



**Facultad de
Ecología Humana,
Educación y Desarrollo**

**UNIVERSIDAD CASA GRANDE
FACULTAD DE ECOLOGÍA HUMANA, EDUCACIÓN Y
DESARROLLO**

CALIDAD DE SERVICIO EN LA ISLA SANTAY

Elaborado por:

KARLA FERNANDA MOSQUERA CARRIEL

GRADO

Trabajo de Investigación Formativa previo a la obtención del Título de:

Ingeniería en Recursos Humanos

Guayaquil – Ecuador

Noviembre, 2016



**Facultad de
Ecología Humana,
Educación y Desarrollo**

**UNIVERSIDAD CASA GRANDE
FACULTAD DE ECOLOGÍA HUMANA, EDUCACIÓN Y
DESARROLLO**

CALIDAD DE SERVICIO EN LA ISLA SANTAY

Elaborado por:

KARLA FERNANDA MOSQUERA CARRIEL

GRADO

Trabajo de Investigación Formativa previo a la obtención del Título de:

Ingeniería en Recursos Humanos

**DOCENTE INVESTIGADOR
Msc. Suleen Díaz Christiansen**

**CO-INVESTIGADOR
Msg. Mariella Ortega Correa
Guayaquil, Ecuador
Noviembre, 2016**

Resumen

El presente estudio describe la calidad del servicio en la Isla Santay. Para realizar el respectivo análisis se exponen algunas teorías de la calidad. Es una investigación con enfoque cuantitativo y de tipo de descriptivo, el instrumentó que se utilizó para obtener los resultados fue la encuesta, donde las unidades de análisis fueron los turistas nacionales y extranjeros que visitan la Isla Santay y que no residen en la ciudad de Guayaquil.

Los resultados permiten llegar a la conclusión que los turistas no valoran como un servicio de calidad lo que ofrece la Isla Santay, están medianamente satisfechos con el servicio que reciben, generando una disminución en el número de ingresos de visitantes a Santay.

Palabras claves: Turismo comunitario, calidad del servicio, instalaciones de confort, entretenimiento, Isla Santay

Abstract

The present study describes the quality of the service in the Island Santay. To realize the respective analysis some theories of the quality are exposed. It is a research with quantitative approach and descriptive type, The instrument used to get the results was the survey, the analytical units were national and foreign tourists who visit the Santay Island and who don't reside in Guayaquil city.

The results lead to conclusion that the tourists don't value as a quality service what offers the Santay Island, they are moderately well satisfied with the received service, generating a decrease in the number of visitors income to Santay.

Keywords: Community tourism, service quality, comfort facilities, entertainment, Santay Island.

ÍNDICE

1.Introducción.....	4
1.1Antecedentes.....	4
1.2Planteamiento del problema.....	9
1.3 Justificación.....	10
2.Revisión conceptual.....	10
2.1 Bases teóricas.....	10
3. Objetivos de investigación.....	15
3.1 Objetivo general	15
3.2 Objetivos específicos.....	15
4. Metodología.....	15
4.1Tipo y nivel de investigación.....	16
4.2 Descripción del ámbito de investigación.....	16
4.3 Población y muestra.....	16
4.4 Técnicas e instrumentos para la recolección de datos.....	16
4.5 Validez y confiabilidad del instrumento.....	17
4.6 Plan de recolección y procesamiento de datos.....	17
4.7 Operacionalización de variables.....	18
5.Presentación de resultados.....	20
6. Discusión de resultados.....	31
7.Conclusiones.....	34
8. Recomendaciones.....	35
9. Referencias.....	37
10. Anexos.....	40

Calidad de servicio en la Isla Santay

1. Introducción

El presente estudio corresponde a un trabajo de investigación descriptiva que se desprende de la investigación "La Isla Santay: Calidad de Servicio, valor percibido, motivación, satisfacción y lealtad del turista la visita", realizado para la obtención del título de Ingeniería en Recursos Humanos inscrito en la línea de investigación de la Universidad Casa Grande.

Este documento consta de diferentes secciones que describen la investigación efectuada, tales como: Antecedentes, justificación, planteamiento de problema, revisión conceptual, metodología, discusión de resultados, conclusiones y recomendaciones.

1.1 Antecedentes

Turismo en el mundo

El turismo es un fenómeno social, cultural y económico relacionado con el movimiento de las personas a lugares que se encuentran fuera de su lugar de residencia habitual por motivos personales o de negocios/profesionales. Estas personas se denominan *visitantes* (que pueden ser *turistas* o *excursionistas*; residentes o no residentes) y el turismo tiene que ver con sus actividades, de las cuales algunas implican un *gasto turístico*. (Organización Mundial del Turismo, 2016, párr.2)

Así mismo la OMT (2016) manifestó que el turismo tiene efectos en la economía, en el entorno natural y en las zonas edificadas, en la población local de los lugares visitados y en los visitantes propiamente dichos. Actualmente, el volumen de negocios del turismo iguala o incluso supera al de las exportaciones de petróleo, productos alimentarios o automóviles a nivel mundial. El turismo se ha convertido en uno de los principales actores del comercio

internacional, y representa al mismo tiempo una de las principales fuentes de ingresos de numerosos países en desarrollo. (Organización Mundial del Turismo, 2016)

Turismo Comunitario en Ecuador

El turismo en el Ecuador empezó a desarrollarse en la década de los 80s y ha tenido un crecimiento relativamente constante hasta constituirse en una de las actividades económicas más importantes del país. En sus inicios, la mayor parte del turismo podía calificarse como “convencional” en el sentido de que sus programas y actividades eran diseñados, operados y promocionados por empresas privadas de turismo. Sin embargo, a finales de esa misma década (los 80s) algunas comunidades empezaron a incursionar en la actividad turística desarrollando una nueva propuesta: el turismo comunitario (TC) (FEPTCE, 2010, p.57)

En el surgimiento del TC se vieron implicados diferentes agentes externos relacionados con el ecoturismo (agencias de cooperación, ONG's), por eso no es de extrañar que el TC fuera formalizado por primera vez al incluirse en el 2001 en el Reglamento de Ecoturismo y Sostenibilidad. Finalmente, el TC adquiere plena forma jurídica en la Ley de Turismo de 2002, en la que además se reconoce a la Federación Plurinacional de Turismo Comunitario del Ecuador (FEPTCE) como interlocutor del TC en el Ecuador. (Ruiz et al.,2008).

El concepto de turismo comunitario se fundamenta en la creación de productos turísticos bajo el principio básico de la necesaria participación de la comunidad local. Así, esta clase de turismo ha emergido como una posible solución a los efectos negativos del turismo de masas en países en vías de desarrollo, sobre todo la pérdida de identidad cultural

y medioambientales, permitiendo al mismo tiempo, ser una estrategia para la organización de la propia actividad de la comunidad. (López-Guzmán & Sánchez, 2009)

También, López-Guzmán (2009) manifiesta que el turismo comunitario está potenciado y amparado principalmente por la Organización Mundial del Turismo y lo que busca el TC es el desarrollo socioeconómico de la comunidad local, la conservación de los recursos naturales y culturales y la calidad del servicio que recibe el visitante.

El turismo comunitario en la Isla Santay

La Isla Santay se encuentra ubicada a una distancia de 800 metros de la ciudad de Guayaquil, en el delta del río Guayas, cuenta con 4.705 hectáreas de bosque inundado y bosque seco tropical, cuenta con una diversidad biológica y es hábitat de especies que están amenazadas y que están siendo protegidas por la legislación nacional de especies de animales. Todas estas características convierten a Santay en un humedal Ramsar de importancia internacional desde el año 2000 con la designación # 1041 del mundo. (Díaz-Christiansen, López-Guzmán & Pérez-Gálvez , 2016)

Las características de este humedal según la Ficha Informativa de Humedales publicada por el Sistema de Información Marino Costera del Ecuador (SIMCE); se trata de un humedal tipo marino costero: “I” que incluye manglares, bosques inundados e inundables, mareas de agua dulce. La Isla alberga cinco de las siete especies de manglar existentes en Ecuador, que cubre cerca de la mitad de su territorio. La fauna tiene una importante diversidad, abundando aves como, las loras, los guacamayos, las garzas, los gallinazos, gavilanes, colibríes y “buche madera” un tipo de pájaro carpintero. Los reptiles

identificados son las iguanas, ranas, sapos y tortugas. Entre los mamíferos destacan el murciélago pescador, el murciélago jamaicensis, los ratones y el tejón. Este humedal alberga 60 especies vegetales, 12 especies de reptiles, 2 especies de anfibios, 19 especies de mamíferos y 128 especies de aves dentro de las cuales hay 12 especies vulnerables y amenazadas registradas en las listas de Comercio Internacional de Especies en peligro y de la Unión Mundial para la Naturaleza (Rodríguez et al., 1995, p.117).

