

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO



FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS Y DE LA EDUCACIÓN

MAESTRIA EN TURISMO, MENCIÓN GESTIÓN DE LA CALIDAD TOTAL EN ORGANIZACIONES DE SERVICIOS TURÍSTICOS

Tema: Gestión de calidad en los destinos turísticos culturales de visita

Trabajo de titulación previo a la obtención del grado académico de Magister en Turismo,
Mención Gestión de la Calidad Total en Organizaciones de Servicios Turísticos

Modalidad de titulación Proyecto de desarrollo

Autor: Licenciado Geovanny Javier Cujano Guachi

Directora: Ingeniera Alicia Mercedes Porras Angulo Magíster

Ambato – Ecuador

2021

APROBACIÓN DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

A la Unidad Académica de Titulación de la Facultad de Ciencias Humanas y de la Educación

El tribunal receptor de la defensa del trabajo de titulación presidido por el Doctor Segundo Víctor Hernández del Salto, Magíster, e integrado por los señores: Licenciada Noemy Hortencia Gaviño Ortiz, Magíster e Ingeniero Luis Rafael Tello Vasco, Magíster, designados por la Unidad Académica de Titulación de la Facultad de Ciencias Humanas y de la Educación de la Universidad Técnica de Ambato, para receptor el trabajo de titulación con el tema: “Gestión de calidad en los destinos turísticos culturales de visita”, elaborado y presentado por el señor licenciado Geovanny Javier Cujano Guachi, para optar por el Grado Académico de Magister en Turismo, Mención Gestión de la Calidad Total en Organizaciones de Servicios Turísticos; una vez escuchada la defensa oral del Trabajo de Titulación el Tribunal aprueba y remite el trabajo para uso y custodia en las bibliotecas de la Universidad Técnica de Ambato.

 Firmado electrónicamente por:
SEGUNDO VÍCTOR
HERNÁNDEZ DEL
SALTO

Dr. Segundo Víctor Hernández del Salto, Mg.
Presidente y Miembro del Tribunal de Defensa

 Firmado electrónicamente por:
NOEMY
HORTENCIA
GAVIÑO ORTIZ

Lcda. Noemy Hortencia Gaviño Ortiz, Mg.
Miembro del Tribunal de Defensa

 Firmado electrónicamente por:
LUIS RAFAEL
TELLO VASCO

Ing. Luis Rafael Tello Vasco, Mg
Miembro del Tribunal de Defensa

AUTORÍA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

La responsabilidad de las opiniones, comentarios y críticas emitidas en el Trabajo de Titulación presentado con el tema: Gestión de calidad en los destinos turísticos culturales de visita, le corresponde exclusivamente a: Licenciado Geovanny Javier Cujano Guachi, autor bajo la dirección de la Ing. Alicia Mercedes Porrás Angulo. Mg directora del trabajo de investigación; y el patrimonio intelectual a la Universidad Técnica de Ambato.



Lcdo. Geovanny Javier Cujano Guachi

AUTOR



Firmado electrónicamente por:
**ALICIA MERCEDES
PORRAS ANGULO**

Ing. Alicia Mercedes Porrás Angulo. Mg

DIRECTORA

DERECHOS DE AUTOR

Autorizo a la Universidad Técnica de Ambato, para que el trabajo de titulación, sirva como un documento disponible para su lectura, consulta y procesos de investigación, según las normas de la Institución.

Cedo los derechos de mi trabajo de titulación, con fines de difusión pública, además apruebo la reproducción de este, dentro de las regulaciones de la Universidad Técnica de Ambato.



Lcdo. Geovanny Javier Cujano Guachi

c.c. 180505764 – 1

ÍNDICE GENERAL

CONTENIDO

APROBACIÓN DEL TRABAJO DE TITULACIÓN	ii
AUTORÍA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN	iii
DERECHOS DE AUTOR	iv
ÍNDICE GENERAL	v
INDICE DE TABLAS	viii
INDICE DE FIGURAS.....	ix
AGRADECIMIENTO	x
DEDICATORIA	xi
RESUMEN EJECUTIVO.....	xii
EXECUTIVE SUMMARY	xiv
CAPITULO I	1
EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.....	1
1.1 INTRODUCCIÓN	1
1.2 JUSTIFICACIÓN	2
1.3 OBJETIVOS	2
1.3.1 GENERAL.....	2
1.3.2 ESPECIFICO	2
CAPÍTULO II.....	4
2.1 ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS	4
2.2 CULTURA	9
2.2.1 PATRIMONIO CULTURAL	9
2.2.2 TURISMO CULTURAL	11
2.2.3 SITIOS CULTURALES DE VISITA.....	12
2.2.4 MUSEOS	13
A) TIPOS DE MUSEOS	13
B) NORMATIVAS DE CALIDAD.....	14
2.2.5 MONUMENTOS HISTÓRICOS	16
A) TIPOS DE MONUMENTOS.....	16
B) NORMATIVAS E IMPORTANCIA.....	18
2.2.6 CONJUNTOS HISTÓRICOS.....	19
A) TIPOS DE CONJUNTOS HISTÓRICOS	20

B)	NORMATIVA E IMPORTANCIA	21
2.2.7	EXPERIENCIA TURÍSTICA EN LOS SITIOS CULTURALES DE VISITA	22
2.3	GESTIÓN DE CALIDAD	23
2.3.1	TEORÍAS REFERENTES A LA CALIDAD	23
A)	CALIDAD SEGÚN WILLIAM E. DEMING	23
B)	CALIDAD SEGÚN JOSEPH M. MURAN.....	24
C)	CALIDAD SEGÚN PHILIP CROSBY	25
2.3.2	FUNDAMENTOS DE LA CALIDAD TURÍSTICA	26
2.3.3	GESTIÓN DE CALIDAD EN TURISMO	27
2.3.4	SISTEMAS Y MODELOS DE GESTIÓN DE CALIDAD.....	29
A)	MODELO TOURQUAL.....	29
B)	MODELO SERVQUAL	30
C)	MODELO SERVPERF.....	31
2.3.5	INDICADORES DE GESTIÓN	33
2.3.6	NORMAS DE CALIDAD TURISTICA	35
A)	NORMA ISO 9001 (VERSION 2015)	37
B)	NORMA ISO 9004	38
C)	NORMA ISO 19011	39
D)	LA Q DE CALIDAD	40
2.3.7	LA CALIDAD Y LA SATISFACCION.....	41
CAPITULO III	44
3.1	UBICACIÓN	44
3.3	TIPO DE INVESTIGACIÓN	45
3.3.1	CORRELACIONAL O DESCRIPTIVA	45
3.4	PRUEBA DE HIPÓTESIS.....	47
3.5	POBLACIÓN O MUESTRA.....	47
3.6	RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN	49
CAPITULO IV	62
4.1	PROCESOS DE GESTIÓN APLICADOS EN LA PARROQUIA SAN MIGUELITO... 62	
4.2	ANÁLISIS DE LOS NIVELES DE CALIDAD PARA LA GESTIÓN DE LOS SITIOS CULTURALES DE VISITA	64
A)	ANÁLISIS FACTORIAL	64
B)	NIVELES DE CORRELACIÓN ENTRE LA CALIDAD Y LOS SITIOS CULTURALES DE VISITA	69

CAPITULO V	71
5.1 CONCLUSIONES	71
5.2 RECOMENDACIONES	73
5.3 BIBLIOGRAFIA	75
5.4 ANEXOS	83
PROPUESTA.....	83
5.4.1 ESTRATEGIAS DE MEJORA EN LOS PROCESOS DE GESTIÓN DE CALIDAD .	83
5.4.2 APLICACIÓN DE LA GESTIÓN DE CALIDAD	83
A) APLICACIÓN DEL CICLO PHVA.....	86
B) MATRIZ DE SUFICIENCIA DE LAS NORMAS ISO 9001:2015 ISO 9004:2018 ..	88
C) PIRÁMIDE DOCUMENTAL PARA LA GESTIÓN DE CALIDAD EN LOS SITIOS CULTURALES DE VISITA	89
5.4.3 PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA.....	91
A) ESQUEMAS DE CONTROL DE PROCESOS	91
B) CONTROL DE PROCESOS (CAJA IDEFO).....	92
5.4.4 CONTROL Y MONITOREO DEL SISTEMA DE CALIDAD	94
A) EL MÉTODO ESTADÍSTICO.....	94
B) AUDITORIAS	96
C) CONTROL DE PROCESOS	99
ANEXO 2: ENCUESTA.....	101

INDICE DE TABLAS

	Pág.
Tabla 1: Parámetros de la gestión de calidad	32
Tabla 2: Equipos a utilizar	44
Tabla 3: Materiales a utilizar	45
Tabla 4: Población (administradores, gestores y visitantes)	48
Tabla 5: Interpretación de la escala de correlación de Pearson.....	50
Tabla 6: Dimensiones de la gestión de calidad	52
Tabla 7: Dimensiones de los sitios culturales de visita.....	53
Tabla 8: Ítems Constructo Calidad validado por: (Gosling, Silva, & Coelho, 2016)	54
Tabla 9: Ítems del constructo satisfacción de calidad, valido por: (Gosling, Silva, & Coelho, 2016)	56
Tabla 10: Ítems del constructo formativo validado por: (Gosling, Silva, & Coelho, 2016)	57
Tabla 11: Procesamiento de casos	58
Tabla 12: Estadísticos de fiabilidad (Alfa de Cronbach)	58
Tabla 13: Prueba de Kaiser Meyer, y Bartlett.....	58
Tabla 14: Análisis del constructo calidad	59
Tabla 15: Análisis del constructo sitios culturales	59
Tabla 16: Correlación de Pearson	60
Tabla 22: procesos de gestión de calidad en los sitios culturales de visita	62
Tabla 23: Gestión de calidad y el valor percibido.....	63
Tabla 24: Análisis del constructo calidad	65
Tabla 25: Análisis factorial constructo sitios culturales de visita	67
Tabla 26: Correlación de calidad con las dimensiones de los sitios culturales de visita	69
Tabla 27: Referencias a los resultados obtenidos	70
Tabla 28: Principios de las normas de calidad ISO 9001;2015	84
Tabla 29: Norma ISO 9004:2018.....	85
Tabla 30: Matriz de Suficiencia de la norma ISO.....	89
Tabla 31: Pirámide documental	90
Tabla 32: Empresas certificadoras de calidad.....	93
Tabla 33: Esquema de parámetros para la auditoria	97
Tabla 34: Resultados de la investigación (objetivos).....	100

INDICE DE FIGURAS	Pág.
Figura 1: relación entre la calidad y la satisfacción en sitios de visita.....	69
Figura 2: Análisis de las cuestiones internas y externas (ISO 9004:2018)	86
Figura 3: Sistema de gestión de calidad (ISO 9001:2015).....	87
Figura 4: Diferencia entre las normas ISO 9001:2015 e ISO 9004:2018	87
Figura 5: Diagrama SIPOC	91
Figura 6: Control de procesos (Caja IDEFO)	92
Figura 7: Método de solución de problemas QC- Story	95
Figura 8: Esquema del proceso	99
Figura 9: Diagrama de flujo en los procesos.....	99
Figura 10: Resultado de la tabulación de datos en Google drive	102
Figura 11: recolección de datos (taller de la guitarra).....	103
Figura 12: recolección de datos (museo Rumiñahui).....	103
Figura 13: recolección de datos (sitio de visita cultural plaza de resistencia indígena).....	104
Figura 14: recolección de datos (iglesia niña María de Jerusalén)	104
Figura 15: Carta compromiso	105

AGRADECIMIENTO

El estudio, realizado hace honor al conocimiento impartido de diferentes profesionales, quienes fomentaron habilidades y cualidades en transcurso de la formación académica, construyendo lasos morales. Agradezco a la familia que forma parte importante, del estudio; porque mejor son dos que uno, ante las adversidades; cordón de tres dobleces no se rompe fácilmente.

DEDICATORIA

La investigación fortalece a la persona, y la impulsa a descubrir un mundo nuevo, libre de ataduras, es por ello, que este trabajo de titulación es dedicado a todos quienes fueron partícipes del crecimiento profesional del autor, de manera espiritual y humana, condescendiente con las cualidades éticas y morales a servicio de la sociedad.

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS Y DE LA EDUCACIÓN
MAESTRIA EN TURISMO, MENCIÓN GESTIÓN DE LA CALIDAD TOTAL
EN ORGANIZACIONES DE SERVICIOS TURÍSTICOS

TEMA:

GESTIÓN DE CALIDAD EN LOS DESTINOS TURISTICOS CULTURALES DE
VISITA

AUTOR: Licenciado Geovanny Javier Cujano Guachi

DIRECTOR: Ingeniera Alicia Mercedes Porras Angulo. Magíster

LINEA DE INVESTIGACIÓN:

- Planificación y Gestión turística

FECHA: 10 de diciembre de 2020

RESUMEN EJECUTIVO

Los sitios turísticos culturales en búsqueda de la aproximación intercultural, participativa ante los procesos de gestión de calidad y centrados en el interés del visitante con un perfil de visita cultural, buscan mejorar y sistematizar procesos que conlleven a la aplicación de estándares, técnicas y métodos centrados en la adopción de la calidad, mediante la mejora continua, normas ISO e indicadores que aporten a la eficacia organizacional que brinden respuestas a los cambios generados en los sitios culturales y permitan consolidar la administración, operación y estructura de las instituciones de carácter cultural, para lo cual, el estudio analizó los niveles de calidad de los centros culturales representativos de la parroquia rural de San Miguelito, considerados de importancia turística en la promoción provincial, planteando la hipótesis; Los sitios culturales de visita, mantienen

una correlación significativa con la percepción de calidad, llegando a la comprobación mediante una metodología de carácter cuantitativo, de diseño no experimental, transversal descriptivo simple, correlacional con el uso de la correlación de Pearson, para verificar la tendencia relacional de las variables, empleando un instrumento de recolección de datos validado enfocado en el modelo adaptado SERVPERF, se consiguieron resultados de correlación positiva alta entre la gestión de calidad en los sitios culturales, con lo cual se define la dependencia de los procesos organizacionales, estructurales y administrativos en centros culturales de la calidad permitiendo asegurar la satisfacción del turista.

Descriptor: calidad, conjuntos históricos, cultura, gestión, museos, normas de calidad, sitios culturales, SERVPERF, sitios de visita, turismo cultural.

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS Y DE LA EDUCACIÓN
MAESTRIA EN TURISMO, MENCIÓN GESTIÓN DE LA CALIDAD TOTAL
EN ORGANIZACIONES DE SERVICIOS TURÍSTICOS

THEME:

QUALITY MANAGEMENT IN CULTURAL TOURIST DESTINATIONS OF VISIT

AUTHOR: *Licenciado Geovanny Javier Cujano Guachi*

DIRECTOR: Ingeniera Alicia Mercedes Porras Angulo. Magíster

LINE OF RESEARCH:

- Tourism Planning and Management

DATE: December 10, 2020

EXECUTIVE SUMMARY

Cultural tourist sites in search of an intercultural, participatory approach to quality management processes and focused on the interest of the visitor with a cultural visit profile, seek to improve and systematize processes that lead to the application of standards, techniques and focused methods in the adoption of quality, through continuous improvement, ISO standards and indicators that contribute to organizational effectiveness that provide responses to the changes generated in cultural sites and allow the consolidation of the administration, operation and structure of cultural institutions, to which, the study analyzed the quality levels of the representative cultural centers of the rural parish of San Miguelito, considered of tourist importance in the provincial

promotion, posing the hypothesis; Visiting cultural sites maintain a significant correlation with the perception of quality, reaching the verification through a quantitative methodology, non-experimental design, simple descriptive cross-sectional, correlational with the use of Pearson's correlation, to verify the trend relational variables, using a validated data collection instrument focused on the adapted SERVPERF model, high positive correlation results were achieved between quality management in cultural sites, thereby defining the dependency of organizational, structural processes and administrative in quality cultural centers allowing to ensure tourist satisfaction.

Keywords: quality, historical sites, culture, management, museums, quality standards, cultural sites, SERVPERF, visitor sites, cultural tourism.

CAPITULO I

EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1 Introducción

La gestión de calidad de sitios culturales de visita, constituye un proceso que en el futuro contribuirán a la sostenibilidad integral; mediante la aplicación de la metodología correlacional, se articula el factor calidad y la sostenibilidad del destino turístico cultural. (Tur & Villena, 2016), consideran que los destinos turísticos están ligados a su entorno natural y cultural, junto a la integración de la comunidad. A criterio de (Abellán, 2015), la organización de espacios... es una responsabilidad pública, y también la organización turística cultural. Desde el punto de relación con los factores de calidad, se puede describir problemas como: productos culturales sin enfoques de gestión de calidad, pérdida progresiva de los atractivos y manifestaciones culturales. Para lo cual la investigación, se divide en cinco capítulos, que definen: el problema de investigación, los antecedentes, metodología, resultados, discusión, recomendaciones y conclusiones. (Fernández & Restrepo, 2016), considera que la actividad turística no planificada y enmarcada en un modelo de gestión obliga a los centros culturales a modificarse e incluso perder la esencia cultural del territorio. En tal virtud, un modelo de gestión de calidad, se convierte en instrumento metodológico práctico que permitirá a la población foco de estudio, mediante un análisis de satisfacción, optimizar los recursos culturales, impulsando al desarrollo socioeconómico y cultural de la parroquia.

1.2 Justificación

La situación actual en los sitios culturales de visita en la parroquia rural, San Miguelito, involucran factores como: la destrucción de sitios históricos y el limitado desarrollo de actividades turísticas por la poca afluencia a los sitios culturales. Los componentes que afectan directamente a la pérdida progresiva de la identidad cultural, representada en los sitios culturales, que narran los inicios de la cultura Cosanga Pillaro, perder un sitio cultural, involucra perder una porción de la historia, cultura y tradición de los pueblos. Según, (García, 2015), es vital controlar, planificar y organizar la presión que ejerce la civilización sobre los bienes culturales de visita y sobre todo anticiparse a la alteración de los mismos. Es prudente generar estrategias basadas en las necesidades de los sitios culturales de visita, a través de modelos de gestión que consideren los propósitos de calidad y satisfacción del turista, mediante: programas de calidad, análisis de la gestión aplicada en este tipo de atractivos, equilibrando la sostenibilidad cultural y desarrollo social de los pobladores y turistas.

1.3 Objetivos

1.3.1 General

Analizar la gestión de la calidad en la satisfacción de los turistas en los destinos turísticos culturales de visita.

1.3.2 Especifico

Identificar los procesos de gestión de calidad aplicados en los centros turísticos culturales de visita en la parroquia Rural San Miguelito.

Analizar la satisfacción de los turistas que visitan los centros turísticos culturales de visita en la parroquia Rural San Miguelito

Determinar la relación entre la gestión de calidad y la satisfacción del turista en los sitios culturales de visita de la parroquia Rural San Miguelito.

Proponer estrategias de mejora en los procesos de gestión de calidad en los centros turísticos culturales de visita de la parroquia Rural San Miguelito

CAPÍTULO II

2.1 ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS

Para fundamentar y analizar los antecedentes investigativos tanto, de las variables: gestión de calidad, y sitios culturales de visita, se ha realizado una búsqueda en las bases de datos de diversas entidades de contribución a la investigación y academia, como Web of Science, Science Direct, Proquest y Dialnet, Scielo y Emerald, de los cuales se ha tomado como resultados las investigaciones con resultado de las palabras clave, gestión de calidad, turismo y la calidad, sitios culturales, calidad en entornos rurales.

