



UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DEL ECUADOR

CARRERA DE GESTIÓN TURÍSTICA Y MEDIO AMBIENTE

TRABAJO PARA LA TITULACIÓN DE:

INGENIERÍA EN TURISMO Y MEDIO AMBIENTE

**TEMA: NIVEL DE INFORMACIÓN TURÍSTICA Y CALIDAD DEL
SERVICIO QUE PRESTA LA COOPERATIVA DE
TRANSPORTE “CATAMAYO EXPRESS”.**

AUTORA: MARIELA CRISTINA CELI SÁNCHEZ

**DIRECTORA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN:
MGS. JÉSSICA DEL CISNE MACAS ROMERO**

LOJA, SEPTIEMBRE DE 2019

DECLARACIÓN DE AUTORÍA

Yo, Mariela Cristina Celi Sánchez declaro bajo juramento, que el trabajo aquí descrito es de mi autoría; que no ha sido presentado anteriormente para ningún grado o calificación profesional y que se ha consultado la bibliografía detallada.

Cedo mis derechos de propiedad intelectual a la Universidad Internacional del Ecuador, para que sea publicado y divulgado en internet, según lo establecido en la Ley de Propiedad Intelectual, reglamento y leyes.



Mariela Cristina Celi Sánchez

CERTIFICACIÓN DE AUTORÍA

Yo, Jéssica del Cisne Macas Romero certifico que conozco al autor del presente trabajo siendo él responsable exclusivo tanto de su originalidad y autenticidad, como de su contenido.

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Jéssica del Cisne', written over a horizontal line.

Jéssica del Cisne Macas Romero, MSc.

DEDICATORIA

Dedico esta tesis a mis padres; Mariela y René por su esfuerzo, sacrificio y por el apoyo que a diario me brindan, por su lucha constante, por ser mi ejemplo y sobre todo por la motivación para que pueda alcanzar mis metas propuestas.

A mis hermanos, ya que gracias a sus aportes y sus palabras de aliento, lo complicado de lograr esta meta se ha notado menos.

AGRADECIMIENTO

Son muchas las personas especiales a las que me gustaría agradecerles por el amor, la amistad y el apoyo que me brindaron incondicionalmente en las diferentes etapas de mi vida, algunas de ellas siguen presentes y otras permanecen en mis recuerdos y en mi corazón. Doy gracias a Dios y a la Virgencita de El Cisne por bendecirme y guiar mi camino. A mis padres y hermanos por ser el pilar fundamental en mi vida. A mis amigas por apoyarme y animarme a seguir siempre adelante.

Hago presente mi agradecimiento a la Universidad Internacional del Ecuador; en particular a la Carrera de Gestión Turística y Medio Ambiente, a mis distinguidos docentes, Daniela Trelles, Michael Vite, Pablo Abrigo y Pedro Álvarez por haberme impartido sus valiosos conocimientos y además haberme brindado su amistad.

A mi directora de Tesis, la Ing. Jéssica Macas quien ha sido mi guía para alcanzar este objetivo; ya que con sus conocimientos, tiempo y paciencia ha hecho posible la culminación de este trabajo.

RESUMEN

El presente trabajo de investigación tiene como finalidad medir el nivel de información turística y calidad de servicio que presta la Cooperativa de Transporte “Catamayo Express”.

En el primer capítulo se realizó la revisión de la literatura y el marco teórico que consiste en recopilar información y analizar las definiciones existentes en el área sobre el objeto de estudio.

El segundo capítulo abarca el primer objetivo específico; “Identificar el nivel de calidad de servicio al cliente por parte del personal que está en contacto directo con el usuario”. Para su cumplimiento se utilizaron métodos como el analítico sintético, la técnica de observación directa y herramientas como la entrevista y la encuesta.

El tercer capítulo es “Determinar si existe una cultura turística en el personal que labora en la empresa”. Los métodos utilizados fueron: el histórico, comparativo y explicativo. Entre las técnicas y herramientas, al igual que en el primer objetivo, se utilizó la observación directa y la entrevista.

Finalmente, el capítulo cuatro corresponde a “Definir las estrategias a implementar para la mejora del servicio”. Se utilizaron dos técnicas: el análisis FODA y el FODA estratégico, que permitieron identificar las estrategias a plantear para mejorar el servicio de la cooperativa.

Se concluye que “Catamayo Express” es una empresa posicionada en el mercado, que cuenta con personal que se encuentra en condiciones de brindar un buen servicio, aunque no han sido previamente capacitados por la empresa, si no que han desarrollado esta capacidad gracias a los años de servicio en el sector.

ABSTRACT

The purpose of this research work is to measure the level of tourist information and quality of service provided by the Transport Cooperative “Catamayo Express”.

In the first chapter, the literature and theoretical framework were reviewed to collect information and analyze existing definitions in the area on the object of study.

The second chapter covers the first specific objective; "Identify the level of quality of customer service by staff who are in direct contact with the user". Methods such as synthetic analytics, direct observation technique and tools such as interviewing and surveying were used for compliance.

The third chapter is "Determining if there is a tourism culture in the staff working in the company". The methods used were: historical, comparative and explanatory. Among the techniques and tools, as in the first objective, direct observation and interviewing were used.

Finally, chapter Four corresponds to "Defining the strategies to be implemented for service improvement". Two techniques were used: the FODA analysis and the strategic SWOT, which allowed to identify the strategies to be proposed to improve the service of the cooperative.

It is concluded that "Catamayo Express" is a company positioned in the market, which has staff who are able to provide a good service, although they have not been previously trained by the company, but have developed this capacity thanks to years of service in the sector.

ÍNDICE DE CONTENIDO

NIVEL DE INFORMACIÓN TURÍSTICA Y CALIDAD DEL SERVICIO QUE PRESTA LA COOPERATIVA DE TRANSPORTE CATAMAYO EXPRESS.	1
INTRODUCCIÓN	2
OBJETIVOS	5
Objetivo general	5
Objetivos específicos	5
1. REVISIÓN DE LA LITERATURA	6
1.1 Antecedentes	6
1.1.1 Ubicación geográfica:	6
1.1.2 Ubicación política:	6
1.1.3 Macro y micro localización del cantón Catamayo	7
Figura 1. Microlocalización del cantón Catamayo	8
Figura 2. Macrolocalización del cantón Catamayo	8
1.1.1. Características edafoclimáticas	9
1.1.4 Zonas de vida	9
1.1.5 Situación económica	9
1.1.6 Turismo en Catamayo	10
1.1.7 Transporte	11
1.1.8 Historia y datos generales de la Cooperativa de transportes Catamayo.	12
1.2 Marco teórico	14
1.2.1 Análisis:	14
1.2.2 Análisis FODA:	14
1.2.3 Atractivo turístico:	15
1.2.3.1 Atractivo Turístico:	15
1.2.4 Actividad turística:	16
1.2.5 Alojamiento:	16
1.2.6 Calidad:	16
1.2.7 Capacitación:	16
1.2.8 Choferes:	16
1.2.9 Componentes del transporte público:	17
1.2.10 Consumo turístico:	17
1.2.11 Contaminación Ambiental:	17

1.2.12	Corredor turístico:	17
1.2.13	Coste de oportunidad:	18
1.2.14	Datos cuantitativos:	18
1.2.15	Datos cualitativos:	18
1.2.16	Demanda:	18
1.2.17	Destino:	19
1.2.18	Entorno habitual:	19
1.2.19	Frecuencias:	19
1.2.20	Gasto turístico:	19
1.2.21	Información turística:	19
1.2.22	Oferta:	20
1.2.23	Oferta turística:	20
1.2.24	Método científico:	20
1.2.25	Optimización de rutas:	20
1.2.26	Pasajero:	21
1.2.27	Servicio:	21
1.2.28	Sistema de Transporte Público de Pasajeros:	21
1.2.29	Transporte:	21
1.2.30	Transporte público:	22
1.2.31	Transporte terrestre automotor:	22
1.2.32	Turismo:	23
1.2.33	Turismo:	23
1.2.34	Turista:	23
1.2.35	Usuarios:	23
1.2.36	Vialidad:	24
1.2.37	Viajero:	24
2.	IDENTIFICAR EL NIVEL DE CALIDAD DE SERVICIO AL CLIENTE POR PARTE DEL PERSONAL QUE ESTÁ EN CONTACTO DIRECTO CON EL USUARIO.	25
	Tabla 1. Entrevista	27
	Gráfico 1. EDAD	30
	Gráfico 2. GÉNERO	30
	Gráfico 3. NIVEL DE INSTRUCCIÓN	31
	Gráfico 4. IDIOMAS	31

Gráfico 5. RESIDENCIA	32
Gráfico 6. PREGUNTA N°6	33
Gráfico 7. PREGUNTA N°7	33
Gráfico 8. PREGUNTA 7	34
Gráfico 9. PREGUNTA N°10	35
Gráfico 9. PREGUNTA N°10	35
Gráfico 10. PREGUNTA N° 11	36
2.1. Interpretación de resultados	37
3. DETERMINAR SI EXISTE UNA CULTURA TURÍSTICA EN EL PERSONAL QUE LABORA EN LA EMPRESA.	39
Gráfico 11. CULTURA TURÍSTICA - CATAMAYO	41
Gráfico 12. CULTURA TURÍSTICA- LOJA	42
Gráfico 13. PREGUNTA N°1	43
Gráfico 14. PREGUNTA N°2	44
Gráfico 15. PREGUNTA N° 3	44
Gráfico 16. PREGUNTA N°4	45
Gráfico 17. PREGUNTA N°5	46
Gráfico 18. PREGUNTA N° 8	47
Gráfico 19. PREGUNTA N° 9	47
3.1. Interpretación de resultados	48
4. DEFINIR LAS ESTRATEGIAS A IMPLEMENTAR PARA LA MEJORA DEL SERVICIO.	49
4.1. Análisis FODA de la cooperativa de transporte “Catamayo Express”	51
Tabla 2. Análisis FODA de la Cooperativa de Transporte Catamayo Express.	52
Tabla 3. Matriz de Confrontación	55
5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	59
5.1. CONCLUSIONES	59
5.2. RECOMENDACIONES	61
6. BIBLIOGRAFÍA	62

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Microlocalización del cantón Catamayo	8
Figura 2. Macrolocalización del cantón Catamayo.....	8

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Entrevista	27
Tabla 2. Análisis FODA de la Cooperativa de Transporte Catamayo Express.	52
Tabla 3. Matriz de Confrontación	55
Tabla 4. Orden de actuación de variables	56
Tabla 5. Estrategias identificativas	58

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1. EDAD	30
Gráfico 2. GÉNERO	30
Gráfico 3. NIVEL DE INSTRUCCIÓN	31
Gráfico 4. IDIOMAS	31
Gráfico 5. RESIDENCIA.....	32
Gráfico 6. PREGUNTA N°6.....	33
Gráfico 7. PREGUNTA N°7	33
Gráfico 8. PREGUNTA 7	34
Gráfico 9. PREGUNTA N°10	35
Gráfico 10. PREGUNTA N° 11	36
Gráfico 11. CULTURA TURÍSTICA - CATAMAYO	41
Gráfico 12. CULTURA TURÍSTICA- LOJA	42
Gráfico 13. PREGUNTA N°1	43
Gráfico 14. PREGUNTA N°2	44
Gráfico 15. PREGUNTA N° 3.....	44
Gráfico 16. PREGUNTA N°4.....	45
Gráfico 17. PREGUNTA N°5.....	46
Gráfico 18. PREGUNTA N° 8.....	47
Gráfico 19. PREGUNTA N° 9.....	47

**NIVEL DE INFORMACIÓN TURÍSTICA Y CALIDAD DEL SERVICIO
QUE PRESTA LA COOPERATIVA DE TRANSPORTE CATAMAYO
EXPRESS.**

INTRODUCCIÓN

Este trabajo de investigación tiene como finalidad analizar el nivel de información turística y la calidad de servicio que presta la Cooperativa de Transporte Catamayo Express, a través del personal que está en contacto directo con el turista.

El transporte es una actividad del sector terciario, entendida como el desplazamiento de objetos o personas de un lugar (punto de origen) a otro (punto de destino) en un vehículo que utiliza determinada infraestructura (red de transporte).

Según la Organización Mundial del Turismo “el turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos a su entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios y otros” (Turismo O. M., unwto.org)

En la actividad turística, los gastos de quien visita determinado destino turístico no solo se ven reflejados en el alquiler de una habitación, sino que también gran parte de este gasto se ve reflejado en otros servicios como, alimentación, transporte, recreación y actividades diversas.

El transporte fue un instrumento muy importante para que la actividad turística, gracias al desarrollo de medios de comunicación y medios de transporte fue posible llegar a nuevos lugares que con el tiempo se convertirían en destinos turísticos. La transportación turística actualmente es el servicio que alimenta el movimiento de viajar. Por ello es importante que el personal que está en contacto directo con el usuario se encuentre preparado para poder dar información puntual que el turista requiera, sobre todo en temas turísticos.

Catamayo es el valle más fértil y extenso de la provincia de Loja conocido como “Centro de la Región Sur del País” debido a su ubicación estratégica, puesto que es vía de paso a la zona costera y nudo de convergencia entre las principales vías carrozables del país, por lo que se considera como un puerto terrestre del Ecuador, o un corredor turístico. A pesar de que la mayoría de los Catamayenses se dedican a la ganadería y a la agricultura, sobre todo al cultivo de caña de azúcar, el turismo en Catamayo es considerado como uno de los ingresos más significativos para la economía del sector, esto gracias a que este cantón cuenta con un gran potencial turístico por la diversidad de atractivos turísticos y recursos tanto naturales

como culturales, además de su deliciosa gastronomía y el clima privilegiado con el que cuenta. Otro dato muy importante que también hace que Catamayo sea uno de los lugares turísticos más visitados en la provincia de Loja, es la existencia del Aeropuerto “Ciudad de Catamayo” que facilita la accesibilidad de los turistas a nuestra provincia y conectarse de manera rápida con el resto del país.

En cuanto al transporte terrestre público en el cantón Catamayo, existen varias cooperativas de buses, camionetas y taxis, que facilitan la movilización de los turistas dentro y fuera del cantón, una de ellas es la Cooperativa de buses Catamayo Express, la misma que ofrece a diario rutas hacia Loja y a los distintos cantones de la provincia; específicamente, en la ruta Catamayo - Loja los turnos son generalmente cada 15 minutos, en “horas pico” cada 10 minutos y en días feriados cada 5 minutos, lo que hace que sea una empresa muy importante en su mayoría para quienes necesitan movilizarse a diario a la ciudad de Loja por motivo de trabajo o de estudio, por el contrario, los fines de semana y días feriados estas unidades de transporte son usadas principalmente por personas que visitan Catamayo con fines turísticos como por ejemplo a disfrutar de su gastronomía, visitar algún atractivo turístico o hacer uso de la infraestructura turística como lo son las hosterías, hoteles, hostales, etc. y pasar momentos amenos. Razón por la cual el personal que labora en esta empresa debe estar preparado para orientar al turista y ofrecer un servicio de calidad.

