables con el ambiente como: solar, eólica, etc.			
43	Cuenta con insumos y productos biodegradables para la limpieza, desinfección y mantenimiento del establecimiento, así como para la higiene personal. Los envases de los productos e insumos pueden ser reutilizables y recargables.			
44	El establecimiento reduce de forma progresiva los plásticos de un solo uso y fomenta el desarrollo de sustitutos reutilizables, biodegradables y compostables.			
45	Cuenta con productos alternativos a los productos plásticos de un solo uso; y, se encuentra a disposición del público			
46	Clasifica, entrega y registra los residuos orgánicos e inorgánicos a gestores ambientales o empresas que realizan reciclaje o tratamiento de estos y se encuentran registrados ante la autoridad competente.			
47	Cuenta con red pública de alcantarillado o un sistema de tratamiento de aguas residuales, previo a su disposición final.			
Económico				
48	La empresa aplica buenas prácticas que promueven el desarrollo local.			
49	Apoya con la contratación de servicios profesionales u oficios provistos localmente.			
50	Promueve la compra de insumos y productos a las pequeñas empresas de la localidad			

Elaborado por: Orozco, 2024.

6.4.2 Guía de implementación para la norma técnica de reconocimiento a la buena práctica en las empresas del cantón Guano

6.4.2.1 Propósito

Esta guía ha sido diseñada con el fin de orientar a los empresarios del cantón Guano, vinculados a los establecimientos turísticos, para que incorporen buenas prácticas que lleven a cumplir los requisitos, legales, de seguridad ambientales, socioculturales, económicos etc.

Conforme a la Norma de Reconocimiento a la Buena Práctica. La guía para la implementación de la Norma de reconocimiento a la buena práctica es un instrumento que facilitará la incorporación de los requisitos establecidos en la norma, en cada una de las empresas sin importar su tamaño o nivel de cualificación de su personal.

6.4.2.2 Alcance de la guía

Esta guía centra su propuesta orientadora en incorporar buenas prácticas en las empresas turísticas localizadas en el cantón Guano, ya se ha que estas estén registradas o no en un catastro turístico, cuyo objetivo es convertir al cantón Guano en un destino competitivo y de calidad.

6.4.2.3 Utilización de la guía

La guía se estructura con base en los requisitos plasmados en la Norma de Reconocimiento a la Buena Práctica, por lo que se sugiere estudiar previamente el documento en su totalidad antes de abordar la utilización de este instrumento.

6.4.2.4 Requisitos para el reconocimiento

Para reconocer a las empresas es necesario que estas cumplan con un porcentaje mínimo de 80% en donde cada para metro tiene una puntuación de:

Tabla 12 Requisitos para el reconocimiento

Gestión Legal	15%
Gestión Empresarial	10%
<ul style="list-style-type: none"> • Políticas empresariales • Planificación 	<ul style="list-style-type: none"> • 5% • 5%
Gestión de Calidad	15
<ul style="list-style-type: none"> • Procesos y procedimientos • Administración y dirección • Monitoreo y acciones correctivas 	<ul style="list-style-type: none"> • 5% • 5% • 5%
Gestión Seguridad e Higiene	10
<ul style="list-style-type: none"> • Seguridad • Higiene 	<ul style="list-style-type: none"> • 5% • 5%
Gestión Recursos Humanos	10%
<ul style="list-style-type: none"> • Capacitación • Evaluación y desempeño 	<ul style="list-style-type: none"> • 5% • 5%
Gestión Mercadeo	10%
Gestión Sostenibilidad	40%
<ul style="list-style-type: none"> • Social Cultural • Ambiental • Recursos • Económico 	<ul style="list-style-type: none"> • 10% • 10% • 10% • 10%
Total	100%

Fuente: Norma Técnica de Reconocimiento a la Buena Práctica en las Empresas Turísticas del Cantón Guano.

Elaborado por: Orozco, (2024).

Este proyecto se sugiere que sea dirigido por GADM del cantón Guano y que este sea quien realice las auditorias y el respectivo proceso como es el identificar que estas cumplan con todo lo establecido en la Norma Técnica de Reconocimiento a la Buena Práctica y a la misma vez implementar beneficios extras a aquellas empresas que han implementado esta norma en sus empresas.

Requisitos Norma de Reconocimiento a la Buena Práctica

Gestión Legal

Se debe identificar y documentar los requisitos legales que le sean aplicables y evaluar periódicamente su cumplimiento, en este caso se ha determinado como ámbitos legales indispensables; registro de turismo y licencia de funcionamiento o permiso de funcionamiento.

Para cumplir con este ámbito es recomendable elaborar un documento que relacione los elementos fundamentales de este requisito, por ejemplo:

Tabla 13 Formato Matriz de requisitos legales

Logo NRBP		NTS_TS 002		Fecha
		Matriz de requisitos legales		Versión
		Responsable		Código
Tema	Tipo	Número y Fecha	Autoridad	Norma
Legalidad	Resolución	2023-04-19	Ministerio de turismo	Permiso de funcionamiento

Revisado y aprobado por:

Elaborado por: Orozco, (2024).

Con el fin de evaluar el cumplimiento de los requisitos legales, es recomendable realizar verificaciones en el establecimiento, es por ello por lo que es recomendable usar una lista de chequeo como la siguiente:

Tabla 14 Formato lista de chequeo requisitos legales

Logo NRBPC	NTS_TS 002		Fecha
	Lista de chequeo de los requisitos legales		Versión
	Responsable		Código
Requisito Legal	Evaluación		Acción
	Cumple/ Si	Cumple/No	
Registro Nacional de Turismo	✓		

Revisado y aprobado por:

Elaborado por: Orozco, (2024)

Gestión empresarial

La empresa debe definir ya sea de manera participativa dentro de la organización o de manera individual políticas y planificación empresarial, dentro de las políticas se ha establecido el crear políticas en base a sostenibilidad y seguridad e higiene es por ello para que se cree estas políticas se recomienda:

- Socializar a los clientes, colaboradores y proveedores sobre que es la sostenibilidad, seguridad e higiene, su importancia y compromiso con ellas.
- Incluir su compromiso con el mantenimiento o mejora de los impactos ambientales, socioculturales y económicos, el manejo minimización o eliminación de aquellos impactos negativos generados o relacionados con el desarrollo de su actividad.
- Referencias de los derechos y deberes de los colaboradores, clientes, colaboradores en su compromiso con la sostenibilidad seguridad e higiene.
- Difundir al público, colaboradores, proveedores y clientes.

Para cumplir con este requisito es recomendable usar el siguiente formato.

Tabla 15 Formato políticas empresariales

<p style="text-align: center;">Logo NRBP</p>	<p style="text-align: center;">NTS_TS 002</p>	<p style="text-align: center;">Fecha</p>
	<p style="text-align: center;">Políticas Empresariales</p>	<p style="text-align: center;">Versión</p>
	<p style="text-align: center;">Responsable</p>	<p style="text-align: center;">Código</p>
<p>Conscientes de la importancia de ofertar un mejor servicio y producto , y asumidos los principios adoptados específicamente en la Norma Técnica de Reconocimiento a la buena práctica de calidad , el _____(Nombre del establecimiento y tipología)_____ se compromete a llevar a cabo una gestión de mejora de sus actividades mediante la adopción de compromisos orientados a prevenir, eliminar o reducir el impacto de nuestras instalaciones y actividades, tanto internas como externas, así como optimizar la sostenibilidad del _____(Nombre del establecimiento y tipología) _____, mejorando su comportamiento con el entorno.</p> <hr/>		

Revisado y aprobado por:

Elaborado por: Orozco, (2024).

Para cumplir con el requisito de planificación empresarial se recomienda usar el siguiente formato:

Tabla 16 Formato para la planificación empresarial

Logo NRBP		NTS_TS 002		Fecha
		Matriz de planificación empresarial		Versión
		Responsable		Código
Perspectivas	Objetivos estratégicos	Indicadores	Meta	Acciones

Revisado y aprobado por:

Elaborado por: Orozco, (2024).

Gestión Calidad

La empresa debe establecer estándares y normas de calidad, debe implementar procesos y realizar el control o monitoreo y posterior identificar acciones correctivas para corregir posibles errores identificados.

Tabla 17 Formato de gestión de calidad-Procesos y procedimientos

Logo NRBP		NTS_TS 002	Fecha
		Matriz de identificación de procesos y procedimientos	Versión
		Responsable	Código
Proceso,	Subproceso	Procedimiento	Responsable de procedimiento

Revisado y aprobado por:

Elaborado por: Orozco, (2024).

Gestión Seguridad e Higiene

La empresa debe identificar la seguridad e higiene del establecimiento, del cliente y de los colaboradores es por ello se ha determinado que toda empresa debe poseer un plan en el cual se minimicen riesgos y amenazas y un plan de limpieza. A pesar de que es algo obligatorio para el funcionamiento de estas empresas muchas de ellas a un no cumple con el 100%. Con el fin de cumplir el requisito de seguridad se puede establecer una matriz de identificación de potenciales emergencias para evaluar su probabilidad. Para cumplir con este requisito es recomendable usar el siguiente formato:

Tabla 18 Formato de identificación de potenciales emergencias

Logo NRBP		NTS_TS 002	Fecha
		Matriz de identificación de potenciales emergencias.	Versión
		Responsable	Código
Amenazas	Acciones Antes	Acciones Durante	Acciones Después

Revisado y aprobado por:

Elaborado por: Orozco, (2024).

Gestión Recursos Humanos

La gestión de Recursos Humanos es un proceso que consiste en hacer un uso eficiente y eficaz para alcanzar los objetivos establecidos. Abarca, por tanto, múltiples funciones como son la planificación, organización, dirección y control de la integración de la compensación, la adquisición, el mantenimiento y desarrollo de los empleados con el fin de lograr objetivos individuales, organizativos y sociales que beneficien a la organización en su conjunto. El requisito fundamental son las capacitaciones, preparar y educar en distintos temas constantemente a los colaboradores es una estrategia indispensable ya que ellos deben saber perfectamente cual es el rol y la importancia que cumplen en la empresa. Posterior a estos se debe realizar una evaluación para así identificar si el colaborador realmente tiene las capacidades y habilidades para ayudar a que la empresa mejore constantemente.

Gestión Mercadeo

Gestión Mercadeo implementa el requisito promoción, hoy en día los medios digitales como son Instagram, Tiktok, Facebook y YouTube son facilidades para que los empresarios

empiecen a promocionar sus empresas y den a conocer que es lo que ofertan. Es por ello por lo que se ha identificado como un requisito indispensable dentro de la norma técnica de reconocimiento a la buena práctica.

Gestión Sostenibilidad

Gestión sostenibilidad trabaja en tres ejes indispensables como lo son el eje económico, sociocultural y ambiental, dentro de los requisitos se han implementado mejoras en las que beneficien y vayan de la mano con los ejes mencionados.