En la Isla residen 56 familias y 245 habitantes. Los pobladores son descendientes de los trabajadores de las antiguas haciendas que ocuparon la Isla en 1970, en pleno auge de la agricultura y ganadería. En total fueron siete haciendas en diferentes parcelas de tierra y bajo administraciones independientes. Los habitantes llegaron de Chanduy, Samborondón, Balao, Naranjito, Taura y Puerto El Morro, quienes actualmente se encuentran organizados en una Asociación de Pobladores llamada “San Jacinto de Santay”. (Navas, 2007; citado en Loo, 2015,p.15).

En el año 2015 estudiantes de la Universidad Casa Grande en su proceso de titulación realizaron un proyecto de investigación en la Isla Santay, donde se analizó el perfil del turista, motivaciones de los turistas, grado de satisfacción del turista, participación de la comunidad San Jacinto en el turismo de Santay y el aporte económico del turismo comunitario en la Isla. Para llevar a cabo la investigación se utilizó una muestra representativa de 1000 encuestas aplicadas a turistas que visitaron la Isla Santay en el año 2015, la recopilación de datos se realizó durante tres meses: junio, julio y agosto por medio de un cuestionario con 19 preguntas cerradas, en diferentes días en el horario de 12h30 a 17h30.

Entre los resultados que arrojaron las encuestas se determinó que las principales razones por las que el turista visita la Isla son: el querer pasar tiempo con familia, el deseo de conocer sitios nuevos, desconectarse de lo cotidiano, contactar con la naturaleza y ser un destino accesible al bolsillo. (Kravarovich, 2015). También Peña (2015), en su investigación, escogió 4 variables o grados de satisfacción tales como: “nada satisfecho”, “poco satisfecho”, “satisfecho” y “muy satisfecho” para analizar los resultados de las encuestas; a excepción de la variable “neutral”, ya que no representó un dato cuantificable de relevancia; pues su porcentaje resultó mínimo.

Los resultados obtenidos en las encuestas fueron los siguientes: el 36,3% y el 32,2% de los turistas respondieron que se sintieron muy satisfechos y satisfechos con la atención y la calidad de comida que se ofrecía en el restaurante/comedor de la Isla Santay. El 45,7% y 31,4% de los encuestados dijeron haberse sentido muy satisfechos y satisfechos respectivamente con la atención que recibieron de los guías turísticos. El 30,8% de los encuestados, respondieron que la variedad y calidad de la comida ofrecida en Santay los dejó muy satisfechos. Mientras que el 26,3%, los encuestados dijeron que la diversidad y calidad de la comida los dejó satisfechos. En cuanto al estado y mantenimiento de las bicicletas el 32,0% de los turistas encuestados se mostraron muy satisfechos y el 28,2% se mostró solo satisfecho.

El 72,1% de los turistas dijeron que el servicio de la seguridad ciudadana estuvo excelente, por lo que respondieron que los dejó muy satisfechos el servicio. Apenas el 21,5% respondieron que el servicio los dejó satisfechos.

En el cuidado y limpieza de la Isla, los turistas se sintieron muy satisfechos con 56,1%, el 29,6% respondió que el servicio los dejó satisfechos. El porcentaje de los turistas que quedaron muy satisfechos y satisfechos con los puntos de información y la señalización turística giran alrededor de un 48,5% y 32,9%.

Finalmente, el 76,1% de los turistas, respondieron que sí volverían a la Isla Santay tras su experiencia, ya que quedaron muy satisfechos.

1.2 Planteamiento del problema

A mediados del 2014 cuando se inauguró el puente basculante que une la ciudad de Guayaquil con Santay el número de visitas a la Isla aumentó de la siguiente forma: En el 2012 el número de visitantes fue de 900, en el año 2013 aumentó en un 2379% con 22,309 visitantes, en el año 2014 el porcentaje de visitas aumentó en un 3118% con 717,818 turistas, al siguiente año 2015 las visitas disminuyeron en un 31% con 491,715. (Díaz-Christiansen, López-Guzmán & Pérez-Gálvez , 2016, pág. 4). Al disminuir las visitas, el comercio y la economía se ve afectada para los comuneros de la Isla.

En la investigación efectuada por Peña (2015), se hizo una descripción del grado de satisfacción de los turistas, donde se obtuvo buenos resultados, es decir se encontraban satisfechos con los aspectos de visita de la Isla Santay. Pero durante el presente año las visitas de los turistas han ido en declive, en el mes de mayo se reportaron daños en las camineras que conducen a los senderos de la Isla Santay, por lo que el Presidente Rafael Correa pidió que no acudan a la Isla en bicicletas.

A partir de los resultados que arrojaron las encuestas del año 2015, de la posible afectación al turismo y sostenibilidad de la isla frente a los daños ocurridos, que ya se encuentran en reparación, se plantean las siguientes preguntas de investigación:

1. ¿Cuáles son los atributos de calidad del servicio que existe en la Isla Santay?
2. ¿Cuáles son las características genéricas de la calidad del servicio de la Isla Santay?
3. ¿Cuáles son las fuentes de información con las que cuenta la Isla Santay?
4. ¿Cuáles son las instalaciones de confort y el tipo de entretenimiento que ofrece la Isla Santay?

1.3 Justificación del estudio

La Isla Santay es un Área Nacional de Recreación, se trata de un humedal de importancia internacional y además es el sexto humedal Ramsar en el Ecuador, la comunidad es quien se organiza para las diversas labores y actividades que se realizan en la Isla, lo que ha traído el desarrollo y progreso socioeconómico de la misma.

De acuerdo a lo mencionado anteriormente, es necesario indagar en los atributos de calidad del servicio, sus características, fuentes de información e instalaciones de confort de la Isla Santay. Y a futuro según los hallazgos de la investigación se pueda hacer una recomendación a la política pública para mejorar el turismo.

2. Revisión Conceptual

2.1. El turismo comunitario

Rodas, Donoso & Sanmartín (2015) afirman que el turismo comunitario es una actividad socioeconómica, con la inclusión de los miembros de una comunidad, a través de una distribución equitativa de los derechos y obligaciones. La idea principal del turismo comunitario es que el turista pueda sentirse protagonista en la vivencia de una comunidad,

acompañarlos en sus actividades diarias y aprender sus costumbres. De igual manera, las comunidades también deben aprender a abrir sus puertas a los turistas y generar atractivos para los mismos. (Loor, 2015)

La FEPTCE Federación Plurinacional de Turismo Comunitario del Ecuador expone principios del turismo comunitario relacionados con los aspectos ambientales, culturales, sociales, económicos y políticos en la práctica turística. Particularmente en el aspecto social, el turismo comunitario “fortalece el nivel organizativo (...), promueve la integración de los miembros de la comunidad, fortalece la autoestima y promueve la solidaridad y cooperación y respeto a la vida” (FEPTCE, 2010, p. 10). Este organismo recibe apoyo de la cooperación internacional y de organismos en defensa de los pueblos indígenas. Los efectos del turismo en las comunidades son cualitativos, es decir, conservación de los recursos naturales y culturales, el desarrollo humano y comunitario, fortalecimiento del empoderamiento, la autoestima, la cohesión y de los capitales sociales de la comunidad. Estos capitales sociales son la justicia, equidad y participación. La comunidad para alcanzar el progreso debe lograr el manejo de conflictos, cohesión, búsqueda del bien común con roles definidos, empoderamiento y un liderazgo fuerte. (Rodas, Donoso & Sanmartín, 2015).

El turismo comunitario responde a la demanda turística, por lo que debe prestar atención en el trato que se les da a los visitantes, en este caso de la Isla Santay, durante la cadena de valor y servicios ofrecidos. Para que de esta forma se logre generar lealtad en el turista y como consecuencia un mayor rendimiento económico para la comunidad.

2.2 Calidad del servicio

La calidad del servicio cada vez se vuelve un requisito importante e indispensable para competir en el mercado y alcanzar niveles óptimos, convirtiéndose en un objetivo estratégico. Para Sánchez, Díaz & Bethencourt (1998) la calidad es un concepto subjetivo que explica su carácter dinámico y no universal. Lo manifiestan así porque consideran que los gustos de los turistas evolucionan con el tiempo, es decir que el concepto de calidad guarda relación con la percepción de cada individuo. Así mismo Baker & Crompton (2000) manifiestan que cuando la calidad del servicio mejora, los niveles de satisfacción aumentan en el turista generando más lealtad hacia el lugar que visita, motiva a realizar una próxima visita e incluso tolerancia al aumento de precios.

Parasuraman, Zeithaml & Berry (1985) definieron nueve dimensiones de la calidad del servicio que son: (1) elementos tangibles que se refieren a las instalaciones físicas, mantenimiento de equipos, materiales de comunicación; (2) fiabilidad, es decir ejecutar el servicio de forma cuidadosa ; (3) capacidad de respuesta que es el conocimiento de ejecución del servicio; (4) cortesía que se refiere a la amabilidad, atención, consideración y respeto del personal; (5) credibilidad que significa veracidad y honestidad en la prestación del servicio; (6) seguridad es la inexistencia de peligro, riesgo o duda; (7) accesibilidad que se refiere a la facilidad en el contacto ; (8) comunicación hace referencia a la habilidad para hacerse entender y escuchar al cliente; (9) comprensión del cliente significa el esfuerzo de conocer al cliente y sus necesidades. Años más tarde los mismos autores definieron que las principales características de la calidad son la orientación al marketing, organización del servicio, generación de clientes, retención de clientes y marketing interno (Parasuraman & Berry, 1993; citado en Duque, 2005).