En la mayor parte de empresas de transporte no se realiza un análisis de la calidad de servicio que brindan a los usuarios, mucho menos se realizan estudios acerca de que si existe o no una cultura turística en el personal que labora en cada una de las empresas, para conocer si ellos son o no capaces de dar información u orientar a los turistas que hagan uso de su empresa de transporte.

Motivo por el cual esta investigación tiene como objetivo principal determinar el nivel de información turística con el que cuenta el personal que labora en la Cooperativa de Transporte Catamayo Express, además de identificar el nivel de calidad del servicio ofrecido al cliente por parte del personal que está en contacto directo con el usuario y definir estrategias a implementar para la mejora del servicio.

Por lo tanto, es importante preguntarse si mediante la identificación del nivel de información turística y la calidad del servicio que presta la Cooperativa de Transporte

Catamayo Express se podrá mejorar el servicio que esta empresa presta a los usuarios. A su vez tener un conocimiento amplio de las necesidades y comportamientos del personal que labora en la empresa, ya que son quienes llevan a mejorar continuamente el servicio prestado.

Para la realización del presente trabajo se utilizará métodos, técnicas y herramientas que vayan acorde con la naturaleza del problema. Entre ellas: método analítico – sintético, método histórico, deductivo, inductivo, descriptivo, experimental, exploratorio y bibliográfico. Entre las técnicas están la encuesta, entrevista y observación. Como herramienta el FODA estratégico.

Para que ésta investigación tenga buenos resultados es importante tener claro que mediante la utilización de los métodos, técnicas y herramientas antes mencionadas se podrá identificar el nivel de información turística en los colaboradores de la empresa lo que nos permitirá tomar las decisiones pertinentes para mejorar este aspecto mediante la implementación de estrategias como capacitaciones en temas de información turística, en caso de que los resultados sean negativos para la empresa.

OBJETIVOS

Objetivo general

- Determinar el nivel de información turística y calidad del servicio que presta la Cooperativa de Transporte Catamayo Express.

Objetivos específicos

- Identificar el nivel de calidad de servicio al cliente por parte del personal que está en contacto directo con el usuario.
- Determinar si existe una cultura turística en el personal que labora en la empresa.
- Definir las estrategias a implementar para la mejora del servicio.

1. REVISIÓN DE LA LITERATURA

1.1 Antecedentes

1.1.1 Ubicación geográfica:

Según (Martinez, 2016)

“Catamayo, proviene del término del dialecto paltense, formado por dos voces: Catay = aquí y mayu = río. En tal razón su significado es aquí el gran río. El nombre de Catamayo fue dado por los españoles, cuando en agosto de 1546 el capitán Alonso de Mercadillo, fundara en este valle denominado Cangochamba o Garrochamba, la ciudad de la Zarza que fuera la primera fundación de la ciudad de Loja”

Cabecera cantonal: Catamayo

Fundación: 22 de mayo de 1981

Extensión: 649 km²

Latitud: 03°58'00”

Longitud: 79°21'00”

Distancia: desde la ciudad de Loja 36km.

Límites:

- **Al Norte:** con la provincia de El Oro y el cantón Loja.
- **Al Sur:** con los cantones Gonzanamá y Loja.
- **Al Este:** con el cantón Loja.
- **Al Oeste:** con los cantones Chaguarpamba, Olmedo y Paltas.

1.1.2 Ubicación política:

El cantón Catamayo está constituido por 2 parroquias urbanas: Catamayo y San José y 4 parroquias rurales: Guayquichuma, Zambí, el Tambo y San Pedro de la Bendita.

1.1.3 Macro y micro localización del cantón Catamayo

Ecuador es un país mega diverso que cuenta con 4 regiones, región costa, región sierra, región amazónica y la región insular, cada una con sus provincias.

Región Costa: está formado por llanuras fértiles, colinas, cuencas sedimentarias y elevaciones de poca altitud, las provincias que componen esta región son: Esmeraldas, Manabí, Guayas, Santa Elena, Los Ríos, El Oro y Santo Domingo de los Tsáchilas.

Región Sierra: Esta región se caracteriza por sus impresionantes elevaciones montañosas, volcanes y nevados. La conforman 10 provincias; Carchi, Imbabura, Pichincha, Cotopaxi, Tungurahua, Chimborazo, Bolívar, Cañar, Azuay y Loja.

Región Amazónica: las provincias de Sucumbios, Napo, Orellana, Pastaza, Morona Santiago y Zamora Chinchipe conforman esta región.

Región Insular: conformada por el Archipiélago de Galápagos, ubicado a 1000 km de la costa del Ecuador, este archipiélago a su vez está conformado por 15 islas principales, 3 islas más pequeñas y 107 rocas e islotes.

La provincia de Loja, es una de las 24 provincias del Ecuador, situada al sur del país, su capital administrativa es Loja, la cual a su vez es la urbe más grande y la más poblada. Esta provincia está conformada por 16 cantones, uno de ellos es Catamayo, cantón en el cual se está efectuando este trabajo de investigación.

A continuación, en la figura N° 1 podemos observar el mapa de Ecuador, identificando la macro localización del cantón Catamayo en relación a Ecuador.

Figura 1. Microlocalización del cantón Catamayo

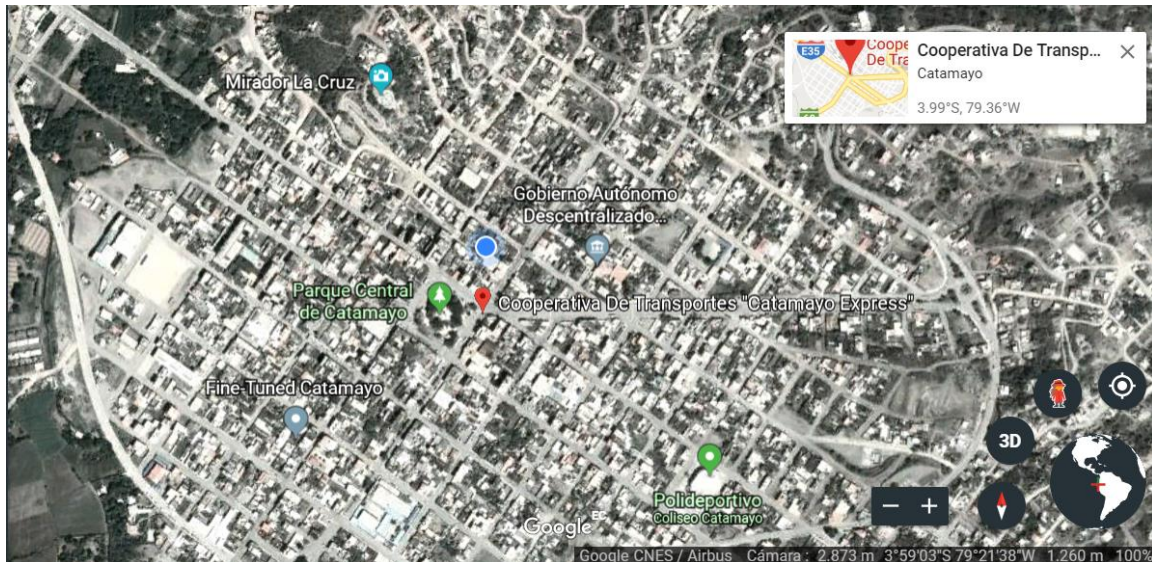


Fuente: Google Earth

Autora: Mariela Cristina Celi Sánchez, 2019

La figura N° 2 nos muestra la ubicación exacta de la empresa en la cual se está realizando el trabajo investigativo, dentro del cantón Catamayo.

Figura 2. Macrolocalización del cantón Catamayo



Fuente: Google Earth

Autora: Mariela Cristina Celi Sánchez, 2019

1.1.1. Características edafoclimáticas

- **Altitud:** Catamayo se encuentra a 1232 m.s.n.m
- **Temperatura:** su temperatura promedio es de 24°C, la cota menor es de 20°C y la mayor de 28°C.
- **Precipitación:** 1000 a 1500 mm por año.
- **Clima:** por ser un valle enclavado en la orografía andina, posee un delicioso clima, cálido seco en la cabecera cantonal y subtropical húmedo en los territorios correspondientes a sus parroquias.
- **Orografía:** la orografía de cantón es bastante irregular, se observan cerros como el Chivato, las Chinchas y las Palmas. Además, encontramos El Capilla Alta, Calchuma, Las Aradas, Santa Ana y Huachichambo.
- **Hidrografía:** sus principales ríos son: el Catamayo y el Guayabal. El río Catamayo tiene como principal afluente el río Sata Ana. El río Guayabal con sus afluentes Gualél, Trapichillo y Arenal.

1.1.4 Zonas de vida

Según (Riascos, 2011)

“El cantón Catamayo constituye el vergel de la provincia de Loja, posee una gran riqueza en lo referente a bosque seco montano, la misma que puede ser divisada en el mismo valle, en las vías que conducen a la costa y la vía Catamayo – Cariamanga; pero todo este agradable paisaje de bosque seco es poco conocido, muy amenazado y mantiene una importancia económica para grandes segmentos de la población, suministrando productos maderables y no maderables para subsistencia y a veces para la venta. Además de poseer singulares paisajes naturales muy ricos en flora y fauna, su gente alegre, generosa y trabajadora brinda al turista un ambiente de confianza y amistad.”

1.1.5 Situación económica

Catamayo es uno de los cantones más jóvenes de la provincia de Loja, sin embargo, tiene un gran desarrollo económico ya que sus habitantes se caracterizan por ser gente de trabajo y emprendedores, ya que diariamente se esfuerzan por conseguir una mejor calidad de vida.

En este cantón existen importantes empresas que generan fuentes de trabajo a gente propia de la zona y a personas de cantones aledaños, estas empresas son: MALCA, DECORTEJA. La economía del cantón Catamayo depende directamente de la actividad agropecuaria, de lo cual el 80% está directamente relacionada con la agricultura y el 20% con la ganadería; actividades que hasta la actualidad se realizan de manera tradicional, haciendo poco uso de la tecnología. Dentro de la zona también se desarrollan otras actividades como el turismo, el comercio y la manufactura. Además, Catamayo se destaca por ser a nivel provincial, gran productor de caña, teja y ladrillo.

1.1.6 Turismo en Catamayo

Durante décadas, el turismo ha experimentado un continuo crecimiento y a su vez una amplia diversificación hasta llegar a convertirse en una de las principales actividades económicas y culturales a nivel mundial, constituyendo el tercer sector de comercio internacional, siendo un motor clave para el desarrollo socioeconómico. En el contexto internacional, para el año 2018 el sector turístico aportó con el 10,4% del Producto Interno Bruto (PIB) y responsable de 313 millones de trabajo en todo el mundo. El turismo es un importante motor de la economía de Ecuador, “contribuye con el 2% directo al Producto Interno Bruto (PIB)” (MINTUR, s.f)

En la región sur del país se busca dinamizar el turismo, teniendo como objetivo disminuir las estacionalidades y promocionar nuevos destinos turísticos ampliando de esta forma la oferta del sector y a su vez aumentar la demanda turística.

Dentro de la provincia de Loja, Catamayo es uno de los lugares turísticos más visitados, esto debido a que posee un clima y ambiente acogedor, unido a sus paisajes verdes, hacen de este un lugar único, convirtiéndose así en un sector importante para el turismo local; ya que, a nivel provincial, es uno de los más visitados debido a la cercanía y facilidades que incentivan al turista. Catamayo posee una amplia planta turística, ofreciendo al turista gran variedad de hoteles, hosterías, parques recreacionales, acorde a las posibilidades de cada turista, lo que garantiza que el turista tendrá las facilidades necesarias para tener una cómoda estadía. Además de contar con múltiples atractivos culturales y naturales, que motivan al turista a visitar este cantón.

Actualmente los ingresos obtenidos por turismo en el cantón, representan un valor significativo, lo que se ve reflejado en la inversión turística existente en la zona. Esta actividad ha tomado importancia en los últimos años, esto seguido de la agricultura, ganadería y elaboración de teja y ladrillo.

1.1.7 Transporte

El transporte es un factor determinante del producto turístico ya que representa el medio por el cual el turista puede movilizarse de un destino a otro y a su vez dentro del mismo. Siendo así, uno de los principales servicios requeridos por los turistas.

Catamayo, debido a que es uno de los cantones con más pobladores dentro de la provincia de Loja, y frente a las necesidades de movilización de quienes habitan en el mismo y a su vez con motivo de poder facilitar el traslado de turistas, cuenta con dos tipos de medios de transporte; transporte aéreo, y terrestre. Dentro del transporte aéreo, la única aerolínea que hace sus vuelos desde las provincias de Quito y Guayaquil hacia el aeropuerto “Ciudad de Catamayo”, es la empresa pública TAME. Ofreciendo vuelos todos los días, de lunes a domingo hacia la ciudad de Quito y los días martes y jueves hacia Guayaquil.

En cuanto a transporte terrestre existen varias empresas:

Buses

- Cooperativa de Transporte “Catamayo Express”.
- Cooperativa de buses urbanos “URBACAT”.
- Cooperativa “El Tambo”.

Camionetas

- Cooperativa de transporte mixto en camionetas doble cabina “29 de Abril”.
- Cooperativa de transporte mixto en camionetas doble cabina “Río Guayabal”.
- Cooperativa de camionetas “Primero de Mayo”.
- Cooperativa de camionetas “Valle Hermoso”.
- Cooperativa de camionetas “Patrona del Cisne”.
- Compañía de camionetas “02 de Junio”.
- Compañía de camionetas “Valle Express”.

Taxis

- Cooperativa de taxis “Aeropuerto Ciudad de Catamayo”.
- Cooperativa de taxis “Juan”.

1.1.8 Historia y datos generales de la Cooperativa de transportes Catamayo.

Catamayo Express es una cooperativa que nació para mantenerse a la vanguardia del transporte terrestre, ante las necesidades de movilizarse de un lado a otro, es así que un grupo de amigos entre conversaciones y risas, sintieron la necesidad de poner a disposición sus vehículos, pequeñas camionetas que empezaron a transportar pasajeros desde Catamayo hacia la ciudad de Loja. Más tarde, Julio 21 de 1971 se constituyen como cooperativa “Central Catamayo”, con número de 12 socios, cuyo objetivo principal era prestar un servicio óptimo, mantener las unidades con esmero, estrechar vínculos de solidaridad, mejorar las condiciones económicas, sociales y culturales de sus miembros y a futuro la construcción de una sede social. Objetivos que a través del tiempo y gracias a la presencia de nuevos socios que han estado en la dirigencia, los han venido cumpliendo con la colaboración incondicional y solidaria de todos. En común acuerdo deciden invertir sus recursos y cambian las camionetas por buses, con la denominación de “Cooperativa de Transporte de pasajeros en buses Central Catamayo”. Con el pasar de los años, adquirieron el terreno para construir la sede social, las unidades estuvieron sujetas a constantes cambios y las rutas y frecuencias que venían realizando, eran actualizadas.