6.4.3 Guía de la estructura para la norma de reconocimiento a la buena práctica en las empresas turísticas del Cantón Guano

6.4.3.1 Definición y propósito

La siguiente guía explica las fases de implementación de la norma, la cual consiste en las siguientes; diagnóstico, planificación, diseño, implementación y mejora.

La norma reconocimiento a la buena práctica, como su nombre lo indica es el reconocimiento a las empresas turísticas estén o no registradas en un catastro turístico, las cuales implementen buenas prácticas, las cuales fortalecen el desarrollo e impulsa la mejora continua y competitividad de las empresas.

6.4.3.2 Ámbito y aplicación

Ha sido desarrollado para las empresas turísticas que estén o no estén registradas en un catastro turístico, ya que el objetivo principal de este proyecto sería, motivar e incentivar a que la gran mayoría de empresa localizadas dentro del Cantón Guano implementen esta norma y reconocimiento.

Fases de la norma de implementación al reconocimiento a la buena práctica.

En el siguiente diagrama se representa las fases para la implementación de la norma de reconocimiento a las buenas prácticas de calidad.

Figura 1 Fases para la implantación de la norma técnica

Elaborado por: Orozco, (2024).

6.4.3.3 Fase de Diagnóstico

Corresponde a una evaluación inicial del estado de las empresas en relación con los parámetros de la norma de reconocimiento a las buenas prácticas. Esta fase se convierte en la radiografía de la entidad en cuanto al porcentaje de aplicación de la norma, pues se identifica las diferencias existentes entre la entidad y de lo que debería tener frente a la norma de reconocimiento a la buena práctica. Esta fase es necesaria para realizar la fase de planeación.

Al momento de realizar la fase de diagnóstico es indispensable socializar con todo el personal de la entidad sobre la implementación de reconocimiento a la buena práctica, explicar en qué consiste el proyecto, su metodología y las fases de cómo se van a desarrollar este proyecto.

Descripción de posibles actividades:

- Identificar objetivos.
- Identificar alcances.
- Diseñar programas o agendas (personas, entrevistas, fechas, horarios, lugares, etc.)



6.4.3.4 Fase de Planeación

Al terminar la fase de diagnóstico y empezar con la fase de planeación es indispensable socializar los resultados del diagnóstico a todo el personal de la entidad explicar en qué consiste la siguiente fase a la misma vez es importante establecer responsables que tengan conocimiento de la empresa y de la norma de reconocimiento a la buena práctica y establecer plazos, etapas, etc.

En el caso de que la entidad acuda a una firma de consultoría, esta fase lo debe realizar el consultor y validarla con el responsable del proyecto por parte de la entidad

En esta fase se establece estructura organizativa del proyecto, cronogramas, plan de comunicación y se determinan las actividades a ejecutar en relación con el sistema de gestión de la entidad y los requisitos establecidos en la norma de reconocimiento a la buena práctica de calidad.

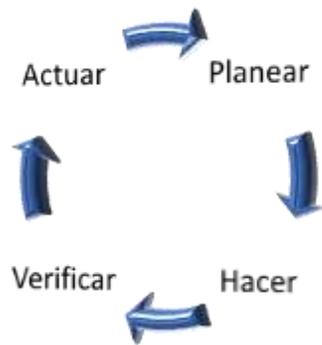
Descripción de posibles actividades

- Planificar la realización de la fase de planeación.
- Elaborar la estructura organizacional.
- Elaborar cronogramas para el proyecto.
- Elaborar plan de comunicación para el proyecto.
- Aprobación de los resultados de la fase de planeación.

6.4.3.5 Fase de Diseño

La fase de diseño es la primera parte de la ejecución de cada una de las tareas determinadas en las fases anteriores, es indispensable identificar metodologías que garanticen el cumplimiento de los requisitos de la norma de reconocimiento a la buena práctica, esta fase debe ser estructurado bajo el ciclo PHVA (Planear, Hacer, Verificar, Actuar). El objetivo de esta fase es el identificar los distintos procesos del proyecto.

Figura 2 Etapas de la fase de diseño



Elaborado por: Orozco, (2024).

- **Planificar:** Establecer los objetivos del proyecto y sus procesos y los recursos necesarios para generar y proporcionar recursos necesarios para generar buenos resultados.
- **Hacer:** Implementar lo planificado.
- **Verificar:** Realizar el seguimiento, la medición de los procesos, objetivos, requisitos y actividades planificadas e informar los resultados.
- **Actuar:** Tomar acciones de mejora del desempeño, cuando sea necesario.

Fase de Implementación

La fase de implementación es la segunda etapa de ejecución de todo lo estructurado y planteado en la fase de diseño además se establecen estrategias que ayudan a mejorar continuamente la marcha y ejecución de las actividades y parámetros descritas en la norma de reconocimiento a la buena práctica. Dentro de esta fase se debe establecer un monitoreo constante de los resultados para poder efectuar acciones de retroalimentación.

Fase de Verificación

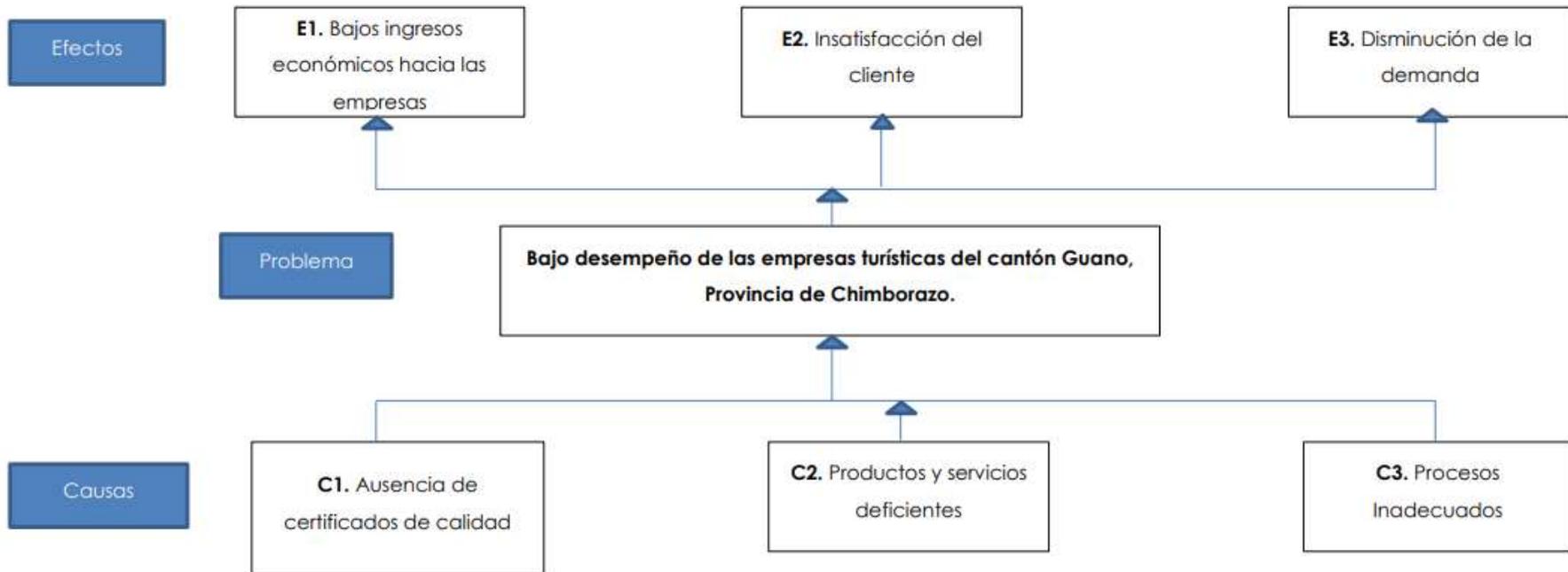
La fase de verificación es fundamental para detectar pequeños problemas a tiempo antes de que se vuelvan más grandes. Es por ello por lo que es necesario volver a revisar todo el proyecto para asegurar que de que este está avanzando según lo planeado y de acuerdo con los objetivos planteados inicialmente.

Fase de Mejora

El primer paso es el identificar y priorizar los problemas o las áreas de mejoras, el siguiente paso es establecer objetivos y metas concretas los cuales debe ser medibles, alcanzables y con tiempos determinados para su logro, finalmente se elabora planes de acción para cumplir lo planeado. La fase de mejora tiene como objetivo mejorar continuamente el proyecto. Su función es el de aumentar la eficiencia y reducir los costos al identificar y eliminar ineficiencias en los procesos.

7. ANEXOS

7.1 Anexo 1. Árbol de problema



Elaborado por: Orozco, (2024).

7.2 Anexo 2. Operacionalización de variables

VARIABLE	DEFINICION	DIMENSIONES O CATEGORIAS	DEFINICION	INDICADORES	METODO, TECNICA E INSTRUMENTO
<p>Variable Dependiente</p> <p>Certificación de Calidad</p>	<p>Resultado de un proceso que indica la <u>satisfacción</u>, exigencias y expectativas legítimas de los <u>consumidores o de la demanda respecto</u> a los productos y servicios, lo que supone un <u>incremento de los ingresos económicos a través de las ventas</u>, a un precio aceptable, de conformidad a las condiciones contractuales mutuamente aceptables y con los factores subyacentes (Morales Domínguez, 2023).</p>	<p>Satisfacción al cliente</p> <p>Ingresos económicos</p> <p>Demanda</p>	<p>Requisito indispensable para ganarse un lugar en la mente de los clientes y por ende en el <u>mercado</u> (Thompson, 2005). Es el <u>dinero que recibes de distintas maneras</u>. Los salarios, las rentas de arriendos, las <u>ganancias</u> obtenidas en un negocio (GCFGLOBAL, 2021).</p> <p>El significado de demanda abarca una amplia gama de <u>bienes y servicios</u> que pueden ser adquiridos a <u>precios de mercado</u>, bien sea por un <u>consumidor</u> específico o por el conjunto total de consumidores en un determinado lugar, a fin de satisfacer sus necesidades y deseos (Peiro, 2015).</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Presencia en el mercado • Competitividad • Actividad económica • Ganancias • Bines y servicios • Consumidor • Precios de mercado 	<p>Cuestionarios</p> <p>SPS</p>

<p>Variable Independiente</p> <p>Empresas turísticas</p>	<p>Son aquellas que prestan <u>servicios y productos de calidad</u> a los turistas, son considerados como agentes económicos de <u>producción y procesos</u> que funciona y se rigen de acuerdo con las normas que regula la sociedad (Morales Domínguez, 2023)</p>	<p>Procesos</p> <p>Calidad</p> <p>Productos y servicios</p>	<p>El concepto se refiere al conjunto de <u>actividades</u> que están relacionadas, en la rutina de la empresa, con el objetivo de entregar algún valor a los <u>clientes</u> (SYDLE, 2022).</p> <p>En otras palabras, la calidad es el nivel de perfección de un proceso, <u>servicio o producto</u> entregado por su empresa, de modo que cumpla con las exigencias definidas por la ISO y, por supuesto, por sus clientes (Barbosa, 2021).</p> <p><u>Necesidades</u> que satisface que, en sus elementos más característicos, <u>bien material</u>, servicio o idea que posee un valor al consumidore y sea susceptible de satisfacer necesidades (Pérez & Pérez , 2006).</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Actividades de la empresa • Clientes • Servicio y producto • Exigencias • ISO • Necesidades • Bien Material • Bien inmaterial 	
--	---	--	---	--	--

Fuente: Orozco, (2023).