La clave para ofrecer un servicio excelente está en la comprensión y respuesta a las expectativas de los clientes, que representan lo que éstos esperan recibir durante la prestación del servicio turístico y constituyen un elemento de juicio o punto de referencia fundamental para evaluar la calidad del mismo. (Parasuraman, Berry & Zeithaml, 1991)

Tanto la calidad como el rendimiento y la satisfacción se evalúan relacionando percepciones de la experiencia con las expectativas, negativamente (peor de lo esperado), o positivamente (mejor que esperado). Baker & Crompton (2000) Inclusive Devesa & Palacios (2005) concluyen que el nivel de satisfacción depende de dos factores: el factor humano y la valoración de la accesibilidad de servicios siendo el primero el que más determina la satisfacción.

Baker & Crompton (2000) utilizaron un modelo de ecuaciones estructurales donde por medio de la evidencia empírica notaron que la calidad percibida tenía un mayor efecto sobre las intenciones del comportamiento que sobre la satisfacción, incluso manifestaron que debe haber una relación causal entre la calidad del desempeño de un proveedor de turismo, el nivel de consumo, la satisfacción y el éxito de la organización. Es decir, una calidad elevada del servicio turístico generará elevados niveles de satisfacción del turista y esto implicará un incremento de la fidelidad del turista, así como un aumento de la tolerancia de éstos a incrementos del precio, así como una mejora de la imagen o reputación de la organización prestadora del servicio. Así mismo consideran que la calidad no es el único elemento determinante de satisfacción. La satisfacción se refiere a un estado emocional de la mente después de la exposición a la oportunidad y que puede ser influenciada por el estado psicológico-social que el turista lleva a un sitio (Estado de

ánimo, la disposición, necesita) y por los fenómenos extraños (Climático, grupo de las interacciones sociales) que están fuera del control del proveedor de turismo.

2.3 Fuentes de información

El éxito del turismo comunitario está en la calidad de servicio al visitante, por lo tanto, hay que ser responsable en la distribución y cumplimiento de la información, puntual y exacta sobre las condiciones del servicio. Esto hace referencia a que el turista debe recibir información oportuna sobre el destino, conocer acerca de las actividades que allí se pueden realizar, cuáles son las oportunidades de ocio, entretenimiento, código de vestimenta, código de conducta e incluso si el turista se encuentra con algún problema en concreto como la pérdida de un objeto, asistencia médica reciba la ayuda inmediata. Es así como se logra la satisfacción del turista sobre el lugar que visita al complacerle en su demanda de información. (Andrade & Aguas, 2011).

2.4 Instalaciones de confort

Otro atributo de la calidad del servicio son las instalaciones que ofrece el destino. Es decir que las instalaciones se encuentren en buen estado (sin daño alguno), sean atractivas, cómodas y brinden seguridad al turista y no implique riesgo para el mismo. (López & Serrano, 2000)

2.5 Tipo de entretenimiento

El entretenimiento es un atributo de importancia para la calidad porque tiene una participación pasiva y una conexión directa con el ambiente y se refiere a la reacción de los turistas en relación a los elementos que se les ofrecen a través de los sentidos y que les

genera satisfacción, tranquilidad y relax. (Pine & Gilmore, 1999; Citado en Savi & Gonçalves, 2016)

3. Objetivos de la investigación

3.1.1 Objetivo general

Describir los atributos de calidad del servicio que percibe el turista tras su visita a la Isla Santay.

3.1.2 Objetivos específicos

Identificar las características de la calidad del servicio que tiene la Isla Santay.

Identificar las fuentes de información que tiene la Isla Santay.

Identificar las instalaciones de confort y el tipo de entretenimiento que tiene la Isla Santay.

4. Metodología

4.1 Tipo y nivel de investigación

Este estudio busca medir la calidad del servicio, por lo tanto, se utiliza una investigación de tipo cuantitativa y descriptiva. Para Hernández, Fernández y Baptista (2003) en el enfoque cuantitativo se parte de una realidad por conocer, los datos requieren de medición y cuantificación, se asocian con encuestas con preguntas cerradas o estudios que emplean instrumentos de medición estandarizados. Incluso en la interpretación de los estudios invita a seguir investigando y mejorar el conocimiento, poniendo a disposición de otros investigadores todos los métodos y procedimientos. La presente investigación es descriptiva; este tipo de estudios buscan especificar las propiedades, las características y los perfiles importantes de personas, grupos, comunidades o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis. (Dahnke, 1989 citado en Hernández, Fernández & Baptista, 2003)

4.2 Descripción del ámbito de la investigación

Las encuestas se realizaron en la calle El Oro, a la entrada del puente que conecta Guayaquil con la Isla Santay, para esperar que los turistas salgan del recorrido.

4.3 Población y muestra

La población corresponde a todos los turistas nacionales y extranjeros que se encuentren en el momento de realizar las encuestas en la Isla Santay. La fórmula para el cálculo de la muestra es la siguiente:

$$n = \frac{N \times Z_a^2 \times p \times q}{d^2 \times (N - 1) + Z_a^2 \times p \times q}$$

n = muestra

N = población

Z = nivel de confianza (95)

p = q = 3

d = error muestral

Por tanto, se consideró una población (N) de 491,715 de turistas que ingresaron a la Isla Santay durante el 2015 según registro del Ministerio de Turismo (2016), con un margen de error muestral de 3% y un nivel de confianza de 95% siendo así la muestra de 1,065 encuestas.

4.4 Técnicas e instrumentos para la recolección de datos

El instrumento es el de medición (percepción y clasificación) porque se va a medir la calidad del servicio de la Isla Santay. La técnica a utilizarse es la encuesta con un cuestionario que nos permite identificar cuál es la percepción que tiene el turista al visitar la Isla Santay en cuanto a la calidad del servicio turístico.

La modalidad de aplicación ha sido mediante la administración directa a los turistas (Se refiere a aquellos que no viven en la ciudad de Guayaquil), se la realizará en la Isla Santay en diferentes horarios y días de la semana, incluyendo sábados y domingos. En la entrada por la calle El Oro.

4.5 Validez y confiabilidad del instrumento

La encuesta fue sometida a una revisión de los asesores de la Universidad de Córdoba –España: Tomás López Guzmán, Jesús Pérez Gálvez y Guzmán Muñoz Fernández. La confiabilidad se la obtuvo por medio de una prueba piloto de 30 encuestas en la Isla Santay aplicadas entre el 14 de julio y 18 de julio de 2016 para verificar las condiciones de aplicación, procedimientos y detalles. Esta prueba permitió ajustar la encuesta para una óptima recopilación de datos.

4.6 Plan de recolección y procesamiento de datos

A continuación, se detallan las actividades del levantamiento de campo y el procesamiento de los datos para dar respuesta a los objetivos de investigación. Se ha tomado casi cuatro meses para llevar a cabo las tareas antes mencionadas. Las encuestas se realizaron en la Isla Santay de 14:00 pm a 17:30 pm, horario establecido por la Subsecretaría de Gestión Marina y Pesquera.

Tabla 1

Fechas	JULIO				AGOSTO				SEPTIEMBRE				OCTUBRE			
Actividades	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
TAREAS																
Levantamiento de campo (encuestas)																
Ingreso de datos en sistema SPSS																

Para el procesamiento de los datos se utilizará el programa estadístico SPSS (Paquete estadístico para las Ciencias Sociales) que permite manejar bancos de datos de

gran magnitud y también efectuar análisis estadísticos muy complejos. Para este trabajo se utilizó la matriz de datos de los encuestados y se seleccionarán las opciones respectivas para su análisis.