En 1988 empezó la construcción de la sede de la cooperativa, bajo la dirección de Ángel Torres y Orlando Jaramillo, con el asesoramiento técnico del ingeniero Jaime Vivanco, hoy cuenta con una fachada acorde a la arquitectura moderna. La planta baja constaba de una sala de espera, boletería y recepción de encomiendas, un mezzanine, donde funcionaba la parte administrativa y en la planta alta con un amplio y elegante salón social

El principio de la solidaridad y compañerismo, ha sido como un decálogo para los integrantes de la cooperativa y en unión de sus esposas han compartido momentos de sano esparcimiento.

Con la finalidad de dar un mejor servicio al cliente y consolidar los objetivos de los cooperados y de la institución en sí, se dictaron algunos seminarios de cooperativismo y relaciones humanas.

El 15 de diciembre de 1994, según orden municipal se les otorga una oficina en la terminal terrestre de Loja, con ciertas características, en la actualidad, con la remodelación, pasa a ser un modelo de comodidad de servicio al cliente, que más tarde sería imitado por otras oficinas.

2004 fue el año de iniciativas, cambios y organización para los socios. Sus directivos retoman la idea del cambio, cuyo mentalizador fue el señor Jonson Jaramillo. Inician una nueva etapa con estrategias de un comercio globalizado. En este mismo año, el nombre comercial de esta empresa pasa a ser Cooperativa de Transporte “Catamayo Express”, pero la razón social sigue siendo la misma. Además, las esposas de los socios conforman el comité de damas, presidido por la señora Elena Loján de Malla.

Democráticamente se realiza el cambio de imagen interno y externo de las unidades, con asientos confortables y reclinables, ambiente fresco y limpio, música agradable, baño, televisor y sobre todo una excelente atención. Ampliando también su cobertura, incorporando rutas a otros lugares como El Cisne, Chaguarpamba, Orianga, Catacocha, Casanga, Lauro Guerrero, Sacapalca, El Tambo, Quilanga y Las Aradas, con horarios cómodos para los usuarios.

En el 2007, la cooperativa adquiere un terreno ubicado estratégicamente en la esquina del parque central del cantón, lugar en el que sería construido el terminal de la cooperativa, desde donde partirían los buses a sus diferentes rutas.

Hoy en día la cooperativa tiene un total de 20 socios y 24 unidades, 4 de ellas son propiedad de la cooperativa que trabajan en caja común para todos los socios, cubriendo solamente la ruta Catamayo – Loja. (Simancas, 2010)

1.2 Marco teórico

1.2.1 Análisis:

Según (Venemedia Comunicaciones, C.A., 2018):

Un Análisis es un estudio profundo de un sujeto, objeto o situación con el fin de conocer sus fundamentos, sus bases y motivos de su surgimiento, creación o causas originarias. Un análisis estructural comprende el área externa del problema, en la que se establecen los parámetros y condiciones que serán sujetas a un estudio más específico, se denotan y delimitan las variables que deben ser objeto de estudio intenso y se comienza el análisis exhaustivo del asunto de la tesis. En el análisis exhaustivo se desintegra un todo en todas sus partes y componentes esenciales, esto, revelará la naturaleza de lo que se está estudiando, su procedencia y su fin, el porqué de las cosas se inicia con un experimento en el que se analizan exhaustivamente cada componente del objeto o situación sujeto a prueba.

1.2.2 Análisis FODA:

Según (Rodríguez, 2018):

El análisis FODA consiste en realizar una evaluación de los factores fuertes y débiles que en su conjunto diagnostican la situación interna de una organización, así como su evaluación externa; es decir, las oportunidades y amenazas. También es una herramienta que puede considerarse sencilla y permite obtener una perspectiva general de la situación estratégica de una organización determinada. Thompson (1998) establece que el análisis FODA estima el hecho que una estrategia tiene que lograr un equilibrio o ajuste entre la capacidad interna de la organización y su situación de carácter externo; es decir, las oportunidades y amenazas.

Una fortaleza de la organización es alguna función que ésta realiza de manera correcta, como son ciertas habilidades y capacidades del personal con atributos psicológicos y su evidencia de competencias. Otro aspecto identificado como una fortaleza son los recursos considerados valiosos y la misma capacidad competitiva de la organización, como un logro que brinda la organización y una situación favorable en el medio social.

Una debilidad de una organización se define como un factor considerado vulnerable en cuanto a su organización o simplemente una actividad que la empresa realiza en forma deficiente, colocándola en una situación considerada débil. Para Porter, las fortalezas y oportunidades son, en su conjunto, las capacidades, es decir, el estudio tanto de los aspectos fuertes como débiles de las organizaciones o empresas competidoras (productos, distribución, comercialización y ventas, operaciones, investigación e ingeniería, costos generales, estructura financiera, organización, habilidad directiva, etc. Las oportunidades constituyen aquellas fuerzas ambientales de carácter externo no controlables por la organización, pero que representan elementos potenciales de crecimiento o mejoría.

La oportunidad en el medio es un factor de gran importancia que permite de alguna manera moldear las estrategias de las organizaciones. Las amenazas son lo contrario de lo anterior, y representan la suma de las fuerzas ambientales no controlables por la organización, pero representan fuerzas o aspectos negativos y problemas potenciales. Las oportunidades y amenazas no sólo pueden influir en la atractividad del estado de una organización; ya que establecen la necesidad de emprender acciones de carácter estratégico, pero lo importante de este análisis es evaluar sus fortalezas y debilidades, las oportunidades y las amenazas y llegar a conclusiones.

1.2.3 Atractivo turístico:

Es todo lugar, objeto, elemento o acontecimiento de interés turístico. Por ejemplo: monumentos, paisajes, gastronomía, actividades culturales, deportivas o recreativas. “Los atractivos turísticos constituyen la motivación principal para el flujo turístico de un país”. (Mesalles, 2017).

1.2.3.1 Atractivo Turístico:

“Es todo lugar, objeto o acontecimiento capaz de generar un desplazamiento turístico. Es el componente fundamental del producto turístico”. (Turismo F. N.).

1.2.4 Actividad turística:

“ Es el resultado de los actos particulares de consumo realizados por personas fuera del lugar de su domicilio habitual que por diferentes motivos visitan temporalmente sitios que ofrecen bienes y servicios turísticos”. (Rojas, 2012).

1.2.5 Alojamiento:

“Lugar donde una persona o un grupo de personas se hospeda, se aposenta o acampa”. (Morrero, 2016).

1.2.6 Calidad:

Según (Llontop, s.f):

Es el resultado de un proceso que implica la satisfacción de todas las necesidades, exigencias y expectativas legítimas de los consumidores respecto de los productos y servicios, a un precio aceptable, de conformidad con las condiciones contractuales mutuamente aceptadas y con los factores subyacentes que determinan la calidad: seguridad, higiene, accesibilidad, transparencia, autenticidad y armonía de una actividad turística preocupada por su entorno humano y natural.

1.2.7 Capacitación:

Según (Turismo F. N.):

Proceso planificado, sistemático y organizado que busca modificar, mejorar y ampliar los conocimientos, habilidades y actitudes del personal, como consecuencia de su natural proceso de cambio, crecimiento y adaptación a nuevas circunstancias internas y externas. La capacitación mejora los niveles de desempeño y es considerada como un factor de competitividad en el mercado actual.

1.2.8 Choferes:

“Son quienes se encargan de conducir los vehículos, generalmente deben reunir las condiciones que existen legalmente para este cometido y tener los suficientes conocimientos de mecánica”. (Rojas, 2012).

1.2.9 Componentes del transporte público:

“Los dos componentes básicos del transporte público son: el pasajero y el transportista. El pasajero necesita el transporte y el transportista necesita prestar el servicio para obtener su ganancia”. (Chavez, 2014).

1.2.10 Consumo turístico:

Según (Turismo F. N.):

Se refiere al valor monetario de todos los bienes y servicios, característicos y conexos, que el visitante adquiere antes, durante y después del viaje en el territorio del país en que se lleva a cabo el estudio del turismo. Por tanto, en esta variable se incluye el gasto en consumo final del visitante, así como el que se efectúa por cuenta de él durante su traslado y estancia en el lugar de destino. Quedan registrados los viáticos, pasajes, etcétera, que las unidades económicas proporcionan a sus empleados para el desempeño de las actividades de trabajo que realizan fuera del entorno habitual. De igual forma, se consideran los gastos de familiares y amigos en favor del visitante. El consumo turístico se clasifica de dos maneras: por sus formas (interno, receptivo y egresivo), es decir, se identifica la procedencia del agente económico que realiza los gastos; y, por motivo o propósito del viaje (negocios, vacaciones y otros motivos), es decir, el asunto que originó el desplazamiento fuera de su entorno habitual.

1.2.11 Contaminación Ambiental:

Según (Aguirre, 2014):

Se denomina contaminación ambiental a la presencia de cualquier agente físico, químico, biológico o a su vez la combinación de varios agentes en lugares, formas y concentraciones, tales que sean o puedan ser nocivos para la salud, la seguridad o para el bienestar de la población.

1.2.12 Corredor turístico:

Según (Rojas, 2012):

Se puede definir como la línea de unión de áreas, polos, zonas, complejos, núcleo, atractivos, puertos de destino, que sirven para el traslado de unos a otros por rutas

seleccionadas, entre aquellas que cuentan con una mayor distribución lineal de atractivos ubicados sobre las mismas o fácilmente conectados a ellas y que pueden ser visitados a lo largo del trayecto.

1.2.13 Coste de oportunidad:

“El costo de oportunidad es el valor al que se renuncia por consumir o utilizar un bien o un servicio para un propósito dado en lugar de otro uso o destino posible. “Vinculado a aquello a lo que se renuncia al elegir algo. El costo de oportunidad también es el costo de una inversión que no se realiza, calculado a partir de la utilidad que se espera según los recursos invertidos” (Pérez, 2012).

1.2.14 Datos cuantitativos:

Según (Fait, 2012):

Los datos cuantitativos son datos que miden o calculan un algo para llegar a un punto en su investigación. Estos datos nos dicen a través de números una explicación para alguna tendencia o resultados de algún experimento. Lo vital en estos tipos de datos es saber cómo interpretarlos y darles un análisis que tenga lógica para la investigación. Lo que se hace es buscar un instrumento de medición, que como dice el texto, tenga validez y confiabilidad, así la investigación no se ve perjudicada por cómo se manipulan estos datos.

1.2.15 Datos cualitativos:

Según (Fait, 2012):

Los datos cualitativos son los que nos dan el enfoque o el punto de vista de la muestra o de una variable hacia lo que nos dice la investigación. Estos son igual de importantes, porque, aunque no son numéricos, se pueden medir de ciertas maneras. Estos datos hay que ver cómo se recolectan, a través de entrevistas, observación, encuestas o algún método que sea válido para saber con certeza la tendencia de una población hacia lo que se quiera saber.

1.2.16 Demanda:

Según (Rodríguez, 2018):

Está constituida por las cantidades de determinado bien o servicio que los compradores están dispuestos a adquirir a cada nivel de precios. Implica entonces no solamente la

intención de adquirir el bien en cuestión sino adicionalmente la disposición de los medios económicos para su realización.

1.2.17 Destino:

“Es un espacio físico en el que el visitante para al menos una noche, incluye productos turísticos. Tiene límites físicos y administrativos que definen su gestión e imágenes y percepciones que determinan su competitividad”. (Turismo O. M., Indicadores de desarrollo sostenible para destinos turísticos. Guía Práctica, 2004)

1.2.18 Entorno habitual:

Según (UNWTO, 2003 - 2007):

Este concepto comprende los límites geográficos dentro de los cuales un individuo se desplaza en su rutina normal de vida. La utilización de este concepto evita que se incluyan como visitantes a personas que realizan frecuentes desplazamientos entre su domicilio y su centro de trabajo, estudio u otros lugares, ya que esas acciones refieren la movilización de un lugar de ambiente habitual a otro, lo cual representa viajar, pero no hacer turismo.

1.2.19 Frecuencias:

“Es la repetición menor o mayor de un suceso. Hace referencia también a la cantidad de veces que un proceso se repite por unidad de tiempo”. (Julián Pérez, 2013). j

1.2.20 Gasto turístico:

Según (INEGI, 2003 - 2007):

Es todo aquel gasto de consumo efectuado por un visitante o por cuenta de él durante su desplazamiento y estancia en el lugar de destino. Incluye también erogaciones que indirectamente son realizadas a favor del visitante por familiares o amigos a través de regalos, así como los desembolsos por concepto de viajes de negocios (pasajes y viáticos), que son cubiertos por la empresa o institución donde trabaja el visitante.

1.2.21 Información turística:

Según (José Muñoz, 2013):

Conjunto de servicios que se prestan al turista para informarlo y orientarle durante su viaje o su estancia en destino. La información puede ser transmitida por informadores turísticos en oficinas de turismo, o a través de guías intérprete, guías correo o acompañantes de grupo. Pero también por medios de telecomunicación y telemática, como Internet o la telefonía móvil.

1.2.22 Oferta:

“Cantidad de un bien que están dispuestos a ofertar voluntariamente a un precio dado los oferentes, lo cual depende del costo de producción, la capacidad productiva establecida y los precios”. (Fonseca, 2017).

1.2.23 Oferta turística:

“Es el conjunto de atractivos y servicios, puestos a disposición del mercado”. (Consejo de Promoción Turística de México, 2010).

1.2.24 Método científico:

Según (Maya, 2014):

Procedimiento racional e inteligente de dar respuesta a una serie de incógnitas, entendiendo su origen, su esencia su relación con uno o varios efectos. Debe partir de algún conocimiento previo que se requiera concretar o ampliar para posteriormente adaptarse a las especificaciones de cada tema.

1.2.25 Optimización de rutas:

Para una eficiente optimización de rutas, se necesita de un gestor. Según (Aranda, 2012-2012):

Un gestor de rutas es una aplicación informática que, a partir de un conjunto de puntos, entre ellos un punto de destino final prefijado, selecciona un punto inicial y una ruta que recorra los restantes puntos intermedios de manera óptima; es decir, minimizando el tiempo y la distancia de dicha ruta.

1.2.26 Pasajero:

“Persona que viaja en un medio de transporte sin conducirlo ni formar parte de su tripulación”. (Morrero, 2016).

1.2.27 Servicio:

Según (Sánchez, s.f.):

Es la acción de satisfacer determinada necesidad de los clientes por parte de una empresa a través del desarrollo de una actividad económica. En cierto sentido, podría considerarse que los servicios son bienes tangibles ofrecidos por las compañías, que se realizan a cambio de una retribución económica.

1.2.28 Sistema de Transporte Público de Pasajeros:

Según (Vizuite, 2015):

Comprende el material rodante, equipamiento (locales, terminales, talleres, garajes), funciones y normas, así como las organizaciones públicas o privadas encargadas de la prestación del servicio de transporte público de pasajeros en sus distintas modalidades.