Como principal exponente, investigativo en la construcción del antecedente se ha considerado la investigación denominada: La calidad como herramienta de gestión del Turismo Cultural, realizada por; (Castro, 2005), ejecutada en Valencia (España), quien determina que la calidad de vida especialmente de los anfitriones mejora, en relación al diseño y conservación de piezas escenográficas, es decir sitios culturales, que identifican a la población, su esencia y sus saberes

Los vínculos con el turismo y la cultura cada vez enmarcan la sostenibilidad, según, (Periáñez, 2016), en su investigación determinada; El manejo turístico del patrimonio territorial en ámbitos rurales, en un análisis del contexto de la ciudad de Madrid (España), define que las posibilidades de desarrollar el turismo en un entorno cultural se lo consiguen mediante la construcción de modelos de colaboración. Y considera, previo a la elaboración de estrategias abordar:

- Factores culturales locales

- Aspectos de valoración y respeto de los sitios patrimoniales y expresiones culturales
- En la investigación propuesta por (Zárate & García, 2017); denominada, los museos, oferta consolidada para el turismo sostenible y la calidad del paisaje, en el contexto de la ciudad de Madrid (España): determina, que los agentes turísticos y autoridades, museos animan la participación activa de las comunidades locales, definiendo que la gestión del patrimonio, como del funcionamiento del lugar depende de la acción recíproca con los habitantes de la comunidad

(Baldrich, 2020) determina, en su investigación, titulada aproximación a un modelo de gestión cultural territorial. El SARC, ejecutada en la provincia de Valencia (España); que la animación socio-cultural es un modelo de participación ciudadana que democratiza la cultura y da posibilidades de desarrollo a todos los ciudadanos sin delimitar sus posibilidades económicas o sociales, y define como resultado que los modelos de gestión aplicados al entorno turístico cultural, determinan soluciones eludibles a la situación.

CONTEXTO REGIONAL

(Solano, Beatriz, & Márquez, 2016) , propone en su estudio titulado; Línea base de indicadores de competitividad turística como herramienta para la gestión de destinos, enfocado en la región Caribe de Colombia, que la gestión turística, es un campo dinámico que implica analizar tanto la demanda como la oferta de bienes y servicios turísticos, así como el impacto causado por los turistas, establecimientos y servicios en los espacios, economías y en el patrimonio cultural y natural de los lugares de destino

(Herrera, 2016), identifica en su investigación denominada el patrimonio cultural y turismo una alternativa de desarrollo: caso Viotá, Cundinamarca (Colombia) que el turismo cultural permite la coexistencia del interés artístico e histórico, definiendo como resultado que la cultura contribuye con la cohesión de la comunidad, considerando vital generar proyectos con estrategias marcadas en el desarrollo y conservación de los bienes culturales patrimoniales.

Barrera Sánchez, C. (2017). Determina en su investigación enfocada en la funcionalidad turística del patrimonio cultural, específicamente en Morelia (México), proponiendo estrategias de planificación y gestión en turismo cultural, que presentan resultados, favorables al proceso de conservación del patrimonio cultural, con base a un modelo de gestión.

El enfoque que considera la investigación de (Duis, 2018), sobre: los apuntes para la construcción del turismo cultural a partir del análisis de la oferta cultural patrimonial y su demanda por el sector turístico, realizada en Quindío, (Colombia) identifica la importancia de la conservación y preservación de los recursos culturales con la gestión sostenible, mediante la participación de las poblaciones locales, en frente de las oportunidades locales.

CONTEXTO LOCAL

En asuntos culturales, según (Castellano, Espinoza, & Alcívar, 2017), en su investigación denominada: política, gestión y recursos culturales institucionales en Machala Ecuador.

Considera a los asuntos culturales como prolijos, observados desde diversas ópticas y modelos, ... determina que un modelo, gestiona acciones proyectadas y planificadas dirigidas a fomentar y difundir las prácticas culturales.

En el contexto regional (Reinoso, 2017) con el tema; modelo de gestión para fomentar el desarrollo turístico de las comunidades manabitas, Ecuador, aludió que un modelo de desarrollo turístico debe tomar la planificación como una fase básica, la calidad con la que se desarrolle la planificación hecho que concluye en asegurar la sostenibilidad en un territorio en donde se desarrolla el turismo.

Desde el criterio de, (Lilia & Duran, 2017), en su investigación orientada al tema: elementos básicos sobre la gestión de calidad en turismo, ejecutada en Manabí (Ecuador).

Considera como punto de partida para el proceso de la gestión de calidad, pasos esenciales como: la planeación, organización, dirección y control. Además, se vuelve esencial, el estudio de variables y vínculos que se deben considerar ante el proceso de gestión y conservación de un destino patrimonial

En el contexto social local, la investigación realizada por (Trigo, 2018) con el tema: El turista cultural: tipologías y análisis de las valoraciones del destino a partir del caso de estudio de Cuenca-Ecuador. Define que se puede dar un sentido de conservación y preservación mediante la visita de turistas a centros culturales de visita, y determina en sus resultados que el turista puede promover a la educación y respeto, conservación y preservación de los sitios culturales

Este razonamiento se basa en la consideración de que la satisfacción y la calidad de servicio son prerequisites de las intenciones de conducta (Cronin y Taylor, 1992;

Gremler y Brown, 1997) y en que existe una relación definida entre la satisfacción y las intenciones de visita (Dabholkar y Thorpe, 1994)

(Camacho & Amador, 2020) Frente a los conceptos de calidad, servicio y satisfacción proporcionados con anterioridad por los autores citados, se concluye que el servicio es toda actividad que se brinda para satisfacer las necesidades, exigencias y expectativas de los clientes, y que, la calidad es brindar productos o servicios que respondan a estas necesidades, exigencias y expectativas, generando mejoras continuas y favoreciendo a la satisfacción del cliente

La satisfacción del turista juega un papel fundamental en definir la competitividad de centro turístico, desde varias perspectivas se puede definir según (Beramendi, 2020). En cuanto a la satisfacción podemos definir que es considerada como el nivel del estado de ánimo de una persona que resulta de comparar el rendimiento percibido de un producto o servicio, con sus expectativas. Las expectativas del turista se relacionan con la satisfacción, así (Chiriboga, Guaman, Perez, & Hidalgo, 2018) lo determina, enfocado a la calidad del servicio como el eje estratégico para conseguir la satisfacción

2.2 CULTURA

La UNESCO (1972), citada en (Chaparro, 2018), define que un bien cultural tangible es “inestimable e irremplazable”, es un legado que se transmite a las futuras generaciones por lo cual es de vital importancia desarrollar la sostenibilidad en la cultura, a fin de preservar la identidad cultural de cada uno de los pueblos de distinto origen.

La cultura centra su enfoque la preservación de un entorno de valor histórico, es por ello que se ha definido proteger el patrimonio, determinándolo como el valor intangible de los pueblos. La cultura y por ende el patrimonio cultural, según (Gonçalves, 2017) “está compuesto de bienes muebles e inmuebles y es la herencia cultural de una comunidad o grupo humano que tiene un interés histórico, artístico, arqueológico”

La protección de la cultura va más allá del desarrollo social, es la esencia del hombre, parte de la antropología que lo delimita, además, (Mouly & Giménez, 2017) menciona que: La cultura, como elemento vertebrador de la identidad común de las sociedades humanas, puede ser un instrumento para construir la paz en territorios donde han tenido lugar conflictos armados

2.2.1 PATRIMONIO CULTURAL

La UNESCO ha centralizado sus objetivos en la conservación de bienes patrimoniales, es por ello, que a través de la denominación del patrimonio cultural define su importancia de conservación a fin de evitar destrucción reduciendo las amenazas a este tipo de sitios (de Madariaga & Seño, 2018). La definición de patrimonio cultural seguirá avanzada en

contextos rizomáticos, crecerá y se expandirá a procesos evolutivos, que permitan adaptar la identidad emergente de los valores comunitarios (Fontal & Martínez, 2017), considera que el patrimonio toma dos aspectos determinantes, el origen de bienes centrados en las expresiones y manifestaciones de una comunidad, originadas por el resultado de la interacción y conexión con el entorno. Además, la dimensión intangible, que permite integrar la cualidad viva que define al ser vivo que se mantiene en el patrimonio cultural. Según, (Chaparro, 2018), el patrimonio tangible se convierte en el eje fundamental para el desarrollo y conservación de la identidad y memoria. Es por ello que el proteger un patrimonio y salvaguardar los valores y bienes, de un patrimonio cultural, como los museos, y conjuntos históricos, permiten garantizar la transmisión de costumbres y valores

Además, la esta fundamental de la conservación del patrimonio se muestra en sus aspectos representativos de los pueblos, pues el patrimonio cultural forja la identidad colectiva a las generaciones, y según (Medina, 2017), el patrimonio cultural muestra la cultura que consideramos propia, por lo tanto, debe ser conservada para legado de las futuras generaciones. Además, se determina que en la actualidad el patrimonio es determinado como un recurso turístico de potencial que permite el desarrollo local, de quien lo conserve.

En el punto de vista de Contreras (2007, p 18.), citado en (Medina, 2017), considera que se puede construir el patrimonio a partir de los elementos preexistentes, sociales y antropológicos, es por ello que la cultura y el patrimonio, están ligados en el proceso de conservación.

2.2.2 TURISMO CULTURAL

Según, Margarita Barreto 2007, en la revista Pasos N° 1, analiza desde el punto de la importancia de la cultura, la cual menciona que el turismo ha cambiado a medida de las exigencias y calidad que se presentan en los destinos. Para saber cómo preservar mediante la sostenibilidad de un bien cultural, u restauración de los patrimonios, es necesario fijarse en la teoría de Gustavo Giovannoni, quien detalla las condiciones necesarias para ejecutar ciclos de restauración en bienes estructurales. Adjunto al valor histórico que presente el sitio cultural de visita es esencial, enfatizar el nivel de preservación y mantenimiento, en la publicación de ICOMOS en la Carta de Turismo Cultural (1976) citada en (Salvador, 2016), define a los atractivos turísticos culturales como “aquella forma de turismo que tiene por objeto, entre otros fines, el conocimiento de monumentos y sitios histórico-artísticos. Es fundamental recalcar la importancia de la transcendencia de la cultura a futuras generaciones, en referencia a la OMT, considera que: “Respetar la autenticidad sociocultural de las comunidades anfitrionas, conservar su patrimonio cultural arquitectónico y vivo y Una aproximación al Patrimonio Cultural en relación con la competitividad... sus valores tradicionales, y contribuir al entendimiento y la tolerancia interculturales” (OMT, 2005a: 9). Se considera prudente, fortalecer el desarrollo del turismo cultural, el valor añadido al turismo es vital debido a que no solamente se enfoca en el cuidado de los museos, sino también de la apreciación de la infraestructura y arquitectura de los monumentos y edificaciones (Alcívar & Morelba, 2017), la cultura es parte de la población, se convierte en tradición, folklore y el cumulo de conocimientos heredados, que en tal punto no lleva a determinar que el turismo.

2.2.3 SITIOS CULTURALES DE VISITA

Los sitios culturales de visita según: (Olmos & Garcia, 2016), en su libro estructura del mercado turístico, determina a los sitios culturales de visita, dentro de la clasificación del turismo cultural, identificada por, incluir, museos, monumentos, conjuntos históricos, la finalidad, es presentar la historia, arte y cultura del destino. Enmarcado en la definición propuesta por los autores se puede aludir que son sitios en los cuales el turista puede interactuar con la historia y esencia folclórica de la comunidad. Es este mismo contexto; la investigación: titulada, gestión e innovación del turismo en el Caribe colombiano, de (Romero & Terán, 2017), determina: que el turismo activo, requiere una formación radical, aquel que actúa en el ámbito del turismo cultural o del turismo de congresos, si se tiene en cuenta que las exigencias de calidad son diferentes, además, considera que la profesionalización de la gestión turística, permite elevar el nivel de calidad

El aporte de, (Alcívar & Morelba, 2017), con el tema: Turismo sostenible: Una alternativa del desarrollo comunitario desde un componente cultural, ejecutada en el entorno de Ecuador, analizando todos los centros de turismo comunitario, define que: es vital enfocarse en un modelo de gestión de recursos de manera que se puedan alcanzar todas las necesidades.... A la vez que se respete la integridad cultural.

2.2.4 MUSEOS

Los museos ocupan cada vez más el tiempo de los individuos por viajar, motivando el desplazamiento, (Zárate & García, 2017), analiza la importancia de los museos mismos que desde el punto de vista de la sostenibilidad favorecen a impulsar la actividad económica.

Desde el punto de vista de (Arévalo & Mendes, 2016), el turismo y los museos, se alimenta mutuamente, en sentido de ofertar un producto que represente la esencia del hombre, el valor simbólico, ligada a la calidad que se oferta. Tal es el vínculo que tiene el turismo con los museos que se convierte en una herramienta que combina la tendencia cultural y la conservación, menciona (Mestanza & Revilla, 2016) que el turismo en las zonas rurales que muestran las tradiciones de las comunidades culturales oriundas (es decir, festivales, rituales), y sus valores y estilo de vida, así como nichos como el turismo industrial y el turismo creativo.

La importancia de los museos en el proceso de diversificación de la oferta turística, y sobre todo, su enmarcación en la sostenibilidad, se ha convertido en un eje fundamental que define el futuro de la conservación de la identidad de las comunidades, en especial de aquellas que presentan riesgos ante el avance de hombre moderno.

A) TIPOS DE MUSEOS

Clasificación de los museos según su temática; según Moreira (2008) citado en, (Mena, 2016), se dividen en:

- Museos de arte: presentan características del dibujo, escultura y representación contemporánea, plasmada en escenas de complejidad interpretativa.
- Museos de antropología: detalla los bienes humanos, narran la historia y esencia de las raíces del hombre
- Museos de ciencia: aplican las teorías y sus inicios, cada uno de los avances del hombre en relación a la sociedad.
- Museos generales: engloban temáticas de interés colectivo, apreciativo e histórico de los eventos y sucesos históricos.

B) NORMATIVAS DE CALIDAD

Desde el punto de vista de la gestión de calidad aplicada en museos, se determina qué; la calidad del servicio en los museos.... Se relaciona directamente con la calidad percibida por el usuario (Mena, 2016), la aplicación, regulación, control y planificaciones de actividades, ejecutadas en un museo, son controladas por medio de indicadores, que presentar resultados favorables ante la construcción de una cultura de sostenibilidad y pertenencia valor cultural. Considerar factores de calidad en museos, permite determinar en una visión amplia los constructos enfocados en el servicio de este tipo de sitios culturales, según, (Gosling, Silva, & Coelho, 2016), quienes se plantean medir la relación entre la calidad percibida y los constructos de satisfacción, aprendizaje efectivo y recomendación en las personas que visitan un museo determina, la importancia de los mismos en el papel fundamental de la conservación y sostenibilidad de un sitio, la calidad es la premisa fundamental, para solucionar problemas presentes que impiden el desarrollo

y continuidad de las tradiciones.

El museo, se considera un sitio de visita , mismo que mantiene la esencia y la cultura de los pueblos, (Robles, 2016), considera que el museo arraiga una vocación pedagógica que une al turista, lo envuelve en tradiciones milenarias, en los últimos años el museo ha tomado fuerza en el mercado y se ha consolidado como una de las estrategias que se deben considerar en el proceso de desarrollo turístico. La gestión de un sitio cultural de visita enmarcada en el proceso de desarrollo, debe considerar desde el punto de vista de (Ramos, 2018) la perspectiva económica, esta abarca desde los factores de manejo, conservación de la estructura y los factores de calidad que pueden contribuir a la mejora sustancial.

2.2.5 MONUMENTOS HISTÓRICOS

Los monumentos son lugares, construcciones, ruinas que son reconocidas por su particularidad histórica. Determinados como un elemento esencial en la representación estructural de una cultura toman importancia ante el desarrollo de la urbanidad, según (García, 2015), en su investigación denominada Tipología de visitante turístico y satisfacción de la experiencia turística en Santiago de Compostela (Chile) determina que, el espacio urbano y sobre los residentes genera toda una serie de problemas, que en la actualidad es uno de los mayores retos al que se enfrenta la ciudad histórica.

Los monumentos estas cada vez más confeccionados a la atracción de turistas, según, (Galí, Turistas entre monumentos. El comportamiento de los visitantes en el centro histórico de Girona (2003 y 2013), 2016), denomina que la visita a monumentos se ha incrementado, convirtiéndose en un medio cultural, representativo, cada una de las ciudades posee monumentos históricos representativos, que son la imagen del sitio, cada uno de este tipo de atractivos turísticos, representa de manera icónica a una peculiaridad histórica o cultural del entorno.

A) TIPOS DE MONUMENTOS

Según la definición de (CMN, 2020), la convención de 1972 y Conferencia de México de 1982, UNESCO se determina la clasificación de los monumentos, acorde a su contexto, delimitación y rasgos particulares, estos pueden ser:

Monumentos históricos: se involucran con las ruinas u sitio que abarca un suceso u hito que pertenece a una comunidad o desarrollo de la identidad de una cultura.

Monumentos públicos; son aquellos que se ubican en las zonas urbanas o rurales, mismos que son accesibles a los individuos, por lo general remarca la cultura e historia nacional

Zonas típicas: se denomina en esta categoría al conjunto u agrupación de bienes urbanos y rurales, que se constituyen en la evidencia de la evolución social, que se destacan por su estilo y técnicas constructivas.

Santuarios de la naturaleza: se definen dentro de la arqueología, poseen características de sitios terrestres y acuáticos, que permiten investigaciones de carácter geológico, paleontológica, zoológica botánica o ecológica, este tipo de sitios es de interés para la ciencia.

Monumentos arqueológicos: poseen un valor histórico, artístico y cultural, que por su trayectoria y registros históricos, son conservados para el desarrollo de investigaciones que definan eventos del pasado en favor de la construcción de la historia.

Este tipo de sitios, despiertan el interés del turista cultural, (Galí, Turistas entre monumentos. El comportamiento de los visitantes en el centro histórico de Girona , 2016), considerar que, los centros históricos de las ciudades monumentales están cada vez más condicionados por su capacidad de atracción de visitantes. Por eso, se ha incrementado el interés por conocer el comportamiento de los turistas en estas ciudades, La presión que ejerce la civilización ante el espacio físico urbano ha optado por la reconstrucción de bienes culturales de visita, alterando sus componentes esenciales

B) NORMATIVAS E IMPORTANCIA

El avance urbano de la sociedad evita la destrucción de este tipo de elemento que, junto a los bienes culturales, ejercen un proceso de asociación a la cultura de los pueblos. Como ejemplo breve: los sitios y las ciudades históricas se han tenido que adaptar a los cambios sociales, pasando de zonas de valor cultural a zonas de ocio y contemplación, como en D.M . Quito y su centro histórico, o Cuenca

Al aplicar un modelo de control y gestión en este tipo de bienes culturales, se mejorara los niveles de competitividad en el sector turístico local, además, se estructurara, nuevos enfoque hacia los destinos, promoviendo en ellos la gestión turística basada en la calidad pues a criterio de (Damian & Suarez, 2015) “la actividad de gestión se integra por procesos de dirección, proceso de negociación y ventas y proceso de supervisión y control, los cuales deben incluir seis elementos principales: participantes, sincronización y secuencia, duración (elaboración y presentación), formatos, estilo”.

La cultura de la calidad basa su estructura en la satisfacción del turista en un destino, (De León, Arteta, & Hernandez, 2016) considera que “una infraestructura moderna y funcional referida al aeropuerto, hoteles, centros de convenciones, museos, plazas, parques, instalaciones para atención en salud, vías y comunicación física y virtual aceptable, todo lo anterior ya existente o en permanente expansión.” Permite diseñar un modelo de gestión adecuada al entorno y la realidad turística del sitio, entendiendo que es fundamental, la disposición de la comunidad en adoptar una cultura turística, pero también de las entidades públicas en brindar capacitaciones constantes sobre temáticas que impulsen la calidad en el turismo.

2.2.6 CONJUNTOS HISTÓRICOS

Un monumento, considera elementos que representan a una cultura en general, la prioridad asentada sobre este tipo de estructura cultural, es primordial, debido a los factores y antecedentes involucrados con el desarrollo de la sociedad. (Alcántara, 2016).