7.3 Anexo 3. Matriz de consistencia

Problema General	Objetivo General	Hipótesis General	Variable Dependiente
¿Cómo se relacionan la certificación de calidad con las empresas turísticas del Cantón Guano, Provincia de Chimborazo?	Identificar si existe relación entre la certificación de calidad y las empresas turísticas del Cantón Guano, Provincia de Chimborazo.	La certificación de calidad se relaciona con las empresas turísticas del Cantón Guano, Provincia de Chimborazo.	Certificación de calidad. Dimensiones <ul style="list-style-type: none"> • Satisfacción al cliente • Ingresos económicos • Demanda
Problemas Específico	Objetivos Específicos	Hipótesis Específicos	Variable Independiente
¿Cómo se relaciona la satisfacción del cliente con las empresas turísticas del Cantón Guano, Provincia de Chimborazo?	Determinar si existe relación entre la satisfacción del cliente y las empresas turísticas del Cantón Guano, Provincia de Chimborazo.	La satisfacción del cliente se relaciona con las empresas turísticas del Cantón Guano, Provincia de Chimborazo.	Empresas turísticas Dimensiones <ul style="list-style-type: none"> • Servicios y productos • Procesos • Calidad
¿Cómo se relaciona los ingresos económicos con las empresas turísticas del Cantón Guano, Provincia de Chimborazo?	Determinar si existe relación entre los ingresos económicos con las empresas turísticas del Cantón Guano, Provincia de Chimborazo.	Los ingresos económicos se relacionan con las empresas turísticas del Cantón Guano, Provincia de Chimborazo.	
¿Cómo se relaciona la demanda con las empresas	Determinar si existe relación entre la demanda y las empresas turísticas del Cantón	La demanda se relaciona con las empresas turísticas del	

turísticas del Cantón Guano, Provincia de Chimborazo?	Guano, Provincia de Chimborazo.	Cantón Guano, Provincia de Chimborazo.	
--	------------------------------------	---	--

Fuente: Orozco, (2023).

7.4 Anexo 4. Instrumentos de investigación

7.4.1.1 Anexo 4.1. Encuesta Variable Independiente Empresas turísticas



**UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO FACULTAD DE CIENCIAS
POLÍTICAS Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE TURISMO**

Cuestionario dirigido al personal administrativo de las empresas turísticas del Cantón Guano, Provincia de Chimborazo.

Formulario N.º: _____ Fecha de la encuesta: /____/____/____/

Encuestadora: Sabrina Mishell Orozco Macao

OBJETIVO DE LA ENCUESTA

Recoger datos sobre el desempeño de las empresas turísticas del Cantón Guano, Provincia de Chimborazo

INSTRUCCIONES Y CONFIDENCIALIDAD

La encuesta es de carácter anónimo, los datos obtenidos serán confidenciales y la investigadora se compromete con la reserva del caso.

Lea detenidamente los ítems y marque con una (X) las respuestas.

Valore la calidad del desempeño empresarial en base a la escala de valoración:

1 = Muy Malo 2 = Malo 3 = Bueno 4 = Muy Bueno 5 = Excelente

I. INFORMACIÓN GENERAL

a) Sexo:

Masculino		Femenino	
-----------	--	----------	--

b) Edad

18 – 30		31 – 40		41- 50		51 -60		Más 61	
---------	--	---------	--	--------	--	--------	--	--------	--

c) Nivel de instrucción:

Primaria		Bachillerato		Superior no		Superior		Postgrado	
Básica				Universitario		Universitario			

II. INFORMACIÓN ESPECÍFICA

N°	ÍTEMS	PARÁMETRO				
		1	2	3	4	5
		Muy malo	Malo	Bueno	Muy Bueno	Excelente
	Procesos	1	2	3	4	5
1	Califique la sistematización de procesos aplicados en la empresa.					
2	Cómo evalúa el desempeño y conocimientos de los que conforman la empresa.					
	Calidad	1	2	3	4	5
3	Califique si sus procesos son claros y definidos para garantizar la calidad de los productos y servicios que ofrecen.					
4	Como considera usted, el aplicar una certificación de calidad en su empresa.					
	Como considera el nivel de la empresa en cuanto a mejora continua.					
	Productos y servicios	1	2	3	4	5
5	Como considera el estado actual de los bienes materiales que posee la empresa para la satisfacción del cliente.					
6	Como considera los servicios que posee la empresa para la satisfacción del cliente.					
7	Califique el nivel de seguridad de las instalaciones de la empresa.					

¡Gracias por su colaboración!

7.4.1.2 Anexo 4.2. Encuesta Variable Dependiente certificación de calidad



**UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO FACULTAD DE CIENCIAS
POLÍTICAS Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE TURISMO**

Cuestionario dirigido a los turistas que han adquirido servicios o productos de las empresas turísticas del Cantón Guano, Provincia de Chimborazo.

Formulario N°: ____ **Fecha de la encuesta:** / ____ / ____ / ____ /

Encuestadora: Sabrina Mishell Orozco Macao

OBJETIVO DE LA ENCUESTA

Recabar datos de calidad de las empresas turísticas del Cantón Guano, Provincia de Chimborazo

INSTRUCCIONES Y CONFIDENCIALIDAD

La encuesta es de carácter anónimo, los datos obtenidos serán confidenciales y la investigadora se compromete con la reserva del caso.

Lea detenidamente los ítems y marque con una (X) las respuestas.

Valore la calidad en base a la escala de valoración:

1 = Muy Malo 2 = Malo 3 = Bueno 4 = Muy Bueno 5 = Excelente

I. INFORMACIÓN GENERAL

d) Sexo:

Masculino		Femenino	
-----------	--	----------	--

e) Edad:

18 - 30		31 - 40		41- 50		51 -60		Más 61	
---------	--	---------	--	--------	--	--------	--	--------	--

f) Nivel de instrucción:

Primaria Básica		Bachillerato		Superior no universitaria		Superior universitaria		Postgrado	
--------------------	--	--------------	--	------------------------------	--	---------------------------	--	-----------	--

II. INFORMACIÓN ESPECÍFICA

N°	ÍTEMS	PARÁMETRO				
		1	2	3	4	5
		Muy malo	Malo	Bueno	Muy Bueno	Excelente
	Satisfacción al cliente	1	2	3	4	5
1	Califique, los bienes y servicios que ofertan las empresas turísticas del cantón Guano					
2	Como considera, la formación y competencia del personal de las empresas turísticas del cantón Guano.					
3	Cómo evalúa la responsabilidad social y sostenibilidad de las empresas turísticas del cantón Guano.					
	Economía	1	2	3	4	5
3	Considera que los precios que establecen las empresas turísticas del Cantón Guano están acorde a los servicios ofertados.					
4	Considera que las empresas turísticas mejoran la calidad de vida de los pobladores del Cantón Guano.					
	Demanda	1	2	3	4	5
5	Que probabilidad hay que vuelva a consumir los servicios o productos de las empresas turísticas que visitó en Guano.					
6	Que tan probable es que recomiende los productos y servicios ofertados por Guano.					
7	Como califica el potencial de turismo del cantón Guano.					

¡Gracias por su colaboración!

7.5 Anexo 5. Análisis e interpretación

7.5.1 Anexo 5.1. Tabulación Variable Dependiente certificación de calidad

Información General

a) Género

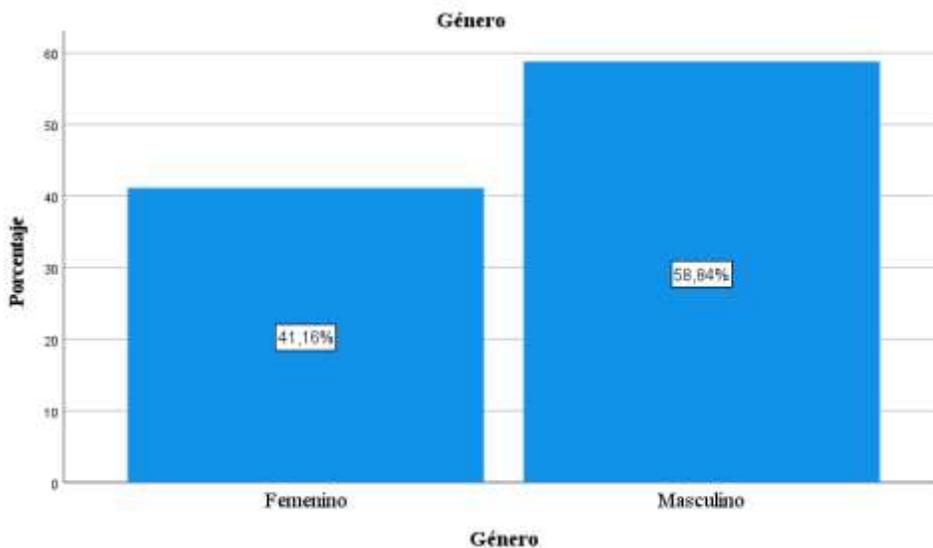
Tabla 19 Género

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Femenino	156	41,16	41,16	41,2
	Masculino	223	58,84	58,84	100,0
	Total	379	100,00	100,00	

Fuente: Investigación de Campo.

Elaborado por: Orozco, (2024).

Figura 3 Género



Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: Orozco, (2024).