4.7 Operacionalización de las variables

Variable	Definición conceptual	Indicadores Definición operacional
Características de la calidad del servicio	Se refiere a la orientación al marketing, organización del servicio, generación de clientes, retención de clientes y marketing interno	Pregunta # 9 de la encuesta (Ver anexos) Por favor, evalúe del 1 a 5 la calidad de los siguientes atractivos (siendo 1 muy malo, y 5 muy bueno). Belleza paisajística, conservación del patrimonio, atención de los guías turísticos, seguridad ciudadana, puntos de información turística, cuidado y limpieza de los lugares visitados, hospitalidad de los residentes.
Fuentes de información	Responsabilidad en la distribución y cumplimiento de la información, puntual y exacta sobre las	Pregunta # 3 de la encuesta (Ver anexos) ¿Por qué medio ha conocido la existencia de la Isla de Santay como destino turístico?

	condiciones del servicio	Recomendación de la agencia de viajes, recomendación de amigos y familiares, experiencia propia visita previa, folletos turísticos, anuncios en los medios de comunicación, recomendación de redes sociales (Facebook, Twitter, etc.), información encontrada en Internet
Instalaciones de confort y el tipo de entretenimiento	Las instalaciones deben ser atractivas, cómodas y brinden seguridad al turista y no implique riesgo para el mismo El entretenimiento refiere a la reacción de los turistas en relación a los elementos que se les ofrecen a través de los sentidos y que les	Pregunta # 9 de la encuesta (Ver anexos) Por favor, evalúe del 1 a 5 la calidad de los siguientes atractivos (siendo 1 muy malo, y 5 muy bueno). Juegos infantiles, atención y variedad del restaurante, Infraestructuras: puentes, pasarelas, etc., kioscos de bebidas y refrigerios, paseo en bote, servicio de transporte fluvial, compras de interés: artesanía, productos

	genera satisfacción, tranquilidad y relax.	tradicionales de la zona, etc., alquiler de bicicletas, centro de interpretación, cocodrilera.
--	---	--

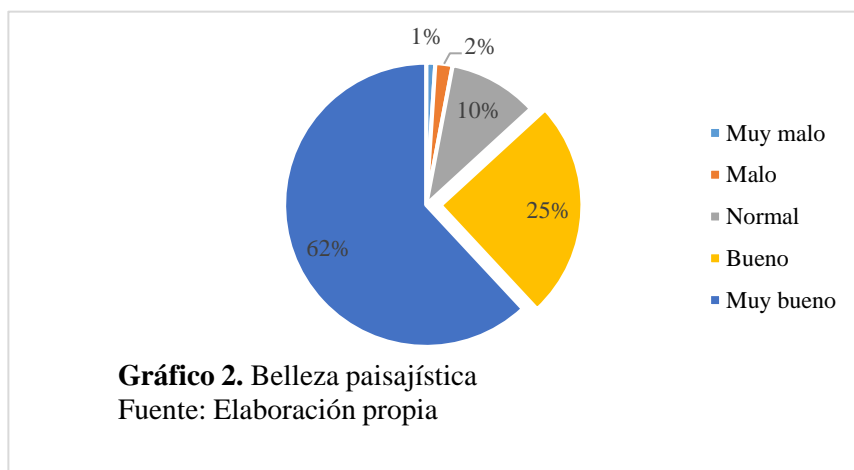
5. Presentación de resultados

A continuación, se presentan los resultados de las encuestas para responder a los objetivos de la investigación. Se tomó como muestra una población de 1.065 turistas nacionales y extranjeros, las encuestas fueron realizadas en la Isla Santay durante los meses de julio, agosto, septiembre y octubre. Las variables utilizadas en la encuesta fueron: Medio por el que se conoce a la Isla Santay como destino turístico además de la calidad de los atractivos y aspectos de la visita.

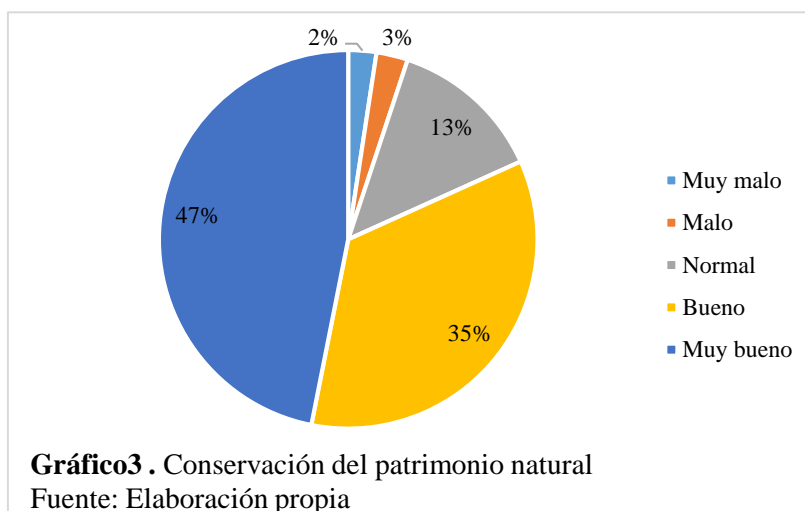
5.1 Calidad de los atractivos y aspectos de la visita

Esta variable consta de diecisiete ítems. Los que se mencionan a continuación responde al objetivo de investigación: Identificar las características de la calidad del servicio que tiene la Isla Santay.

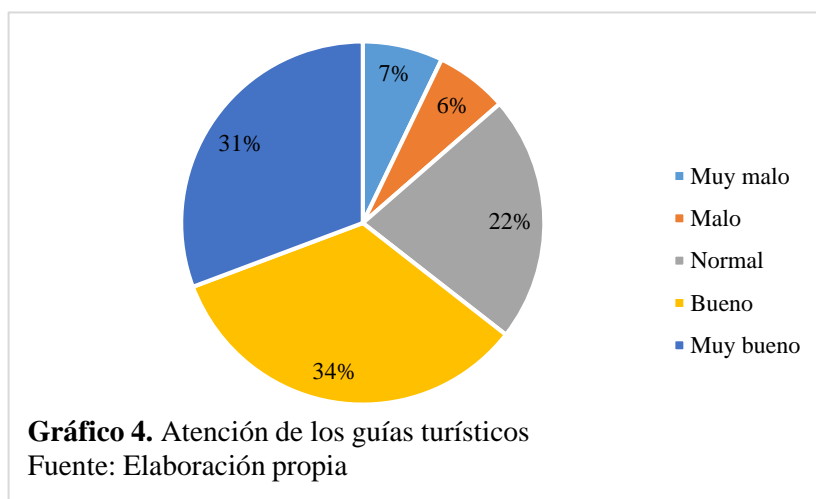
Fuente: Elaboración propia en base a las encuestas



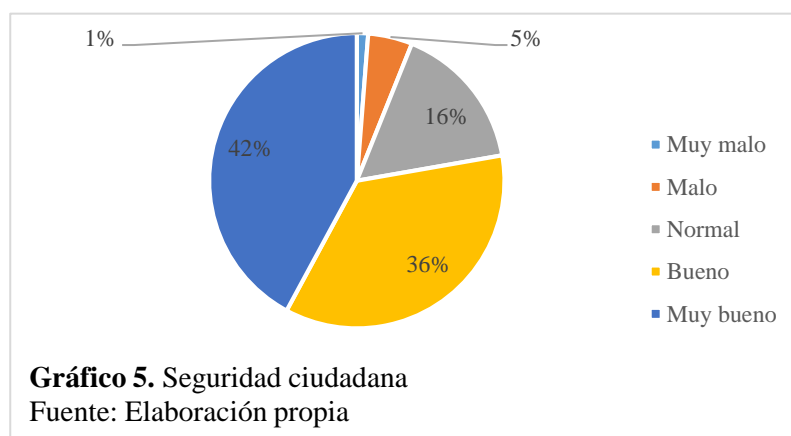
El segundo gráfico responde a la calidad de la belleza paisajística, los encuestados manifestaron con un 62% a muy bueno y un 25% bueno, seguido de porcentajes inferiores 10%, 2% y 1% que corresponde a normal, malo y muy malo.



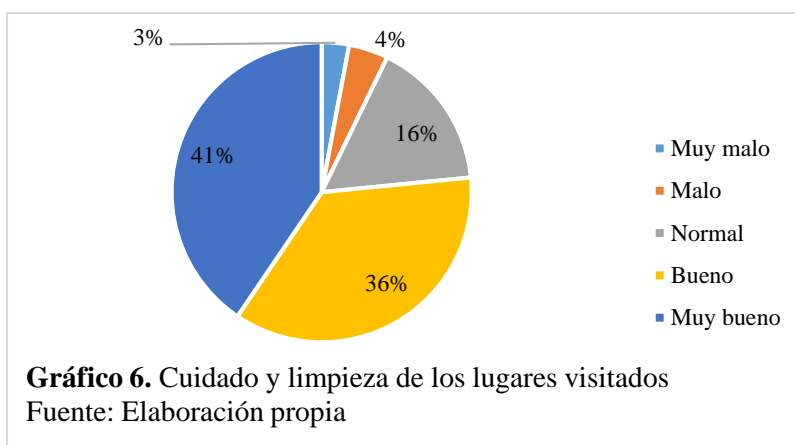
Este gráfico #3 responde a la conservación del patrimonio natural. El 47% y 35% de los encuestados manifestó que la calidad es muy buena y buena respectivamente, el 13% contestó que es normal y el 2% y 3% malo y muy malo. Por otro lado, el 2.6% no contestó la pregunta.



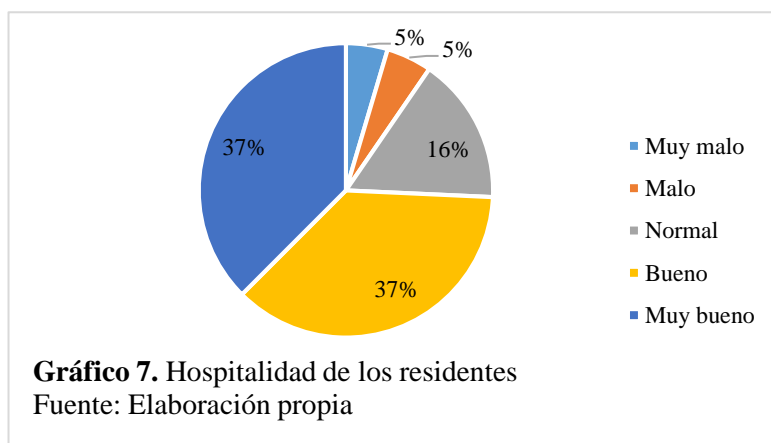
El gráfico # 4 muestra la atención y variedad del restaurante. El 28% y 25% de los encuestados manifestaron que la calidad del restaurante es buena y normal, seguido de un 22% que manifestó que es muy bueno. Por último, el 13% de los encuestados indicaron que es malo y otro 12% indicaron que es muy malo. Tan solo un 4.5% no contestó la pregunta.