Al preservar un monumento y conjuntos históricos, se preserva no solo la identidad del pueblo, sino también sus raíces y el saber ancestral de la localidad (Castellucci, 2009) en su investigación: La calidad y los servicios en destinos turísticos maduros. (España).

Según la Ley de Patrimonio Cultural de Castilla y León 12/2002, Conjunto Histórico Artístico es. Una agrupación de bienes inmuebles que forman una unidad de asentamiento, con características, condicionada por una estructura física representativa de la evolución histórica de una comunidad humana, por ser testimonio de su historia y cultura y constituir un valor en uso y disfrute para la colectividad

Considera que la gestión de calidad no solamente implica asegurarse de la satisfacción del turista, sino contribuir con el desarrollo sostenible e integral de la sociedad local, hasta el punto de conocer y practicar la cultura de la calidad

La masificación y concentración de sitios arquitectónicos modernos, en el punto de vista de (Tur & Villena, 2016) considera: el turismo cultural es una actividad que puede contribuir a aumentar la sostenibilidad de los destinos, dadas las características propias de estos turistas. Para ser considerado como un conjunto o patrimonio arquitectónico este tipo de estructura debe haber sido parte del proceso histórico u habitad de la sociedad en el pasado.

A) TIPOS DE CONJUNTOS HISTÓRICOS

Los conjuntos históricos también denominados patrimonio arquitectónico, que en su mayor parte está conformado por edificios y casas que representan o poseen rasgos particulares de la evolución de la historia

Centros históricos: se define como un conjunto estructural histórico representativo de una ciudad, según, (Pardo & Barrera, 2019), quien llega a la reflexión de que los monumentos, sitios, ciudades y centros históricos mantienen su vigencia a partir de la tradición vital de la población que los habita. Estos enclaves constituyen un “capital cultural” con valores a considerar en diversas actividades de consumo del patrimonio, entre ellas el turismo cultural.

Ciudad histórica; define a una zona urbana, que aglomera estructuras arquitectónicas, que forman parte de la evidencia del desarrollo cultural e histórico, según, (Hayakawa, 2018), este tipo de conjunto histórico, turístico, le da un valor material a manera que representa a la evolución social, y es testigo de los hechos y actitudes.

Los destinos culturales de visita se proyectan según la investigación de (Tur & Villena, 2016), a convertirse en una actividad turística de futuro. El turista se enfoca en consumir productos de categoría similar como museos, sitios de visita patrimonial, arte. La gestión de la calidad en destinos turísticos culturales de visita, tiene como componente central el aumento de la oferta cultural al país, permitiendo la valoración y mantenimiento de la cultura local y su historia, además de la protección del patrimonio histórico propio de cada una de las zonas

B) NORMATIVA E IMPORTANCIA

Un defecto apreciable en sencilla escala, demuestra la escasa importancia de los destinos turísticos culturales por alcanzar un nivel de calidad, en la parroquia rural San Miguelito, existe un nivel de visitas considerable, pero ante la ausencia de organización y gestión en el destino turístico, pocos retornan, ello comparte criterio con (Fernández & Restrepo, 2016) quien menciona que: el crecimiento de la actividad turística no planificada, junto a la falta de un adecuado manejo..., está generando la degradación de éstos recursos que en sí mismos, son la atracción turística, causando no solamente una pérdida económica sino una gran pérdida ecológica y cultural.

Los procesos de gestión en conjuntos históricos, debe apreciarse desde el punto de vista conservador, permitiendo a las comunidades mantener los sitios representativos de la historia de su pueblo, tal es el caso que menciona, (Alaix, 2017), quien considera que: la diferencia fundamental entre ambos mundos estriba en que mientras la gestión del patrimonio cultural está orientada a la conservación de los bienes patrimoniales, la gestión turística, como gestión empresarial que es, está orientada a obtener beneficio. Ambos objetivos, sin ser necesariamente incompatibles, han chocado muy a menudo y en el choque siempre ha salido perdiendo el patrimonio

Finalmente, (Torres & Galarza, 2019) determina que, en consecuencia, es necesario definir una política turística que garantice una gestión sostenible de estos espacios, a la vez que favorezca su posicionamiento competitivo en los mercados, para convertirlos en auténticos destinos turísticos

2.2.7 EXPERIENCIA TURÍSTICA EN LOS SITIOS CULTURALES DE VISITA

Cualquier tipo de servicio sin dosis de calidad es complicado que pueda cubrir o superar las expectativas del cliente o visitante, esta clase de situaciones traen como resultado que los clientes o visitantes no regresen ni recomienden el servicio, significando todo esto deficiencias económicas producto de un mal servicio (Chumioque & Pizarro, 2020), el turismo enmarca sus cualidades en la búsqueda de nuevos mercados mediante la satisfacción en entornos culturales, según (Prada & López, 2020) el incremento del turismo y de la importancia dentro del mismo de los destinos patrimoniales y culturales es un elemento que tiene un fuerte peso en la mejora de las condiciones de vida de muchos territorios, especialmente en áreas en desarrollo, donde puede suponer un incentivo a la redistribución de la riqueza y el crecimiento de la producción local (Telfer y Sharpley, 2008)

La satisfacción ha sido conceptualizada como una experiencia acumulada que hace que los consumidores juzguen el nivel de placer que obtienen del consumo de los servicios ofrecidos por una determinada organización (Campón-Cerro, Hernández-Mogollón y Alves, 2016; Filieri, Algezauy y McLeay, 2015). (Madariaga, Virto, & Blasco, 2017)

Desde el aspecto turístico cultural se puede definir que sí hablamos de calidad del servicio debemos mencionar que, según Mejía (2017), es de vital importancia para el éxito de cualquier organización, debido a que un elevado nivel de calidad en el servicio proporciona a las empresas considerables beneficios en cuanto a productividad, reducción de costos, motivación del personal, diferenciación respecto a la competencia y captación de nuevos clientes

2.3 GESTIÓN DE CALIDAD

2.3.1 TEORÍAS REFERENTES A LA CALIDAD

A) CALIDAD SEGÚN WILLIAM E. DEMING

La calidad es pieza fundamental de los servicios, bienes o productos, toma como escenario de perfección a los directivos japoneses en 1950, (Rocha, Mejía, & Dafne, 2018), quienes perfeccionaron las teorías de calidad, con base al perfeccionamiento de los productos, bienes y servicios. La calidad se enfoca en varias teorías, mismas que van desde Deming (1986) citado en (Beltrami, 2017), determina los 14 principios de la calidad: que permiten lograr la perfección mediante la aplicación de instrumentos que permiten determinar la potencialidad basada en la calidad.

La construcción de un sistema u modelo de gestión, debe considera en establecer los resultados adecuados para la operación y administración, es por ello que desde el punto de vista del Dr. Walter Shewart, citado en (Beltrami, 2017), cuando acuñó la metodología de Planificar, Hacer, Verificar y Actuar, conocida por sus siglas PHVA a partir de la difusión de los trabajos de Edwards Deming, se consideró la planificación, la misma que aplicada a la gestión de la calidad, se divide en tres niveles

- Planificación del sistema de gestión: referente al sistema de dirección y procesos, junto a la operación de la organización.
- Planificación operativa: se distingue por los distintos procesos y diferentes actividades
- Planificación estratégica: establece directrices y lineamientos para la organización.

B) CALIDAD SEGÚN JOSEPH M. MURAN

Joseph M. Juran, (1995), citado en (Gutierrez, 2019) desarrolla los 10 principios de la calidad, enfocados en la mejora continua de las empresas en los cuales se determina:

Los 10 principios para implementar la mejora continua son:

Principio 1: Despertar la conciencia sobre las oportunidades de Mejora.

Principio 2: Establecer metas de mejoramiento.

Principio 3: Crear planes de mejora.

Principio 4: Impartir capacitación.

Principio 5: Llevar a cabo proyectos de resolución de problemas.

Principio 6: Informar sobre los progresos.

Principio 7: Dar un reconocimiento individual sobre el éxito.

Principio 8: Comunicar Resultados

Principio 9: Llevar el recuento del progreso.

Principio 10: Mantener el ímpetu sobre el mejoramiento.

Juran, desarrolla la gestión de calidad en la trilogía de la calidad, enfocada, según (Beltrami, 2017), proceso de planificación de la calidad, proceso de control de la calidad, y proceso de mejora de la calidad. En el ámbito turístico, y sobre todo centrado en las normativas de manejo de calidad, es adecuada considerar las teorías propuestas por cada uno de los filósofos, sea Deming o Juran, basan su estructura en la mejora continua en servicios y sobre todo aplicables al ámbito turístico.

C) CALIDAD SEGÚN PHILIP CROSBY

Por otro lado, Philip Crosby, (2000), en su publicación determinada gestión, calidad y competitividad, determina que la calidad no cuesta. Considera que hacer las cosas bien desde el principio no tiene costo, subdivide su investigación y teoría en cuatro absolutos de la gestión de la calidad, (Beltrami, 2017):

- La calidad se define como el cumplimiento de los requisitos. Para ello debe existir comunicación entre todos los que forman parte de los procesos involucrados en el servicio.
- El sistema de calidad es la prevención. Anticiparse a los problemas antes de que ocurran y contenerlos.
- El estándar de realización es cero defectos. Para Crosby los errores se producen por dos factores: falta de conocimiento y falta de atención. El primero, se trabaja con formación y capacitación; el segundo, con cambios de actitud en el trabajo.
- La medida de la calidad es el precio del incumplimiento. Hay que observar los costos del incumplimiento para dimensionar la real importancia de la calidad y establecerlo como base de la necesidad de mejora.

2.3.2 FUNDAMENTOS DE LA CALIDAD TURÍSTICA

La intangibilidad, característica de los servicios turísticos, permite que sean heterogéneos, pues el nivel de variación depende de un producto a otro, los sitios culturales de visita, posee su propia temática, ilustrando al turista sobre la historia y antecedentes del sitio, Parasuraman, Berru y Zeithaml (1993), en la publicación: calidad total en la gestión de servicios. (España). Determinaron las cinco dimensiones de la calidad enfocada en la prestación de servicios de forma estructura, controlada, en caso de productos intangibles.

- Elementos tangibles: se refiere a las instalaciones físicas
- Fiabilidad: ejecutar un servicio prometido de forma cuidadosa
- Capacidad de respuesta, disposición de la prestadora del servicio en ayudar a los clientes y proveerlos de un servicio rápido
- Seguridad, conocimientos y atención mostrados por los empleados y la habilidad de los mismos para inspirar confianza.
- Empatía, atención individualizada de las empresas a los competidores

El turismo conjuga la calidad en el producto con el servicio, permitiendo el despunte de la actividad turística, para lo cual, en materia de producto, como el caso de los bienes turísticos expuestos en los sitios culturales de visita, considerar a Garvin (1998), quien en su publicación *Managing Quality*, (U.S.A), menciona las 8 dimensiones de la calidad:

- Prestaciones o características primarias de un producto
- Peculiaridades, entendido como todo aquello que sirve de complemento al funcionamiento básico del producto
- Fiabilidad en la relación a las posibilidades de que un producto funcione mal de un

tiempo determinado

- Conformidad con las especificaciones
- Durabilidad, es decir, cantidad de uso que una persona obtiene de un producto antes de que se averíe
- Disposición del servicio, esto es la rapidez, cortesía, competencia en el trabajo
- Calidad percibida o apreciación subjetiva por parte del consumidor.

2.3.3 GESTIÓN DE CALIDAD EN TURISMO

Para Hernández (2016) un modelo de gestión de calidad en el turismo, constituye una. “Representación simplificada de la realidad que captura sus aspectos más relevantes y sus relaciones” (p. 10) centrado en ello, se determina que, la gestión de calidad, sobrepone los aspectos de control y desarrollo de los sitios turísticos, y busca la manera adecuada de generar soluciones ante la aplicación de estrategias (Tur & Villena, 2016), aporta en su estudio, denominado: Aportaciones del turista cultural a la sostenibilidad del destino: el caso español. Ejecutada en España, que el turista se enfoca en consumir productos de categoría similar como museos, sitios de visita patrimonial, arte, y determinando finalmente que la gestión de la calidad en destinos turísticos culturales de visita, tiene como componente central el aumento de la oferta cultural al país, permitiendo la valoración y mantenimiento de la cultura local y su historia, además de la protección del patrimonio histórico propio de cada una de las zonas

En el estudio realizado por (Oyarzún & Szmulewicz, 1999) con la temática: Fortalecimiento de la gestión en destinos turístico, ejecutada en Chile, determina que

“Mejorar la calidad en los destinos turísticos constituye la principal forma de alcanzar un grado de competitividad aceptable.” La imagen del destino toma mayor realce se diversifica la oferta y se gana un nivel de competencia en el mercado

El análisis de (Castellucci, 2009) en su investigación determinada: la calidad y los servicios en destinos turísticos maduros, en Mar de la Plata (Argentina). Considera que la gestión de calidad no solamente implica asegurarse de la satisfacción del turista, sino contribuir con el desarrollo sostenible e integral de la sociedad local, hasta el punto de conocer y practicar la cultura de la calidad.(Tari, Pereira, Molina, & Lopez, 2017), en su libro denominado, interiorización de las normas de calidad en el sector turístico determina, que la norma de calidad, en las organizaciones turística puede mejorar la satisfacción del cliente, mejorado su posición ante los competidores, generando el éxito en las organizaciones turísticas. La gestión de la calidad en turismo, refleja su actividad en la mejora continua de las organizaciones, propuesto directrices para el enfoque de un sistema de gestión de calidad, propuestos en (Tari, Pereira, Molina, & Lopez, 2017):

Principios de calidad, norma ISO 9001:2015

- Orientación al cliente
- Liderazgo
- Participación del personal
- Enfoque por procesos
- Mejora
- Toma de decisiones basadas en hechos
- Gestión de relaciones

2.3.4 SISTEMAS Y MODELOS DE GESTIÓN DE CALIDAD

Un modelo es una estructura compleja, que permite determinar aspectos, como la planificación, control, sistematización y operación de procesos turísticos, en un establecimiento, (Reinoso, 2017) quien cita a García, N. (2017), centra el estudio del proceso de gestión en un entorno cultural en modelos como:

- Modelos funcionales estructurales: los mismos que están basados en el sistema turístico, y presentan su forma interna y la dinámica funcional
- Modelo de demanda: orientado exclusivamente en la demanda, clasificación y necesidad
- Modelo de desarrollo, estudia el ciclo de vida de un destino
- Modelo de impacto: evalúa con anterioridad o posteridad los impactos

A) MODELO TOURQUAL

En la búsqueda bibliográfica se ha encontrado el modelo de sistema de protocolo para la evaluación de la calidad (TOURQUAL) planteado por: (Mondo & Silveira, 448-445), el mismo que se destaca, en la evaluación de servicios en atracciones turísticas, la misma que se considera, desde paisajes que se pueden observar, actividades y experiencias en las cuales participar. Considerando la última característica, se considera que el turismo cultural es una actividad participativa, este modelo se subdivide en seis categorías que abarcan:

- Acceso

- Ambiente
- Elemento humano
- Experiencia
- La seguridad
- Calidad técnica

Además de 35 indicadores, que determinan cualidades y características del entorno (interno y externo de un atractivo turístico). El análisis considerado por (Jiménez & Pérez, 2018), en el cual determina a la seguridad como componente esencial del concepto de calidad turística, quien determina que los procesos de mejora continua y la implementación de sistemas de gestión de calidad en turismo, están ligados con los componentes que se presenten en niveles de seguridad.

B) MODELO SERVQUAL

El modelo de escala de varios elementos para medir la percepción de los consumidores sobre la calidad del servicio o también denominado Service Quality (SERVQUAL), es empleado en similar magnitud para definir los aspectos de calidad en el servicio, diversos resultados de aplicación en contextos similares demuestran la efectividad el mismo, (Mena, 2016), en su investigación relacionada a la evaluación de calidad en el servicio empleando este modelo, determina que se puede realizar pruebas de hipótesis, mediante el coeficiente de correlación de Pearson, presentando resultados sobre la necesidad del servicio y sus principales retos.

Este tipo de modelo, es empleado en todas las investigaciones centradas en el proceso de

estudio de la calidad, e implementación de la mejora continua; según (Bautista, González, & Zurita, 2017) SERVQUAL está diseñado con el fin de evaluar la calidad del servicio brindado al usuario, desde su perspectiva, teniendo como propósito principal para su base que un servicio de calidad viene dado cuando las percepciones equiparan o sobrepasan sobre las expectativas que el cliente se hizo en relación a un producto o servicio. Desde la perspectiva del cliente, este tipo de modelo, considera la calidad como eje fundamental, para el desarrollo e implementación de mejoras, desde el punto de vista de (Orlandini & Ramos, 2017) La escala de medición comparativa de las expectativas de los consumidores y sus percepciones de desempeño más usada en los estudios de satisfacción del cliente y calidad de servicio es la denominada SERVQUAL propuesta por Zeithaml, Parasuraman y Berry en los años 90. Esta escala propia para evaluar calidad en el sector de servicios, mediante la aplicación de la misma se puede definir el uso las dimensiones que abarca permite determinar todos los campos posibles en la investigación

C) MODELO SERVPERF

El Modelo Service Performance SERVPERF, según (Gosling, Silva, & Coelho, 2016), ha sido utilizado para evaluar la percepción de la calidad y la satisfacción, investigación de similares aspectos la han empleado, permitiendo definir una investigación cualitativa como dimensión de la calidad e servicios, en museos, tomando peculiaridades con los sitios de visita cultural, este tipo de modelo, presenta indicadores basados en la calidad, satisfacción , intención de recomendar y aprendizaje efectivo.

(Tari, Pereira, Molina, & Lopez, 2017), considera, que las empresas turísticas,

independientemente de la actividad, pueden diseñar sus propios modelos de calidad, incluyendo los indicadores, debido a que ningún contexto, será similar a otro,

Para considerar el proceso de gestión de calidad en turismo según (Alcívar & Morelba, 2017), este debe centrarse en teorías que articulen el desarrollo del humano, analizando teorías duras de desarrollo, mismas que basadas en Churchill, contemplan: “Sangre, sudor y lágrimas”.

La gestión de calidad, mediante la aplicación de conceptos, delimitados por las normas ISO, contemplan ciertos parámetros que son indispensables determinar:

Tabla 1: *Parámetros de la gestión de calidad*

GESTIÓN DE CALIDAD	
Aplicada a	Todos los procesos que conforman un sistema de gestión
Toma como objetivo central	Conseguir las metas propuestas por los objetivos planificados
La participación	La participación del personal, que conforma la organización es fundamental
Objetivo de la participación	Conseguir la mejora continua en un sistema de control de procesos eficaz

Fuente: Elaboración Propia

2.3.5 INDICADORES DE GESTIÓN

En el libro; elementos de normalización y gestión de calidad para la actividad turística de (Beltrami, 2017), determina indicadores a considerar en la inserción de sistemas de gestión de calidad en una organización,

La satisfacción al cliente:

Los indicadores de gestión, determinan los factores a verificar, como lo menciona, (Rocha, Mejía, & Dafne, 2018), quien considera a la satisfacción del cliente como el concepto clave a considerar en el proceso de construcción de la calidad, la importancia de aplicar de la retroalimentación a través del criterio del cliente es vital para incrementar la calidad en los productos que se ofrece al cliente.

Satisfacción del cliente externo

“El cliente es lo primero”, como lo menciona British Airways (2014), en el programa de satisfacción del cliente externo, desde la familia de las normas ISO, es una de sus prioridades el orientar la calidad al cliente, considerando el destino del producto, se puede definir las necesidades y perdurabilidad que un producto o servicio debe seguir.