El servicio de transporte público de pasajeros consiste en movilizar personas a cambio a una contraprestación pactada en dinero y cumple la función de satisfacer las necesidades de transporte de la comunidad, mediante el ofrecimiento público. “El carácter de servicio público implica la prevalencia del interés público sobre el interés particular, especialmente en relación con la garantía de su prestación - la cual debe ser óptima, eficiente, continua e ininterrumpida -, y la seguridad de los usuarios - que constituye prioridad esencial en la actividad del sector y del sistema de transporte. El servicio de transporte público es una actividad económica sujeta a un alto grado de intervención del Estado.

1.2.29 Transporte:

Según (Gestion.org, 2018):

El transporte es una actividad del sector terciario, entendida como el desplazamiento de objetos, animales o personas de un lugar (punto de origen) a otro (punto de destino) en un vehículo (medio o sistema de transporte) que utiliza una determinada infraestructura (red de transporte).

1.2.30 Transporte público:

“Se denomina transporte público al transporte colectivo de viajeros. Los usuarios de transportes públicos tienen que atenerse a los horarios y rutas que imponga la empresa de transportes. Estas empresas pueden ser privadas o en ocasiones consorcios de transporte público”. (Gestion.org, 2018).

1.2.31 Transporte terrestre automotor:

Según (Ley Orgánica de Transporte Terrestre, Tránsito y Seguridad Vial, 2014):

Art. 46: Es un servicio público esencial y una actividad económica estratégica del Estado, que consiste en la movilización libre y segura de personas o de bienes de un lugar a otro, haciendo uso del sistema vial nacional, terminales terrestres y centros de transferencia de pasajeros y carga en el territorio ecuatoriano. Su organización es un elemento fundamental contra la informalidad, mejorar la competitividad y lograr el desarrollo productivo, económico y social del país, interconectado con la red vial internacional.

Art. 48: En el transporte terrestre, gozarán de atención preferente las personas con discapacidades, adultos mayores de 65 años de edad, mujeres embarazadas, niñas, niños y adolescentes, de conformidad con lo establecido en el Reglamento de esta Ley. Se establecerá un sistema de tarifas diferenciadas en la transportación pública en beneficio de niñas, niños y adolescentes, personas con discapacidad, adultas y adultos mayores de 65 años de edad. El reglamento a la presente Ley determinará el procedimiento para la aplicación de tarifas.

Art. 54: La prestación del servicio de transporte atenderá los siguientes aspectos: a) La protección y seguridad de los usuarios, incluida la integridad física, psicológica y sexual de las mujeres, hombres, adultos mayores adolescentes, niñas y niños; b) La eficiencia en la prestación del servicio; c) La protección ambiental; y, d) La prevalencia del interés general por sobre el particular.

Art. 67: El servicio de transporte público intraprovincial es aquel que opera dentro de los límites provinciales. La celebración de los contratos de operación, será atribución de los Gobiernos Autónomos Descentralizados Regionales o de la Agencia Nacional, en aquellas provincias que no formaren parte de una región, con sujeción a las políticas y resoluciones

de la Agencia Nacional de Regulación y Control del Transporte Terrestre, Tránsito y Seguridad Vial y de conformidad con lo establecido en la presente Ley y su reglamento.

1.2.32 Turismo:

Según (INEGI, 2003 - 2007):

Se refiere a las acciones que realizan los visitantes. Engloba todas las actividades económicas que se dedican a satisfacer la demanda del turista. Así, el turismo no puede ser definido independientemente de los visitantes (turistas) y las acciones realizadas por éstos, durante sus viajes. El turismo, visto como una acción efectuada por turistas, representa una función de consumo que está relacionada con la producción de bienes y servicios que satisfacen las necesidades del visitante.

1.2.33 Turismo:

Según (OMT, 2008):

El turismo se describe como las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por una duración inferior a un año, con cualquier finalidad principal (ocio, negocios u otro motivo personal, no relacionados con el ejercicio de una actividad remunerada en el lugar visitado).

1.2.34 Turista:

Según (OMT, 2008):

Turista es un visitante (persona que viaja a un destino principal distinto al de su entorno habitual, por una duración inferior a un año, cuya finalidad principal no es ser empleado por una entidad residente en el país o lugar visitado), si el viaje que realiza incluye pernoctación.

1.2.35 Usuarios:

“Un usuario es quien usa ordinariamente algo. Hace mención a la persona que utiliza algún tipo de objeto o que es destinataria de un servicio, ya sea público o privado”.
(Lengua, 2010).

1.2.36 Vialidad:

“Conjunto de servicios e infraestructura pertenecientes a las vías públicas urbanas e interurbanas por donde se desarrolla el tránsito automotor. También incluye las normas y actividades relacionadas a la construcción y mantenimiento de las carreteras”. (definiciones-de, 2019).

1.2.37 Viajero:

“Es cualquier persona que viaje, independientemente de los motivos y duración que tengan esos desplazamientos”. (Castro, 2007).

- 2. IDENTIFICAR EL NIVEL DE CALIDAD DE SERVICIO AL CLIENTE POR PARTE DEL PERSONAL QUE ESTÁ EN CONTACTO DIRECTO CON EL USUARIO.**

Para identificar el nivel de calidad de servicio al cliente por parte del personal que labora en la Cooperativa de Transporte “Catamayo Express”, se usaron diferentes métodos, técnicas y herramientas, entre ellas se destacan; el método analítico – sintético, este método es un “proceso cognitivo, que consiste en descomponer un objeto de estudio separando cada una de las partes del todo para estudiarlas en forma individual y luego se integran dichas partes para estudiarlas de manera holística e integral”. (Paz, 2017). Este método permitió analizar de manera directa, el tipo de servicio que el personal brinda a los usuarios o turistas. Logrando realizar el estudio desde un todo, descomponiéndose en partes o elementos, en este caso analizar al personal de manera individual para observar la calidad de servicio que brinda cada uno, y los efectos que causan en los usuarios.

Entre las técnicas utilizadas para cumplir este objetivo se tiene la observación directa, según (Chávez, 2019)

Es uno de los primeros métodos científicos utilizados en la investigación y se utiliza para la obtención de información primaria acerca de los objetos investigados o para la comprobación empírica de las hipótesis. La observación científica es sistemática, consciente y objetiva. Su valor radica en que permite obtener la información del comportamiento del objeto de investigación tal y como este se da en la realidad, es decir, información directa, inmediata sobre el fenómeno u objeto investigado: Es una técnica de gran importancia ya que permite la descripción auténtica de grupos sociales y escenas culturales que pueden ser utilizadas para la descripción, evaluación e interpretación en el ámbito en que se desarrolló. Para lograr una buena calidad en la observación resulta determinante establecer una adecuada definición de las situaciones, fenómenos o estados objeto de la observación.

La observación se realiza de manera directa, en la oficina matriz de la cooperativa, ubicada en el cantón Catamayo, y en la sucursal ubicada en la terminal terrestre de Loja “Reina del Cisne”; determinando la calidad de servicio brindado. Entre las herramientas utilizadas se tiene la entrevista “es una forma específica de interacción social que tiene por objeto

recolectar datos para una indagación. El investigador formula preguntas a las personas capaces”. (Ruiz, 2012). Esta herramienta es muy útil para el desarrollo de este trabajo de investigación; puesto que verbalmente que cuestiona a los usuarios acerca del nivel de servicio turístico recibido por parte de los colaboradores de la empresa. La encuesta por otro lado, según (Wood, 2018)

Se centran en las percepciones y niveles de acuerdo en relación a un asunto, esto es, descubrir qué es lo que una población piensa o cree sobre un determinado tema. Son una manera relativamente rápida de obtener una percepción sobre un tema escogido y tienden a basarse en planteamientos cuantitativos, aunque también pueden contener elementos cualitativos. Es probable que resulten en análisis descriptivos de un tema, pero también pueden usarse para testar hipótesis. Las encuestas hacen uso en gran medida de cuestionarios y entrevistas estructuradas como método de recogida de datos.

El universo a analizar son las 58 personas que laboran diariamente en las oficinas ubicadas en Catamayo y Loja, aunque esta empresa tiene varias sucursales ubicadas en los distintos cantones y parroquias a los cuales se realiza recorridos diarios, se decidió analizar al personal que labora en Catamayo y Loja. Debido a que estas dos oficinas son las que en su mayoría realizan transporte de turistas los fines de semana, según los informantes claves de la misma cooperativa.

A continuación, se presentan las preguntas realizadas en la entrevista al Señor Daniel Carrión, Presidente de la Cooperativa “Catamayo Express”.

Tabla 1. Entrevista

PREGUNTAS	RESPUESTAS
1. Según su criterio, ¿Cuál es la importancia que tiene la Cooperativa para el cantón?.	La cooperativa es de gran importancia para el cantón ya que ofrece fuentes de trabajo a los Catamayenses y asimismo

	ayuda a que el turismo se siga desarrollando en el cantón.
2. ¿Qué entiende usted por turismo?.	Turismo es una actividad económica que se da gracias al desplazamiento de personas de un lugar a otro por distintos motivos, como por ejemplo: ocio, trabajo, salud y estudio. Además el turismo está ubicado como uno de los sectores que más aporta a la economía del Ecuador.
3. ¿Cuál es el número de colaboradores que trabajan en la cooperativa? (Oficinas de Catamayo y Loja)	La empresa cuenta con un total de 58 personas que laboran en las oficinas de Catamayo y Loja. En su mayoría el personal es masculino.
4. ¿ Cree Ud. que los colaboradores de la cooperativa que están en contacto directo con los turistas deberían tener conocimientos y manejar información turística?	Si, ya que esto ayudaría a mejorar la calidad del servicio brindado.
5. ¿Cómo calificaría Ud. la calidad de servicio que ofrece la Cooperativa?	“ Catamayo Express” es una empresa pionera en el transporte local que se ha enfocado a cubrir las necesidades de movilización de quienes viven en los diferentes cantones de la provincia de Loja. Pese a que es una empresa de transporte pequeña, con relación a las otras cooperativas de la provincia, intenta cada día mejorar su servicio y la calidad del mismo, para beneficio y satisfacción de los usuarios.

Fuente: Trabajo de campo

Para complementar la información obtenida en la entrevista y poder establecer el nivel actual de calidad de servicio que maneja la empresa, se aplicó una encuesta a los colaboradores de la misma.

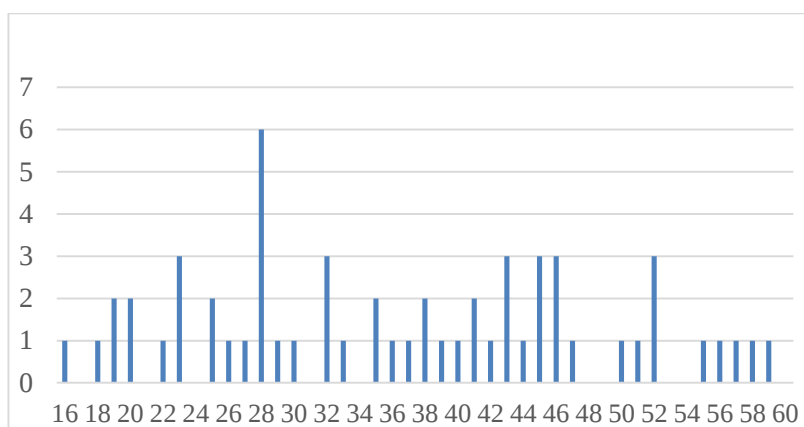
La encuesta se elabora luego de haber realizado una revisión bibliográfica que consta de manuales, libros y guías sobre cultura turística propuestos por el Ministerio de Turismo del Ecuador, específicamente de temas como: Hospitalidad y anfitrión turístico, Cultura Turística y Calidad en el servicio; y trabajos de tesis como “Evaluación de cultura turística que tienen los habitantes de un destino turístico. Aplicación en el destino Manzanillo” por (Valencia, 2014). Ya que estos documentos indican que para considerar que una persona tiene determinado nivel de cultura turística, debe contar con ciertos conocimientos y valores, sumado de ciertas actitudes y costumbres. Ente los conocimientos con los que deben contar tanto anfitriones como turistas son básicamente datos generales del lugar en el cuál se encuentra brindando información turística como por ejemplo el clima, temperatura, altitud y número de habitantes del mismo.

Fue indispensable también plantear preguntas enfocadas a saber qué es para cada uno de ellos el turismo, la importancia que tiene esta actividad en los ingresos económicos del cantón Catamayo, entender la percepción que tienen de esta actividad, conocer cuán capacitados están o si por el contrario no han sido capacitados sobre estos temas y saber si desean prepararse más en este ámbito y adquirir más información y conocimientos turísticos.

Con los resultados de esta encuesta determina si las personas que están involucradas en el sector turístico tienen conocimientos acerca de cómo satisfacer las necesidades de los turistas, cumplir con sus expectativas y saber responder de manera inmediata a sus exigencias, los mismos que son cada vez más rigurosos a la hora de elegir un producto o servicio debido a la variedad de los mismo que existe en el mercado.

A continuación, se presenta el análisis de resultados de la información sociodemográfica obtenida en las encuestas realizadas a los colaboradores de la empresa que tienen contacto directo con los turistas.

Gráfico 1. EDAD

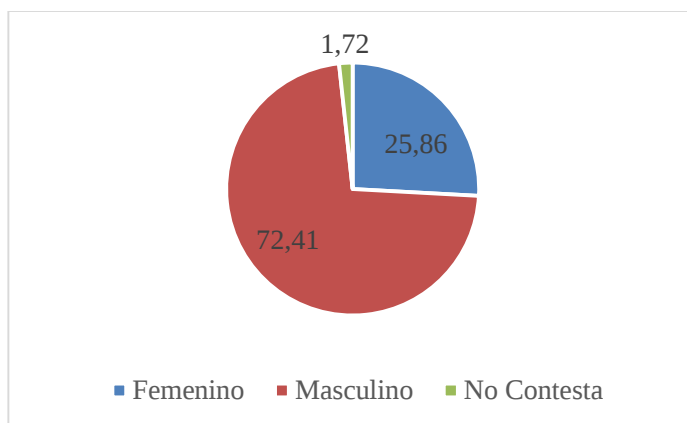


Fuente: Trabajo de campo

Autora: Mariela Cristina Celi Sánchez, 2019

Según el gráfico No. 1 se observa que la edad de las personas que trabajan en la cooperativa de transporte “Catamayo Express” oscila entre 16 a 59 años; siendo así que la edad media del personal, es de 29 años.