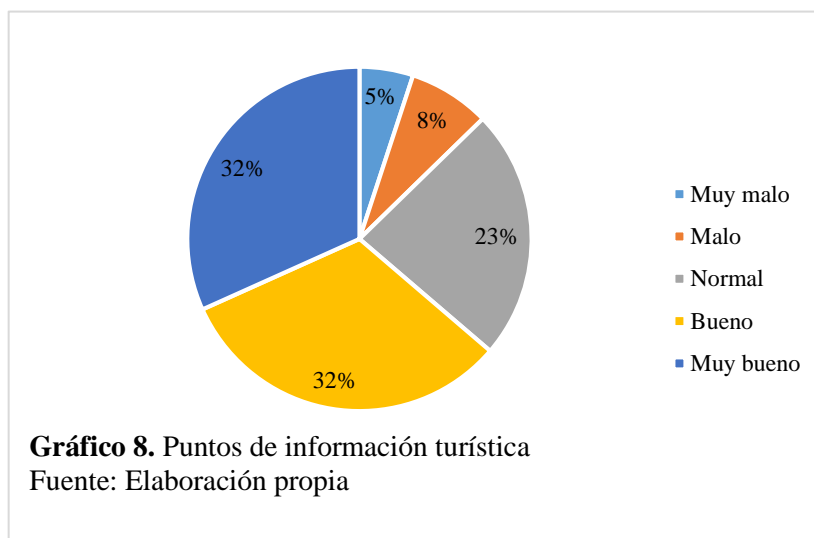
El siguiente enunciado (Gráfico # 5) responde a la calidad de la seguridad ciudadana. Los encuestados dijeron que es muy buena con un 42% y buena con un 36%, un 16% contestó que es normal, por último, un 5% manifestó que es malo y el 1% muy malo. Un 1.6% no respondió esta pregunta.



El gráfico # 6 responde al cuidado y limpieza de los lugares visitados. El 41 % de los encuestados manifestó que es muy bueno, otro 36% manifestó que es bueno, seguido de normal con un 16% mientras que el 3% y 4% de los encuestados indicaron que es muy malo y malo. Por otro lado, un 1.4% no contestó la pregunta.



En cuanto a la hospitalidad de los residentes (Gráfico # 7), los encuestados respondieron que era muy bueno y bueno en un 37%, mientras que el 16% indicaron que es normal, finalmente el 5% de los encuestados dijeron que era malo y otro 5% muy malo. Un 10% de los turistas encuestados optaron por no responder la pregunta.



El gráfico #8 responde a la calidad de los puntos de información turística que posee la Isla Santay. Los encuestados respondieron con un 32% bueno y otro 32% muy bueno, seguido de normal con un 23% y porcentajes inferiores para malo y muy malo con 8% y 5%. Solo el 3.6% no contestó esta pregunta.

5.2. Medio por el que se conoce la existencia de la Isla Santay como destino turístico

Esta variable responde al objetivo de investigación: Identificar las fuentes de información que tiene la Isla Santay.

Tabla 2. Medio por el que se conoce la existencia de la Isla Santay como destino turístico

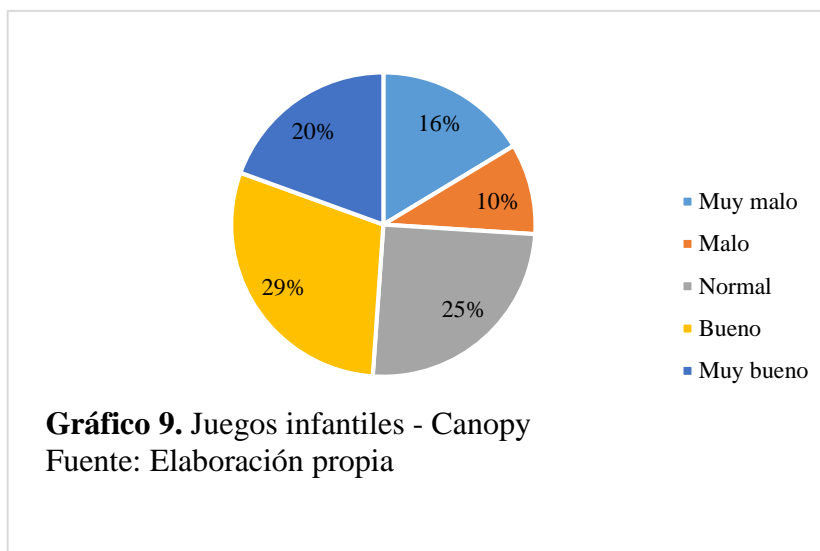
Medios	Frecuencia	Porcentaje
Recomendación por agencia de viajes	72	6,7
Recomendación de amigos y familiares	450	42,1
Experiencia propia de visita previa	125	14,6
Folletos turísticos	55	5,1
Anuncios en los medios de comunicación	203	18,0
Recomendación de redes sociales (Facebook, twitter, etc.)	87	8,1
Información encontrada en Internet	77	7,0
Total	1069	100

Fuente: Elaboración propia

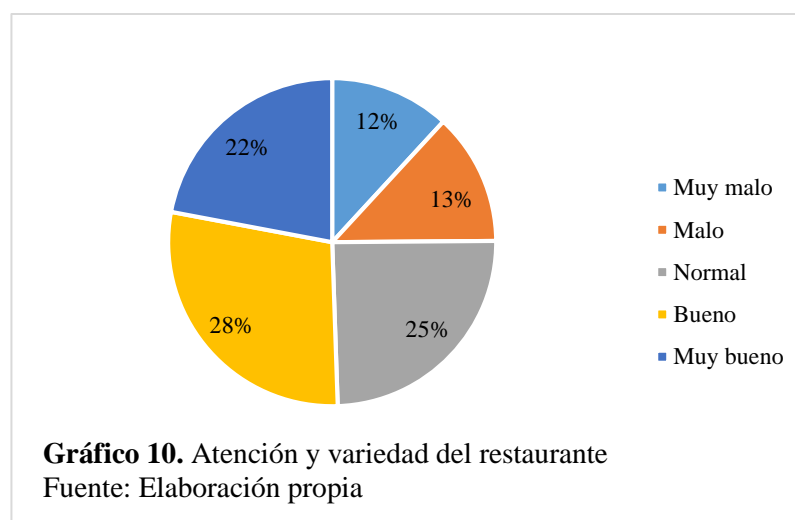
Esta tabla # 2 muestra el medio por el que se conoce la existencia de la Isla Santay como destino turístico. De acuerdo a la muestra de turistas encuestados, el 42,1% manifestó que conocen Santay por recomendación de amigos y familiares, seguido de un porcentaje inferior los anuncios en los medios de comunicación con 18%, el 14,6% indicó que conoce la isla por experiencia propia de la visita previa, con un 8,1% la recomendación de las redes sociales, seguido de la información que se encuentra en Internet con el 7%, finalmente con porcentajes bajos se obtuvo que el 6,7% tiene información de Santay por medio de las recomendaciones de las agencias de viajes y un 5,1% a través de folletos turísticos.

5.3 Instalaciones de confort y entretenimiento

Los siguientes aspectos de visita responden al objetivo de investigación: Identificar las instalaciones de confort y el tipo de entretenimiento que tiene la Isla Santay. Para ello se encuestó sobre los juegos infantiles, atención y variedad del restaurante, Infraestructuras: puentes, pasarelas, etc., kioscos de bebidas y refrigerios, paseo en bote, servicio de transporte fluvial, compras de interés: artesanía, productos tradicionales de la zona, etc., alquiler de bicicletas, centro de interpretación, cocodrilera. Fuente: Elaboración propia en base a las encuestas.