Satisfacción del cliente interno:

Los indicadores deben implementarse en una normativa de gestión, en un entorno cultural, debe considera el aspecto de:

- Necesidad de estandarizar el producto o servicio (servicios de guianza en museos, recorridos por sitios de vista cultural)
- Necesidad de estandarizar la operación y gestión (controlar, planificar y verificar el proceso de operación interna del sitio cultural)

- Afrontar y producir cambios en el sector (Innovar en servicios y productos, con base a los parámetros de calidad)
- Afrontar y dar respuestas a cambios en las expectativas de los clientes (mejorar las condiciones del servicio en sitios culturales)
- Necesidad de dar soluciones a los clientes de forma consistente en el tiempo (controlar y verifica la participación inclusiva, sentido de pertenencia)
- Mejorar continuamente la eficacia organizacional (planificación y administración pública y privada)

Según (Beltrami, 2017), los indicadores deben evaluar el desempeño de los objetivos, y debe incluir los siguientes elementos:

- Variable a medir
- Unidad de medición
- Procedimiento o cálculo
- Objetivos o metas
- Frecuencia

2.3.6 NORMAS DE CALIDAD TURISTICA

La familia de normas ISO 9001, no determina los estándares o criterios para su aplicabilidad al servicio, por otro lado el certificado Q, incluye todos los estándares y especifica los medios para poderla aplicar.

La certificación Q, basa su norma en la UNE 182001, (AENOR, 2008) citado en (Tari, Pereira, Molina, & Lopez, 2017), considera fundamental, consolidar normas en fundamento de las normas que se apeguen a la realidad del entorno turístico.

Parámetros sugeridos para un modelo de calidad en el sector turístico:

Dirección. Este requisito incluye aspectos generales sugeridos por la norma ISO, 9001

- Planificación: definición de una política de calidad y objetivos, de los servicios con tarifas visibles para los clientes
- Organización: definición del organigrama, responsabilidades, funciones, mecanismos de comunicación, manual de calidad, procedimientos, instrucciones de trabajo, registros, documentación que exija la legislación, procedimientos de gestión de los documentos y registros, procedimiento de no conformidades, gestión ambiental, accesibilidad, (cumplir legislación vigente), procedimiento de felicitaciones, quejas y sugerencias, y seguridad (riesgos laborales, seguridad alimentaria).
- Gestión de recursos: definición de puestos, proceso de selección, formación, atención al cliente, comunicación interna y gestión de los servicios subcontratados.
- Comercialización: información de los servicios, (web, folletos) definición de los requisitos de contratación, entre otros).
- Control y mejora continua: identificación de un sistema de indicadores, conocimiento

de la percepción del cliente, definición de un procedimiento de auditorías, realización de revisiones del sistema y uso de mecanismos de mejora continua.

Las normas de calidad, relacionadas al turismo, pueden clasificarse en nacionales, internacionales o regionales. Además, de poder ser clasificadas en categorías, según la función o el fin en la cual se la desee interrelacionarlas;

Normas:

- De sistemas de gestión
- De competencias laborales o personales
- De especificaciones para un producto
- De vocabulario

A) NORMA ISO 9001 (VERSION 2015)

La nueva norma ISO 9001:2015 se presentó en Argentina el día 29 de septiembre de 2015, en el Yacht Club de Puerto Madero¹⁴⁴. Entre esta nueva versión 2015 y la 2008, se observan cambios y modificaciones que resultan significativos para resaltar. (Beltrami, 2017), la normativa ISO 9001 2015, abarca un contexto analítico basado en los riesgos, además del énfasis en procesos, liderazgo y planificación. (Bolaños, 2016) detalla la estructura, que mantiene la normativa ISO, además de los cambios constantes:

Capítulo 1 “Objeto y campo de aplicación”.

Capítulo 2 “Referencias normativas”.

Capítulo 3 “Términos y definiciones”.

Capítulo 4 “Contexto de la organización”.

Capítulo 5 “Liderazgo”.

Capítulo 6 “Planificación”.

Capítulo 7 “Apoyo”.

Capítulo 8 “Operación”.

Capítulo 9 “Evaluación del desempeño”.

Capítulo 10 “Mejora”

Anexos. o Bibliografía

La estructura, se basa en la versión 2008, y considera puntos como la información documentada, el producto, el liderazgo, partes interesadas, gestión del riesgo y acciones preventivas desde la planificación y finaliza con la evaluación del desempeño.

B) NORMA ISO 9004

La normativa ISO 9004, describe todas las recomendaciones a los hechos que desea alcanzar, basado en los niveles de calidad superior e incluso llegando a la excelencia, proponiendo un proceso de gestión adecuada en el proceso de administración y control

La norma menciona la eficiencia y eficacia, con la finalidad de lograr los resultados planificados, según [Vicens, 2016], la norma ISO, 9004, es factible la aplicación en un entorno de control, pues proporciona orientación en los procesos de gestión de calidad, tratando las expectativas con las necesidades, mediante la evaluación de la mejora del desempeño en la organización.

La normativa ISO 9004, contempla los siguientes recursos, para su ejecución:

Recursos financieros

Personas en la organización

Proveedores y aliados

Infraestructura

Ambiente de trabajo

Conocimientos, información y tecnología

Recursos naturales

Por lo general este tipo de normativa, basa su función y objetivos según la investigación planteada de (Silva, 2016), en mejorar la productividad del trabajador en distintas áreas, determinando factores como la eficiencia y eficacia

.

C) NORMA ISO 19011

La norma ISO 19011:2011 (Beltrami, 2017), establece directrices para la auditoría de los sistemas de gestión. No establece requisitos, sino que proporciona orientación específicamente sobre:

- La gestión de un programa de auditoría.
- La planificación y la realización de una auditoría de un sistema de gestión.
- La competencia y evaluación de un auditor y/o equipo auditor.

Esta normativa permite medir de manera objetiva los elementos y su uso, es decir mide la eficiencia o garantiza la aplicación de sistemas de gestión en mejora, contributiva a conseguir los objetivos propios de cada uno de los entornos. (Sotelo, 2018), determina que la auditoría en un sistema de gestión de calidad es importante, debido a que permite realizar un análisis de la percepción de los trabajadores sobre las dimensiones y elementos que consideran aplicar la mejora continua. Permite la evaluación de los individuos determinando las áreas internas y externas que maneja el sistema de gestión. Esta normativa se basa o enmarca principios que determinan la eficacia de los auditores y la empresa.

- Integridad: aplicada a las personas que ejecutan y gestión los programas de auditoría
- Presentación imparcial, permite verificar mediante la veracidad y exactitud un programa y sus resultados
- Cuidado profesional: considerar el trabajo ético de los profesionales a manera que puedan presentar el contexto adecuado de un entorno real no camuflado
- Confidencialidad: manejar la información con cuidado basado en las condiciones

D) LA Q DE CALIDAD

Según, la tesis doctoral, de (Sidonie, 2017), considera que: “Esta marca acredita que el establecimiento que la posee cumple con los exigentes estándares de calidad del Sistema de Calidad Turística Española (SCTE) y asegura estar trabajando en una dinámica de mejora continua con el fin de complacer en todo momento las exigencias de los clientes” (Del Río y Martínez, 2008). La misma que para ser aplicada en los establecimientos de servicios turísticos, debe cumplir con las cualidades de:

- Prestigiosa: que presente el compromiso, ante el cliente
- Diferenciadora: dirigida a establecimientos que cumplan con las características de calidad
- Fiable: Los mecanismos empleados para diferenciar a la marca verifiquen el cumplimiento de los estándares de calidad
- Rigurosa: La empresa debe superar los parámetros establecimientos, en la normativa
- Promoción: Expuesta a los consumidores

El primer apartado, determinado de sistemas de gestión, es el eje o guía con el cual la investigación, realizó, sus propósitos los cuales, fueron integrar un modelo de gestión mediante estrategias, específicamente para sitios culturales de vista, por ello, para la formación del sistema de gestión de calidad se realizó:

- La autoevaluación del establecimiento
- Formación de las herramientas de calidad
- Planes de mejora pertinentes (acorde a la realidad del establecimiento)
- Seguimiento de los niveles de calidad

2.3.7 LA CALIDAD Y LA SATISFACCION

Desde el punto de vista de (Taño, Hernández, & Díaz, 2020) menciona que se ha comprobado la importancia de tener en cuenta el nivel de atributo y, por tanto, analizar la satisfacción general y la satisfacción con los atributos como dos constructos diferentes (Oliver 1993; Chi & Quo 2008). En este sentido Chi & Quo (2008) demostraron que la satisfacción con los diferentes atributos (alojamiento, actividades y eventos, accesibilidad, entorno, etc.) influye de forma positiva en la satisfacción general del turista. El turista percibe la calidad en un producto o servicio, según, (Beramendi, 2020) una buena calidad percibida se obtiene cuando el cliente siente que la prestación supero sus expectativas, la misma, será considerada como excelente y el cliente estará satisfecho, igualmente, si la prestación de servicio solo alcanza sus expectativas será visto como bueno y el comprador estará satisfecho, y por último, si no las llega a cubrir entonces el servicio será considerado como malo o deficiente y por lo tanto estará insatisfecho (Kotler, Bowen y Makens, 2004)

La satisfacción considera elementos como (Beramendi, 2020):

1. “Elementos tangibles, tales como la apariencia de las instalaciones físicas, el mantenimiento y modernidad de los equipos, el aspecto de los materiales de comunicación y la apariencia física de las personas”
2. Fiabilidad, entendida como la capacidad de cumplir bien a la primera con los compromisos adquiridos

3. Empatía, donde se recoge la accesibilidad, la comunicación y la comprensión del usuario” (Zeithaml, Parasuraman y Berry citado por Camisón et al., 2006:901)

Desde el punto de vista crítico, (Soto & Villena, 2020) analiza que la calidad del servicio ofrecido es un factor determinante para la satisfacción del visitante y el aumento del flujo turístico. Por ello, en los últimos tiempos, se han desarrollado modelos de medición de la calidad de los servicios, que son aplicados a diferentes áreas.

La calidad del servicio es un constructo subjetivo que depende de la satisfacción del usuario, tomando en cuenta la complejidad de factores que determinan y relacionan la calidad del servicio y la satisfacción del cliente (Grönroos, 1984; Mora-Contreras, 2011; Parasuraman et al., 1988) (Soto & Villena, 2020), la satisfacción enfoca según (Conrado & Carvache, 2020) todos los elementos que participan en la configuración de experiencias positivas para el turista influyen en la cognición y afecto, contribuyendo en el aumento de valor. Esto significa que cuando se conjugan los factores que permiten al turista una interacción persona-medioambiente-satisfacción, se incrementa el valor en la experiencia (Fiore y Kim, 2007). Para el turista la satisfacción enmarca varios aspectos definidos (Aragón, 2019) por la calidad del servicio es imprescindible para la generación de ventajas competitivas y de diferenciación (fuentes et al., 2016). Por su parte, duque-oliva y Parra-Díaz (2015), refieren que este concepto se integra por dos componentes: la calidad objetiva (visión interna o enfoque de producción) y la calidad subjetiva (visión externa y cumplimiento de necesidades, deseos y expectativas), donde la primera hace referencia a la perspectiva del productor y la segunda se refiere a la calidad percibida por el cliente. Torres y Vásquez (2015, p. 65)

El rol y papel del turista en la calidad mediante la satisfacción juega un papel de importancia pues desde la perspectiva de (Fuentes, Hernández, & Morini, 2016), la satisfacción incide en la actitud hacia el servicio y en la decisión futura de repetir o no la experiencia turística. Si el visitante se va insatisfecho, la probabilidad de repetición se reduce y no proyectará, entre sus conocidos, una imagen positiva del destino o del establecimiento (Bigné et al., 2000)

CAPITULO III

3.1 UBICACIÓN

La ejecución del proyecto de investigación toma como espacio de estudio a la parroquia rural San Miguelito perteneciente al Cantón Santiago de Píllaro, de la provincia de Tungurahua, en Ecuador.

3.2 EQUIPOS Y MATERIALES

Los equipos y materiales necesarios para la investigación, acorde al desarrollo y para perseguir el cumplimiento de los objetivos fueron:

Tabla 2: *Equipos a utilizar*

Equipos		
Software	SPSS Statistic	Análisis de datos de gran complejidad e interrelación
	Zoom	Entrevistas selectivas online
	Decisión analyst STATS 2.0	Determina la muestra, objeto de estudio
Tecnológicos	Pc	Procesamiento y elaboración de la investigación

Fuente: Elaboración propia

Tabla 3: *Materiales a utilizar*

Materiales		
Oficina	Suministros de oficina (papelería, copias, memorias,)	De relevancia para el desarrollo del proyecto
	Materiales de oficina (Calculadora, lápices, esferos, borradores)	De relevancia para la construcción de la investigación

Fuente: Elaboración propia

3.3 TIPO DE INVESTIGACIÓN

El tipo de investigación aplicada fue documental , debido a la fundamentación teórica y filosófica, centrada en la presentación de teorías y métodos relacionados a la aplicación de sistemas de gestión de calidad, es de campo, por el análisis en el sitio cultural, mediante la verificación de los parámetros apreciados por los turistas en este tipo de atractivo turístico, mismos que precisarán información estadística para comprobar la correlación entre la gestión de calidad y los sitios culturales de visita

3.3.1 CORRELACIONAL O DESCRIPTIVA

La presente investigación es de tipo correlacional y descriptiva simple, debido al detalle de los fenómenos influenciados en destinos turísticos culturales de visita, es determinante en la calidad, mediante la percepción de la calidad, a través de la satisfacción, se puede definir distintas categorías según lo menciona (Cronin & Taylor, 1992), además de tomar el carácter de investigación de diseño no experimental, con un diseño transversal debido a que se analiza, el nivel y estado de las variables en un único punto en el tiempo.

La gestión de calidad es correlacional por cuanto va a efectuar un análisis de relación entre la satisfacción del turista en el destino turístico cultural de visita y el nivel de calidad que maneja, para determinar por medio de una descripción las causas que generan dichos incidentes, el impacto y nivel de asociación de las variables permite reconocer la influencia de la calidad en el desarrollo en los sitios culturales de visita en la parroquia San Miguelito.

La investigación correlacional definirá el nivel de gestión de calidad aplicada en los centros culturales de visita a través de la satisfacción del visitante, además del análisis de factores, inherente a las causas que generan la pérdida potencial de este tipo de atractivos. La metodología a emplear se centra en el uso de la escala de intervalo, centrada en la escala de Likert, esta permitirá definir de manera cuantitativa la diferencia entre variables que involucran la gestión de calidad en centros culturales de visita, además, permite medir valores reales y no relativos, por consiguiente, se elaborará el coeficiente de correlación de Pearson debido a que las variables están distribuidas de forma aproximada una de otra, y evita tomar valores atípicos. Para finalmente definir si la correlación es significativa o si la correlación es significativa, en relación a la comprobación de variables e hipótesis.

El modelo Service Performance SERVPERF, se empleó en la recolección de información debido a que según Jain & Gupta (2004), citado en (Chiriboga, Guaman, Perez, & Hidalgo, 2018), afirman que el SERVPERF se ha encontrado empíricamente superior a la escala de SERVQUAL para poder explicar una mayor varianza de la calidad total del servicio. Además de contar con mayor soporte teórico, utiliza el 50% de las preguntas de SERVQUAL, evitando poner en duda los atributos, permitiendo una medida de factores

más efectiva

Para la ejecución de la misma se empleó los modelos SERVQUAL Y SERVPERF, que incorporan 22 ítems, de acuerdo a (Fragoso & Luna, 2017) lo más aconsejable es manejar entre 10 y 12 ítems, además que se debe incluir una pregunta acerca de la satisfacción general con el servicio y otra respecto al cumplimiento de expectativas del cliente

3.4 PRUEBA DE HIPÓTESIS

Hipótesis:

H1: La gestión de calidad influye en la satisfacción de los turistas, en los sitios culturales de visita de la parroquia rural San Miguelito

H0: La gestión de calidad no influye en la satisfacción de los turistas, en los sitios culturales de visita de la parroquia rural San Miguelito

3.5 POBLACIÓN O MUESTRA

Población:

Para efecto de la investigación se consideró como población para aplicar el cuestionario basado en el modelo SERVPERF, al número de turistas, a los sitios culturales de visita (Museos, Monumentos con registro, conjuntos históricos), es decir y según datos del Gobierno Autónomo Descentralizado Santiago de Píllaro y del Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial San Miguelito, son un total de 873 visitantes en el mes de febrero del 2020.

Debido a la situación actual, la cantidad de visitantes a los sitios culturales de visita se ha

reducido y los datos recolectados durante el mes no exceden los 100 visitantes. Se ha tomado como fuente los registros de turísticos de los sitios culturales de visita presentes en el museo Rumiñahui, iglesia Niña María de Jerusalén y taller de Guitarras durante, los meses de cuarentena debido a la pandemia, registrando un total de 87 turistas, de entre los cuales están personas entre 20 y 50 años de edad.

Desde la perspectiva actual se determina en aplicar el cuestionario a una muestra selectiva conformada por; administradores, gestores de los sitios culturales de visita, además de los visitantes, que practican turismo cultural en la parroquia, San Miguelito.

Tabla 4: Población (administradores, gestores y visitantes)

Sitios culturales de visita	Población	
	Cantidad	Gestores o administradores
Museos	2	4
Monumentos históricos	4	6
Conjuntos históricos	1	5
Total	7	15

Fuente: Elaboración propia

La población es un total de 101, personas entre gestores, administradores y visitantes, se trabajará con el total de la población ya que, al calcular la muestra el resultado no permite aplicar los métodos para determinar la correlación de las variables.

3.6 RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN

La recolección de información se realizó a través de un cuestionario estructurado, que ha utilizado (Gosling, Silva, & Coelho, 2016) en la investigación denominada El modelo de experiencias aplicado a un museo: La perspectiva de los visitantes, la cual posee un enfoque similar a la investigación presente con la validación respectiva de cada una de las dimensiones y constructos, emplea 41 ítems. Su estructura se basa en la escala de Likert de 5 puntos, en los siguientes parámetros: totalmente en desacuerdo, en desacuerdo, ni de acuerdo ni en desacuerdo, de acuerdo, totalmente de acuerdo.

Instrumento de medición y recolección de datos

Una vez recolectados los datos, fueron expuestos al proceso de comprobación de la correlación de Pearson, la misma que determinará la correlación existente entre cada una de las variables, conjuntamente con la hipótesis para validarla, determinando la realidad del entorno de calidad en los sitios culturales de visita. La correlación de Pearson permitirá identificar el nivel de correlación y su tendencia sea positiva en cada una de las categorías

Tabla 5: Interpretación de la escala de correlación de Pearson

Correlación de Pearson	
Rango del coeficiente	Interpretación
0	Correlación nula
0.0.1 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: (Goviden, 1985)

Análisis de constructos

Constructo: dimensiones de la calidad

Los aspectos definidos para el constructo de calidad, de fundamentan en las investigaciones teórico filosóficas, y analiza aspectos como:

- Calidad - Aspectos tangibles, fundamentado por Cronin & Taylor (1992), quienes determinan los aspectos tangibles sometidos a un proceso de la calidad (SERVPERF)
- Calidad – Atención, desglosado por Frochot & Hughes (2000) – Mediante el instrumento denominado HISTOQUAL
- Calidad – Comunicación, definido e interpretado por Maher, Clark & Motley (2011) Mey & Mohamed (2010) Shi & Chen (2008), centrando el propósito de la calidad en la información directa al cliente
- Calidad – Calidad de la información Mendonça (2012), quien determinan las dimensiones de calidad que reconstruye en el orden de dimensiones: aspectos tangibles, atención, comunicación y calidad de la información, los constructos

viabilizan las dimensiones, de manera filosófica, práctica mediante los resultados obtenidos en las investigaciones previas junto a sus resultados.

Constructo: sitios culturales de visita (museos, monumentos)

Se determina características como:

Satisfacción; según menciona, en el modelo de satisfacción en la adaptación de (Oliver, 1997), es una de las características fundamentales al momento de analizar sitios de visita como los museos

Intención de Recomendar: (East, Hammond, & Lomax, 2008), quienes, mediante la búsqueda y aporte, consideran la intención de recomendar como un medio que determina la calidad y sobre todo se enmarca en la aplicación del método SERPERF.