Del total de turistas encuestados el 41,16% corresponde al género femenino mientras que el 58,84% restante corresponde al género masculino. Se concluye que la gran mayoría de porcentaje de turistas encuestados y que han visitado este destino es del género masculino.

b) Edad

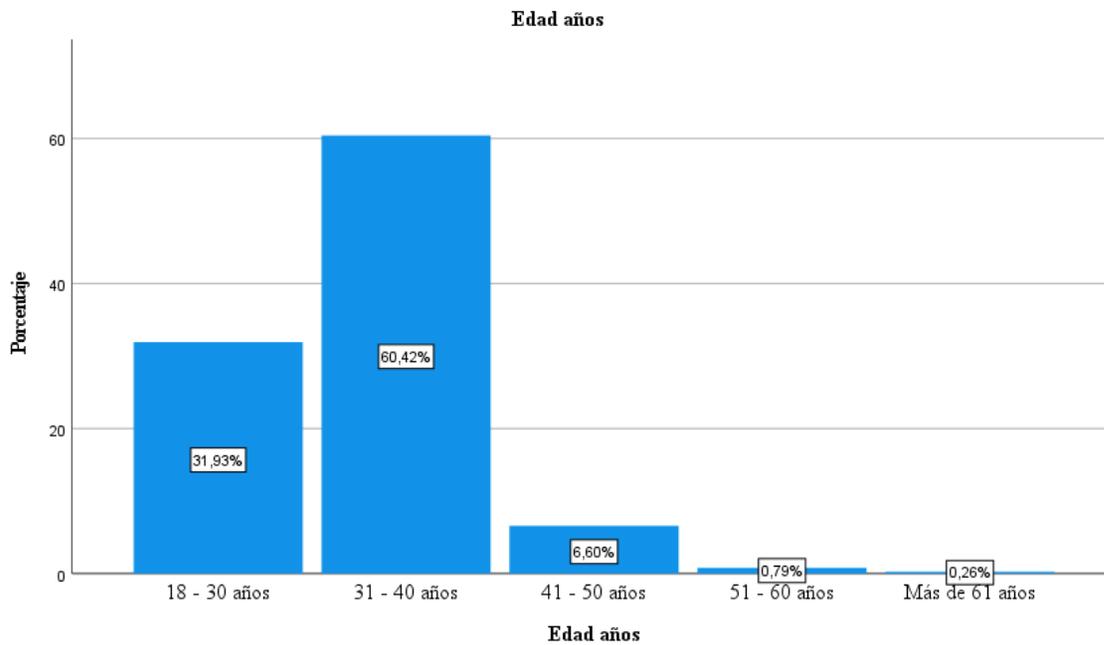
Tabla 20 Edad

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido				
18 - 30 años	121	31,93	31,93	31,9
31 - 40 años	229	60,42	60,42	92,3
41 - 50 años	25	6,60	6,60	98,9
51 - 60 años	3	0,79	0,79	99,7
Más de 61 años	1	0,26	0,26	100,0
Total	379	100,00	100,00	

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: Orozco, (2024).

Figura 4 Edad



Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: Orozco, (2024).

De acuerdo con las encuestas realizadas a los turistas que han visitado el Cantón Guano el 31,93% corresponde a personas que tiene una edad entre 18 a 30 años, el 60,42% pertenece a personas entre los 31 a 40 años, el 6,60% corresponde a personas entre los 41 y 50 años, el

0,79% pertenece a personas entre los 51 a 60 años y el 0,26% corresponde a personas que poseen una edad de más de 61 años. Con estos resultados se concluye que la gran mayoría de turistas encuestados que han visitado este destino son adultos que se encuentran en una edad de 31 a 40 años.

c) Nivel de instrucción

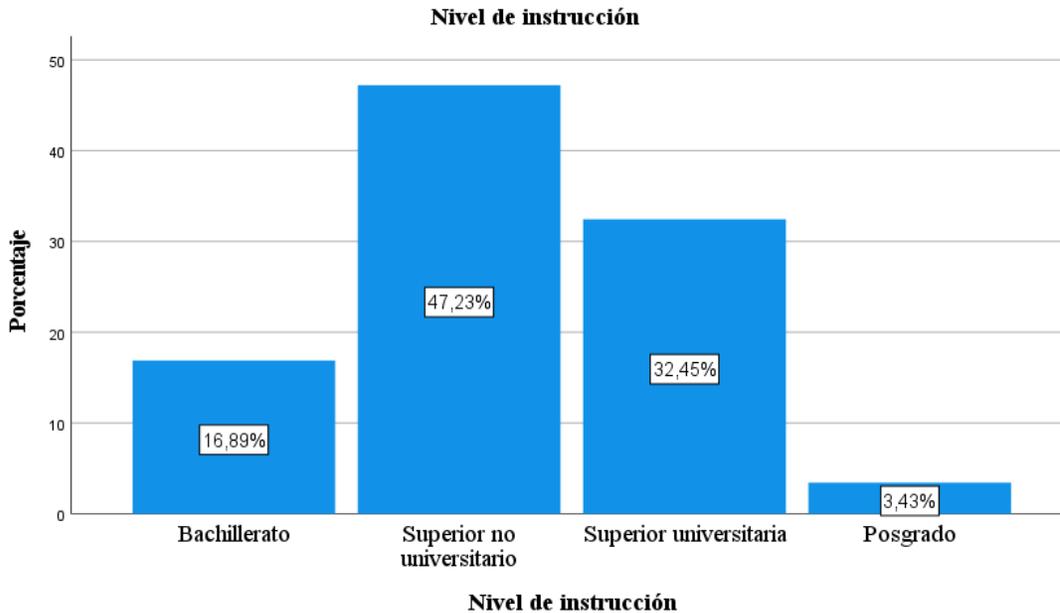
Tabla 21 Nivel de instrucción

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bachillerato	64	16,89	16,89	16,9
	Superior no universitario	179	47,23	47,23	64,1
	Superior universitaria	123	32,45	32,45	96,6
	Posgrado	13	3,43	3,43	100,0
	Total	379	100,00	100,00	

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: Orozco, (2024).

Figura 5 Nivel de instrucción



Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: Orozco, (2024).

Del total de turistas que se han encuestado el 16,89% corresponde a turistas que han culminado la educación secundaria, el 47,23% han culminado la educación superior no

universitario, el 32,45 han culminado la educación superior universitaria y el 3,43% han alcanzado un posgrado. Se concluye que la gran mayoría de turistas encuestados poseen una educación superior no universitaria.

Información específica

Dimensión Satisfacción al cliente

1. Califique, los bienes y servicios que ofertan las empresas turísticas del cantón Guano

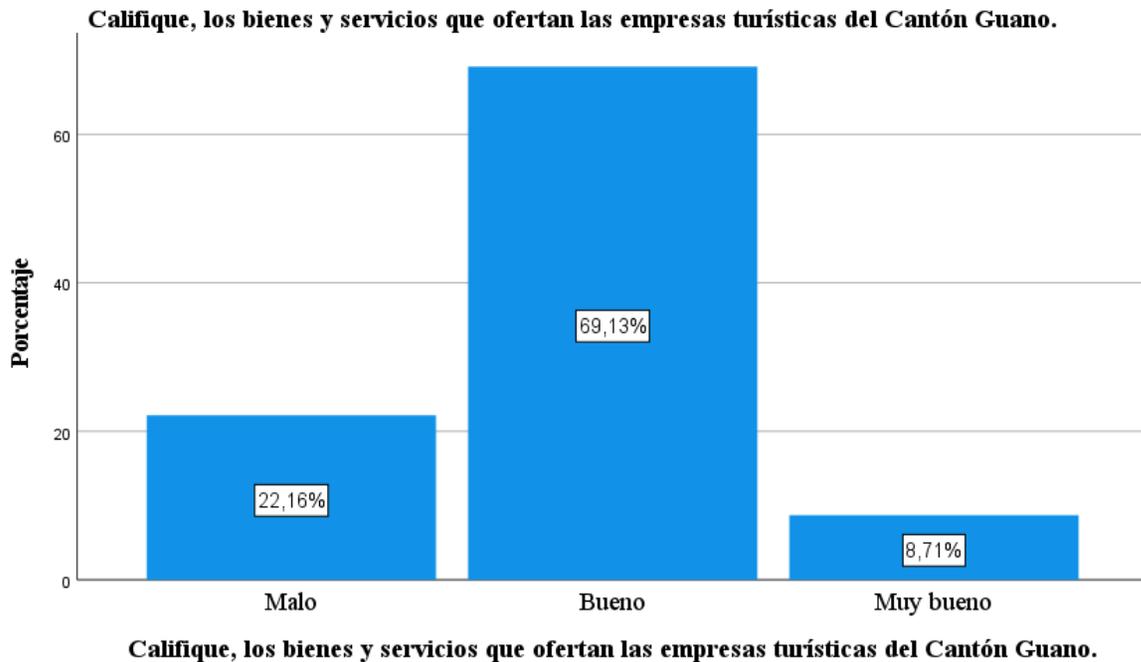
Tabla 22 Bienes y servicios

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Malo	84	22,16	22,16	22,2
	Bueno	262	69,13	69,13	91,3
	Muy bueno	33	8,71	8,71	100,0
	Total	379	100,00	100,00	

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: Orozco, (2024).

Figura 6 Bienes y servicios



Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: Orozco, (2024).

De acuerdo con los datos obtenidos a través de las encuestas realizadas a turistas que han visitado el cantón, el 22,16% consideran que los bienes y servicios ofertados por el cantón son malos, el 69,13 manifiestan que son buenos y el 8,71 manifiesta que son muy buenos. Se concluye que el 69,13% de turistas consideran que los bienes y servicios ofertados en el cantón no satisfacen las necesidades y expectativas del consumidor.

2. ¿Como considera, la formación y competencia del personal de las empresas turísticas del cantón Guano?

Tabla 23 Formación y competencia

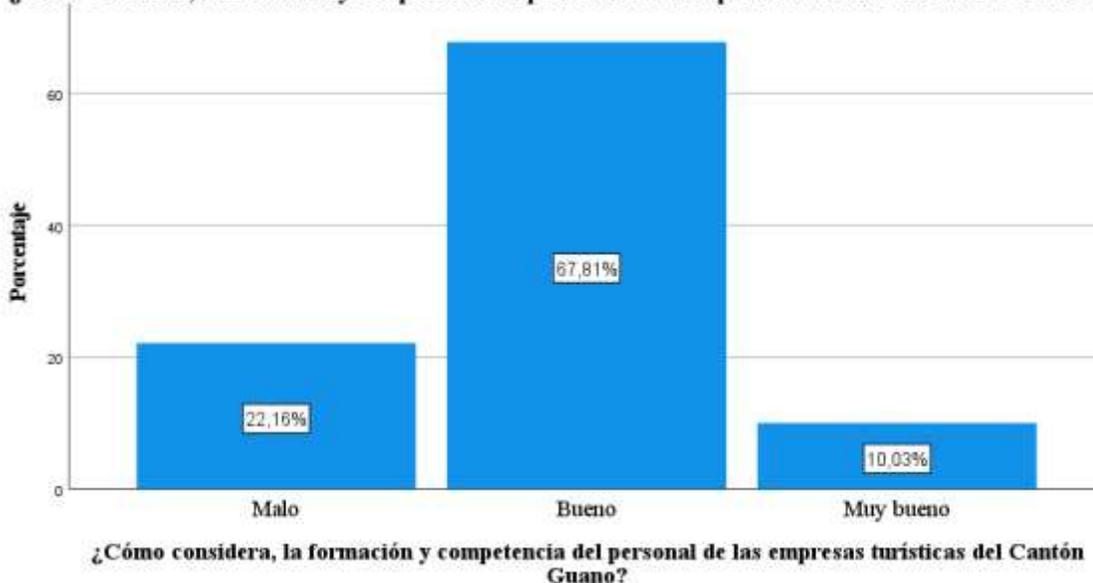
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Malo	84	22,16	22,16	22,2
Bueno	257	67,81	67,81	90,0
Muy bueno	38	10,03	10,03	100,0
Total	379	100,00	100,00	
Válido				

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: Orozco, (2024).

Figura 7 Formación y competencia

¿Cómo considera, la formación y competencia del personal de las empresas turísticas del Cantón Guano?



Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: Orozco, (2024).

De acuerdo con los turistas encuestados el 22,16% expreso que la formación y competencia del personal de las empresas turísticas es malo, el 67,81% manifiestan que es bueno y el 10,03% manifiestan que es muy bueno. Concluyendo que al identificar que el 67,81% como el porcentaje más alto nos indica que la formación y competencia de los colaboradores no es excelente pero tampoco indica que es tan deficiente. Por lo que el turista tiene una cierta inconformidad con la capacidad de formación y competitividad que poseen los colaboradores de las distintas empresas.

3. ¿Cómo evalúa la responsabilidad social y sostenibilidad de las empresas turísticas del cantón Guano?

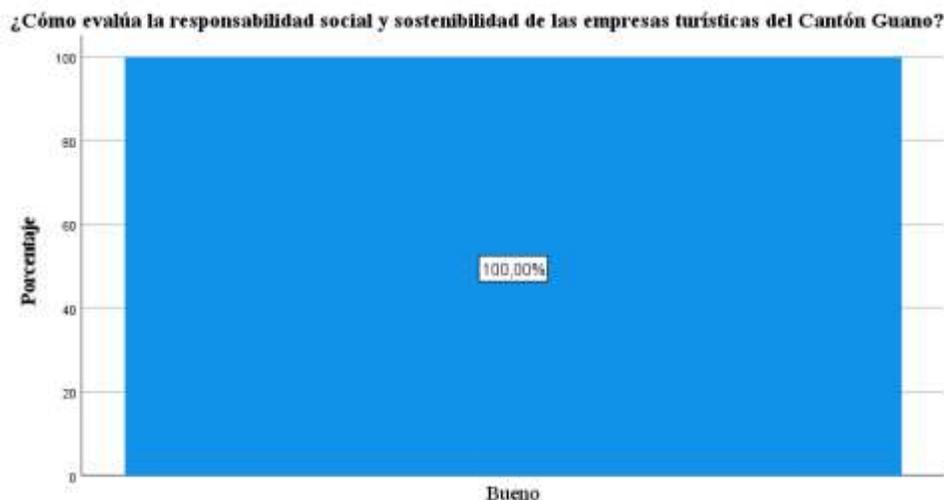
Tabla 24 Responsabilidad social y sostenibilidad

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bueno	379	100,00	100,00	100,0

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: Orozco, (2024).

Figura 8 Responsabilidad social y sostenibilidad



Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: Orozco, (2024).

De acuerdo con los turistas encuestados se pudo determinar que el 100% de turistas consideran que la responsabilidad social y sostenibilidad de las empresas turísticas del cantón no

son tan optimas, pero tampoco es un tema que las empresas turísticas ignoran pues estan conscientes de que es algo que actualmente tiene mucha relevancia.

Dimensión Economía

4. Considera que los precios que establecen las empresas turísticas del Cantón Guano están acorde a los servicios ofertados.

Tabla 25 Precios

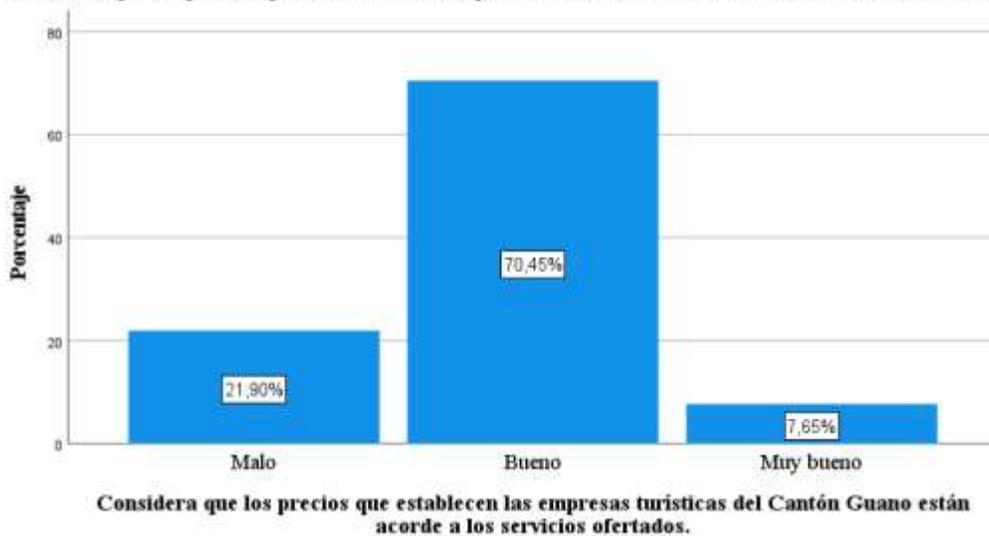
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Malo	83	21,90	21,90	21,9
	Bueno	267	70,45	70,45	92,3
	Muy bueno	29	7,65	7,65	100,0
	Total	379	100,00	100,00	

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: Orozco, (2024).

Figura 9 Precios

Considera que los precios que establecen las empresas turísticas del Cantón Guano están acorde a...



Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: Orozco, (2024).

Según los datos obtenidos el 21.90% de turistas consideran que los precios que establecen las empresas turísticas son malos, el 70,45% es bueno y el 7,65 es muy bueno. Se concluye que el

70,45% al ser el porcentaje más alto, se considera que existe una inconformidad en los precios que las empresas establecen con respecto a los servicios y productos que ofertan

5. Considera que las empresas turísticas mejoran la calidad de vida de los pobladores del Cantón Guano.

Tabla 26 Calidad de vida

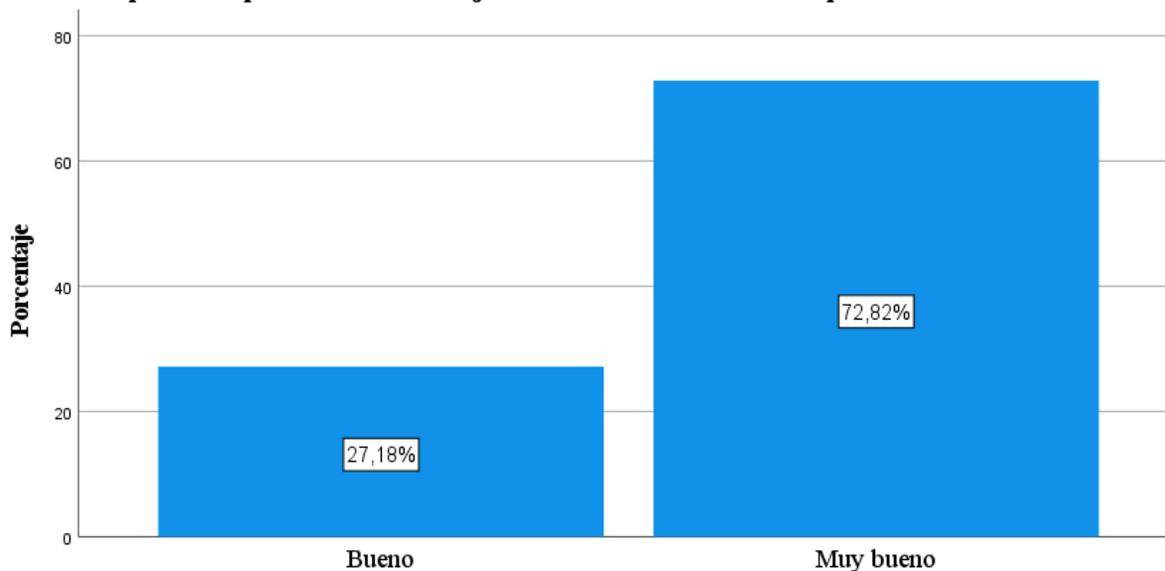
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bueno	103	27,18	27,18	27,2
	Muy bueno	276	72,82	72,82	100,0
	Total	379	100,00	100,00	

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: Orozco, (2024).

Figura 10 Calidad de vida

Considera que las empresas turísticas mejoran la calidad de vida de los pobladores del Cantón Guano.



Considera que las empresas turísticas mejoran la calidad de vida de los pobladores del Cantón Guano.

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: Orozco, (2024).

Según con los datos obtenidos a través de las encuestas realizadas se pudo determinar que del 100% de turistas encuestados el 27,18% indica que es bueno refiriéndonos a si las empresas

turísticas mejoran la calidad de vida de los pobladores y un 72,82% manifiesta que es muy bueno. Concluyendo que la gran mayoría de turistas encuestados están conformes y de acuerdo en que las empresas mejoran la calidad de vida de los pobladores ya que estas son generadoras de empleo.

Dimensión demanda

6. Que probabilidad hay que vuelva a consumir los servicios o productos de las empresas turísticas que visitó en Guano.

Tabla 27 Servicios y productos

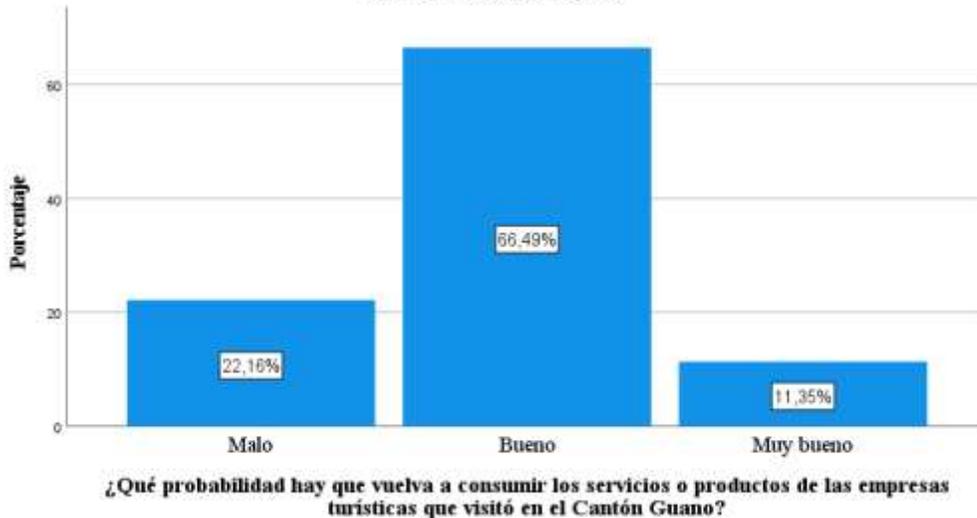
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Malo	84	22,16	22,16	22,2
	Bueno	252	66,49	66,49	88,7
	Muy bueno	43	11,35	11,35	100,0
	Total	379	100,00	100,00	

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: Orozco, (2024).

Figura 11 Servicios y productos

¿Qué probabilidad hay que vuelva a consumir los servicios o productos de las empresas turísticas que visitó en el Cantón Guano?



Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: Orozco, (2024)

De acuerdo con los datos obtenidos se pudo identificar que el 22,16% indica que es malo con respecto a la probabilidad de que vuelva a consumir los servicios y productos indicando que no

volverían a consumir el mismo producto o servicio, el 66,49% menciona que es bueno y el 11,35% menciona que es muy bueno. Concluyendo que el 66,49% de turista encuestados indica que hay la probabilidad de que regresen como la probabilidad de que no.