Gráfico 2. GÉNERO



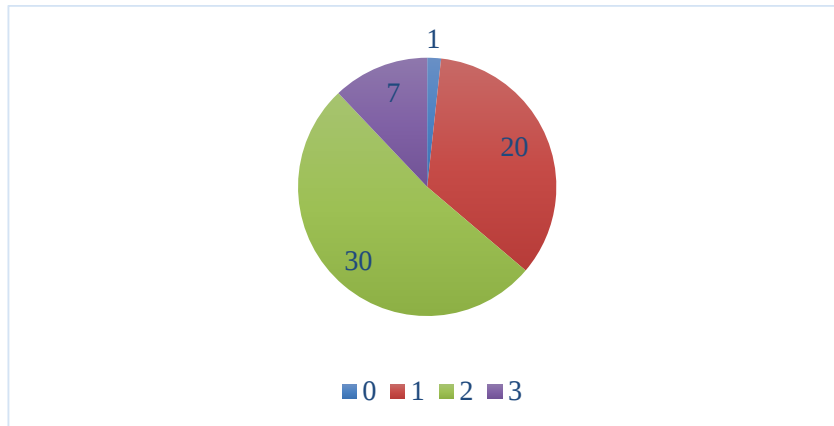
Fuente: Trabajo de campo

Autora: Mariela Cristina Celi Sánchez, 2019

En cuanto al género, en su mayoría el personal que labora en la empresa es masculino contando con un número exacto de 45 hombres, que representa el 72.41%, 12 mujeres que equivale a 25.86% y una persona que no contestó a esta pregunta; es decir el 1.72%. Esto se da debido a que todos quienes conducen los 24 buses, además de la furgoneta destinada a repartir encomiendas a domicilio son hombres, ayudantes de las unidades (buses del 1 al 20), y los 2 bodegueros representan un 81.03% del total de colaboradores. El resto de personal

son mujeres, es decir, las 4 azafatas de los buses que son caja común de la cooperativa y las señoritas encargadas de boletería.

Gráfico 3. NIVEL DE INSTRUCCIÓN

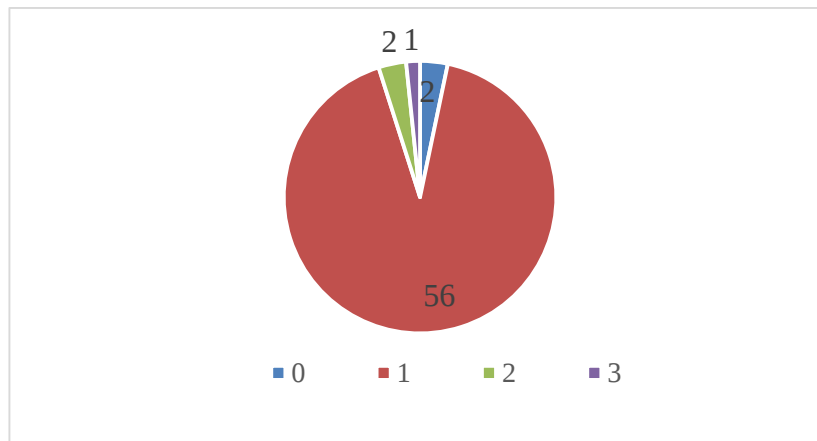


Fuente: Trabajo de campo

Autora: Mariela Cristina Celi Sánchez, 2019

Como se puede observar, el gráfico N° 3 muestra que 1 de las 58 personas que laboran en la empresa no ha recibido educación alguna, 20 personas cursaron solamente la primaria, 30 de ellos tienen estudios secundarios y solamente 7 cuentan con estudios universitarios.

Gráfico 4. IDIOMAS



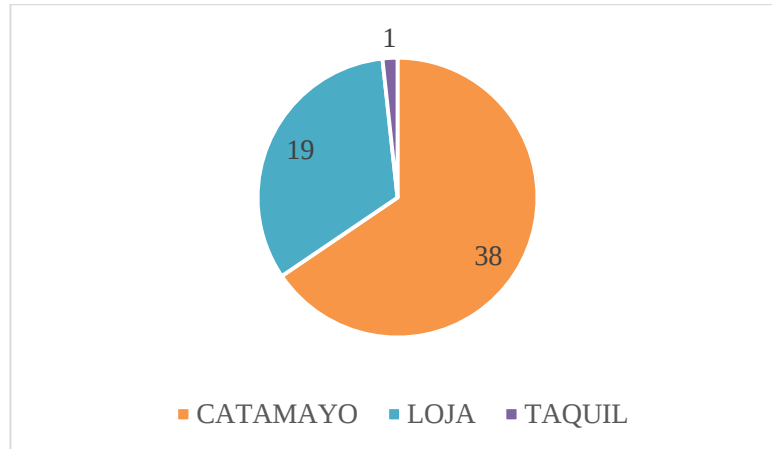
Fuente: Trabajo de campo

Autora: Mariela Cristina Celi Sánchez, 2019

Mediante datos obtenidos en las encuestas realizadas, se deduce que el español es el idioma comúnmente hablado dentro de la empresa, solamente 2 personas en los cargos de conductor

y secretaria de boletería dominan el idioma inglés, y 1 de los conductores aparte de hablar español, domina el idioma quichua.

Gráfico 5. RESIDENCIA



Fuente: Trabajo de campo

Autora: Mariela Cristina Celi Sánchez, 2019

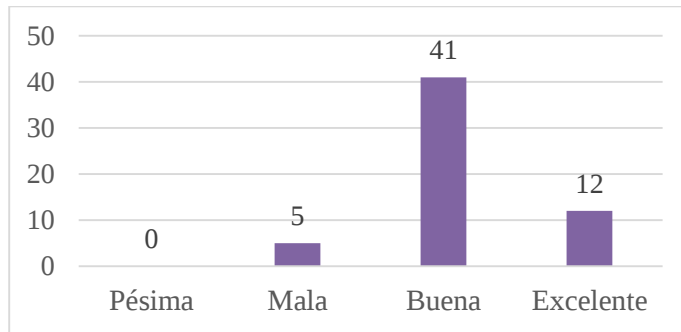
Mediante datos obtenidos, se concluye que el 65.52 % que representa a 38 de los 58 encuestados, residentes en Catamayo, la mayoría de ellos expresaron vivir varios años en el cantón, el 32. 76%; es decir, 19 colaboradores, manifiestan que viven en la ciudad de Loja y el 1.72%, que equivale a 1 sola persona, indica que reside en la parroquia Taquil, ubicada al Noreste de la ciudad de Loja.

Asimismo se establecieron preguntas que miden la calidad de servicio que brinda la cooperativa, asimismo identificar si manejan información turística y si consideran que esto se constituye o no en un plus para la cooperativa.

Pregunta N° 6.

La calidad de servicio que brinda la Cooperativa "Catamayo Express" es:

Gráfico 6. PREGUNTA N°6



Fuente: Trabajo de campo

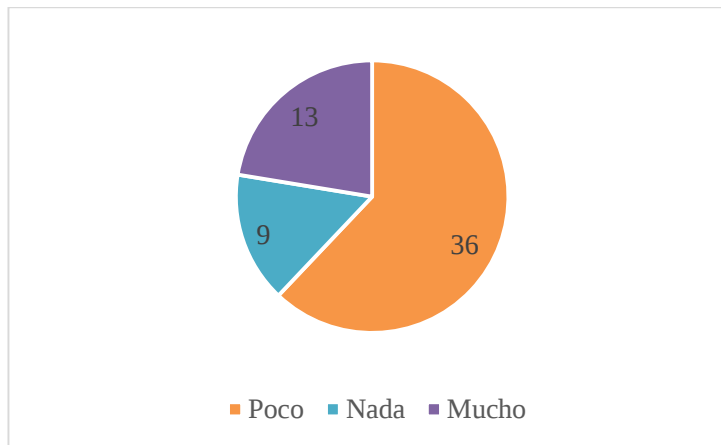
Autora: Mariela Cristina Celi Sánchez, 2019

A decir de la mayoría de los colaboradores de la empresa brinda un buen servicio en cuanto a calidad, para 12 de ellos la calidad de servicio es excelente y 5 contestaron que el servicio que brinda esta empresa es malo.

Pregunta N° 7.

¿Qué tan capacitado se siente para dar información turística a los usuarios?

Gráfico 7. PREGUNTA N°7



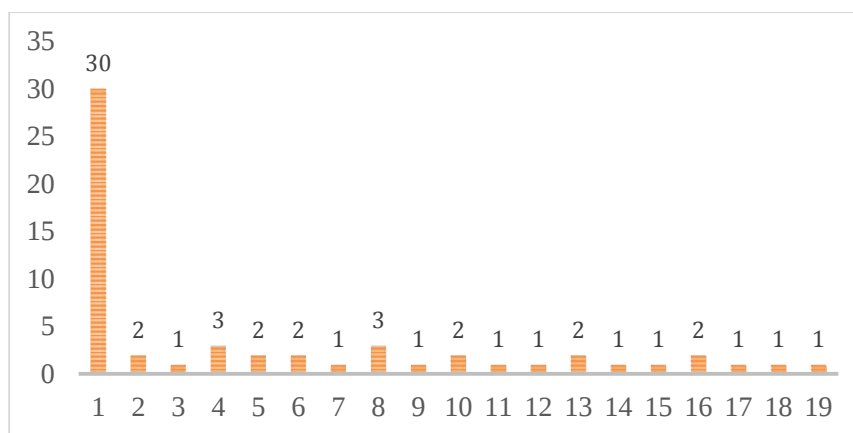
Fuente: Trabajo de campo

Autora: Mariela Cristina Celi Sánchez, 2019

Analizando el gráfico obtenido mediante la tabulación de las respuestas de los usuarios, se evidencia que la mayoría de los encuestados se encuentran poco capacitados para dar información turística a los usuarios, 13 manifiestan estar muy bien capacitados ya sea gracias a la cooperativa o de manera personal por la práctica y años de servicio con la que estos cuentan, y 9 de ellos no han sido capacitados en temas turísticos.

Gráfico 8. PREGUNTA 7

¿Por qué? (Razones)



Fuente: Trabajo de campo

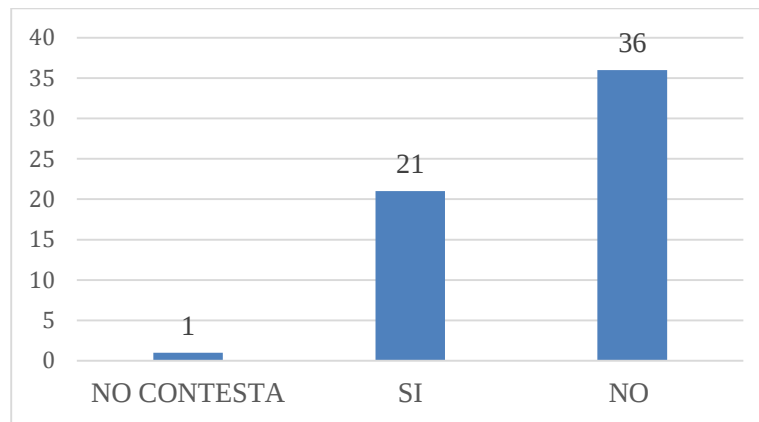
Autora: Mariela Cristina Celi Sánchez, 2019

Entre las múltiples razones por las cuales manifiestan los encuestados tener el nivel de capacitación “poco, nada o mucho” para dar información turística se tiene un total de 30 repeticiones mostrando que los encuestados no dan respuesta alguna a esta pregunta; dentro del rango de nivel de capacitación “poco y mucho”, las razones más nombradas son: conocen del tema, conocen su cantón y provincia, han sido capacitados por la cooperativa, obtienen esos conocimientos con la práctica del día a día, y algunos de ellos tienen estudios en la carrera de turismo. Asimismo, quienes respondieron que no cuentan con ningún nivel de capacitación, mencionan que es porque no han sido capacitados por la empresa, saben muy poco del tema, no saben de atención al cliente o porque no les interesa dar información turística a los usuarios.

Pregunta N° 10.

¿Realiza la cooperativa capacitaciones turísticas? Cada que tiempo:

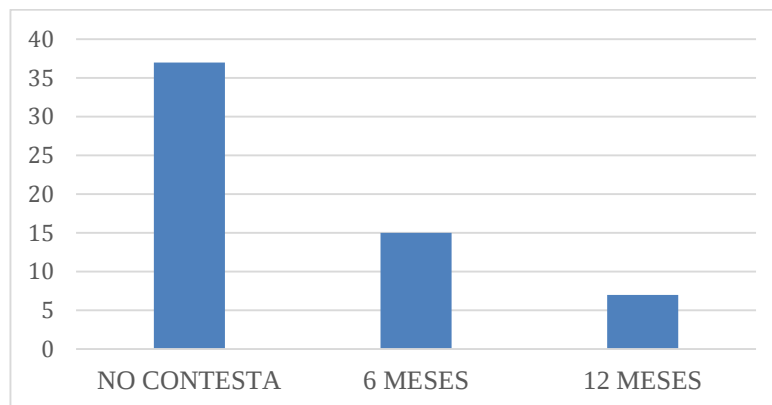
Gráfico 9. PREGUNTA N°10



Fuente: Trabajo de campo

Autora: Mariela Cristina Celi Sánchez, 2019

Gráfico 9. PREGUNTA N°10



Fuente: Trabajo de campo

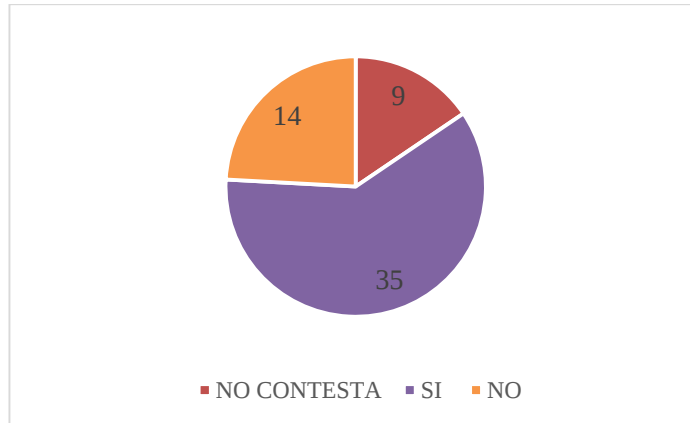
Autora: Mariela Cristina Celi Sánchez, 2019

En cuanto a capacitaciones turísticas realizadas por la empresa, se tiene que 36 de los 58 encuestados indican que la cooperativa no realiza este tipo de capacitaciones, 21 respondieron que sí las realiza, y solamente 1 de ellos no contestó esta pregunta. Quienes contestaron que la cooperativa SI realiza capacitaciones turísticas, indicaron que se realizan en su mayoría cada 6 o 12 meses, en temas como: atención al cliente, transporte y turismo, relaciones humanas, importancia del transporte en el turismo, importancia del turismo, importancia del destino.

Pregunta N° 11.

¿Cree usted que el uso de información turística por parte de los colaboradores de la cooperativa se puede considerar como un valor agregado?. ¿Por Qué?.

Gráfico 10. PREGUNTA N° 11



Fuente: Trabajo de campo

Autora: Mariela Cristina Celi Sánchez, 2019

El 60.34%; es decir 35 de los encuestados respondieron que el uso de información turística por parte de los colaboradores de la cooperativa si se considera como un valor agregado; por otro lado, un 27.58% que representa a 14 colaboradores, indicó que no sería un valor agregado el hecho de que los colaboradores de la empresa manejen este tipo de información. EL 15.52% restante; equivalente a 9 personas, no contestaron esta pregunta.

Los colaboradores que contestaron SI a esta pregunta mencionan que esto sería un valor agregado ya que: se mejoraría el servicio, para ayudar a los usuarios, brindar un servicio de calidad, ofrecer un servicio diferenciado y a su vez esto mejorar la relación con los usuarios.