Aprendizaje Efectivo; (Chiappa, Ladu, Meleddu, & Pulina, 2013), menciona que toda actividad especialmente en un sitio de visita, conlleva a un proceso de aprendizaje efectivo.

Estructura del instrumento de evaluación:

El método SERFPERF, se empleó para medir la calidad del servicio en un entorno turístico cultural, mediante la relación e interacción de la calidad y la perspectiva del turista en un sitio cultural de visita, al interrelacionar las dimensiones, el resultado proporcionara, la guía necesaria para estructurar estrategias ante la gestión de calidad en los sitios de visita.

Para lo cual se empleó el cuestionario validado por (Gosling, Silva, & Coelho, 2016), mismo que ha sido adaptado en investigaciones posteriores, demostrando resultados favorables, ante un entorno de calidad, en sitios culturales (museos)

Tabla 6: Dimensiones de la gestión de calidad

Dimensiones	Preguntas	Definición
Calidad - Aspectos tangibles	Preguntas (1,2,3,4,5)	Según, (Schmalbach, Cantero, & Correa, 2019), define que la calidad de servicio se identifica como una construcción de naturaleza compleja (Gronroos, 1982), difusa y abstracta (Zeithaml, 1981) y se asocia a tres condiciones únicas e inherentes a los servicios. Estas condiciones se pueden resumir en la intangibilidad, la heterogeneidad y la inseparabilidad de la producción y del consumo (Zeithaml, Berry, & Parasuraman, 1988)
Calidad – Atención	Preguntas (6,7,8,9,10,11)	(del Cid, 2018) considera que, entender y gestionar la calidad, donde la opinión de los viajeros tiene un papel preponderante en la valoración de los servicios.
Calidad – Comunicación	Preguntas (12,13,14)	Mey & Mohamed (2010). Es la herramienta e instrumento clave ante el desarrollo de los procesos de calidad, es vital en las organizaciones, delimita el contexto interpretativo.
Calidad – Calidad de la información	Preguntas (15,16,17,18,19)	(Tarí, 2017) La calidad es el resultado organizativo, en la cohesión de la información, logra la participación colectiva.

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 7: Dimensiones de los sitios culturales de visita

Dimensiones	Preguntas	Definición
Satisfacción	Preguntas (20,21,22,23,24)	(Bringas & Toudert., 2016). La satisfacción turística ha evolucionado paulatinamente, de un parámetro periférico de poca trascendencia a un indicador clave para medir la competitividad de la oferta turística
Intención de Recomendar	Preguntas (25,26,27,28,29)	(de Freitas & deSevilha, 2015). Los factores percibidos de atraktividad y la experiencia turística en el destino pueden afectar la reputación del lugar.
Aprendizaje Efectivo	Preguntas (30,31,32,33)	Un sitio puede proporcionar desarrollo personal o profesional, además, que según (Alarcón & Dávila., 2016) se le suma el poder motivador y la posibilidad que brinda de poder comunicarse y trabajar en equipo, lo que facilita la adquisición de aprendizajes significativos.
Confiabilidad	Preguntas (34,35,36)	(Cayo & Apaza, 2017), la imagen cognitiva de los destinos desde la perspectiva de residentes y visitantes se ha convertido en uno de los principales instrumentos estratégicos para lograr un posicionamiento. Mediante la aprobación del servicio basado en el ofrecimiento.

Empatía	Preguntas (37,38,39)	(Pérez, León, & Coronado, 2017) La empatía es la capacidad de una persona para ponerse en el lugar del otro y poder así comprender su punto de vista, sus reacciones, sentimientos y demás
---------	-------------------------	--

Fuente: Elaboración propia

Las encuestas, se realizaron durante los meses de agosto y septiembre del 2020, el cuestionario se aplicó en días de disponibilidad de los sitios turísticos, debido a la situación actual (cuarentena).

Tabla 8: *Ítems Constructo Calidad validado por:* (Gosling, Silva, & Coelho, 2016)

Variable	Calidad en servicios – aspectos tangibles
TAN1	Las exhibiciones/exposiciones son atractivas
TAN2	Los equipamientos y exposiciones/exhibiciones son modernos
TAN3	Los aspectos de infraestructura física son visualmente atractivos
TAN4	El espacio usa tecnología multimedia para que el visitante tenga una óptima experiencia
TAN5	La infraestructura física está de acuerdo con todo lo que ofrece el espacio
Variable	Calidad en Servicios – Atención
AT1	El equipo (empleados y supervisores) responde adecuadamente a las dudas y solicitudes requeridas por los visitantes
AT2	El equipo (empleados y supervisores) está siempre disponible y es cortés
AT3	El equipo (empleados y supervisores) hace que los visitantes se sientan bienvenidos

AT4	El equipo (empleados y supervisores) demuestra profesionalismo (son accesibles, conocen los temas)
AT5	El equipo (empleados y supervisores) demuestra disposición para invertir tiempo en ayudar a los visitantes
AT6	El equipo (empleados y supervisores) es amigable
Variable	Calidad en Servicios – Comunicación
COMUN1	Los folletos proveen información suficiente
COMUN2	Los visitantes son bien informados sobre las diferentes facilidades y atracciones disponibles en el espacio
COMUN3	La señalización externa en el entorno del espacio facilita su ubicación
Variable	Calidad en Servicios – Calidad de la información
QINFO1	Las exposiciones/exhibiciones aguzan el sentido crítico
QINFO2	Las exposiciones/exhibiciones son provocativas y estimulantes
QINFO3	Las exposiciones abordan adecuadamente diversas áreas de la ciencia
QINFO4	Las informaciones obtenidas en la visita al Espacio representaron una óptima experiencia en términos de instrucción/educación
QINFO5	Las exposiciones/informaciones pasadas son auténticas

Fuente: (Gosling, Silva, & Coelho, 2016)

Tabla 9: Ítems del constructo satisfacción de calidad, valido por: (Gosling, Silva, & Coelho, 2016)

Variable	Satisfacción
SAT1	El museo es el mejor que ha visitado
SAT2	Visitar el museo lo dejó contento
SAT3	El museo funcionó tan bien como esperaba
SAT4	Visitar el museo fue una buena experiencia
SAT5	Le gustó mucho el museo
Variable	Aprendizaje
APREN1	Cambió su visión del mundo
APREN2	Le apporto conocimientos totalmente nuevos acerca de los temas
APREN3	Amplió sus horizontes para hacer nuevas amistades
APREN4	Amplió sus conocimientos acerca de los temas tratados
APREN5	Ganó confianza para discutir sobre los temas tratados con otras personas
Variable	Recomendación
REC1	¿Cuál es la chance de recomendar el espacio a otra persona?
REC2	¿Cuál es la chance de hablar bien del espacio a otras personas?
REC3	¿Cuál es la chance de convencer a otras personas de que vale la pena visitar el espacio?
REC4	¿Cuál es la chance de animar a otras personas a visitar el espacio?

Fuente: (Gosling, Silva, & Coelho, 2016)

Tabla 10: *Ítems del constructo formativo validado por:* (Gosling, Silva, & Coelho, 2016)

Variable	Confiabilidad
CONF1	El espacio cumple las promesas que hace
CONF2	El espacio entrega sus servicios en tiempo correcto
CONF3	El espacio mantiene registros de información correctos
Variable	Empatía
EMP1	La ambientación del espacio es adecuada a sus exposiciones /exhibiciones
EMP2	El nivel de ruido dentro del espacio es aceptable
EMP3	El espacio se preocupa por los visitantes con necesidades especiales

Fuente: (Gosling, Silva, & Coelho, 2016)

3.7 PROCESAMIENTO DE LA INFORMACIÓN Y ANÁLISIS ESTADÍSTICO

Verificación de confiabilidad

Según, (Chión & Charles, 2016) determinar el grado de validez de los constructos, permite definir aquello que se desea calcular o medir, mientras que la confiabilidad indica el grado en que los instrumentos miden aquello que este diseñado para evaluar. Para la ejecución del proceso de fiabilidad, se considera realizar la comprobación de Alfa de Cronbach con el 10 % (20 encuestados) de los resultados previos, para la ejecución del total de la población

Los resultados obtenidos: El instrumento aplicado generalizando los ítems dentro de las dos variables (gestión de calidad y satisfacción del turista) proporciona un resultado, mediante el Alfa de Cronbach, de 0.824, lo cual indica un nivel de fiabilidad de bueno, considerando que es > 8 , en una escala aceptable

Tabla 11: *Procesamiento de casos*

Resumen del procesamiento de los casos		
	N	%
Válidos	101	100.0
Casos Excluidos ^a	0	.0
Total	101	100.0

Fuente: Salida de datos de IBM SPSS Statistics 2.1

Tabla 12: *Estadísticos de fiabilidad (Alfa de Cronbach)*

Estadísticos de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
0.824	20

Fuente: Salida de datos de IBM SPSS Statistics 2.1

Correlación no paramétrica

Se ha empleado los resultados, de la prueba paramétrica mediante la prueba KMO u prueba de Bartlett, en la cual se obtiene una medida de 0.706, demostrando que en los datos hay correlación, positivas, lo cual determina el nivel de coerción de la gestión de calidad en los sitios de visita.

Tabla 13: *Prueba de Kaiser Meyer, y Bartlett*

KMO y prueba de Bartlett	
Medida de adecuación muestral de Kaiser-Meyer-Olkin.	0.706
Prueba de esfericidad de Chi-cuadrado aproximado	148.048
Bartlett	Gl 171
	Sig. 0.000

Fuente: Salida de datos de IBM SPSS Statistics 2.1

Análisis de los constructos

Se estimó a través la aplicación del alfa de Cronbach, la consistencia interna de los constructos, mediante la evaluación de las cargas externas, determinando a la salida del software SPSS, de la siguiente manera, mediante el análisis de fiabilidad compuesta, la cual mide todos los constructos compuestos

Tabla 14: *Análisis del constructo calidad*

Constructo	Número de indicadores	Confiabilidad	Alfa de Cronbach
AT	6	0.96	0.955
COMUN	3	0.86	0.770
QINFO	5	0.90	0.869
TAN	5	0.91	0.884

Fuente: Salida de datos de IBM SPSS Statistics 2.1

Tabla 15: *Análisis del constructo sitios culturales*

Constructo	Número de indicadores	Confiabilidad	Alfa de Cronbach
APREN	5	0.90	0.871
REC	4	0.97	0.967
SAT	5	0.93	0.911
CONF	3	0.89	0.860
EMP	3	0.90	0.873

Fuente: Salida de datos de IBM SPSS Statistics 2.1

3.8 Variables respuesta o resultados alcanzados

Correlación de Pearson

Tabla 16: Correlación de Pearson

		Correlaciones	
		Gestion_calidad	Sitios_visita
Gestion_calidad	Correlación de Pearson	1	0.610**
	Sig. (bilateral)		0.000
	N	101	101
Satisfaccion_sitiosculturales	Correlación de Pearson	0.610**	1
	Sig. (bilateral)	0.000	
	N	101	101

Fuente: Salida de datos de IBM SPSS Statistics 2.1

El valor de significancia de 0.000, lo cual indica que está bajo 0.05 (y está marcada con dos asteriscos por la misma razón). Indica que existe correlación de variables, entonces el coeficiente de Pearson $p = 0.610$, demuestra que existe una correlación lineal positiva moderada entre la gestión de calidad y la satisfacción. Esto quiere decir que si la gestión de calidad aumenta también aumentaría la satisfacción de los turistas. Y por el contrario si la gestión de calidad disminuye la variable de satisfacción tendería a negativo.

Con los resultados se puede definir la correlación en un rango de 0.4 a 0.69, que determina una **correlación positiva moderada**. Según el cuadro estadístico de interpretación de escala de correlación de Pearson realizada por Goviden (1985)

Contraste de la Hipótesis

H1: La gestión de calidad influye en la satisfacción de los turistas, en los sitios culturales de visita de la parroquia rural San Miguelito

H0: La gestión de calidad no influye en la satisfacción de los turistas, en los sitios culturales de visita de la parroquia rural San Miguelito

El coeficiente de la correlación de Pearson= 0.610, indica *correlación positiva lineal moderada*, indica que existe una fuerte correlación entre las variables y que es verdadera la correlación encontrada por el método estadístico de Pearson. Por tanto, se acepta la H1, es decir la gestión de calidad si influye en la satisfacción de los turistas en la parroquia rural de San Miguelito.

CAPITULO IV

La investigación presentó dimensiones distintas en relación a la calidad percibida por los visitantes en los sitios culturales de visita, entre los cuales están: la comunicación, atención, información, y aspectos tangibles. Al aplicar el cálculo estadístico, se determina que la calidad impacta en cada una de las dimensiones de manera positiva, y alta.

4.1 PROCESOS DE GESTIÓN APLICADOS EN LA PARROQUIA SAN MIGUELITO

Tabla 17: *procesos de gestión de calidad en los sitios culturales de visita*

Sitio turístico	Proceso de gestión	Trayectoria	Tipo de administración
Taller de la guitarra	No dispone	3 años	Privada
Museo Rumiñahui	Basado en los procesos de mejora continua (PHVA)	15 años	Privada
Iglesia Niña María de Jerusalén	No dispone	7 años	Privada
Plaza de resistencia indígena	No dispone	10 años	Pública

Fuente: Elaboración propia

Los procesos de gestión aplicados en los sitios culturales de visita, en la parroquia son

escasos, a pesar que dos sitios culturales de visita tienen entre 10 y 15 años de trayectoria y los dos siguientes tienen menos de 7 años de funcionamiento, al no disponer de un proceso de gestión de calidad no se incluye en la promoción turística del GAD Santiago de Píllaro.

Tabla 18: *Gestión de calidad y el valor percibido*

Atractivo	Valor percibido	Cualidades
Taller de la guitarra	Rentable (fomenta la oferta real)	Arte
Museo Rumiñahui	Rentable (fomenta la oferta real)	Arte y escenarios de aprendizaje histórico
Iglesia Niña María de Jerusalén	Rentable (fomenta la oferta real)	Arte y escenarios de aprendizaje histórico
Plaza de resistencia indígena	Simbólico	Escenarios de experiencia simbólica histórica

Fuente. Elaboración propia

Según, (Chiriboga, Guaman, Perez, & Hidalgo, 2018), define que: los museos son responsables de brindar un servicio que logre la satisfacción del cliente, considerando a la gestión como agente necesario en el cumplimiento de la satisfacción en el servicio, en su investigación, la enfoca en el museo Municipal de Guayaquil, mismo que no aplica un sistema de gestión de calidad; (Mena, 2016), en su investigación enfocó 37 museos, de los cuales 14 recientemente habían entrado en funcionamiento, y por ende carecían de un sistema de gestión de calidad. Por lo tanto, se determina que:

- La trayectoria de los museos y sitios culturales de visita no definen que estos posean sistemas de gestión de calidad.
- La investigación en curso puede fomentar un sistema de gestión de calidad, con los centros culturales de visita actuales.

4.2 ANÁLISIS DE LOS NIVELES DE CALIDAD PARA LA GESTIÓN DE LOS SITIOS CULTURALES DE VISITA

Con base a los resultados obtenidos a partir de la aplicación de las encuestas, dirigidas a los administradores y turistas en los sitios culturales de visita, se determinó lo siguiente:

a) ANÁLISIS FACTORIAL

Según (Gosling, Silva, & Coelho, 2016), un análisis factorial interrelaciona las diversas variables de un conjunto de dimensiones comunes. Se utilizaron test para la adecuación de análisis factorial entre los cuales están el test de esfericidad de Bartlett (TEB) y el Kaise-Meyer- Olkin (KOM). La solución factorial del constructo calidad, presente las comunalidades más las cargas factoriales

Tabla 19: *Análisis del constructo calidad*

Ítems del constructo calidad	C	CF
Las exhibiciones/exposiciones son atractivas	.821	.507
Los equipamientos y exposiciones/exhibiciones son modernos	.596	.618
Los aspectos de infraestructura física son visualmente atractivos	.552	.363
El espacio usa tecnología multimedia para que el visitante tenga una óptima experiencia	.804	.657
La infraestructura física está de acuerdo con todo lo que ofrece el espacio	.751	.409
El equipo (empleados y supervisores) responde adecuadamente a las dudas y solicitudes requeridas por los visitantes	.552	.423
El equipo (empleados y supervisores) está siempre disponible y es cortés	.708	.485
El equipo (empleados y supervisores) hace que los visitantes se sientan bienvenidos	.547	.524
El equipo (empleados y supervisores) demuestra profesionalismo (son accesibles, conocen los temas)	.678	.536
El equipo (empleados y supervisores) demuestra disposición para invertir tiempo en ayudar a los visitantes	.607	.364
El equipo (empleados y supervisores) es amigable	.529	.494
Los folletos proveen información suficiente	.708	.478

Los visitantes son bien informados sobre las diferentes facilidades y atracciones disponibles en el espacio	.670	.534
La señalización externa en el entorno del espacio facilita su ubicación	.799	.539
Las exposiciones/exhibiciones aguzan el sentido crítico	.636	.559
Las exposiciones/exhibiciones son provocativas y estimulantes	.560	.553
Las exposiciones abordan adecuadamente diversas áreas de la ciencia	.722	.417
Las informaciones obtenidas en la visita al Espacio representaron una óptima experiencia en términos de instrucción/educación	.716	.554
Las exposiciones/informaciones pasadas son auténticas	.754	.427

Fuente: Salida de datos de IBM SPSS Statistics 2.1

Análisis factorial del constructo sitios culturales

Tabla 20: *Análisis factorial constructo sitios culturales de visita*

Ítems del constructo sitios culturales de visita	C	CF
El museo es el mejor que ha visitado	.659	.535
Visitar el museo lo dejó contento	.586	.529
El museo funcionó tan bien como esperaba	.512	.461
Visitar el museo fue una buena experiencia	.721	.495
Le gustó mucho el museo	.653	.493
Cambió su visión del mundo	.715	.415
Le aportó conocimientos totalmente nuevos acerca de los temas	.614	.547
Amplió sus horizontes para hacer nuevas amistades	.591	.423
Amplió sus conocimientos acerca de los temas tratados	.651	.527
Ganó confianza para discutir sobre los temas tratados con otras personas	.523	.394
¿Cuál es la chance de recomendar el espacio a otra persona?	.581	.615
¿Cuál es la chance de hablar bien del espacio a otras personas?	.658	.632
¿Cuál es la chance de convencer a otras personas de que vale la pena visitar el espacio?	.622	.500
¿Cuál es la chance de animar a otras personas a visitar el espacio?	.505	.515
El espacio cumple las promesas que hace	.579	.523
El espacio entrega sus servicios en tiempo correcto	.609	.487
El espacio mantiene registros de información correctos	.650	.441

La ambientación del espacio es adecuada a sus exposiciones /exhibiciones	.580	.594
El nivel de ruido dentro del espacio es aceptable	.663	.533
El espacio se preocupa por los visitantes con necesidades especiales	.683	.468

Fuente: Salida de datos de IBM SPSS Statistics 2.1

Los resultados al momento de realizar la relación mediante la estadística t, demostraron una correlación con un nivel de significancia <1%, con lo cual se validó la hipótesis, soportada con un nivel del 1% (0.610). A través de los diversos resultados se presentó que: la calidad es significativa a los sitios culturales de visita, según los datos presentados de la población estudiada.