7. ¿Qué tan probable es que recomiende los productos y servicios ofertados por Guano?

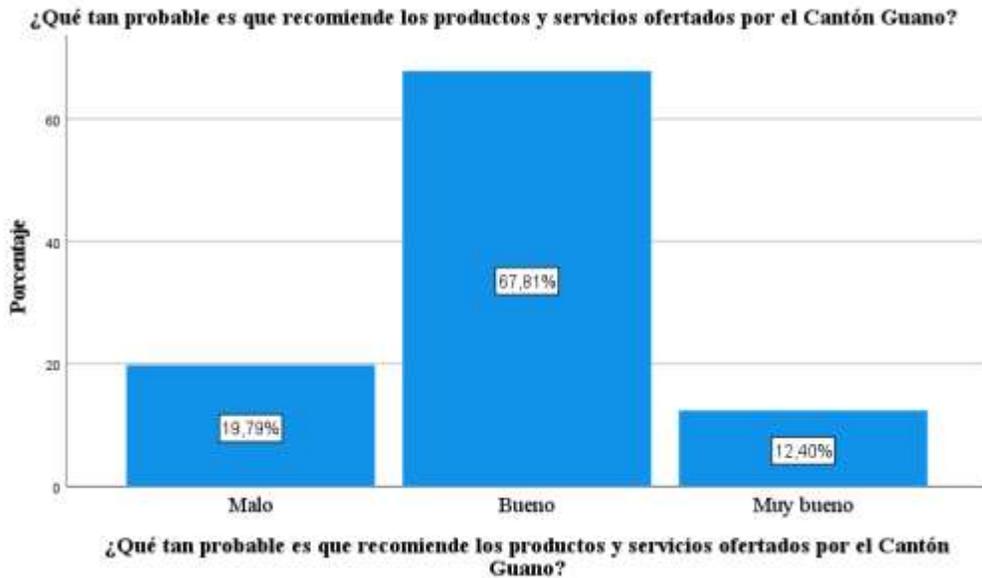
Tabla 28 Productos y servicios

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Malo	75	19,79	19,79	19,8
	Bueno	257	67,81	67,81	87,6
	Muy bueno	47	12,40	12,40	100,0
	Total	379	100,00	100,00	

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: Orozco, (2024).

Figura 12 Producto y servicio



Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: Orozco, (2024).

De acuerdo con el 100% de turistas encuestados el 19.79% indica que la probabilidad de recomendar los productos y servicios ofertados por el Cantón es mala, el 67,81% indica que es

buena y el 12,40 que es muy bueno. Concluyendo que al identificar que el 67,81% como el porcentaje más alto existe la probabilidad de que el turista pueda recomendar los productos servicios y productos que oferta el cantón.

8. ¿Como califica el potencial de turismo del cantón Guano?

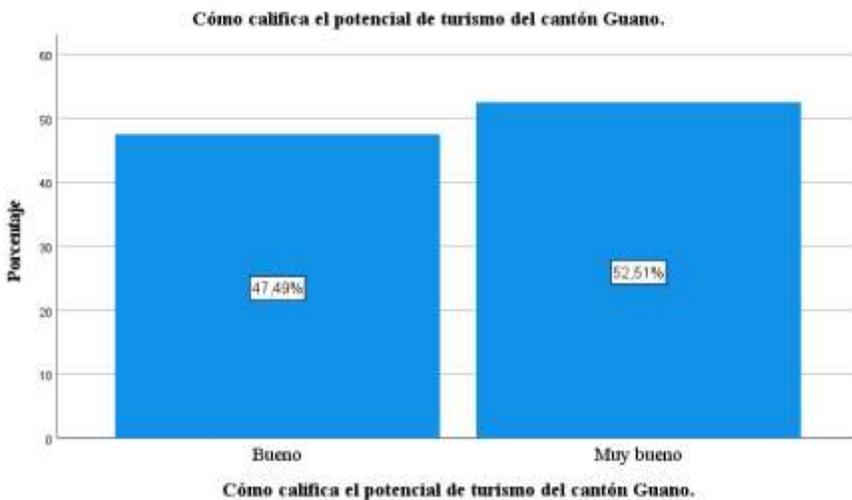
Tabla 29 Potencial turístico

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bueno	180	47,49	47,49	47,5
	Muy bueno	199	52,51	52,51	100,0
	Total	379	100,00	100,00	

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: Orozco, (2024).

Figura 13 Potencial turístico



Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: Orozco, (2024).

De acuerdo con las encuestas realizadas el 100% de turistas el 47,49% indican que el potencial turístico que posee el cantón es bueno mientras que el 52,51% indica que es muy bueno. Se puede concluir diciendo que la gran mayoría de turistas encuestados están de acuerdo que el Cantón Guano tiene un potencial turístico muy bueno.

7.5.2 Anexo 5.2. Tabulación Variable Independiente – Empresas turísticas

Información general

a) Género

Tabla 30 Género

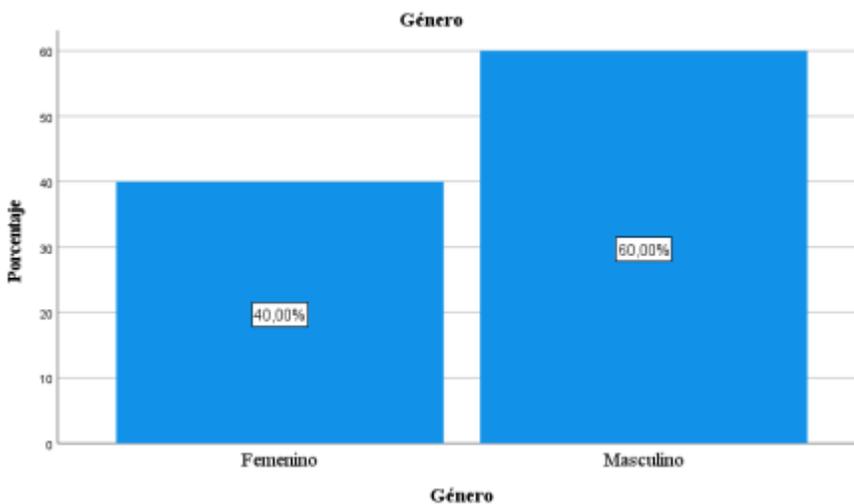
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Femenino	4	40,00	40,00	40,0
Masculino	6	60,00	60,00	100,0
Total	10	100,00	100,00	
Válido				

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: Orozco, (2024).

Figura 14

Género



Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: Orozco, (2024).

De acuerdo con las encuestas realizadas a los administradores de las empresas turísticas se pudo determinar que del 100% de encuestados el 40% son mujeres y el 60% son hombres. Concluyendo que la gran mayoría de encuestados son de género masculino.

b) Edad

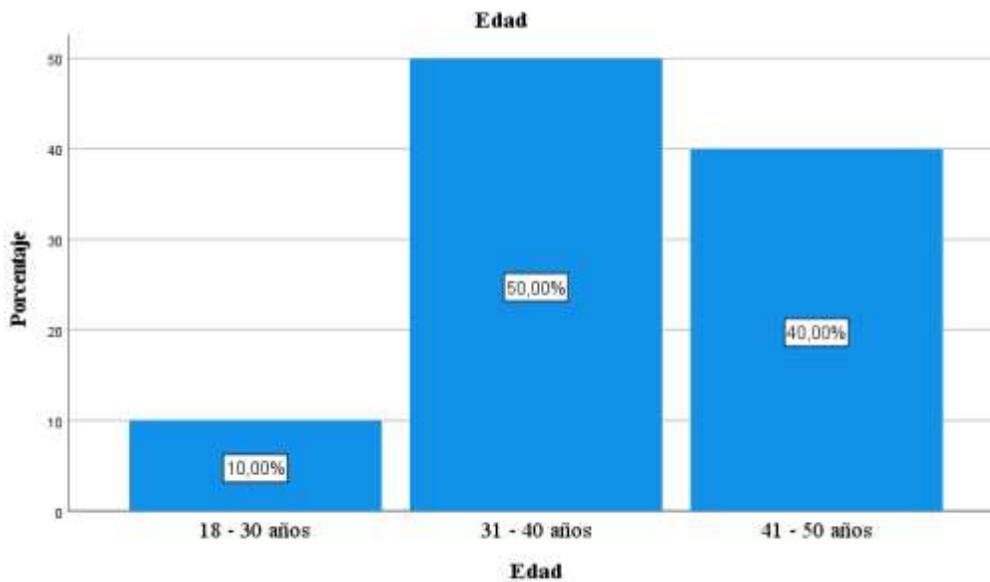
Tabla 31 Edad

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	18 - 30 años	1	10,00	10,0
	31 - 40 años	5	50,00	60,0
	41 - 50 años	4	40,00	100,0
	Total	10	100,00	

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: Orozco, (2024).

Figura 15 Edad



Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: Orozco, (2024).

Según los datos obtenidos a través de las encuestas realizadas a los administradores de las empresas turísticas del 100% de encuestados el 10% tiene alrededor de 18 a 30 años, el 40% tiene entre 31 a 40 años y el 40% tiene una edad entre los 41 a 50 años. Concluyendo que la gran mayoría de personas que dirigen o lideran estas empresas tienen una edad de 31 a 40 años.

c) Nivel de instrucción

Tabla 32 Nivel de instrucción

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Superior universitaria	10	100,00	100,00	100,0

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: Orozco, (2024).

Figura 16 Nivel de instrucción



Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: Orozco, (2024).

Según los datos obtenidos a través de la aplicación de encuestas dirigidas al personal administrativo de las empresas turísticas del Cantón Guano del 100% de encuestados han culminado un a educación superior universitaria. Concluyendo que son personas que tienen la capacidad para dirigir una empresa.