2.1. Interpretación de resultados

Gracias a que se realizó las encuestas a los 58 colaboradores de la cooperativa de transporte “Catamayo Express”, se obtuvo resultados que permiten medir el nivel de calidad de servicio al cliente por parte del personal que está en contacto directo con el usuario.

Para empezar en la encuesta fue indispensable realizar preguntas referentes a datos personales, llegando a la conclusión que la edad media de las personas que trabajan en esta empresa es de 29 años, asimismo se pudo observar que la mayoría del personal es de género masculino, una de las razones en especial es que por lo general el sector de transporte es más usual para los hombres, ya que es un trabajo que demanda de tiempo, sacrificio y sobretodo fuerza física para cargar las pertenencias o equipaje de quienes hacen uso de este medio de transporte, conociendo así que el personal femenino que labora en la cooperativa es representado por un número total de 12 colaboradoras, 4 de ellas son las azafatas de las unidades que son caja común de la cooperativa que realizan solamente la ruta Catamayo – Loja o viceversa, en esta ruta por lo general no tienen necesidad de cargar cosas pesadas; porque en su mayoría de lunes a viernes viajan estudiantes y personas que se movilizan por cuestión de trabajo o por motivo de ir a citas médicas, y los fines de semanas turistas que por lo general regresan el mismo día, quienes suelen llevar un bolso de mano. El resto de personal femenino labora en el área de boletería y de encomiendas. A su vez, mediante datos obtenidos a través de la encuesta se puede decir que el 51.72% de colaboradores de la empresa han cursado estudios secundarios.

Con relación al idioma, es importante mencionar que el español es la lengua que se utiliza dentro de la empresa, asegurando que tan solo dos colaboradores indican tener dominio en el idioma inglés, y tan solo uno de ellos tiene como segundo idioma oficial al quechua. En cuanto a la residencia del personal, el 62.52% vive en Catamayo, la mayoría de ellos han pasado toda su vida en el cantón, siendo un factor muy importante ya que permite que tengan conocimiento sobre la información básica del cantón e información turística relevante que pueda ser de gran ayuda para quienes visiten este lugar, asimismo se demuestra que están en condiciones de hacer recomendaciones a los turistas en cuanto a los diferentes atractivos turísticos tanto naturales como culturales que pueden visitar y de igual manera brindar información importante relacionada con los medios de transporte en los que se pueden

movilizar dentro y fuera del cantón, ubicación de sus oficinas, horarios y las rutas que realizan.

Por otro lado, se preguntó a los colaboradores ¿qué percepción tienen acerca de la calidad de servicio que ellos brindan?, 41 de ellos, es decir el 70.69% del total de encuestados, dicen brindar un servicio de buena calidad. En cuanto al nivel de capacitación turística con el que cuentan quienes trabajan en la cooperativa, es muy bajo, ya que la mayoría mencionó estar poco capacitado en temas turísticos. Esto se da debido a que la cooperativa por lo general realiza capacitaciones turísticas una o dos veces al año, donde el personal que labora en el sector de transporte es temporal y muy rotativo de empresa a empresa, razón por la cual para la empresa no es conveniente realizar capacitaciones muy seguidas porque el personal que asiste a este tipo de talleres, no es siempre el mismo. Constituyéndose en una debilidad al no contar con los conocimientos turísticos necesarios para cuando los usuarios que tienen contacto con ellos, requieran su ayuda.

Se consideró como última pregunta cuestionar a los colaboradores acerca de qué piensan ellos respecto a si el uso de información turística por parte de los colaboradores de la cooperativa se puede considerar como un valor agregado, el 60.34%; es decir, más de la mitad consideró que sí, razón por la cual es importante que la empresa se preocupe por buscar la manera de facilitar a los colaboradores información turística básica, ya que de esta manera podrán brindar un servicio diferenciado, de calidad y a su vez mejorar la relación con los usuarios.

3. DETERMINAR SI EXISTE UNA CULTURA TURÍSTICA EN EL PERSONAL QUE LABORA EN LA EMPRESA.

Para determinar si existe una cultura turística en el personal que labora en la empresa, fue imprescindible utilizar algunos métodos, herramientas y técnicas. Dentro de los métodos utilizados para que este objetivo se cumpla tenemos el método histórico que se define como “aquella orientación que va del pasado al presente para proyectarse al futuro. Por lo general, la etapa de tiempo proyectada al futuro es equivalente en extensión a la etapa considerada del pasado”. (Lucio, 2010) Este método permitió conocer si los colaboradores a lo largo de su vida y del tiempo que llevan trabajando en la empresa han adquirido o no conocimientos turísticos para de esta manera determinar el nivel de cultura turística, el mismo que se forma a través de haber asistido a capacitaciones turísticas o media del tiempo que se trabaja en el sector turístico, es decir a través de la práctica.

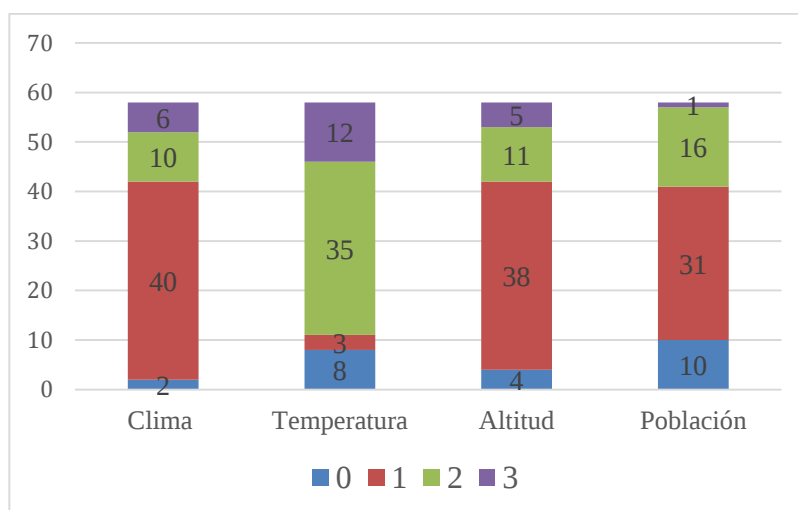
Otro de los métodos utilizados fue el método comparativo, éste “consiste en establecer analogías y similitudes con enfoques de búsqueda diferenciadora y búsqueda antagónica. Ayuda a establecer distinciones entre sucesos o variables que son repetitivas e realidades estudiadas”. (Abreu, 2014). Permitted comparar el nivel de información con el que cuentan los colaboradores de la empresa en cuanto a datos generales como clima, temperatura, altitud y población de los cantones Catamayo y Loja, que son conocimientos básicos que deben manejar quienes trabajan en el sector turístico ya que es información de suma importancia para los turistas. Y de esta manera analizar si conocen más acerca de Catamayo o de la ciudad de Loja.

Uno más de los métodos utilizados fue el explicativo es “aquella orientación que además de considerar la respuesta al ¿Cómo?, se centra en responder la pregunta por qué es así la realidad o ¿Cuáles son las causas? y el ¿Por qué? de la realidad, lo que implica plantear ideas explicativas”. (Romero, 2014). Gracias a este método fue posible entender el hecho de que los colaboradores cuentan con una calidad turística media porque algunos de ellos no han sido capacitados por varias razones, entre ellas porque llevan poco tiempo trabajando en el sector, o porque la cooperativa no realiza constantemente capacitaciones. Varios de los colaboradores cuentan con conocimientos turísticos básicos porque los han adquirido gracias a los años de servicio en el sector.

En cuanto a técnicas y herramientas, al igual que en el objetivo N° 1, se utilizó la observación directa para analizar los conocimientos con los que cuenta cada uno de los colaboradores mediante la atención que daban a los clientes, asimismo notar si podían o no resolver dudas a los turistas y poderlos orientar o recomendar atractivos turísticos. La herramienta utilizada fue la encuesta, en la misma que se pudo incluir preguntas que determinen el nivel de calidad de servicio al cliente por parte del personal que está en contacto directo con el usuario y también determinar si existe una cultura turística en el personal que labora en la empresa.

A continuación, se presenta el análisis de las preguntas de cultura turística que fueron desarrolladas para medir el nivel de conocimiento que tienen los colaboradores de la cooperativa Catamayo Express, respecto a datos generales de los cantones Catamayo y Loja.

Gráfico 11. CULTURA TURÍSTICA - CATAMAYO



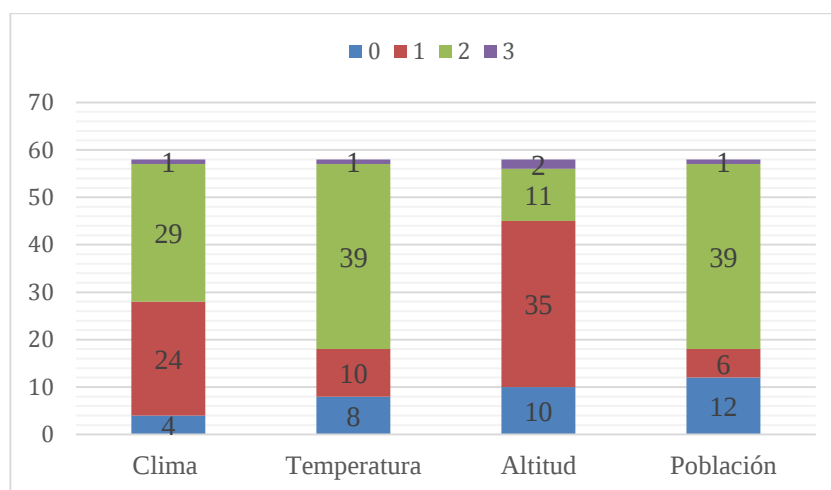
Fuente: Trabajo de campo

Autora: Mariela Cristina Celi Sánchez, 2019

El gráfico No.6 muestra que 40 de las 58 personas encuestadas saben que el clima de Catamayo es cálido seco, en relación a la temperatura 35 conocen que es de 25 ° C, en cuanto a altitud 38 personas escogieron la respuesta correcta de 1232 m.s.n.m. En cambio, dentro del ítem de población, 31 personas conocen que Catamayo cuenta con alrededor de 30 638 habitantes actualmente según datos de la página oficial INEC lo que demuestra que los

colaboradores de la empresa si manejan información turística básica que puede ser de gran ayuda a los turistas que les pidan apoyo referente a temas turísticos.

Gráfico 12. CULTURA TURÍSTICA- LOJA



Fuente: Trabajo de campo

Autora: Mariela Cristina Celi Sánchez, 2019

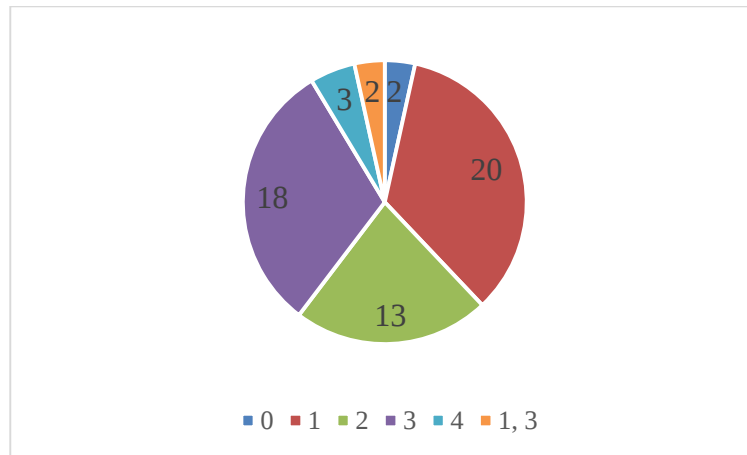
En cuanto a datos generales de cultura turística de la ciudad de Loja se tiene que 29 personas conocen que el clima de esta ciudad es cálido templado, asimismo 39 de 58 personas seleccionaron la opción b que asegura que la temperatura con la que cuenta la ciudad es de 18 ° C, en cuanto a altitud, más de la mitad se inclinaron por la respuesta correcta, que señala que Loja se encuentra a 2100 m.s.n.m. y por último el número de habitantes con los que cuenta esta ciudad es de 448 966 aproximadamente según datos oficiales del INEC, opción que fue escogida por 39 personas. Observando así que la mayoría de colaboradores de la empresa, si manejan información relevante en cuanto a datos generales de los lugares en donde laboran.

En la siguiente sección se encuentran las preguntas dirigidas a cada uno de los encuestados para conocer la percepción que tienen acerca del turismo y del turista en sí. Además de saber que tan importante es para ellos el transporte dentro del turismo.

Pregunta N° 1.

¿Qué es para usted el turismo?

Gráfico 13. PREGUNTA N°1



Fuente: Trabajo de campo

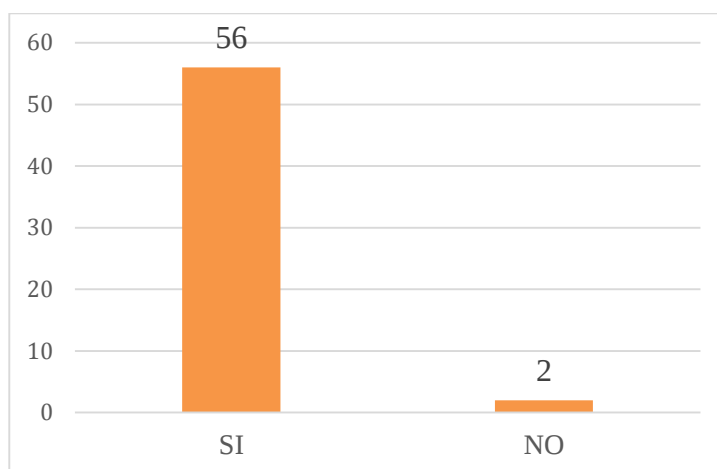
Autora: Mariela Cristina Celi Sánchez, 2019

Para la mayoría, representada por 20 de los encuestados el turismo es considerado como una actividad económica, para 18 personas es una actividad generadora de empleo, según 13 personas es una oportunidad de crecimiento para el destino, 3 personas contestaron que no saben lo que es el turismo, 2 encuestados señalan que para ellos el turismo es una actividad económica y a la vez es una actividad generadora de empleo, por otro lado 2 de los encuestados no contestan.

Pregunta N° 2.

¿Considera que el turismo es una fuente principal de ingresos para el cantón?

Gráfico 14. PREGUNTA N°2



Fuente: Trabajo de campo

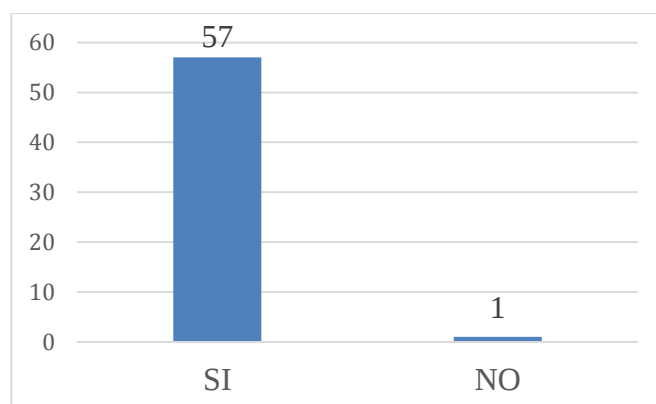
Autora: Mariela Cristina Celi Sánchez, 2019

De acuerdo al gráfico No. 9, se puede observar que 56 de los 58 encuestados están de acuerdo en que el turismo es una fuente principal de ingresos para el cantón, solamente dos de ellos están en desacuerdo con lo antes mencionado.