Comparando los datos obtenidos en las comunalidades de (Gosling, Silva, & Coelho, 2016), se define: el mayor nivel de comunalidad la obtiene en el apartado de recomendación con un total de 0,923. Siendo el más bajo en comunalidad, el apartado de satisfacción con 0,502. Además, al comparar la correlación con la investigación de (Mena, 2016), en comprobación de correlación de Pearson, se define aspectos en común, con los siguientes resultados: 0.610 de correlación positiva alta, en la comprobación de la hipótesis alineada los elementos tangibles en los sitios culturales de visita. Por lo cual se determina que:

- La carga factorial determinada permite comprender las dimensiones con mayor correlación en la investigación y las comunalidades permiten definir de manera clara, la construcción y valides de las dimensiones y los constructos, la relación entre las mismas, permitiendo exponer un modelo de correlación entre la calidad y los sitios

culturales de visita mediante la satisfacción del turista

- La correlación, ejecutada mediante el Modelo SERVPERF, permitió verificar la hipótesis, afirmando la tendencia de correlación de Pearson positiva alta.

b) NIVELES DE CORRELACIÓN ENTRE LA CALIDAD Y LOS SITIOS CULTURALES DE VISITA

La correlación de la dimensión calidad con las dimensiones de la satisfacción al turista en los sitios culturales de visita, determinó las siguientes correlaciones.

Tabla 21: *Correlación de calidad con las dimensiones de los sitios culturales de visita*

Relación	Correlación de Pearson	Nivel de significancia
CAL – SAT	.647	<1%
CAL - APRE	.705	<1%
CAL - REC	.689	<1%
CAL - CONF	.569	<1%
CAL - EMP	.499	<1%

Fuente: Salida de datos de IBM SPSS Statistics 2.1

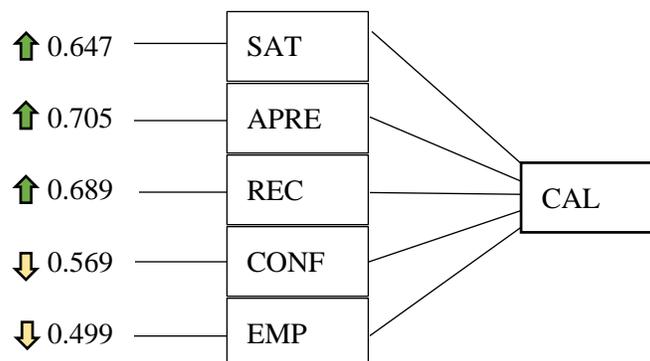


Figura 1: relación entre la calidad y la satisfacción en sitios de visita

Fuente: Elaboración propia

Análisis comparativo de resultados de correlación

Los resultados, contrastan con la investigación de (Gosling, Silva, & Coelho, 2016), que determinan una correlación latente con el nivel de satisfacción con el turista, quien es el personaje clave para definir el nivel y desarrollo de la gestión de calidad, con un nivel de relación mediante GoF de 63.1%, además, (Chiriboga, Guaman, Perez, & Hidalgo, 2018), en la investigación de la calidad de servicio y su impacto en el turismo cultural, empleando el método SERVPERF, adaptado a la realidad investigativa, expone su resultado de correlación en .607, ponderado en las dimensiones del SERVPERF.

Tabla 22: Referencias a los resultados obtenidos

Investigaciones	Instrumentos de recolección de datos	Resultados alcanzados
Cujano, 2020	Correlación de Pearson, Spearman test de esfericidad de Bartlett (TEB) y el Kaise-Meyer-Olkin (KOM)	Correlación (0.610) <1% positiva con tendencia alta: la calidad es dependiente de la satisfacción del turista en los sitios culturales de visita.
(Chiriboga, Guaman, Perez, & Hidalgo, 2018),	Modelo SERVPERF	Correlación en 0.607, ponderado en las dimensiones del SERVPERF.
(Gosling, Silva, & Coelho, 2016)	Modelo SERVPERF, Correlación de Spearman, Pearson, Kolmogorov-Smirnov	Relación mediante GoF de 63.1% entre la calidad y satisfacción del visitante

Fuente: Elaboración propia

El contraste de relación con la investigación, determina que, la calidad se correlaciona de manera lineal positiva con tendencia moderada.

CAPITULO V

CONCLUSIONES, RECOMENDACIONES, BIBLIOGRAFÍA Y ANEXOS (OPCIONAL)

5.1 Conclusiones

El desarrollo de la investigación, permitió en primera instancia determinar los procesos de gestión de calidad aplicados en los centros turísticos culturales de visita en la parroquia Rural San Miguelito, mismos que son escasos, a pesar de la trayectoria de funcionamiento de los cuatro sitios culturales de visita implantados en el área de estudio, que oscila entre 7 y 15 años, sin embargo, al no contar con un sistema de gestión de calidad, no se incluye en los proyectos de competencia del GAD Santiago de Píllaro con respecto a la promoción turística.

Al realizar un análisis de carácter estadístico entre la satisfacción del turista y la gestión de calidad, con fundamentos teóricos y herramientas de verificación de procesos mediante datos sometidos a comprobación, se plantea que los modelos de calidad enfocan la necesidad de asegurar la satisfacción y mejora continua en un servicio o producto en cualquier tipo de empresa turística, convirtiéndose en una estrategia capaz de conseguir metas y asegurar el crecimiento sostenido.

Los niveles de calidad, una vez analizados y sometidos a la correlación de Pearson, demuestran una correlación lineal con tendencia positiva moderada con un 0.610, y

fundamentan la relación entre gestión de calidad y la satisfacción del turista en los sitios culturales de visita, el análisis enfocó 4 dimensiones de la calidad, con sus respectivos constructos que estadísticamente mediante comunalidad y carga factorial difieren la importancia de la gestión de calidad como un proceso hábil para la construcción de sistema de mejora continua, misma que es considerada como un eje fundamental para el desarrollo de procesos.

La propuesta enmarca estrategias que están orientadas en la construcción y seguimiento de procesos, para la implementación y control de un sistema de gestión de calidad, a través de herramientas como: Matriz de suficiencia de las normas ISO, caja IDEFO, control de procesos, aplicación del ciclo PHVA, pirámide documental, considerando aspectos enmarcados en la normativa ISO 9001:2015 e ISO 9004:2018. Encargados de otorgar la confianza a los productos y servicios ofertados, centrados en la capacidad de la empresa del éxito sostenido.

5.2 Recomendaciones

Se recomienda a las empresas turísticas dependientes de su actividad, realizar a priori el análisis interno, dimensiones organizativas, estructura interna y externa, que permitan fundamentar y orientan la implantación del sistema de gestión de calidad, que según la revisión teórica y bibliográfica de la normativa ISO, los instrumentos, parámetros y métodos utilizados permitirán alcanzar resultados verídicos que determinen las acciones sujetas a un sistema de gestión y que abarque las expectativas y necesidades.

Es fundamental delimitar las necesidades y percepción del turista, de forma teórica para desarrollar los constructos y dimensiones orientados a un modelo de gestión de calidad, posterior a ejecutar un proceso de correlación que determina la fiabilidad teórica evitando sesgos en los resultados, y se pueda comprobar mediante análisis de factores, la estructura del modelo como eje de la calidad en los sitios culturales de visita.

Se recomienda considerar la relación entre la mejora de calidad y la satisfacción del cliente, de acuerdo a los resultados obtenidos, la gestión de calidad y la satisfacción de turista, dependen en tendencia lineal correlativa positiva moderada, datos presentados en la investigación que pueden contribuir positivamente al desarrollo de los sitios culturales de visita

Las estrategias deben ser adaptadas acorde al modelo de calidad, obtenido como

resultado del proceso de comprobación estadística de datos, orienta la implementación del sistema de calidad a través de instrumentos de control de procesos adoptados en el ciclo PHVA determinado en la norma ISO 9001:2015, estas estrategias sugieren la aplicación de un sistema gestión, mediante etapas de seguimiento de factores internos y externos de manera que se adopte un sistema de mejora continua en procesos y resultados como sugiere la norma ISO 9004:2018.

5.3 BIBLIOGRAFIA

- Abellán, A. (2015). Políticas, acciones y gestión turística cultural. La ciudad de Lorca (Murcia, España). *Perspectiva Geográfica*. 20.2, 365 - 390.
- Agudelo, L., Bonilla, L., Conde, M., Vega, Y., & Yafi, J. (01 de Mayo de 2020). <https://repository.unad.edu.co>. Obtenido de Plan de Auditoria para el Programa de Auditoria Interna del Plan HACCP de la Compañía Panificadora Daniel: <https://repository.unad.edu.co/bitstream/handle/10596/34643/Imagudelor.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Alaix, M. (2017). Martos, Marta, Herramientas para la gestión turística del patrimonio cultural. Gijón: Ediciones Trea, 2016. ISBN: 978-84-9704-906-1. *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural* 15.4 , 1039-1040.
- Alarcón, D., & Dávila., M. (2016). proyecto Canaima como herramienta educativa para lograr un aprendizaje efectivo y significativo. *Red De Investigación Educativa*, 8(1), 1-12.
- Alcántara, P. (2016). Itinerarios de turismo cultural en Serra Gaucha (RS-Brasil): Selección y formación de las rutas y su atractivo histórico monumento. *Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo*, 10(3), 416-434.
- Alcívar, I., & Morelba, O. (2017). Turismo sostenible: una alternativa de desarrollo comunitario desde un componente cultural. *Espiraes revista multidisciplinaria de investigación* 1.9, 1-13.
- Aragón, M. (2019). Percepción de la calidad del servicio en establecimientos de alimentos y bebidas en Bahías de Huatulco (oaxaca), basado en Tripadvisor. *International Journal of Information Systems and Tourism (IJIST)*, 57 - 73.
- Arévalo, M., & Mendes, A. (2016). Bienes Culturales, Museos y Turismo: Análisis del factor público en el Museo de Cáceres (España). *Culturas. Revista de Gestión Cultural*, 3(1), 49-63.
- Ávila, M., & Morales, M. (2019). INNOVACIÓN DE PROCESO Y DE GESTIÓN EN UN SISTEMA DE GESTIÓN DE LA CALIDAD PARA UNA INDUSTRIA DE SERVICIOS. *Revista Chilena de Economía y Sociedad*, 13(1).
- Baldrich, J. (2020). Aproximación a un modelo de gestión cultural territorial. . *El sarc (Doctoral dissertation, Universitat Politècnica de València)*.
- Bautista, M., González, E. Z., & Zurita, M. (2017). El modelo Servqual y su incidencia en el nivel

- de satisfacción de la carrera de economía de la Universidad Nacional de Chimborazo. *European Scientific Journal, ESJ*, 13(25), 339.
- Beltrami, M. (2017). *Elementos de normalización y gestión de la calidad para la actividad turística*. Buenos Aires: UADE.
- Beramendi, A. (2020). La calidad percibida por los turistas en San Salvador de Jujuy. Caso de estudio: circuito turístico “Éxodo de Belgrano”. *Difusiones 19.19*, 98 - 113.
- Bolaños, E. (2016). La gestión de la calidad en Perú: un estudio de la norma ISO 9001, sus beneficios y los principales cambios en la versión 2015. *Revista Universidad y Empresa*, 18(30), 33-54.
- Bringas, N., & Toudert., D. (2016). Satisfacción turística del visitante fronterizo en Baja California, México. *Región y sociedad*, 28(65), 109-147.
- Camacho, S., & Amador, F. (2020). Grado de satisfacción de los estudiantes que asisten al comedor universitario de la Universidad Nacional de Salta. *Revista de la Facultad de Ciencias de la Salud 1.11*, 35 - 42.
- Carrión, H., Mendoza, M., & Vera, C. (2017). Importancia de la auditoría interna para el perfeccionamiento de los niveles eficiencia y calidad en las empresas. *Dominio de las Ciencias*, 3(2), 908 - 920.
- Castellano, J., Espinoza, E., & Alcívar, C. (2017). Política, gestión y recursos culturales institucionales en Machala, Ecuador. *Estudios sobre las culturas contemporáneas 45*, 13-49.
- Castellucci, D. (2009). La calidad y los servicios en destinos turísticos maduros. *Aportes y Transferencias 13.2*, 29 - 44.
- Castro, J. (2005). La calidad como herramienta de gestión del turismo cultural. *PASOS Revista de turismo y patrimonio cultural*, 143-148.
- Cayo, N., & Apaza, A. (2017). Evaluación de la ciudad de Puno como destino turístico-Perú. *Comuni@ cción*, 8(2), 116-124.
- Chaparro, M. (2018). Patrimonio cultural tangible. *Retos y estrategias de gestión*, 13.
- Chiappa, G., Ladu, M., Meleddu, M., & Pulina, M. (2013). Investigating the degree of visitors' satisfaction at a museum. *Anatolia*, 24(1), 52-62.
- Chión, S., & Charles, V. (2016). *Análítica de datos para la modelación estructural*. Lima: Pearson Educación.
- Chiriboga, E., Guaman, Y., Perez, M., & Hidalgo, J. (2018). Calidad del servicio y su impacto en el turismo cultural: estudio de caso Museo Municipal. *Espacios*, 39, 19-33.
- Chumioque, F., & Pizarro, P. (2020). Influencia de los guías de turismo en la calidad del servicio en

- el Museo del Convento de San Francisco. *Revista de Investigaciones de la Universidad Le Cordon Bleu* 7., 50-59.
- CMN. (01 de Enero de 2020). *Monumentos*. Obtenido de <https://www.monumentos.gob.cl/>: <https://www.monumentos.gob.cl/monumentos/definicion/monumentos-historicos>
- Conrado, M., & Carvache, O. (2020). El valor percibido y su influencia en la satisfacción y lealtad en el ecoturismo. Un estudio de España. *Revista ESPACIOS* 41.10, 2 - 13.
- Conza, B. (01 de Enero de 2015). *repositorio.puce.edu.ec*. Obtenido de DISEÑO DE UN SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD BASADO EN LA NORMA ISO 9001 VERSIÓN 2008, PARA EL CANAL INSTITUCIONAL DE UNA MULTINACIONAL FARMACÉUTICA. : <http://repositorio.puce.edu.ec/bitstream/handle/22000/8327/Tesis%20Final.pdf?sequence=1&isAllowed=y#:~:text=La%20estructura%20de%20la%20matriz,Multinacional%20Farmac%C3%A9utica%20que%20se%20estudia>.
- Cronin, J., & Taylor, S. (1992). Measuring service quality: a reexamination and extension. *Journal of marketing*, 56(3), 55-68.
- Cruz Medina, F., Lopez, A., & Ruiz, C. (2017). Sistema de Gestión ISO 9001-2015: Técnicas y herramientas de ingeniería de calidad para su implementación. *Revista Ingeniería, Investigación y Desarrollo*, Vol. 17 (1), 59 - 69.
- Damian, I., & Suarez, M. (2015). Innovación de procesos en la gestión turística: Una revisión de la literatura. *Intangible capital*, 147 - 165.
- de Freitas, M., & deSevilha, M. (2015). Factores de atractividad turística percibida. Impactos en la reputación del destino y en la intención de recomendarlo a través de Internet. *Estudios y perspectivas en turismo*, 26(3), 509-530.
- De León, I., Arteta, Y., & Hernandez, M. (2016). Gestión de lealtad del cliente de turismo de negocios en pymes hoteleras. *Ingeniería Industrial* 37.3, 244 - 252.
- de Madariaga, C., & Seño, F. (2018). Patrimonio cultural inmaterial de la humanidad y turismo. *International journal of scientific management and tourism*, 4(2), 349-366.
- del Cid, M. (2018). La calidad colaborativa: un nuevo concepto para la calidad turística. *Cuadernos de Turismo*, (42), 47-70.
- Díaz, P., & Criollo, D. (2018). Modelo de gestión para el turismo cultural sostenible: una apuesta para Manizales, Colombia. *nternational journal of scientific management and tourism* 4.2, 237 - 248.
- Duis, U. (2018). Apuntes Para La Construcción Del Turismo Cultural a Partir Del Análisis De La Oferta Cultural-Patrimonial Y Su Demanda Por El Sector Turístico Del Quindío . *Turismo*

- y *sociedad*, 125-149.
- East, R., Hammond, K., & Lomax, W. (2008). Measuring the impact of positive and negative word of mouth on brand purchase probability. *International journal of research in marketing*, 25(3), 215-224.
- Fernández, F., & Restrepo, N. (2016). Implementación de sistemas de gestión integral sustentable para destinos turísticos, caso de estudio Parque Nacional Natural Utría, playa La Aguada–Colombia. *Revista Espiga 15.31*, 13 - 29.
- Fontal, O., & Martínez, M. (2017). Evaluación de programas educativos sobre Patrimonio Cultural Inmaterial. *Estudios pedagógicos (Valdivia)*, 43(4), 69-89.
- Fragoso, J., & Luna, I. (2017). Evaluación de la percepción de la calidad de los servicios bancarios mediante el modelo SERVPERF. *Contaduría y administración*, 62(4), 1270-1293.
- Fuentes, L., Hernández, E., & Morini, S. (2016). Q DE CALIDAD Y SATISFACCIÓN DEL TURISTA EN EL SECTOR HOTELERO ESPAÑOL. *Cuadernos de Turismo*, 37, 203 - 226.
- Galí, N. (2016). Turistas entre monumentos. El comportamiento de los visitantes en el centro histórico de Girona . *RITUR-Revista Iberoamericana de Turismo*, 5(2), 70-84.
- Galí, N. (2016). Turistas entre monumentos. El comportamiento de los visitantes en el centro histórico de Girona (2003 y 2013). *RITUR-Revista Iberoamericana de Turismo*, 5(2), 70-84.
- García, F. (2015). Tipología de visitante turístico y satisfacción de la experiencia turística en Santiago de Compostela. *BAETICA. Estudios de Historia Moderna y Contemporánea* 1.28, 231 - 258.
- Gonçalves, R. (2017). La protección del patrimonio cultural material en caso de conflicto armado. *Revista Jurídica da Presidência*, 19(118), 244-256.
- Gosling, M., Silva, J., & Coelho, M. (2016). El modelo de experiencias aplicado a un museo: La perspectiva de los visitantes. *Estudios y perspectivas en turismo*, 25(4), 460-482.
- Gutierrez, R. (2019). Estudio comparativo de la aplicación de los 10 principios de la mejora de la Calidad de Joseph M. Juran en Estadías de TSU de la UTNA. *Revista de Ciencias de la Educación*, 3(8), 23-31.
- Hayakawa, J. (2018). Centros históricos latinoamericanos: Tendiendo puentes entre el patrimonio y la ciudad. *Quivera Revista de Estudios Territoriales*, 10(2), 88-110.
- Herrera, Ó. (2016). Patrimonio cultural y turismo, una alternativa de desarrollo: caso Viotá, Cundinamarca. *Anuario Turismo y Sociedad* 18, 99-116.
- International Organization for Standardization. (15 de Septiembre de 2015).

www.itvalledelguadiana.edu.mx. Obtenido de Normas ISO 9001:2015: <http://www.itvalledelguadiana.edu.mx/ftp/Normas%20ISO/ISO%209001-2015%20Sistemas%20de%20Gesti%C3%B3n%20de%20la%20Calidad.pdf>