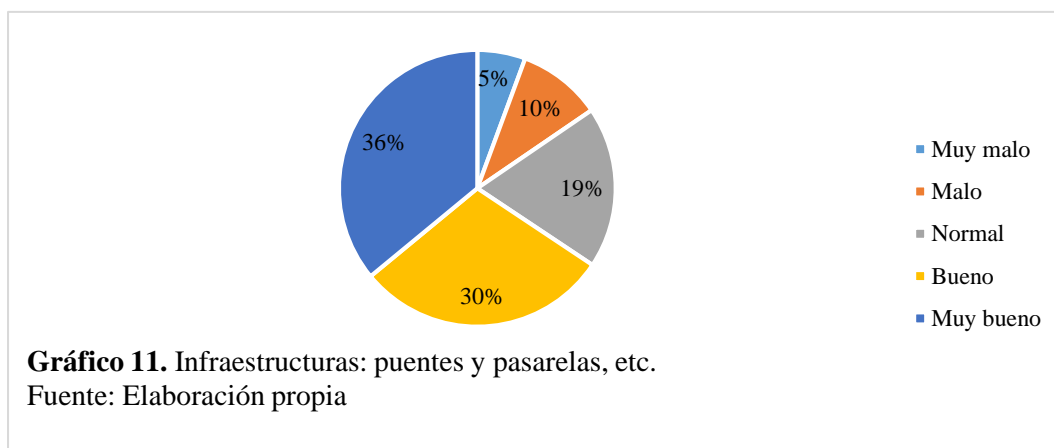


El gráfico #9 responde a la calidad de los juegos infantiles – Canopy. El 20% de los encuestados indicaron que los juegos son buenos, el 29% de los encuestados indicaron que son muy buenos, seguido de un 25% para normal. Además, un 16% que consideran que son muy malos y un 10 % malo. Por otra parte el 36% de los encuestados decidieron no responder la pregunta.

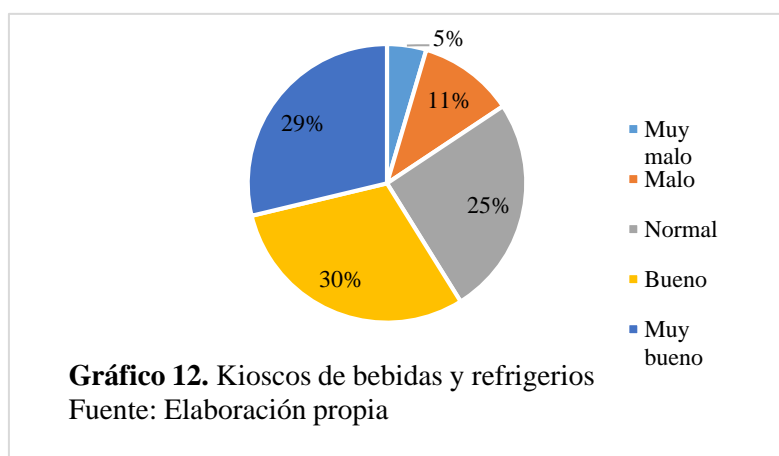


Este enunciado responde a la atención y variedad del restaurante (Gráfico # 10) . El 28% y 25% de los encuestados manifestaron que la calidad del restaurante es buena y normal, seguido de un 22% que manifestó que es muy bueno. Por último, el 13% y 12%

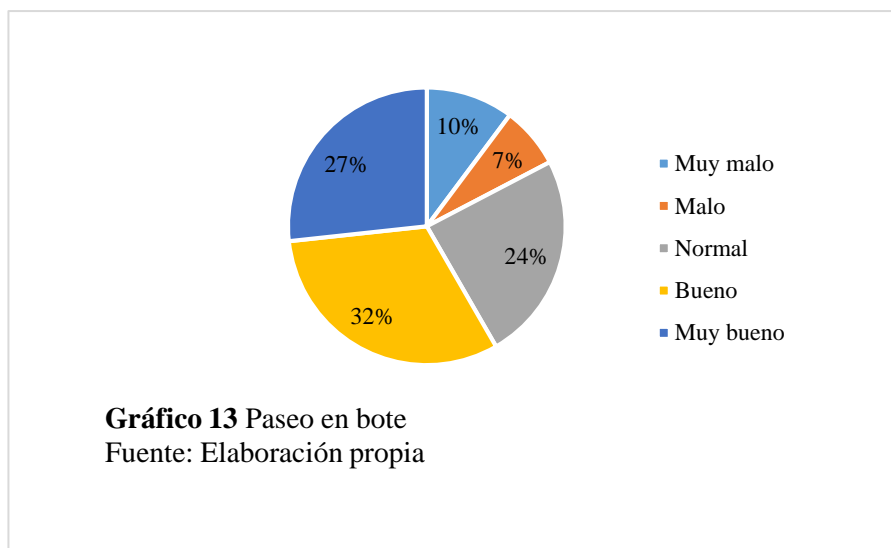
indicaron que es malo y muy malo. Inclusive el 4.5% de los encuestados no respondió a esta pregunta.



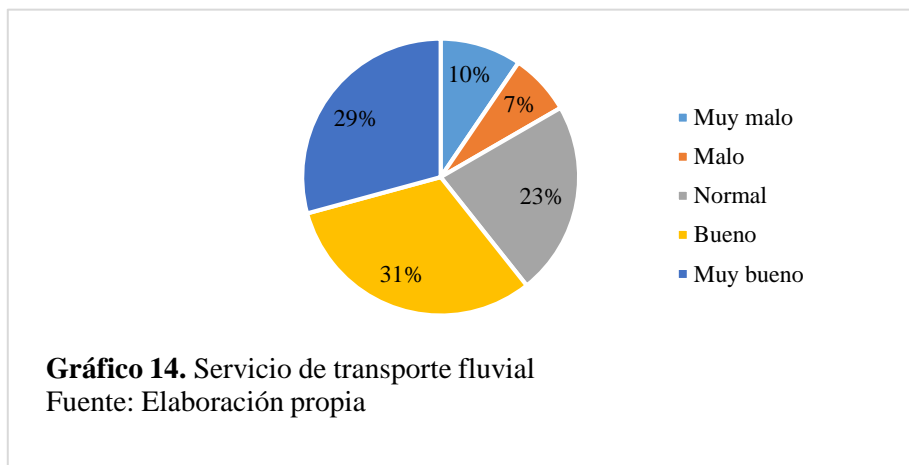
Este ítem responde a la calidad de las infraestructuras como pasarelas, puentes, etc. (Gráfico # 11) El 36% de los encuestados manifestaron que es muy bueno, mientras que el 30% manifestaron que es bueno, seguido del 19% que dijeron que es normal. Finalmente, el 10% y 5% consideraron que es malo y muy malo respectivamente. Un 2% decidió no responder la pregunta.



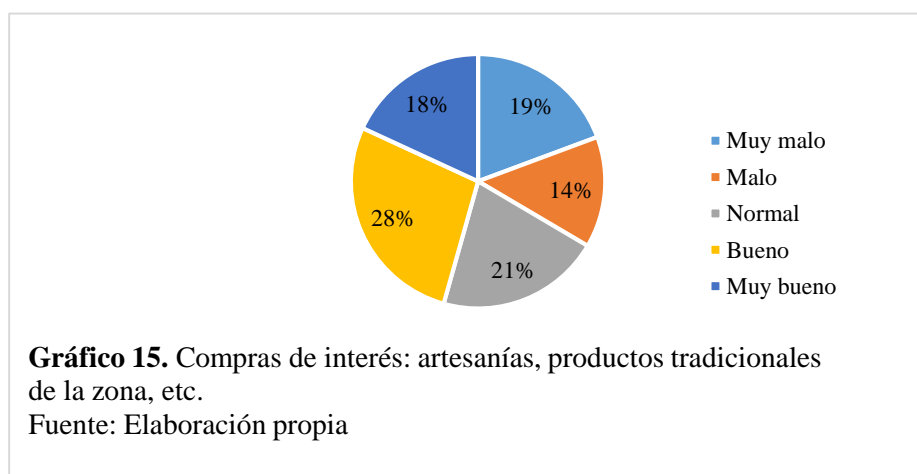
El gráfico # 12 responde a la calidad de los kioscos de bebidas y refrigerios de la Isla Santay. El 30% y 25% de los encuestados indicaron que son buenos y muy buenos, seguido de un 25% que manifestaron que la calidad es normal. Finalmente, un 11% y 5% que corresponde a malo y muy malo. El 5.6% de los encuestados no respondieron la pregunta.



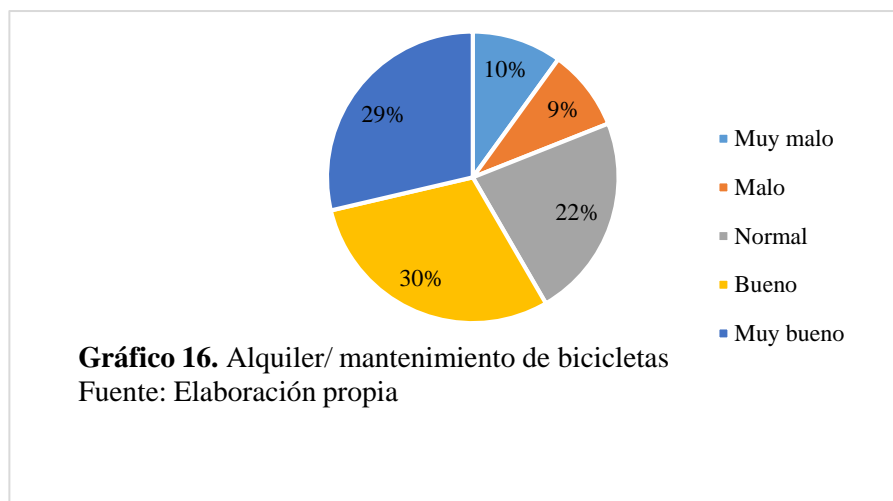
El siguiente gráfico # 13 responde a la calidad del paseo en bote. Los encuestados respondieron con un 59% a muy bueno y bueno respectivamente, seguido de normal con un 24%. Además de un 10% y 7% de los encuestados que indicaron que el paseo en bote es muy malo y malo respectivamente. Solo un 33% decidió no responder la pregunta.