Información específica

Dimensión procesos

1. Califique la sistematización de procesos aplicados en la empresa.

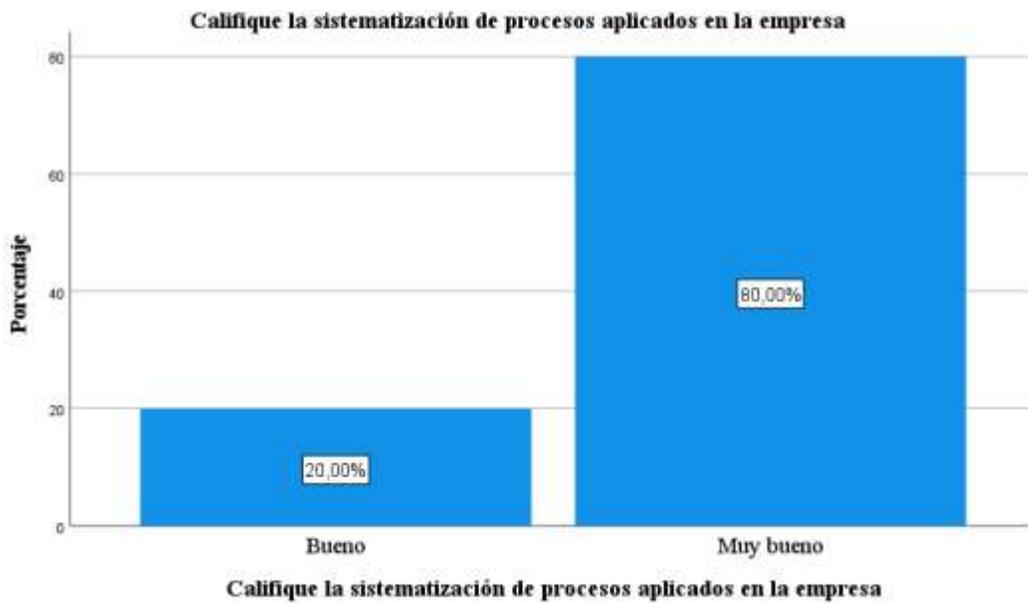
Tabla 33 Sistematización de procesos

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bueno	2	20,00	20,00	20,0
	Muy bueno	8	80,00	80,00	100,0
	Total	10	100,00	100,00	

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: Orozco, (2024).

Figura 17 Sistematización de procesos



Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: Orozco, (2024).

De acuerdo con los datos obtenidos a través de la aplicación de encuestas dirigidas al personal administrativos de las empresas turísticas del Cantón Guano del 100 % de encuestados el 20% menciona que la sistematización de los procesos aplicadas en sus propias empresas es buena el 80% indica que es muy bueno. Concluyendo que la gran mayoría de las empresas

turísticas han sistematizado los procesos de sus empresas indicando que estas son de calidad y son eficientes.

2. ¿Cómo evalúa el desempeño y conocimientos de los que conforman la empresa?

Tabla 34 Desempeño laboral

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bueno	5	50,00	50,00	50,0
	Muy bueno	5	50,00	50,00	100,0
	Total	10	100,00	100,00	

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: Orozco, (2024).

Figura 18 Desempeño laboral



Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: Orozco, (2024).

De acuerdo con el 100% de los administradores encuestados de las empresas turísticas el 50% indica que el desempeño y conocimientos de los colaboradores que conforman la empresa es bueno mientras que el 50% restante indica que es muy bueno. Concluyendo que existe una cierta cantidad de empresas que aseguran que sus colaboradores tienen la capacidad y el

conocimiento para cumplir con las actividades que se les asigne y desempeñarlas de la mejor manera, mientras que otras indican su personal aun poseen ciertas de debilidades en cuanto al desempeño laboral y conocimientos.

Dimensión calidad

3. Califique si sus procesos son claros y definidos para garantizar la calidad de los productos y servicios que ofrecen.

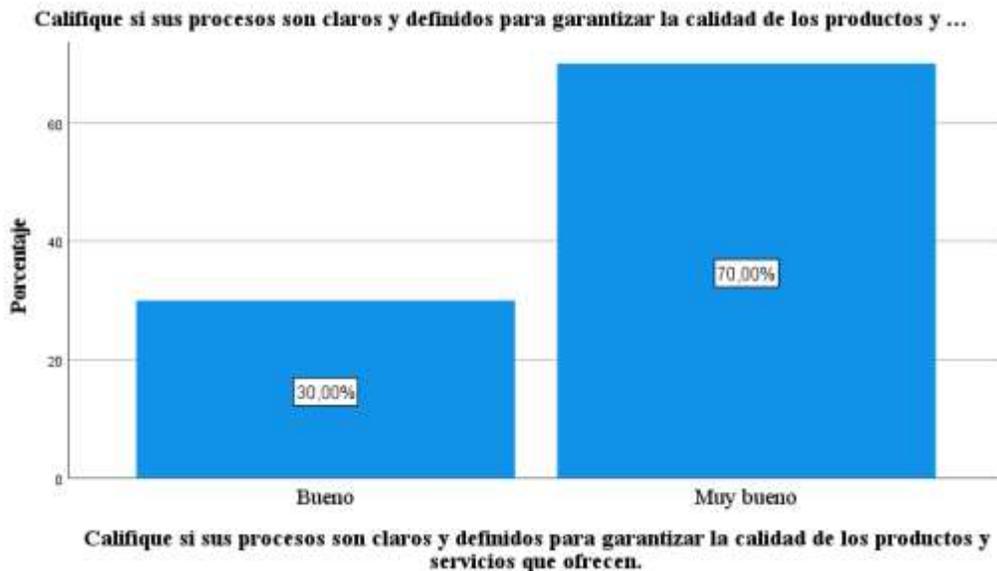
Tabla 35 Productos y servicios

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bueno	3	30,00	30,00	30,0
	Muy bueno	7	70,00	70,00	100,0
	Total	10	100,00	100,00	

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: Orozco, (2024).

Figura 19 Productos y servicios



Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: Orozco, (2024).

De acuerdo con los resultados de las encuestas aplicadas a los administradores de las distintas empresas turísticas del 100% de encuestados un 30% indica que los procesos que han establecido no son tan claros y no están bien establecidos pues estos indican dentro de una escala de Likert que es bueno, mientras que el 70% indica que son muy buenos. Concluyendo que la gran mayoría de empresas tiene procesos bien definidos y claros.

4. ¿Cómo considera usted, el aplicar una certificación de calidad en su empresa?

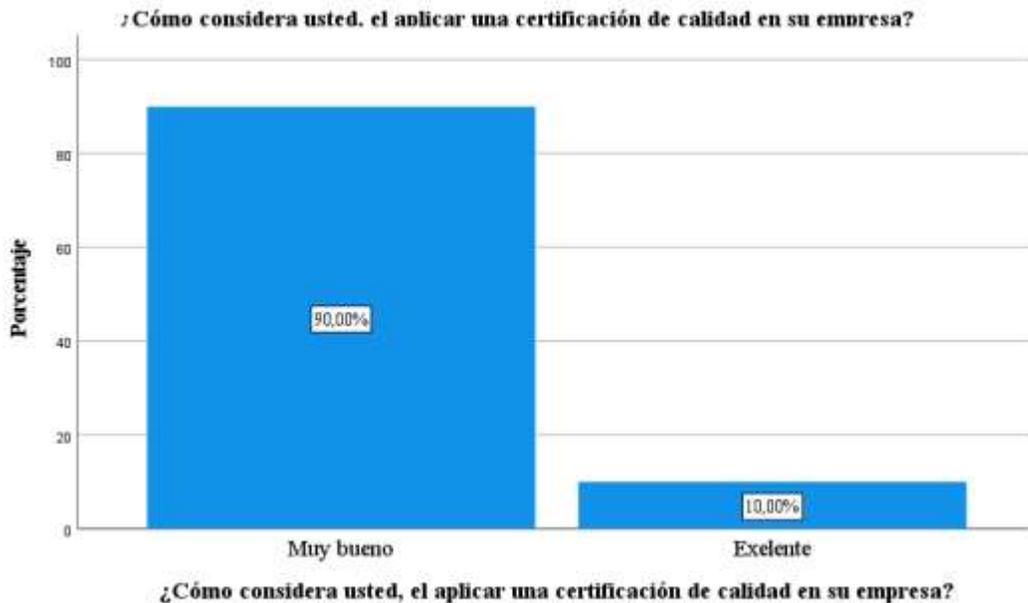
Tabla 36 Calidad

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy bueno	9	90,00	90,00	90,0
	Excelente	1	10,00	10,00	100,0
	Total	10	100,00	100,00	

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: Orozco, (2024).

Figura 20 Calidad



Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: Orozco, (2024).

Según los datos obtenidos en las encuestas aplicadas del 100% de administradores encuestados el 90% indica que el aplicar una certificación de calidad en sus empresas es muy bueno, mientras que el 10% restante indica que es excelente. Concluyendo que poseen un cierto

interés en aplicar una certificación de calidad, pero por varios motivos como el desconocimiento y la desmotivación no lo hacen.

5. ¿Como considera el nivel de la empresa en cuanto a mejora continua?

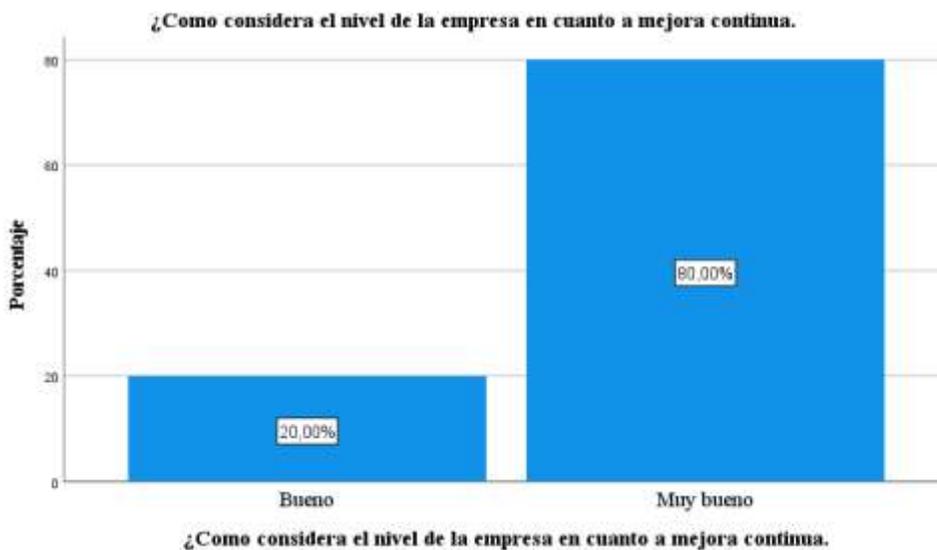
Tabla 37 Mejora continua

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bueno	2	20,00	20,00	20,0
	Muy bueno	8	80,00	80,00	100,0
	Total	10	100,00	100,00	

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: Orozco, (2024).

Figura 21 Mejora continua



Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: Orozco, (2024).

Según los datos obtenidos a través de la aplicación de encuestas dirigidas a los administradores de las empresas turísticas del Cantón Guano del 100% de encuestados el 20% considera que el nivel de la empresa en cuanto a mejora continua es bueno, el 80 % restante considera que es muy buena. Concluyendo que al ser el 80% el porcentaje más alto se puede determinar que las empresas buscan nuevas estrategias con el fin de brindar un mejor producto y servicio al turista y hacer frente a la competencia de la industria turística.

Dimensión productos y servicios

6. ¿Cómo considera el estado actual de los bienes materiales que posee la empresa para la satisfacción del cliente?