Pregunta N° 3.

¿Cree usted que el transporte ayuda de manera significativa a que el turismo se desarrolle en el cantón Catamayo?

Gráfico 15. PREGUNTA N° 3



Fuente: Trabajo de campo

Autora: Mariela Cristina Celi Sánchez, 2019

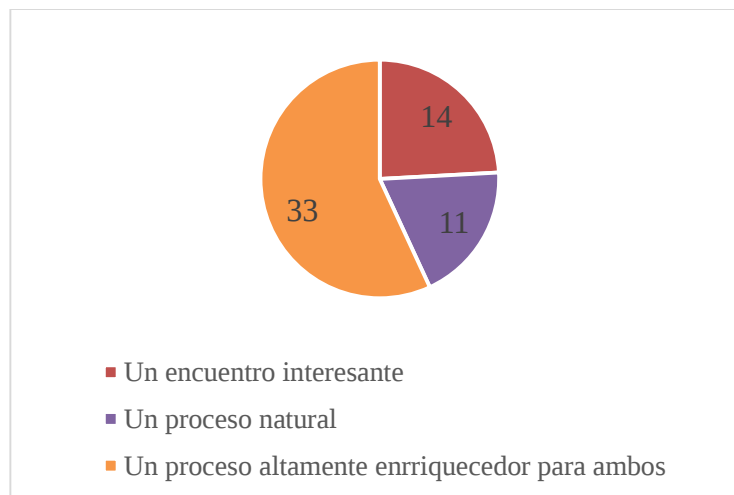
A través de los resultados obtenidos mediante la encuesta hecha a los colaboradores de la cooperativa, se puede decir que el 99% de ellos piensan que el transporte sí ayuda de manera significativa a que el turismo se desarrolle en el cantón Catamayo. El 1%; es decir, una sola persona opina lo contrario.

Pregunta N° 4.

Marque según corresponda:

El intercambio social y cultural entre personas que trabajan en el sector turístico y los visitantes es:

Gráfico 16. PREGUNTA N°4



Fuente: Trabajo de campo

Autora: Mariela Cristina Celi Sánchez, 2019

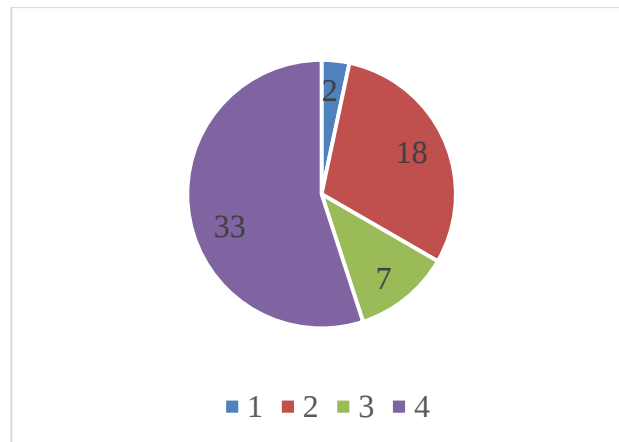
Los resultados obtenidos en el gráfico anterior señalan que el 56.90 % que equivale a 33 de los 58 encuestados indican que el intercambio social y cultural entre personas que trabajan en el sector turístico y los visitantes es un proceso altamente enriquecedor para ambos, el 24.14 %; es decir, 14 encuestados opinan que es un encuentro interesante, tan solo 11 personas, representado por el 18.97 % manifiesta que es un proceso natural.

Pregunta N° 5.

¿Cuál es la imagen que tiene usted del turista?

- Causante de estrés
- Oportunidad de aprendizaje
- Tiempo de convivencia
- Oportunidad económica

Gráfico 17. PREGUNTA N°5



Fuente: Trabajo de campo

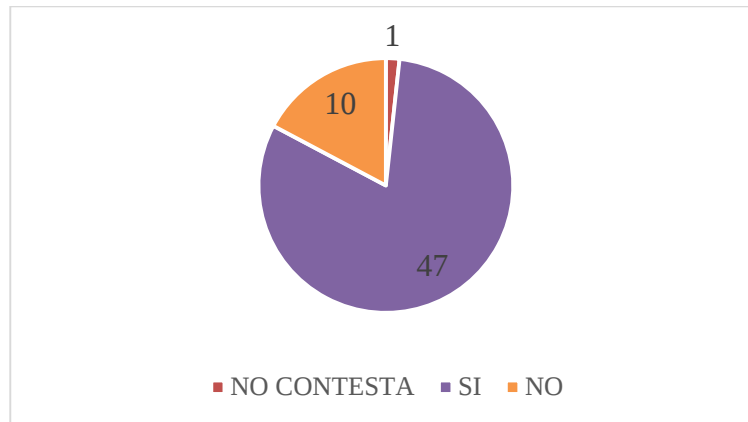
Autora: Mariela Cristina Celi Sánchez, 2019

Del total de encuestados, 33 consideran que los turistas son una oportunidad económica para desarrollo del sector turístico, 18 de ellos los ven como una oportunidad de aprendizaje, para 7 de ellos el hecho de estar en contacto con los turistas representa un momento de convivencia; por el contrario 2 de los 58 encuestados piensan que el turista es causante de estrés.

Pregunta N° 8.

¿Conoce usted los atractivos turísticos con los que cuenta Catamayo?

Gráfico 18. PREGUNTA N° 8



Fuente: Trabajo de campo

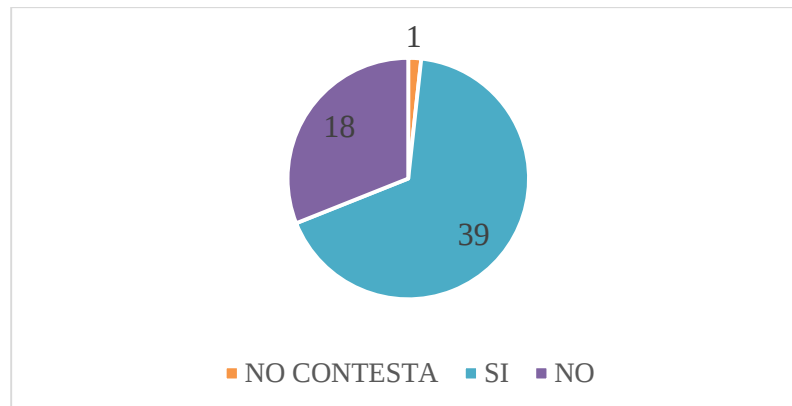
Autora: Mariela Cristina Celi Sánchez, 2019

El gráfico No. 15 indica que 47 de los 58 encuestados si conocen los atractivos turísticos con los que cuenta Catamayo, 10 de ellos no los conocen y 1 persona no contesta.

Pregunta N° 9.

¿Conoce usted los atractivos turísticos con los que cuenta Loja?

Gráfico 19. PREGUNTA N° 9



Fuente: Trabajo de campo

Autora: Mariela Cristina Celi Sánchez, 2019

Según datos obtenidos la mayoría de encuestados; es decir el 67.24% representado por 39 de los 58 colaboradores dicen conocer los atractivos turísticos de la ciudad de Loja, 18 contestan que no conocen dichos atractivos y 1 omite esta pregunta.

3.1. Interpretación de resultados

Una vez aplicada la encuesta, los resultados obtenidos demuestran que la mayoría de los colaboradores de la empresa tienen conocimiento de datos generales del cantón Catamayo y respectivamente de la ciudad de Loja, tales como: el clima, la altura que posee el cantón, la altitud a la que se encuentra y el número de habitantes con el que cuenta. Asimismo, se les preguntó el significado que tiene para ellos el turismo; para el 99% de encuestados el turismo es una actividad económica que brinda oportunidades de empleo y por lo tanto crecimiento del destino, esto demuestra que tienen una buena percepción acerca del turismo. En relación a la importancia que tiene el turismo como fuente principal de ingresos, el 99% consideran que Catamayo a más de depender económicamente de la agricultura y ganadería, actualmente el turismo se encuentra como fuente principal de ingresos para el cantón. El transporte representa un papel importante dentro de esta actividad turística ya que es el motor principal que permite que las personas se movilicen de un lugar a otro. Catamayo al ser un puerto de paso a otros cantones de la provincia de Loja, cuenta con varias empresas de transporte terrestre como taxis, camionetas y buses, además cuenta con el aeropuerto Ciudad de Catamayo, condición que favorece notablemente al turismo del cantón.

Los colaboradores consideran que el proceso de relación entre ellos y los turistas es un proceso natural e interesante que enriquece a ambos ya que intercambian experiencias, conocimientos y muchas de las veces se forman grandes amistades. El 56.90% de los colaboradores consideran que el turista es una oportunidad económica puesto que al hacer uso de su servicio está dejando divisas y generando ingresos tanto para la empresa como para el cantón. También consideran que el estar en contacto directo con ellos, representa un proceso de convivencia y aprendizaje mutuo, ya que se intercambia costumbre, cultura, procedencia, etc.

En lo concerniente a los atractivos turísticos más conocidos por los colaboradores de la empresa, se pidió que citen tres de ellos, en el cantón Catamayo los que más nombraron fueron: el Centro Recreacional “Eliseo Arias Carrión” (Guayabal), Centro Recreacional “Víctor Manuel Palacios” (Boquerón) y el mirador “La Cruz”. En la ciudad de Loja los atractivos más nombrados por los encuestados fueron: Parque Recreacional “Jipiro”, Puerta de la Ciudad y el Bioparque Zoológico “Orillas del Zamora”.

**4. DEFINIR LAS ESTRATEGIAS A IMPLEMENTAR PARA LA MEJORA DEL
SERVICIO.**

En este objetivo se utilizaron solamente dos herramientas, que ayudaron a analizar la situación actual de la cooperativa de transporte “Catamayo Express”, estas son: la herramienta FODA y el FODA estratégico.

El análisis FODA

Según (Cantabria, 2014):

“El análisis DAFO es el método más sencillo y eficaz para decidir sobre el futuro. Nos ayudará a plantear las acciones que deberíamos poner en marcha para aprovechar las oportunidades detectadas y a preparar a nuestra organización contra las amenazas teniendo conciencia de nuestras debilidades y fortalezas. El análisis DAFO pretende concretar en una tabla resumen tanto los puntos fuertes y débiles de nuestra organización, como las amenazas y oportunidades externas, con el fin de diseñar estrategias ajustadas a nuestra capacidad interna y llegado el caso a su posición competitiva externa”.

Esta herramienta concreta los factores que potencialmente tienen el mayor impacto en la empresa para de esta manera tomar las mejores decisiones y actuar de manera favorable. Asimismo fue indispensable llevar más a fondo este análisis, utilizando otra herramienta que deriva de la antes mencionada, esta es el FODA estratégico.

El FODA estratégico

Según (Cantabria, 2014):

“Consiste en una tabla resumen de evaluación de los puntos fuertes y débiles internos del Centro (competencia o capacidad para generar y sostener sus ventajas competitivas) con las amenazas y oportunidades externas, pues la Estrategia debe lograr el encaje entre sus capacidades internas y su posición competitiva externa”.

Esta herramienta permitió ponderar la relación que tienen unas con otras entre cada una de las fortalezas, debilidades, amenazas y oportunidades para luego de ello proponer estrategias y a su vez plantear objetivos para mejora de cada una de ellas.

4.1. Análisis FODA de la cooperativa de transporte “Catamayo Express”

Tabla 2. Análisis FODA de la Cooperativa de Transporte Catamayo Express.

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES	DEBILIDADES	AMENAZAS
F1. Buena atención al cliente por parte del personal que está en contacto directo con los usuarios / turistas.	O1. Existencia de eventos puntuales en la provincia de Loja, tales como: la Romería de la Virgen del Cisne y el festival de las Artes Vivas.	D1. Algunos de los colaboradores no cuentan con un buen nivel de calidad turística.	A1. Competencia agresiva, debido a que todas las cooperativas de transporte de la ruta Loja a la Costa, pasan por Catamayo.
F2. Excelente ubicación ya que su terminal u oficina matriz se encuentra ubicada en el centro del cantón Catamayo y la oficina de la ciudad de Loja, en la terminal terrestre “Reina del Cisne”	O2. Existencia de atractivos tanto naturales como culturales en la ciudad de Loja y en Catamayo.	D2. Falta de incentivos hacia los trabajadores para que adquieran constantemente conocimientos turísticos (información actualizada).	A2. Competencia con mejores unidades y servicios.
F3. Existe un buen ambiente de trabajo.	O3. El crecimiento de la población en Catamayo y la salida que tiene esta a la ciudad de Loja por motivos de estudio, trabajo o salud.	D3. Falta de un sistema de control sobre la satisfacción de los usuarios.	A3. Similitud de servicio con otras empresas de transporte.
F4. Imagen corporativa posicionada.	O4. Aumento de la demanda de turistas por días festivos o feriados en puente.	D4. Personal temporal y en su mayoría rotativo de empresa a empresa.	A4. Competidores que ofrecen precios más bajos.

F5. La mayoría de colaboradores cuentan con varios años de experiencia trabajando en el sector turístico, específicamente en el transporte, lo que hace que cuenten con información básica de los lugares en los cuales trabajan y manejen conocimientos turísticos.	O5. La infraestructura vial entre Catamayo y Loja se encuentra en buen estado.	D5. No cuentan con material didáctico que permita a los colaboradores contar con información turística a la mano.	A5. Transporte ilegal que cobra más pero ofrece comodidad, disponibilidad según la necesidad del cliente, y sobre todo rapidez.
F6. Variedad de turnos cada 10 minutos a los diferentes cantones de la provincia.	O6. La importancia que tiene el turismo en Catamayo como uno de los ingresos económicos más importantes para el cantón.		