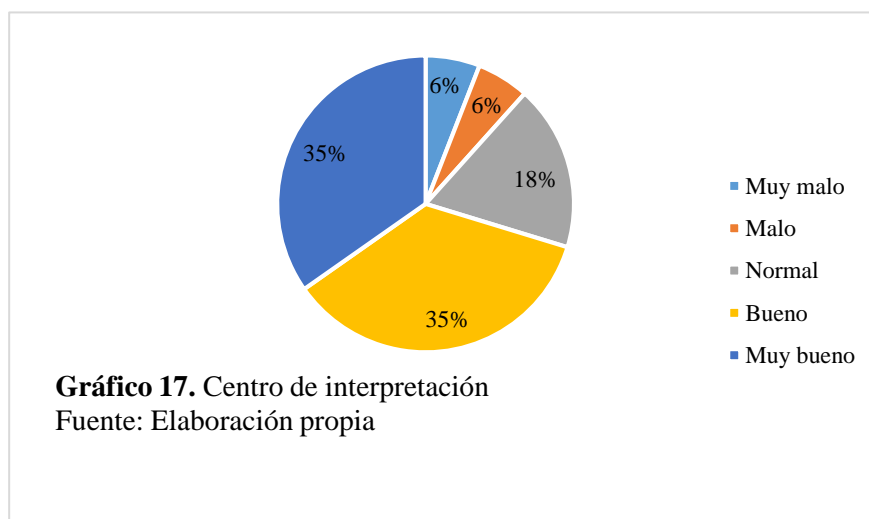
Este gráfico #14 responde a la calidad del servicio del transporte fluvial. El 60% de los encuestados dijeron que el transporte fluvial es bueno y muy bueno, seguido de normal con un 23%. Por último, los turistas encuestados consideran que es muy malo con un 10% y malo con un 7%. Solo el 20.3% decidió no contestar esta pregunta.



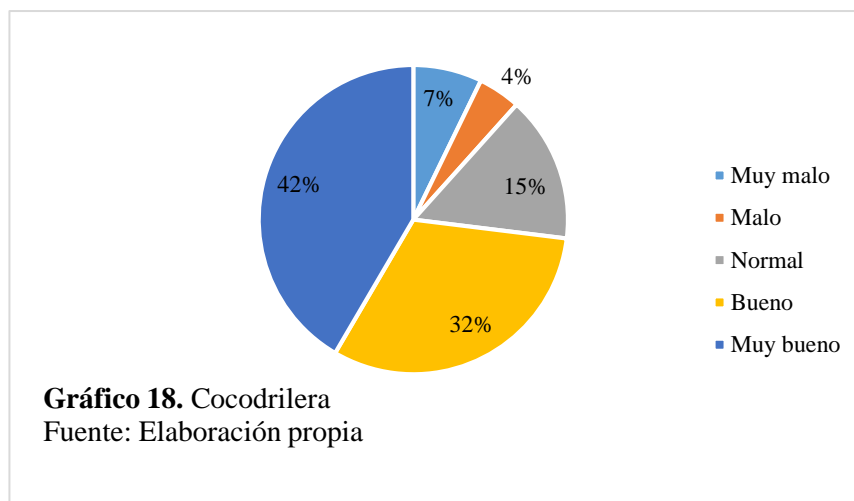
Las compras de interés: artesanías, productos tradicionales de la zona, etc. (Gráfico # 15) Los turistas encuestados consideraron que la calidad de las artesanías es muy buena con un 18% y buena con un 28%, seguido de normal con un 21%, a diferencia del resto de encuestados que manifestaron que es muy malo con un 19% y malo con un 18%. Solo el 15% de los encuestados optaron por no contestar esta pregunta.



En cuanto al alquiler y mantenimiento de bicicletas (Gráfico #16). Los encuestados manifestaron que la calidad es bueno y muy bueno con un 30% y 29%, seguido de normal con un 22%. Por último, con porcentajes inferiores para muy malo 10% y malo 9%. Tan solo el 12.8% de los encuestados prefirieron no contestar la pregunta.



Este enunciado responde a la calidad del centro de interpretación. (Gráfico #17) Los encuestados manifestaron que es muy bueno con un 35% y bueno con otro 35%, seguido de normal con un 18%, por otro lado, el 6% de los encuestados dijeron que es malo y otro 6% muy malo. Tan solo el 6.8% de los turistas no respondieron la pregunta.



Este último gráfico # 18 responde a la calidad de la cocodrilera. El 42% de los encuestados dijeron que es muy bueno, mientras que el 32% dijeron que es bueno, seguido de normal con un 15% y por último muy malo con un 7% y malo con un 4%. Sin embargo, el 5.2% de los encuestados no contestaron la pregunta.

6. Discusión de resultados

Una vez presentado los resultados que arrojaron las encuestas, se ha procedido a analizarlos desde la calidad del servicio, que según Sánchez, Díaz y Bethencourt (1998) se es un concepto dinámico que guarda relación con la percepción de cada individuo. Además de ser un objetivo estratégico para competir en el mercado.

Concerniente a los resultados encontrados en la variable de la calidad de los atractivos de la Isla Santay, se halló que la belleza paisajística es muy buena con un 62% dejando a los turistas muy satisfechos, la conservación del patrimonio natural con un 47%. En cuanto al factor humano sobre la atención de los guías turísticos, los encuestados no se mostraron muy satisfechos puesto que solo el 22% manifestaron que es muy bueno, algo similar ocurrió en los resultados arrojados en la investigación realizada por Peña (2015). La teoría que propone Devesa y Palacios (2005) se menciona que el nivel de satisfacción está

determinado en gran parte por el factor humano y que el excelente servicio está en la comprensión y respuesta a las expectativas de los clientes (Parasuraman, Berry & Zeithmal,1991).

En cuanto al medio por el que más se conoce a la Isla Santay como destino turístico los encuestados indicaron que es a través de las recomendaciones de amigos y familiares con un 42,1%, a diferencia de la información que se puede encontrar en las redes sociales, medios de comunicación, recomendación de la agencia de viajes. Inclusive llama la atención que el 14,6% de los encuestados conocieron a la Isla Santay por la experiencia en una visita previa, en efecto son pocos los turistas que han regresado por una segunda o tercera ocasión a Santay. Este contraste de porcentajes tiene que ver con el auge de visitas que tuvo la Isla Santay en junio de 2014 con la inauguración del puente ciclo peatonal, donde los turistas acudían entre grupo de amigos y familiares, dando a conocer este destino a través del “boca en boca” incentivando a conocidos a visitar la Isla Santay. Pero a lo largo del año 2015 el número de ingreso de visitantes disminuyó en un 31% y así mismo en el 2016 tal como se detalla en el planteamiento del problema de esta investigación.

Entre las dimensiones de la calidad de Parasuraman, Zeithaml & Berry (1985) se encuentra la seguridad como inexistencia de peligro, material de comunicación, capacidad de respuesta, atención, consideración y respeto del personal. Los turistas se mostraron medianamente satisfechos con la calidad de los siguientes aspectos de la Isla Santay: Seguridad ciudadana con un 42%, cuidado y limpieza de los lugares visitados con un 42%, hospitalidad de los residentes con un 41% y puntos de información turística con un 37%. A diferencia de los resultados del año 2015 estos aspectos dejaron muy satisfechos a los visitantes entre un 55% y 76%.

Con referencia a las instalaciones de confort y tipo de entretenimiento que ofrece la Isla Santay se menciona el porcentaje de turistas que consideran que la calidad de estos aspectos

es muy buena. Juegos infantiles solo un 20%, atención y variedad del restaurante 22%, infraestructuras, puentes y pasarelas con un 36%, kioscos de bebidas y refrigerios con un 29%, paseo en bote 27%, servicio de transporte fluvial 29%, compras de interés como artesanías y productos tradicionales con un 18%, alquiler/ mantenimiento de bicicletas con un 29%, centro de interpretación con un 35% y finalmente la cocodrillera con un 42%.

Es evidente que los turistas no valoran como un servicio de calidad lo que ofrece la Isla Santay, esto guarda relación con la disminución de los visitantes e ingresos económicos para la comunidad de San Jacinto.

Según las teorías de la calidad propuestas por López & Serrano (2000) y Pine & Gilmore, 1999; Citado en Savi & Gonçalves (2016), para ofrecer un buen servicio las instalaciones deben estar sin daño alguno, ofrecer seguridad, ser atractiva y cómoda para el turista; así mismo el entretenimiento, debe conectarse a través de los sentidos del turista generándole tranquilidad, relajación y sobre todo satisfacción.