- Jiménez, J., & Pérez, M. (2018). La seguridad como componente esencial del concepto de calidad turística. *Estudios y perspectivas en turismo* 27.4, 921-943.
- Lilia, M., & Duran, M. (2017). Elementos básicos sobre la gestión de calidad en turismo. *Dominio de las Ciencias* 3.1, 163-176.
- Londoño, C. (2018). La auditoría interna de calidad, estudio de caso. *Revista de Investigación*, 11(2), 153 - 174 .
- Madariaga, J., Virto, N., & Blasco, F. (2017). La influencia de las páginas web de los museos en las intenciones de los usuarios. *Esic Market Economics and Business Journal*, 393 - 416 .
- Medina, X. (2017). Reflexiones sobre el patrimonio y la alimentación desde las perspectivas cultural y turística. *Anales de antropología (Vol. 51, No. 2)*, 106-113.
- Mena, R. (2016). Evaluación de la calidad en el servicio a través del modelo SERVQUAL en los museos de la ciudad de Puebla, México. *Revista Interamericana de Medioambiente y Turismo*, 12(1), 2-16.
- Mestanza, J., & Revilla, M. (2016). El turismo cultural en Málaga: Una apuesta por los museos. *International journal of scientific management and tourism*, 2(3),, 121-135.
- Mondo, T., & Silveira, G. (448-445). TOURQUAL: Proposta de um Protocolo para Avaliação da Qualidade dos Serviços em Atrativos Turísticos. *Brazilian Business Review*, 14(4), 2017.
- Mouly, C., & Giménez, J. (2017). Oportunidades y desafíos del uso del patrimonio cultural inmaterial en la construcción de paz en el posconflicto. Implicaciones para Colombia. *Estudios Políticos*, (50), 281-302.
- Oliver, R. (1997). Emotional expression in the satisfaction response. *Satisfaction: A behavioral perspective on the consumer*. 291325.
- Olmos, L., & Garcia, R. (2016). *Estructura del mercado turístico*. Madrid: Paraninfo.
- Orlandini, I., & Ramos, N. (2017). Aplicación del modelo SERVQUAL en la prestación de servicio de las empresas de transporte aéreo. *Revista Investigación y Negocios*, 10(15), 144-155.
- Oyarzún, E., & Szmulewicz, P. (1999). Fortalecimientos de la gestión en destinos turísticos. Fundamentos. *Gestión turística* 4, 93 - 102.
- Páez, G., Rohvein, C., Paravie, D., & Jaureguiberry, M. (2018). Revisión de modelos de madurez

- en la gestión de los procesos de negocios. *Ingeniare. Revista chilena de ingeniería*, vol. 26 N° 4, 685 - 698.
- Pardo, C., & Barrera, C. (2019). Marketing turístico: influencia en la definición de claves turísticas en el centro histórico de Morelia. *Journal of Tourism and Heritage Research: JTHR*, 2(1), 1-39.
- Pérez Quintero, L. (2017). Inspección de propiedades para apoyar la comprensibilidad en el modelado de procesos de negocio con IDEF0: un estudio de caso. *Revista Cubana de Ciencias Informáticas*, 11(4), 23 - 38.
- Pérez, A., León, N., & Coronado, E. (2017). Empatía, comunicación asertiva y seguimiento de normas. Un programa para desarrollar habilidades para la vida. *Enseñanza e investigación en psicología*, 22(1), 58-65.
- Periáñez, J. (2016). EL MANEJO TURÍSTICO DEL PATRIMONIO TERRITORIAL. ÁMBITOS RURALES. *El turismo y la experiencia del cliente: IX Jornadas de Investigación en Turismo, Sevilla, 21 y 22 de Junio de 2016*, 217- 234.
- Prada, J., & López, T. (2020). TURISMO CULTURAL, PATRIMONIO INMATERIAL Y ELEMENTOS QUE INCIDEN EN LA DIFERENTE SATISFACCIÓN DEL VISITANTE A PARTIR DEL ESTUDIO DEL SOMBRERO DE PAJA TOQUILLA. *Cuadernos de Turismo*, n° 41, 555-573.
- Ramos, J. (2018). Museos y turismo cultural: la cultura debe ser comprendida para hacerla comercial y rentable. *QUINGNAM*, 4, 181-196.
- Reinoso, N. (2017). Modelo de gestión para fomentar el desarrollo turístico de las comunidades manabitas, Ecuador. *Cultur: Revista de Cultura e Turismo* 11.2 , 81-108.
- Rincon, W., Gutiérrez, E., & Rodríguez, J. (2018). Norma internacional de auditoría (NIA) 220: control de calidad para auditorías de información financiera histórica y el desempeño del auditor externo. *Revista GEON (Gestión, Organizaciones y Negocios)*, 5(1), 31 - 41 .
- Robles, E. (2016). Museos en clave de género. *PH: Boletín del Instituto Andaluz del Patrimonio Histórico*, 24(89), 157-158.
- Rocha, M., Mejía, I., & Dafne, B. (2018). Percepción de la satisfacción del visitante bajo la perspectiva organizacional: El caso del Museo de Las Momias. *Revista Latino-Americana de Turismología*, 4(2), 63-72.
- Romero, A., & Terán, M. (2017). Gestión e innovación del turismo en el Caribe colombiano. *Anuario Turismo y Sociedad* 21, 87-106.
- Ruiz, L., & Iliá, A. (2018). Criterios básicos para la Planificación Turística Sustentable de los sitios culturales Patrimonio de la Humanidad. *ACE: Architecture, City and Environment*

Arquitectura, Ciudad y Entorno, 13 (37): 31 - 50 , 31-50.

- Salvador, M. (2016). Una aproximación al patrimonio cultural en relación con la competitividad de los destinos turísticos. Especial atención al contexto español. *Esic Market 154* , 154-307.
- Schmalbach, J., Cantero, M., & Correa, M. (2019). Valoración de la calidad del servicio turístico de Cartagena de Indias, Colombia. *Panorama Económico, 27(2)*, 544-558.
- Sidonie, D. (12 de Enero de 2017). <https://dspace.uib.es>. Obtenido de Análisis del impacto del sistema de calidad ISO 9001 y del sistema de calidad turística española en empresas y organizaciones turísticas: un estudio empírico en Baleares: https://dspace.uib.es/xmlui/bitstream/handle/11201/2564/Sidonie_Djofach.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Silva, E. (01 de Enero de 2016). <http://repositorio.ucv.edu.pe/>. Obtenido de Aplicación de la norma ISO 9004: 2009 para la mejora de la productividad del trabajador operativo del área de inspectoría en la empresa Depósitos SA, Cercado de Lima, 2015: http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/18669/Silva_FEF.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Solano, D., Beatriz, H., & Márquez, B. (2016). Línea base de indicadores de competitividad turística como herramienta para la gestión de destinos. *RITUR-Revista Iberoamericana de Turismo 6.1*, 5 - 17.
- Sotelo, J. (2018). La planeación de la auditoría en un sistema de gestión de calidad tomando como base la norma ISO 19011: 2011. *Revista Iberoamericana para la Investigación y el Desarrollo Educativo, 8(16)*, 97-129.
- Soto, S., & Villena, T. (2020). Calidad percibida en los hoteles de tres estrellas utilizando el modelo Hotelqual en la ciudad de Huánuco-2018. *Revista San Gregorio 38*, 27-37.
- Souza, R., Sousa, S., & Nunes, E. (2020). Developing organisational learning through QC story. *Management & Business Excellence, 31(13-14)*, 1565 - 1587.
- Taño, D., Hernández, J., & Díaz, R. (2020). Satisfacción del turista con la experiencia de compra de souvenirs: el caso de un destino insular masivo de sol y playa. *PASOS Revista de Turismo y Patrimonio Cultural 18.4*, 531 - 544.
- Tarí, J. (2017). Interiorización de las normas de calidad en el sector turístico. *Universidad de Alicante*, .
- Tari, J., Pereira, J., Molina, J., & Lopez, M. (2017). *Interiorizacion de las normas de calidad en el sector turistico*. Madrid: UNE.
- Torres, M., & Galarza, A. (2019). La gestión turística sostenible del patrimonio natural del

- Ecuador como herramienta para su conservación y desarrollo. *Polo del Conocimiento: Revista científico-profesional* 4.6 , 240 - 259.
- Trigo, J. (2018). El turista cultural: tipologías y análisis de las valoraciones del destino a partir del caso de estudio de Cuenca-Ecuador. *PASOS Revista de Turismo y Patrimonio Cultural* 16.1, 55-72.
- Tur, A., & Villena, M. (2016). Aportaciones del turista cultural a la sostenibilidad del destino: el caso español/The contributions of cultural tourists to the sustainability of destinations: the case of Spain. *Revista CIDOB d'Afers Internacionals*, 123 - 147 .
- Vera, I., & Mendoza, J. (2020). Modelo de gestión del turismo comunitario orientado hacia el desarrollo sostenible de la comunidad de Ligüiqui en Manta, Ecuador. *Rotur: revista de ocio y turismo* 14.1, 1 - 22.
- Vicens, E. (17 de Enero de 2016). <https://riunet.upv.es>. Obtenido de DESARROLLO DE TQM EN UNA EMPRESA INDUSTRIAL MEDIANTE ISO 9004: https://riunet.upv.es/bitstream/handle/10251/90750/74018081X_TFG_15047227895217812439578006339499.pdf?sequence=2&isAllowed=y
- Weiermair, K. (2015). Calidad del servicio y su gestión en las empresas turísticas. *Papers de Turisme* 20, 52 - 68.
- Zárate, M., & García, A. (2017). Los museos, oferta consolidada para el turismo sostenible y la calidad del paisaje. *Arbor* 193.785, 193-785.

5.4 ANEXOS

PROPUESTA

5.4.1 ESTRATEGIAS DE MEJORA EN LOS PROCESOS DE GESTIÓN DE CALIDAD

Las estrategias de adopción de sistemas de calidad inician desde: los recursos necesarios, el contexto geográfico de los sitios de visita, y la fiabilidad de la aplicación. Se determina que los sistemas de calidad, pueden adaptarse al presente contexto en los sitios de visita debido a que realizan un proceso estratégico centrado en:

- Políticas
- Objetivos
- Meta

5.4.2 APLICACIÓN DE LA GESTIÓN DE CALIDAD

La normativa de calidad, enfocado en las normas ISO permite definir los procesos y centrarse en la relevancia del control y la planificación, considerando independientemente aspectos del ciclo PHVA, manejo y control de recursos (Pérez Quintero, 2017), correspondientes a los factores de similitud en la implementación de sistemas de mejora centrado en los principios y aplicación del contexto de la norma.

La normativa ISO 9001:2015 e ISO 9004: 2018, persiguen fines de gestión de la calidad presente en empresas de distinta categoría y finalidad según, (Cruz Medina, Lopez, &

Ruiz, 2017) cuyo objeto es ayudar a una organización a identificar las técnicas estadísticas que le puedan ser útiles en el desarrollo, implementación, mantenimiento y mejora de un sistema de gestión de la calidad, en cumplimiento con los requisitos de la Norma ISO 9001 y la Norma ISO 9004.

Tabla 23: Principios de las normas de calidad ISO 9001;2015

Principios de la calidad (ISO 9001:2015)	
Principios	Puntos de aplicación (contexto de la norma)
Enfoque al cliente	4. Contexto de la organización 5. Política
Liderazgo	6. Planificación
Compromiso de las personas	7. Apoyo
Enfoque a procesos	7. Apoyo 8. Operación
Mejora	9. Evaluación del desempeño 10. Mejora
Toma de decisiones basada en la evidencia	9. Evaluación del desempeño 10. Mejora
Gestión de las relaciones	9. Evaluación del desempeño 10. Mejora

Fuente: Adaptado de ((International Organization for Standardization, 2015)

La aplicación de la normativa ISO 9004:2018, La calidad de una organización. Orientación para lograr el éxito sostenido, es consecuente a la norma ISO 9001:2015:, además, se asegura según (Páez, Rohvein, Paravie, & Jaureguiberry, 2018), que los estudios que desarrollan el concepto de calidad total como, el EFQM (Fundación Europea para la Gestión de la Calidad) e ISO 9004 por ser modelos muy difundidos en la búsqueda de la mejora bajo el enfoque de procesos.

Tabla 24: Norma ISO 9004:2018

ISO 9004;2018
Normativas y secciones
Calidad de una organización y éxito sostenido
Contexto de una organización
Identidad de una organización
Liderazgo
Gestión de los procesos
Gestión de los recursos
Análisis y evaluación del desempeño de una organización
Mejora y aprendizaje

Fuente: Elaboración propia

Ventajas:

- Orienta a la organización en el énfasis de la calidad
- Mejora las herramientas de autoevaluación
- Mejora la capacidad de la empresa en alcanzar el éxito centrado en la sostenibilidad
- Toma en cuenta factores y problemas internos y externos
- Adapta el enfoque de seguimiento a los procesos

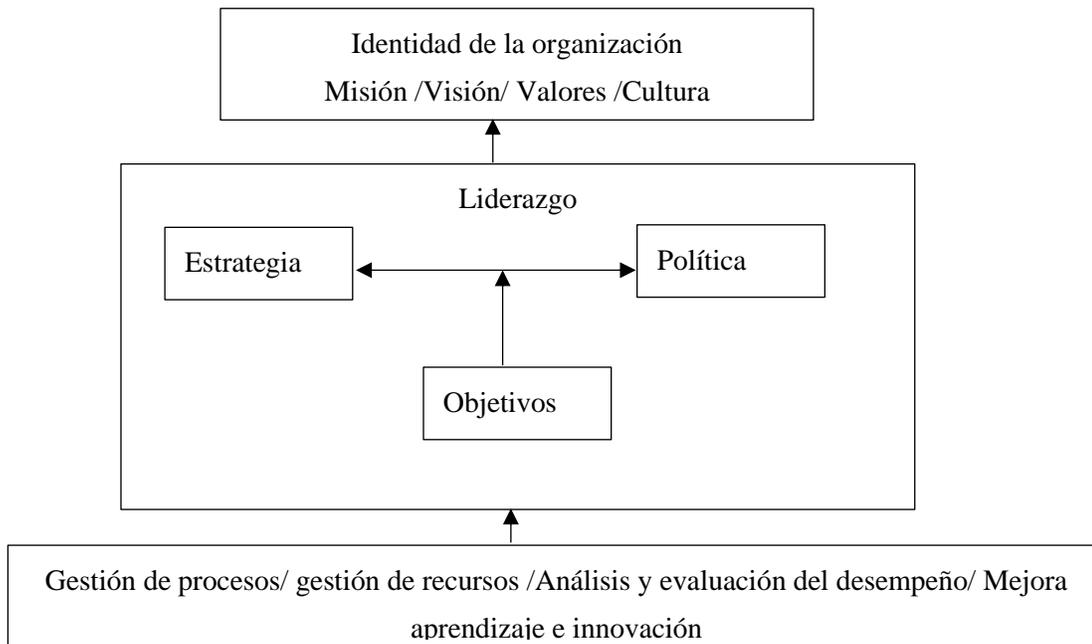


Figura 2: Análisis de las cuestiones internas y externas (ISO 9004:2018)

Fuente: Adaptación norma ISO 9004:2018

a) Aplicación del ciclo PHVA

La normativa ISO 9001:2015, proporciona fundamentos y bases sólidas para el desarrollo de un programa centrado en la gestión de la calidad, estableciendo los elementos de una empresa que están interrelacionados y que actúan a favor de las políticas objetivos centrados en los procesos de mejora continua empleando el ciclo PHVA Planificar, Hacer, Verificar y Actuar. Según, **(Cruz Medina, Lopez, & Ruiz, 2017)** La mejora constituye el punto del ciclo PHVA donde se toman decisiones alrededor de la mitigación de las causas de las fallas en el sistema, por ende, las herramientas de ingeniería de la calidad para dar cumplimiento del último numeral de la ISO 9001:2015

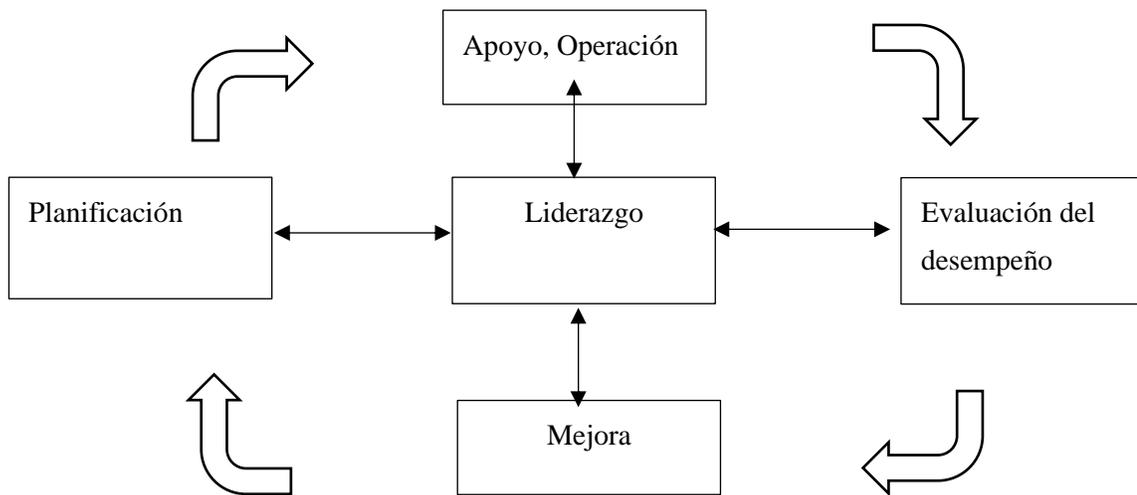


Figura 3: Sistema de gestión de calidad (ISO 9001:2015)

Fuente: Adaptación norma ISO:9001;2015

La normativa ISO 9001;2015 e ISO9004:2018, poseen características particulares que permiten generar un diagrama complementario para desarrollar un programa de mejora continua.

ISO 9001:2015	ISO 9004:2018
Confianza a los productos y servicios ofertados	Confianza a la capacidad de la empresa del exito sostenido

Figura 4: Diferencia entre las normas ISO 9001:2015 e ISO 9004:2018

Fuente: Elaboración propia

b) Matriz de suficiencia de las normas ISO 9001:2015 ISO 9004:2018

Es primordial el diseño de una matriz de suficiencia de las normas ISO 9001:2015 e ISO 9004: 2018, misma que permita determinar los parámetros y apartados necesarios para el alcance de una normativa de calidad, enfocada en estándares internacionales, con posibilidades abierta a una certificación de calidad, previo a la auditoria y aprobación de las entidades de carácter nacional e internacional

(Conza, 2015), la matriz permite desde diversos puntos analizar la situación actual de una empresa, para lo cual es necesario, explicar que:

- La primera columna, se emplea para colocar los numerales de la norma ISO.
- La segunda columna, expone los requisitos de los numerales anteriormente colocados
- La tercera columna, determina mediante un check list, si el proceso se basa o no en el numeral de la norma ISO
- La cuarta columna, define mediante un check list si el procedimiento se cumple con la exigencia expuesta en la norma ISO,
- La quinta columna define si el numeral expuesto de la norma ISO es aplicable
- La sexta columna detalla las observaciones encontradas durante el análisis

Tabla 25: *Matriz de Suficiencia de la norma ISO*

MATRIZ DE SUFICIENCIA DEL SISTEMA DE GESTION DE CALIDAD					
Numerales	Requisitos	Cumple	No cumple	No aplica	Observaciones
(numero, de la normativa ISO a evaluar)	Descripción del numeral, sección o título	Check list (X)	Check list (X)	Check list (X)	Detalles encontrados en relación al numeral y la situación de la empresa

Fuente: Elaboración propia

c) Pirámide documental para la gestión de calidad en los sitios culturales de visita

En el proceso de adopción de un sistema de gestión de calidad es fundamental la elaboración de una pirámide documental para el diseño sostenible de la calidad, permitiendo formular la documentación mínima

Tabla 26: *Pirámide documental*

Pirámide documental	
Documento	Nivel
Manual de calidad	Primer
Procedimiento	Segundo
Instructivo	Tercer
Registro	Cuarto

Fuente: Elaboración propia

5.4.3 PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA

a) Esquemas de control de procesos

La implementación y elaboración de esquemas de procesos, mediante diagramas SIPOC, permite determinar las entradas, procesos y salidas, ejecutadas en el servicio turístico, ofertado en los sitios culturales de visita:

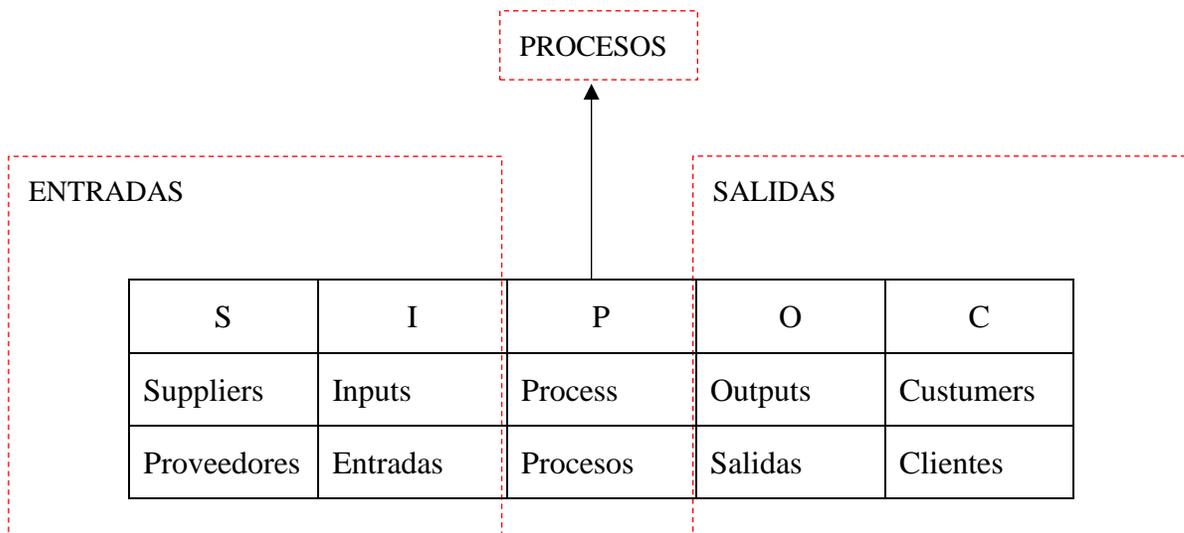


Figura 5: Diagrama SIPOC

Fuente: Elaboración propia

Para complementar, el nivel de proporción relativa al PHVA (¹DMAIC/²DMADV), es fundamental definir los procesos estratégicos, operativos y de soporte mediante un mapa de procesos.