Fuente: Trabajo de campo

Autora: Mariela Cristina Celi Sánchez, 2019

En la siguiente matriz de confrontación se muestra la relación que tienen las variables entre sí, para lo cual se dio una puntuación de;

0: no existe relación

1: poca relación

5: indirectamente relacionadas

10: directamente relacionadas

Empezamos cruzando las fortalezas con las oportunidades y amenazas de nuestro análisis FODA antes propuesto, seguido de ello procedimos a analizar la relación de las debilidades con las oportunidades y amenazas. Luego de eso, gracias a la puntuación que le damos a cada par de variable, procedemos a sumar y de esta manera poder saber cuál de cada una de las variables tiene mayor o menor peso. Y de esta manera saber cuáles son las oportunidades, y fortalezas de la empresa y explotarlas al máximo. Asimismo conocer las debilidades y amenazas de la empresa y eliminarlas o disminuirlas en lo máximo posible

Tabla 3. Matriz de Confrontación

MATRIZ DE CONFRONTACIÓN			FACTORES EXTERNOS													Total
			OPORTUNIDADES						Σ	AMENAZAS						
			O1	O2	O3	O4	O5	O6		A1	A2	A3	A4	A5	Σ	
FACTORES INTERNOS	FORTALEZAS	F1	10	5	0	10	0	10	35	10	10	10	10	10	50	85
		F2	10	10	10	5	5	5	45	5	1	10	10	5	31	76
		F3	0	0	1	5	0	10	16	5	5	5	5	5	25	41
		F4	0	0	10	1	0	10	21	10	10	10	10	10	50	71
		F5	10	10	1	10	0	10	41	10	10	10	5	10	45	86
		F6	10	5	10	10	10	10	55	10	5	10	1	1	27	82
	DEBILIDADES	Σ	40	30	32	41	15	55		50	41	55	41	41		
		D1	5	5	1	10	0	10	31	10	10	10	10	10	50	81
		D2	10	10	5	10	0	10	45	5	10	10	1	1	27	72
		D3	10	5	10	10	0	10	45	1	10	10	5	10	36	81
		D4	0	0	0	0	0	0	0	0	10	10	0	1	21	21
		D5	10	10	5	10	0	10	45	5	10	10	1	1	27	72
		Σ	35	30	21	40	0	40		21	50	50	17	23		
	Total		75	60	53	81	15	95		71	91	105	58	64		

Fuente: Trabajo de campo

Autora: Mariela Cristina Celi Sánchez, 2019

La siguiente tabla muestra el valor que obtuvo cada una de las variables mediante el cruce y la puntuación que se dio a cada una de ellas según la importancia y la relación que tienen factor con factor.

Tabla 4. Orden de actuación de variables

FACTOR		PUNTAJE	VARIABLE
Fortalezas		86	La mayoría de colaboradores cuentan con varios años de experiencia trabajando en el sector turístico; específicamente en el transporte, lo que hace que cuenten con información básica de los lugares en los cuales trabajan y manejen conocimientos turísticos.
		85	Buena atención al cliente por parte del personal que está en contacto directo con los usuarios / turistas.
		82	Variedad de turnos cada 10 minutos a los diferentes cantones de la provincia.
		76	Excelente ubicación ya que su terminal u oficina matriz se encuentra ubicada en el centro del cantón Catamayo y la oficina de la ciudad de Loja, en la terminal terrestre “Reina del Cisne”.
		71	Imagen corporativa posicionada.
		41	Existe un buen ambiente de trabajo.
Oportunidades		95	La importancia que tiene el turismo en Catamayo como uno de los ingresos económicos más importantes para el cantón.
		81	Aumento de la demanda de turistas por días festivos o feriados en puente.
		75	Existencia de eventos puntuales en la provincia de Loja, tales como: la Romería de la Virgen del Cisne y el festival de las Artes Vivas.
		60	Existencia de atractivos tanto naturales como culturales en la ciudad de Loja y en Catamayo.

		53	El crecimiento de la población en Catamayo y la salida que tiene está a la ciudad de Loja por motivos de estudio, trabajo o salud.
		15	La infraestructura vial entre Catamayo y Loja se encuentra en buen estado.
Debilidades		81	Algunos de los colaboradores no cuentan con un buen nivel de calidad turística.
		81	Falta de un sistema de control sobre la satisfacción de los usuarios.
		72	No cuentan con material didáctico que permita a los colaboradores contar con información turística a la mano.
		72	Falta de incentivos hacia los trabajadores para que adquieran constantemente conocimientos turísticos (información actualizada).
		21	Personal temporal y en su mayoría rotativo de empresa a empresa.
Amenazas		105	Similitud de servicio con otras empresas de transporte.
		91	Competencia con mejores unidades y servicios.
		71	Competencia agresiva; debido a que todas las cooperativas de transporte de la ruta Loja a la Costa, pasan por Catamayo.
		64	Transporte ilegal que cobra más pero ofrece comodidad, disponibilidad según la necesidad del cliente, y sobre todo rapidez.
		58	Competidores que ofrecen precios más bajos.

Fuente: Trabajo de campo

Autora: Mariela Cristina Celi Sánchez, 2019

Finalmente se presenta la tabla de estrategias identificativas, en esta tabla se propone las posibles soluciones para combatir los puntos negativos que afectan de manera significativa a la empresa.

Tabla 5. Estrategias identificativas

Nro.	Estrategias	Objetivo	Acción
1	Proporcionar a los colaboradores material didáctico que contenga información turística básica y relevante.	Capacitar a los colaboradores sobre la importancia de la calidad turística y de la buena atención al cliente.	Facilitar videos informativos cortos.
2	Implementar un sistema que permita a los usuarios medir la calidad de servicio o atención recibida por parte del personal que labora en la cooperativa.	Medir la satisfacción del cliente.	Instalación de medidores de percepción de calidad.
3	Dar mayor uso a redes sociales para difundir contenido sobre la calidad como factor diferenciador de un servicio.	Dar a conocer al personal rotativo sobre la importancia de dar calidad en el servicio.	Establecer grupos en redes sociales que incluyan al personal de la cooperativa para recibir información (manuales, afiches, etc)
4	Crear convenios con otras empresas turísticas.	Incentivar a los colaboradores a ser parte activa de los procesos propios de la actividad turística.	Establecer descuentos para los colaboradores de la cooperativa que hagan uso de los servicios que brindan las otras partes del convenio.

Fuente: Trabajo de campo

Autora: Mariela Cristina Celi Sánchez, 2019

5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. CONCLUSIONES

Con el desarrollo de este trabajo se cumplió los objetivos planteados, llegando así a las siguientes conclusiones:



Desde la óptica de los prestadores del servicio, la empresa cuenta con personal que se encuentra en condiciones de brindar servicio de buena calidad ya que la mayoría tienen conocimientos en temas turísticos, esto pese a que no todos los colaboradores han sido previamente capacitados específicamente por la empresa. La experiencia y años de servicio en el sector es un factor clave que hace que los colaboradores de esta empresa brinden un servicio de calidad.



Según la perspectiva de los colaboradores el turismo es una actividad económica que representa un valor significativo para el cantón ya que esta actividad en los últimos años se ha convertido en una de las principales fuentes de ingresos, por lo que consideran que tener conocimientos en temas turísticos y el buen manejo de los mismos, sería un plus para la empresa porque de esta manera se obtendría una mejor relación entre colaborador – cliente (usuario / turista).



Los colaboradores manifiestan que la empresa no realiza constantes capacitaciones en temas turísticos, información que fue contrastada con el presidente de la empresa, quien manifestó que se realizan una o dos capacitaciones por año, esto debido a que no es conveniente para la empresa realizar con más frecuencia este tipo de capacitaciones por la rotación de personal de empresa a empresa y por ende la momentaneidad de los mismos.



Gracias a las herramientas utilizadas: FODA y FODA estratégico, se destaca que la cooperativa de transporte “Catamayo Express” debido a la ubicación estratégica de sus oficinas (Catamayo - Loja) además de la buena calidad de servicio y excelente atención al cliente, cuenta con un amplio target de mercado, pese a la existencia de otras empresas de transporte que ofrecen el mismo servicio.



Según manifestó el Señor Daniel Carrión, presidente de la Cooperativa “Catamayo Express”; esta es una empresa pionera en el transporte local, pese a que es una empresa pequeña en comparación a otras cooperativas de la provincia de Loja, la marca “Catamayo Express” está posicionada en el mercado.

5.2. RECOMENDACIONES

Al finalizar el presente trabajo de investigación se considera necesario plantear las siguientes recomendaciones:



Para el gerente de la cooperativa, es importante buscar la manera de remplazar las capacitaciones turísticas que de cierta manera no resultan convenientes para la empresa debido a la rotación y momentaneidad del personal.



Para el presidente de la empresa, considerar el implementar un sistema que mida la satisfacción del cliente y permita al usuario manifestar cuál es su percepción del servicio recibido.



Para los colaboradores de la empresa; identificar las necesidades de los usuarios (turistas) para satisfacerlas, logrando de este modo cubrir con las expectativas y la fidelización de clientes.



Para los colaboradores de la empresa, es importante que manejen términos básicos en inglés para poder comunicarse con las personas que dominan este idioma y de esta manera brindar un servicio diferenciado y personalizado.



Para los conductores, azafatas y ayudantes de los buses, manejar datos generales de los destinos en los que laboran e información de los principales atractivos turísticos con los que cuentan, para así poder brindar asistencia a los usuarios y estar en condiciones de realizar sugerencias a los mismos.

6. BIBLIOGRAFÍA



Consejo de Promoción Turística de México. (2010). *Glosario Campañas de publicidad cooperativa*.



Abreu, J. L. (2014). *El Método de la Investigación*. Daena: International Journal of Good Conscience .



Aguirre, N. (2014). *ACEDEMIA*. Obtenido de https://www.academia.edu/10160856/Contaminación_Ambiental_Autor_Nicole_Aguirre_Docente_Washington_Caraguay_Ecuador



Aranda, A. A. (2012- 2012). *Optimización de rutas de transporte*. Obtenido de https://eprints.ucm.es/23027/1/Memoria_OptimizacionRutasTransporte.pdf



Castro, R. Q. (2007). *Elementos del Turismo*. Costa Rica: Universidad Estatal a Distancia.



Chávez, C. F. (2019). *Metodología de la investigación Así de fácil*. Córdoba, Argentina: El Cid Editor.



Chavez, D. (2014). *"Rutas de alimentación que se integran a la ampliación del servicio del Corredor Central Trolebús hacia la parroquia de Calderón"*. Quito . Obtenido de <http://repositorio.puce.edu.ec/bitstream/handle/22000/7887/TESIS%20DE%20GRADO%20Dario%20Chavez%20.pdf?sequence=1&isAllowed=y>



definiciones-de. (17 de Febrero de 2019). Obtenido de <https://www.definiciones-de.com/Definicion/de/vialidad.php>



Fait, M. (23 de Abril de 2012). *wordpress.com*. Obtenido de <https://mauriciofait.wordpress.com/2012/04/23/datos-cuantitativos-y-cualitativos/>



Fonseca, G. (2017). Obtenido de Términos económicos utilizados en la salud (II parte): <http://scielo.sld.cu/pdf/san/v21n7/san19217.pdf>



Gestion.org. (2018). Obtenido de ¿Qué es el transporte? Conoce cuáles son los tipos de transporte más habituales en las empresas: <https://www.gestion.org/que-es-el-transporte/>



INEGI. (2003 - 2007). *Cuenta Satélite de Turismo de México*.



José Muñoz, J. G. (19 de Diciembre de 2013). Obtenido de <https://www.poraqui.net/glosario/información-turística>



Julián Pérez, M. M. (2013). *definicion.de*. Obtenido de <https://definicion.de/frecuencia/>



Lengua, R. A. (2010). Obtenido de <https://dle.rae.es/?id=bBsQKPc>



Ley Orgánica de Transporte Terrestre, Tránsito y Seguridad Vial. (31 de Diciembre de 2014).



Llontop, C. (s.f.). *Normas Técnicas en Turismo*. Obtenido de http://fcctp.usmp.edu.pe/boletin_images/boletin_julio/Nota_Norma_Tecnica_en_turismo.pdf



Lucio, N. Q. (2010). *Metodología de la Investigación*. Lima: Macro E.I.R.L.



Martinez, L. (04 de Julio de 2016). *wordpress.com*. Obtenido de <https://lucymartinezsitewordpress.com/2016/07/04/la-ciudad-de-catamayo/>



Maya, E. (2014). *Métodos y técnicas de investigación. Una propuesta ágil para la presentación de trabajos científicos en las áreas de arquitectura, urbanismo y disciplinas afines*. México.



Mesalles, L. (2017). Obtenido de <http://www.nuestroturismo.com/index.php/diccionario>



MINTUR. (s.f.). <http://servicios.turismo.gob.ec>. Recuperado el 19 de Marzo de 2019, de <http://servicios.turismo.gob.ec/index.php/turismo-cifras>



Morrero, F. J. (Noviembre de 2016). Obtenido de <https://www.hosteltur.com:https://www.hosteltur.com/files/web/templates/term/wikitur.pdf>



OMT. (2008). *Recomendaciones internacionales para estadísticas del turismo*. Obtenido de https://unstats.un.org/unsd/publication/seriesm/seriesm_83rev1s.pdf



Organización de los Estados Americanos. (s.f.). Recuperado el 12 de Marzo de 2019, de http://www.cicad.oas.org/fortalecimiento_institucional/savia/PDF/Cantón%20Catamayo.pdf



Paz, G. B. (2017). *Metodología de la Investigación*. México: Grupo Editorial Patria.



Pérez, J. (2012). *definicion.dedefinicion.de*. Obtenido de <https://definicion.de/costo-de-oportunidad/>



Riascos, A. L. (Septiembre de 2011). Identificación y dinamización turística del corredor bosque seco, sector cantón Catamayo, provincia de Loja. Loja, Ecuador.



Rodríguez, C. (2018). *eumed.net*. Obtenido de Enciclopedia Virtual: <http://www.eumed.net/diccionario/definicion.php?dic=1&def=133>



Rojas, D. (2012). *Diccionario Turístico*. Loja: CORPTUR.



Romero, A. C. (2014). *Metodología Integral para planes y tesis*. México: Cengage Learning.



Ruiz, J. I. (2012). *Metodología de la Investigación Cuantitativa*. Bilbao, España: Deusto.



Sánchez, J. (s.f.). *economipedia.com*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/servicio.html>



Simancas, J. (2010). Historia de Coop. de Transportes Catamayo Express. Catamayo. Obtenido de <https://www.youtube.com/watch?v=gql0pNj7hwI&t=312s>



Turismo, F. N. (s.f.). *fontur.com.co*. Recuperado el 13 de Marzo de 2019, de <https://fontur.com.co/interactue/glosario/63>



Turismo, O. M. (2004). *Indicadores de desarrollo sostenible para destinos turísticos. Guía Práctica*.



Turismo, O. M. (s.f.). *unwto.org*. Recuperado el 12 de Marzo de 2019, de <http://media.unwto.org/es/content/entender-el-turismo-glosario-basico>



UNWTO. (2003 - 2007). Obtenido de <http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/docpdf/conceptos.pdf>



Valencia, A. (2014). *“Evaluación de cultura turística que tienen los habitantes de un destino turístico. Aplicación en el destino Manzanillo”*. Obtenido de <http://www.eumed.net/rev/curydes/16/manzanillo.pdf>



Venemedia Comunicaciones, C.A. (Septiembre de 2018). *conceptodefinicion.de*. Obtenido de <https://conceptodefinicion.de/analisis/>



Vizuite, X. (Agosto de 2015). metodológica para evaluar la eficiencia de la gestión operativa de los servicios de transporte público masivo de pasajeros.



Wood, J. S. (2018). *Investigar en Educación Conceptos básicos y metodología para desarrollar proyectos de investigación*. Madrid, España: NARCEA.