En relación a los hallazgos en el 2015, el nivel de satisfacción y calidad ha ido en declive.

7. Conclusiones

En general, los atractivos naturales y paisajes de la Isla Santay, dejan muy satisfechos a los turistas, pero en cuanto al servicio que se ofrece, hay aspectos de la visita, instalaciones y entretenimiento que no logran cubrir las expectativas del turista sobre la visita a este destino turístico.

El número de turistas que ingresan a Santay disminuyeron en relación al año 2014 y 2015 según reporte del Ministerio de Ambiente, a pesar de que aún no hay un análisis estadístico acerca del registro de los visitantes en el 2016, una de las razones porque las visitas disminuyeron fue por los daños reportados en las camineras en el mes de junio, lo que impedía el ingreso de los visitantes en especial a los que iban en bicicletas.

Otra razón por la que las visitas han disminuido, es porque los turistas no valoran el servicio que reciben en la Isla Santay como un servicio de calidad, según los resultados que arrojaron las encuestas los turistas no se encuentran satisfechos en cuanto a la atención que brindan los guías turísticos, no hay un acercamiento de parte de ellos hacia el turista, la variedad en el restaurante es escasa, hay algunas actividades de entretenimiento que pasan desapercibidas por parte del turista como por ejemplo: paseo en bote, los juegos infantiles de canopy y en ciertos casos el centro de interpretación. Según el resultado de la encuesta los turistas conocen de Santay como destino turístico por recomendación de amigos y familiares, a través del “boca en boca” que, así como puede ayudar a atraer y retener turistas cuando han pasado por una experiencia positiva, también puede darse lo contrario que el turista pierda la motivación por visitar la Isla Santay cuando ha tenido una experiencia que no ha superado sus expectativas y/o que ha sido negativa.

Se identifica la falta preparación o conocimiento entre los habitantes de la comunidad para dar a conocer los atractivos de la Isla Santay con calidad de servicio. Es evidente que se necesita un apoyo constante por parte del Ministerio de Ambiente y

Ministerio de Turismo para que la Isla Santay se convierta en el destino preferido de los turistas al momento de tener un contacto con la naturaleza.

La Isla Santay es un lugar de mucha importancia para la ciudad de Guayaquil, puesto que se trata de un humedal sitio Ramsar de reconocimiento internacional. Si no hay ingreso de turistas al lugar, traerá como consecuencia la reducción de los ingresos económicos para los comuneros de San Jacinto, su bienestar y calidad de vida bajará, y no sólo eso sino también el cuidado y protección del medio ambiente y no se estaría llevando a Santay a mantenerse como un Área Nacional Recreativa Protegida.

Lo que se busca es que el turista valore este sitio, como un lugar donde se conserva la flora y fauna y que esté dispuesto a contribuir económicamente cada vez que realice una visita a la Isla Santay.

8. Recomendaciones

Definitivamente es necesario una mejora de la oferta turística, una oferta que esté compuesta de parámetros de calidad de servicio, desde cómo recibir a los visitantes, cómo presentarse, cómo mantener las instalaciones de confort en buen estado, así como ofrecer actividades de recreación y entretenimiento tanto para adultos como para niños. Que los comuneros, así como los guías turísticos, sean conscientes de la importancia de brindar servicio de calidad, por medio de capacitaciones sobre las actividades productivas y ambientales. Es necesario que se dé a conocer al turista por qué es importante la Isla Santay y por qué se considera un sitio Ramsar.

Sería bueno que al momento de ingresar a Santay se organicen grupos, liderados por un guía o alguien de la comunidad que desee participar en la actividad, sobre todo para aquellos turistas que visitan la isla por primera vez; se les haga un recorrido por los senderos, centro de interpretación, restaurante, artesanías.

Ofrecer en paquetes turísticos en la ciudad de Guayaquil, un día para visitar la Isla Santay, incluso promocionar en redes sociales, a través de publicaciones constantes, fotos, videos, utilizando hashtags referentes a la Isla Santay.

Las eco aldeas llaman mucho la atención de los turistas, sería interesante exponer una eco aldea “modelo” donde se muestren sus tradiciones, costumbres, formas de vivir y exista un acercamiento de parte del turista hacia el comunero de Santay.

Todas estas recomendaciones se las hace para que la Isla Santay pueda convertirse en el lugar preferido por los turistas por la conservación de su integridad ecológica y biodiversidad de los ecosistemas, además de potenciar un desarrollo equitativo que beneficie a la comunidad.

Referencias

- Andrade, D., & Aguas, W. (2011). Manual de buenas prácticas de turismo comunitario. *Red Solidaria de Turismo de la Ribera del Río Napo*. 34-37.
- Baker, D.A., y Crompton, J.L. (2000). Quality, satisfaction and behavioral intentions. *Annals of tourism research*, 27(3), 785-804.
- Bethencourt, M., Díaz, F.M., González, M.O. & Sánchez, J. (2005). La medición de la calidad de los servicios prestados por los destinos turísticos: el caso de la Isla de La Palma. *PASOS: Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 3 (2), 265-272
- Devesa, M., Laguna, M. & Palacios, A. (2010). Motivación, satisfacción y lealtad en el turismo: el caso de un destino de interior. *REME*, 13 (35), 170-182.
- Devesa, M. & Palacios, A. (2005). Predicciones en el nivel de satisfacción percibida por los turistas a partir de variables motivacionales y de valoración de la visita. *Información comercial Española Monthly Edition*, 821, 241-255
- Díaz-Christiansen, S., López-Guzmán, T., & Pérez-Gálvez, J. C. (2016). Motivations and Valued Attributes of Ecotourism in a Natural Protected Area: Santay Island (Ecuador). *Mediterranean Journal of Social Sciences*, 7(3), 240-249
- Duque, E. (2005). Del servicio y sus modelos de medición. *Innovar: Revista de ciencias administrativas y sociales*, 15(25), 64-80.
- FEPTCE Federación Plurinacional de Turismo Comunitario del Ecuador (2010)
Recuperado el 5 de junio de 2016 de FEPTCE:
www.feptce.org/images/stories/contenido/pdfs/estadistico-feptce.pdf
- Hernández, R., Fernández, C. & Baptista, P. (2003) Metodología de la Investigación (3ª ed.). México: McGraw-Hill

- Kravarovich, H. (2015). Identificación de las motivaciones de los turistas que visitan la Isla Santay (Tesis de pregrado). Disponible en Repositorio digital Universidad Casa Grande (Núm. 998).
- Loor, A.(2015) La participación de la comunidad de San Jacinto de Santay de la Isla Santay hacia el turismo (Tesis de pregrado). Disponible en Repositorio digital Universidad Casa Grande (Núm. 997)
- López-Guzmán, T. & Sánchez, S. (2009). Turismo comunitario y generación de riqueza en países en vías de desarrollo: Un estudio de caso en El Salvador. *REVESCO: revista de estudios cooperativos*, (99), 85-103
- López, M., & Serrano, A. (2000). Dimensiones y medición de la calidad de servicio en empresas hoteleras. *Red Revista Colombiana de Marketing*, 1-13
- Organización Mundial del Turismo. (2016). Entender el turismo: Glosario básico. Recuperado el 8 de junio de 2016, de UNWTO:
<http://media.unwto.org/es/content/entender-el-turismo-glosario-basico>
- Organización Mundial del Turismo. (2015). Panorama OMT del turismo internacional. Recuperado el 8 de junio de 2016, de UNWTO:
<http://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284416875>
- Parasuraman, A., Berry, L. L. & Zeithaml, V. A. (1991). Understanding customer expectations of service. *Sloan Management Review*, 32(3), 39-48.
- Peña, V. (2015). Descripción del grado de satisfacción del turista de la Isla Santay e identificación de actividades de turismo comunitario con potencial de desarrollo. (Tesis de pregrado). Disponible en Repositorio digital Universidad Casa Grande (Núm. 994).

- Rodas, M., Donoso, N. U. & Sanmartín, I. (2015). El Turismo Comunitario en el Ecuador: Una revisión de la literatura. *RICIT: Revista Turismo, Desarrollo y Buen Vivir*, 9, 60-78.
- Rodríguez, F., Larrea, M., Ruíz, A., Benítez, V., Nogales, F., Suárez, P., & Guerrero, P. (1995). Caracterización ecológica y socio-económica de la Isla Santay, Guayas, Ecuador. *Eco ciencia*. Quito, 115-130
- Ruiz, E., Hernández, M., Coca, A., Cantero, P., & Del Campo, A. (2008). Turismo comunitario en Ecuador. Comprendiendo el community-based tourism desde la comunidad. Pasos. *Revista de turismo y patrimonio cultural*, 6(3), 399-418.
- Sánchez, J., Díaz, F., & Bethencourt, M. (1998). La Mejora de la Competitividad como Objetivo de la Política Turística Canaria: Especial Referencia al Caso de Tenerife. I Seminario de Economía Canaria. Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales. Universidad de La Laguna, 265
- Savi, T., & Gonçalves, G. (2016). Atributos de la calidad de servicios en atractivos turísticos. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 25, 124-142

Anexos