¹ DMAIC: Six Sigma: Definir, medir, analizar, mejorar y controlar

² DMADV: Six Sigma: Definir, medir, analizar, diseñar y verificar

b) Control de procesos (caja IDEFO)

Determinar el control de procesos es fundamental, (Pérez Quintero, 2017) quien cita a Galvan, et al. (2015) propone la utilización de IDEFO, definiéndola como una herramienta conceptual bien estructurada para describir y mejorar proceso. El uso de esta metodología, centrada en el minimalismo del moldeado de estrategias bien definidas, estructuradas, con un esquema fácil de entender, modificar y utilizar. La estructura abarca, aspectos como: Entrada del proceso, mecanismo a emplear, control de la actividad la cual enfoca la metodología, el proceso que se desea construir o verificar, y finalmente la salida, del producto o servicio.

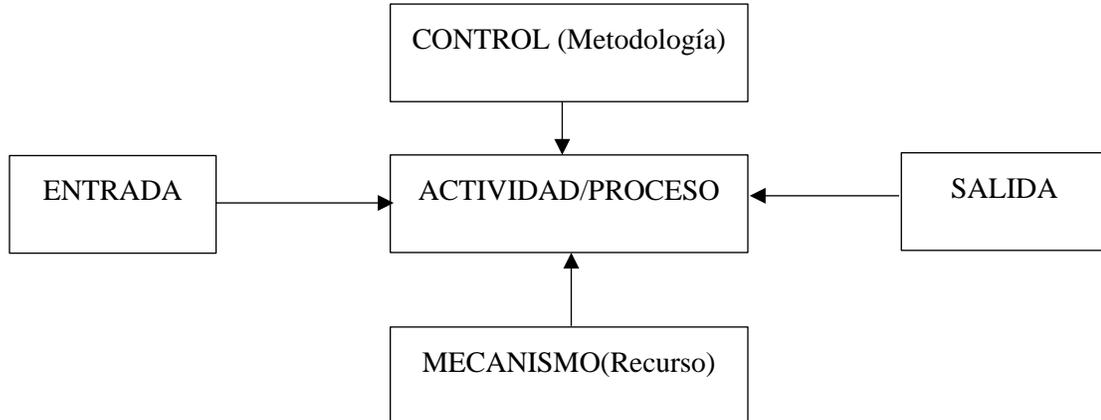


Figura 6: Control de procesos (Caja IDEFO)

Fuente: Elaboración propia

Los sitios culturales de visita que apliquen las diversas metodologías presentes, podrán acceder a una certificación de calidad, la misma que puede darse a través de las siguientes certificadoras nacionales e internacionales:

Tabla 27: *Empresas certificadoras de calidad*

ENTIDADES	CARÁCTER	ALCANCE
COPANT	Comisión Panamericana de normas técnicas	Internacional
AENOR	Certificación de sistemas de gestión, productos y servicios (normas UNE)	Internacional
INEN	Servicio ecuatoriano de normalización	Nacional

Fuente Elaboración propia

5.4.4 CONTROL Y MONITOREO DEL SISTEMA DE CALIDAD

a) EL MÉTODO ESTADÍSTICO

Método estadístico Elemental

El control se considera fundamental: según (Ávila & Morales, 2019), quien cita a Lilrank y Kano, en Moen y Norman (2006), afirman que “las 7 herramientas básicas (hoja de verificación, histogramas, diagrama de Pareto, diagrama de espina de pez, gráficos, diagramas de dispersión y estratificación) Estas herramientas junto con el ciclo de PDCA y el formato de historia de QC (La ruta de la calidad o QC-Story) ...”. Forman parte de estrategias que permiten entender los componentes de la empresa

Además, desde el punto de revisión teórica se considera al método estadístico elementas según Kaoru Ishikawa, a las siete herramientas indispensables para el control de la calidad, en una empresa

Método estadístico intermedio

Este tipo de método permite definir el muestreo, y consecuente realizar una inspección estadística por muestreo, se puede realizar según (Ávila & Morales, 2019), mediante el uso de métodos con pruebas sensoriales.

Método de solución de problemas QC – Story.

Este método emplea la filosofía KAISEN (Mejora continua) y es empleado en el control de la calidad, se emplea según (Souza, Sousa, & Nunes, 2020), se emplea para la resolución de problemas dentro del sistema de calidad, permitiendo recorrer el esquema del PHVA, determinando las zonas de control. El esquema se ha trazado de manera que se

puede identificar los procesos.

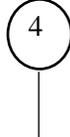
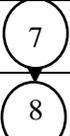
CICLO PHVA	FLUJOGRAMA	PROCESO	OBJETO
P		Identificación del problema	Reconoce el problema
		Observación	Genera una visión desde diversos puntos de vista
		Análisis	Determina las causas del problema
		Plan de acción	Genera las acciones adecuadas para atender el problema
H		Ejecución	Acciona la corrección correspondiente
V		Verificación	Verifica si la acción fue adecuada
A		Estandarización	Previene futuros problemas
		Conclusión	Reconstruye las características de solución del problema.

Figura 7: Método de solución de problemas QC- Story

Fuente: (Ávila & Morales, 2019) adaptada de CAMPOS, Vicente Falconi. TQC: Gestión de la Rutina del Trabajo del Día a Día. Belo Horizonte: UFMG y Fundación Christiano Ottoni. Río de Janeiro: Bloch, 1ª edición. 1994, p. 114).

b) AUDITORIAS

Las auditorias de calidad es aquel proceso en el que un agente externo evalúa el sistema de calidad de una empresa:

Se auditan, la parte interna y externa de la empresa, según, (Carrión, Mendoza, & Vera, 2017) considera que la auditoria interna dirige los programas de desarrollo es de ayuda en la gerencia de operaciones, financieras, administrativas, con la finalidad de mejorar los procesos de cada una de las áreas de la organización.

La persona encargada es el auditor, (Londoño, 2018), quien es la persona encargada de llevar a cabo la auditoria, en conjunto con el equipo auditor, mismos que manejan principios sugiriendo acciones pertinentes para poder mejorar los procesos presentes.

Sistemas de calidad enfocadas en las normas ISO

Las auditorias pueden determinar los parámetros y estándares que los clientes, quienes consumen los productos, tengan calidad, mediante el aseguramiento de los procesos y procedimientos necesarios. (Rincon, Gutiérrez, & Rodríguez, 2018)

Ofrece confianza sobre los procesos que se realizar

Etapas:

- Planeación
- Ejecución
- Mejoramiento

Etapa planeación:

Se elabora el plan de auditoria, mediante la selección del día, fecha, hora para ejecutar el control del sistema de gestión de la empresa.

Tabla 28: *Esquema de parámetros para la auditoria*

Plan de auditoria (nombre de la empresa)		Código:	
		Versión:	
Objetivos de la auditoria	Describir de manera objetiva la razón y objeto de la auditoria (departamento área)		
Alcance de la auditoria	Describir las áreas o departamentos objetos de auditoria (esquema u diagrama estructural)		
Personas involucradas	Personal de la empresa involucrado en la auditoria		
Documentos de referencia	Documentos tomados como referencia de la auditoria (norma ISO)		
Idioma de la auditoria	Escriba el idioma en el cual se realiza la auditoria		
Recursos	Elementos que se emplearan durante la auditoria (equipo de protección, documentos, transporte)		
Criterios de la auditoria	Decreto o resolución	Descripción de la auditoria	Breve descripción de los parámetros y condiciones de la auditoria

Actividad	PROGRAMACION			AUDITADO	AUDITOR
	FECHA	HORA INICIO	HORA FIN		
Descripción de la actividad	Fecha programada	Fecha programas	Hora que termina la auditoria	Persona encargada del área	Persona quien audita

Fuente: (Agudelo, Bonilla, Conde, Vega, & Yafi, 2020)

Etapas de ejecución:

Inicia con la reunión de apertura, en la cual, debe estar presente:

- El equipo auditor
- La unidad organizacional
- Los auditados

Documentos necesarios

- Recolección de evidencia necesita la hoja de verificación,
- Registro de hallazgos incluye evidencias objetivas

Etapas de mejoramiento

Determina las no conformidades determinadas en la auditoria estableciendo las acciones correctivas frente a las no conformidades identificadas.

c) CONTROL DE PROCESOS

Es fundamental definir los procesos, que señalan las actividades, de entrada, subsecuente al proceso y la salida a un destinatario, mismas que permiten realizar el control y seguimiento. Estos procesos involucran generar un esquema de procesos en la empresa, el cual defina las secciones, áreas y tipo de proceso. Considerando el siguiente esquema;

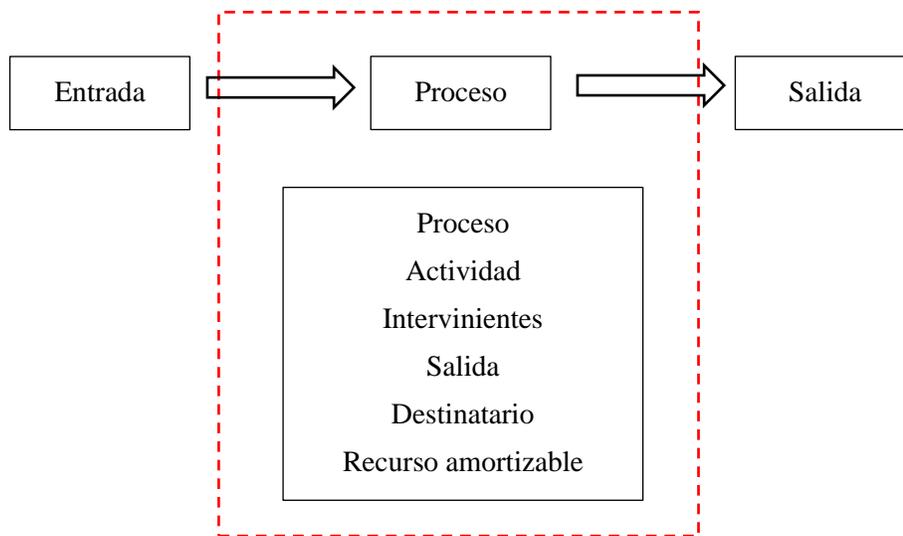


Figura 8: Esquema del proceso

Las secuencias de actividades dentro del proceso se las puede realizar, mediante el uso de diagramas de flujo.

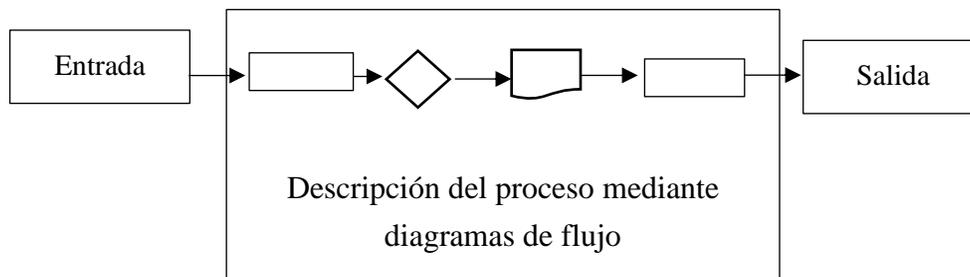


Figura 9: Diagrama de flujo en los procesos

Al realizar el reconocimiento de los procesos en distintos niveles; administrativos, operativos o de soporte, se puede determinar:

- Variabilidad del proceso
- Repetitividad del proceso como clave de la mejora.
- Identificar zonas vulnerables en el seguimiento al sistema de gestión de calidad

Resultados de los objetivos de la investigación

Tabla 29: *Resultados de la investigación (objetivos)*

Objetivo	Propósito	Análisis
Numero 1	Procesos de gestión en la parroquia	Nulos; con lo cual se determina que la gestión de calidad es fundamental en el desarrollo de un destino turístico
Numero 2	Análisis de la gestión de calidad	Se demuestra la correlación, positiva con tendencia alta entre; Calidad ----- Turista
Numero 3	Estrategias de gestión	Aplicables, acorde al contexto, se sugiere la adopción de las normas (ISO 9001:2015 e ISO 9004:2018)

Fuente: Elaboración propia

ANEXO 2: ENCUESTA

Universidad Técnica de Ambato
Facultad de Ciencias Humanas y de la Educación
Maestría en Turismo, Mención Gestión de la Calidad Total en organizaciones de servicios
turísticos

Objetivo: Recolectar información para el desarrollo del marco metodológico de la investigación con el tema: Gestión de calidad en sitios culturales de visita

Instrucciones:

- Escanee el código QR, en su smartphone
- Ingrese al link que aparecerá por defecto (<https://forms.gle/hFYjVEzsGgCyLoV86>)
- Complete cada una de las secciones proporcionadas en la encuesta



Gracias por su colaboración, su aporte es valioso

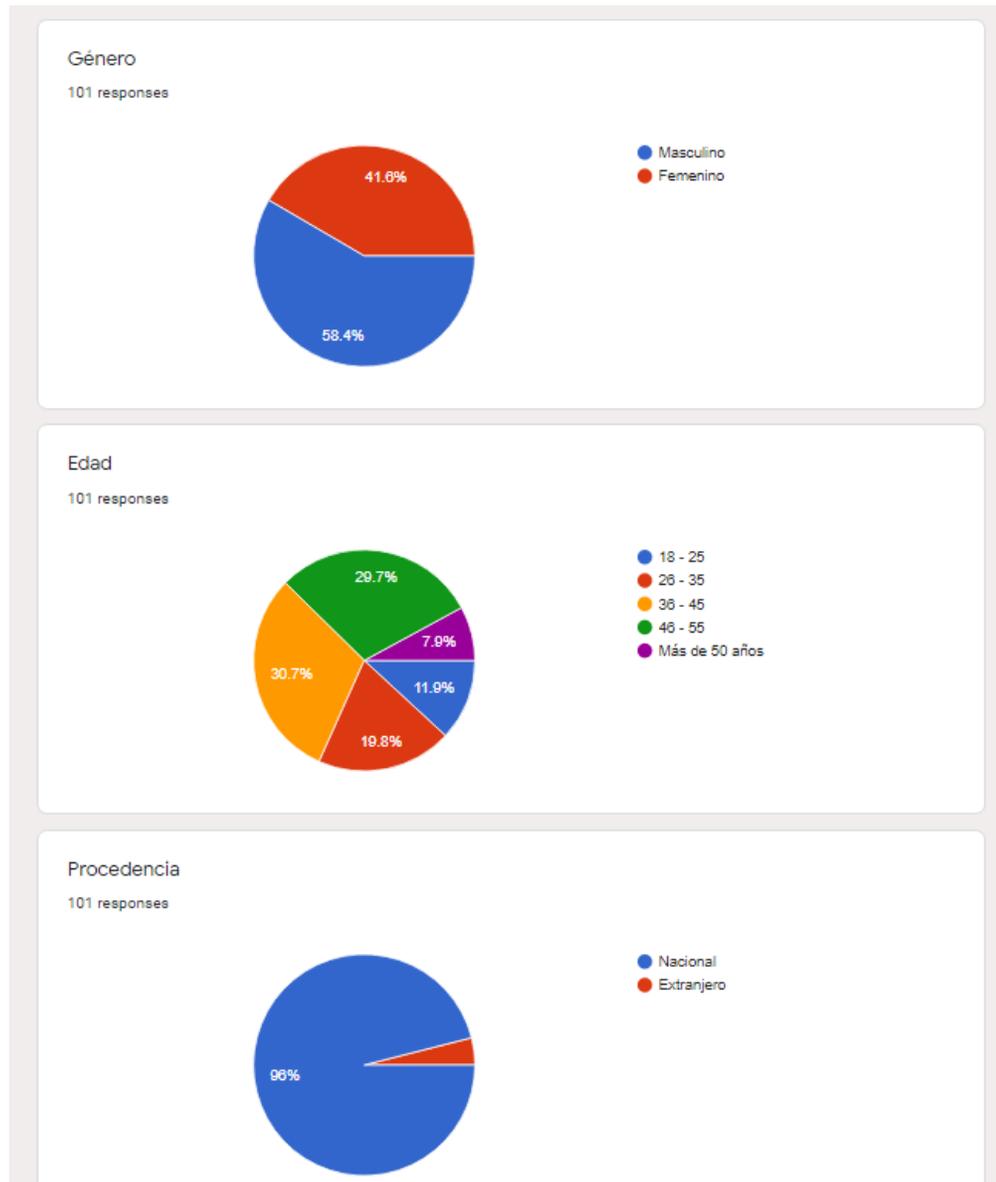


Figura 10: Resultado de la tabulación de datos en Google drive, alojados en la dirección: <https://docs.google.com/forms/d/1jI9AnQjgzDIatMmxaToKCgJLz0FYombzCVtFDqRIa3A/edit#responses>



Figura 11: recolección de datos (taller de la guitarra)



Figura 12: recolección de datos (museo Rumiñahui)



Figura 13: recolección de datos (sitio de visita cultural plaza de resistencia indígena)



Figura 14: recolección de datos (iglesia niña María de Jerusalén)

Santiago de Píllaro, 12 de diciembre de 2020

A quien corresponda
Centro de Posgrados
Facultad de Ciencias Humanas y de la Educación
Presente

De mi consideración:

Jos. Lara Arco..... en mi calidad de propietario del museo "Rumiñahui" me permito poner en su conocimiento la aceptación y respaldo para el desarrollo del Trabajo de Titulación bajo el Tema: "Gestión de calidad en los destinos turísticos culturales de visita." propuesto por el/la estudiante Geovanny Javier Cujano Guachi portador/a de la Cédula de Ciudadanía 1805057641 estudiante de la maestría en Turismo del centro de Posgrados de la Facultad de Ciencias Humanas y de la educación de la Universidad Técnica de Ambato.

A nombre de la Institución a la cual represento, me comprometo a apoyar en el desarrollo del proyecto.

Particular que comunico a usted para los fines pertinentes.

Atentamente,


Nombre *Jos. Alberto Lara Arco*
C.I. *302210441*
Telf.
Cel. *0991640303*
Correo electrónico:

luchito.l.a@hotmail.com



Figura 15: Carta compromiso