Tabla 38 Bienes materiales

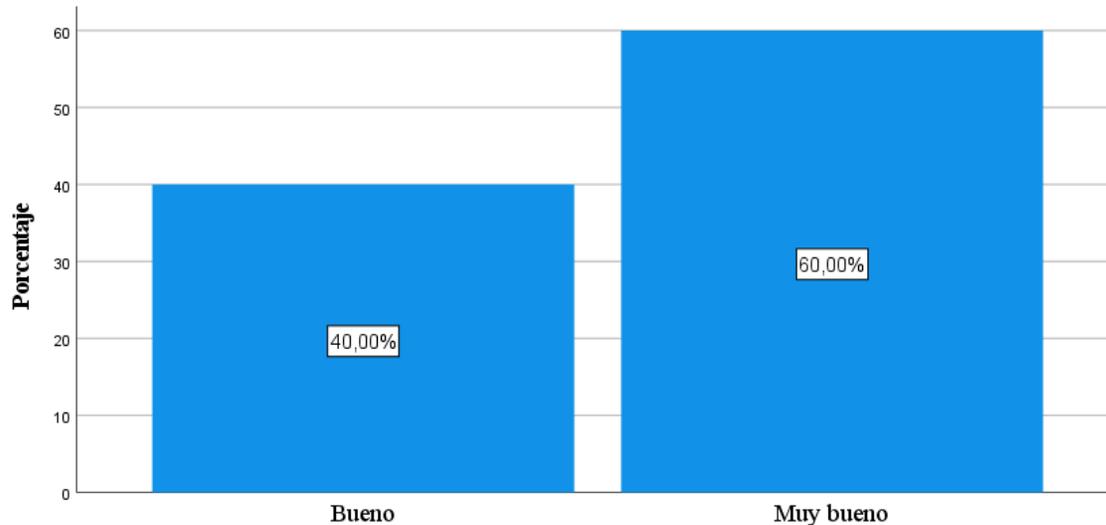
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bueno	4	40,00	40,00	40,0
	Muy bueno	6	60,00	60,00	100,0
	Total	10	100,00	100,00	

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: Orozco, (2024).

Figura 22 Bienes materiales

¿Cómo considera el estado actual de los bienes materiales que posee la empresa para la satisfacci...



¿Cómo considera el estado actual de los bienes materiales que posee la empresa para la satisfacción del cliente?

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: Orozco, (2024).

De acuerdo con los resultados de las encuestas aplicadas a los administradores de las empresas turísticas del Cantón Guano del 100% de encuestados el 40% considera que el estado actual de los bienes materiales que posee la empresa es bueno mientras que el 60% restante indica que es muy bueno. Concluyendo al ser el 60% el porcentaje más alto se puede determinar

que los bienes materiales de las empresas se encuentran en óptimas condiciones para cumplir con las expectativas y necesidades del turista.

7. ¿Como considera los servicios que posee la empresa para la satisfacción del cliente?

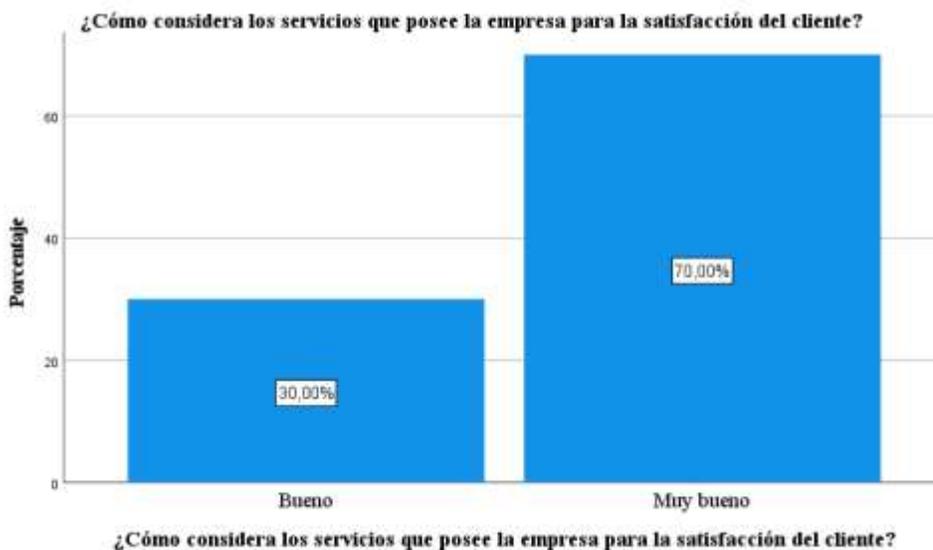
Tabla 39 Servicios

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bueno	3	30,00	30,00	30,0
	Muy bueno	7	70,00	70,00	100,0
	Total	10	100,00	100,00	

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: Orozco, (2024).

Figura 23 Servicios



Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: Orozco, (2024).

Según los datos obtenidos en las encuestas aplicadas a los administradores de las empresas turísticas del cantón Guano del 100% de encuestados el 30% considera que los servicios que posee la empresa son buenos mientras que el 70% considera que son muy buenos. Concluyendo que al ser el 70% el porcentaje más alto indican que la gran mayoría de empresas si satisfacen las necesidades del turista.

8. Califíquese el nivel de seguridad de las instalaciones de la empresa.

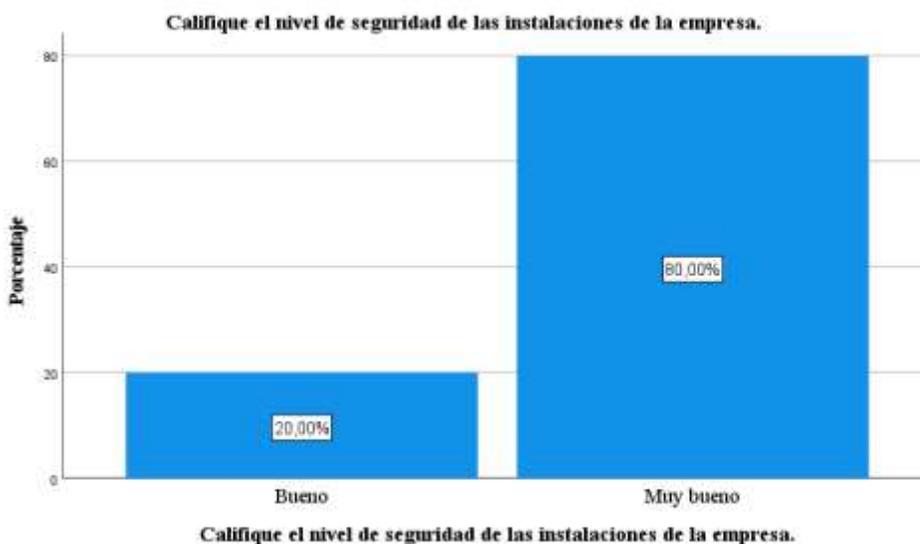
Tabla 40 Seguridad

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bueno	2	20,00	20,00	20,0
	Muy bueno	8	80,00	80,00	100,0
	Total	10	100,00	100,00	

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: Orozco, (2024).

Figura 24 Seguridad



Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: Orozco, (2024).

De acuerdo con los resultados de las encuestas realizadas a los administradores de las empresas turísticas del Cantón Guano del 100% de encuestados el 20% indica que la seguridad que la empresa brinda es buena mientras que el 80% restante indica que es muy bueno. Concluyendo que la gran mayoría de las empresas velan por la seguridad de los turistas.

Bibliografía

- Barbosa, S. (11 de 11 de 2021). *parupassu*. Obtenido de <https://www.parupassu.com.br/es/blog/conceptos-de-calidad>
- Nieto Nicomedes, E. (2018). Tipos de investigación. *USDG*, 2.
- Balderas , E. C. (2014). Características de la demanda de turismo de naturaleza y de aventura en Playa del Carmen. *uqroo*, 19.
- Bosch, J. L. (2023). El turismo como actividad económica. *uncoma*, 1-10.
- Corchero, M. (2008). La empresa turística: concepto, clases y ordenación jurídico-administrativa. *Dilanet*, 2-3.
- Fernández, L. (2012). Las certificaciones de calidad en las empresas turísticas: Antecedentes y Consecuencias. *Dialnet*, 5.
- GCFGLOBAL. (21 de 10 de 2021). *GCFGLOBAL*. Obtenido de <https://edu.gcfglobal.org/es/como-manejar-tu-dinero/que-son-los-ingresos-y-egresos/1/#>
- Gómez, L. (2011). Un espacio para la investigación documental. *Rivista Vanguardia Psicología* , 5.
- Hernández , P., González, A., & Narváez, N. (2021). Las competencias gerenciales. Un análisis desde la filosofía de la administración en empresas turísticas . *Ciencia Latina*, 1.
- Herrero González, A. (2020). La calidad en el sector turístico español: Certificaciones de calidad turística. *UVA*, 2-32-33.
- Hoyer, & Hoyer. (2001). ¿Qué es calidad? *academia*, 1-2.
- Lugo Velázquez , L. (2021). Relación entre certificaciones de calidad turística y sostenibilidad aplicadas al turismo y los ODS. *ULL*, 3-8.
- Maldonado, J. Á. (2011). Gestión de procesos. *academia*, 8.
- Morales Domínguez, J. (14 de 02 de 2023). *INESEM*. Obtenido de <https://www.inesem.es/revistadigital/gestion-empresarial/importancia-de-las-empresas-turisticas-en-la-economia/#:~:text=Las%20empresas%20tur%C3%ADsticas%20son%20aquellas,en%20la%20econom%C3%ADa%20del%20pa%C3%ADs.>

- Morillo, M. C. (2010). Turismo y producto turístico. Evolución, conceptos, componentes y clasificación. *redalyc*, 17-18.
- Ocaña, W. O., & Osejo, J. M. (2018). La calidad en el sector servicios: El reto para la competitividad turística del Ecuador, experiencias de su aplicación. . *UIDE*, 1-9.
- Peiro, A. (16 de 07 de 2015). *Economipedia*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/demanda.html>
- Pérez, D., & Pérez , I. (2006). El precio. Tipos y estrategias de fijación. *EOI*, 5.
- Rozo Rodríguez , D., & Cubillos Rodríguez , M. C. (2009). El concepto de calidad: Historia, evolución e importancia para la competitividad . *Lasalle*, 4.
- Sánchez , A. (2019). Certificaciones de calidad, un análisis de las limitantes para su aceptación y posterior adopción en las MiPymes turísticas del Estado de México. *Dialnet*, 2.
- SYDLE. (18 de 08 de 2022). *SYDLE*. Obtenido de <https://www.sydle.com/es/blog/procesos-empresariales-62686abc355bcb08dcbe06ec>
- Tari Guilló, J., & Pereira Moliner , J. (2012). Calidad y rentabilidad. Análisis del certificado Q en las cadenas hoteleras. *Redalyc*, 3.
- Thompson, I. (2005). La satisfacción del cliente . *Academia* , 1-2-3.
- Vañés, A., Rogel, R., & Cruz, A. (2021). Motivaciones de empresas turísticas para certificarse en calidad. Evidencia empírica en el Estado de México. *Dialnet*, 1-4.
- Ventura , J. L. (2017). ¿Población o muestra?: Una diferencia necesaria. *scielo*, 1-2.

