



UNIVERSIDAD LAICA ELOY ALFARO DE MANABÍ

FACULTAD DE HOTELERÍA Y TURISMO

TRABAJO DE TITULACIÓN

**PROYECTO DE INVESTIGACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
INGENIERO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS**

TEMA

**“CALIDAD DEL SERVICIO AL CLIENTE PARA EL DESARROLLO TURÍSTICO DE
LA PARROQUIA SAN MATEO-MANTA”**

AUTORA

GONZÁLEZ JARAMILLO MARÍA JOSÉ

TUTOR

Dr. MACÍAS MENDOZA FERNANDO EDUARDO

MANTA, ENERO 2021

**“CALIDAD DEL SERVICIO AL CLIENTE PARA EL DESARROLLO TURÍSTICO
DE LA PARROQUIA SAN MATEO-MANTA”**

Lic. Luis Reyes Chávez, Mg

PRESIDENTE DEL TRIBUNAL

Dra. Estefanía Basurto Cedeño.

MIEMBRO TRIBUNAL DE TITULACIÓN

Dr. Argenis Montilla Mg.

MIEMBRO TRIBUNAL DE TITULACIÓN

Ing. Fernando Macías.

DOCENTE TUTOR DE TITULACIÓN

María José González Jaramillo

GRADUADA

Certificación del tutor

En calidad de docente tutor de la Facultad de Hotelería y Turismo de la Universidad Laica “Eloy Alfaro” de Manabí, certifico:

Haber dirigido y revisado el trabajo de titulación, cumpliendo el total de 380 horas, bajo la modalidad de proyecto de investigación, cuyo tema del proyecto es “La calidad del servicio al cliente para el desarrollo turístico de la parroquia San Mateo”, el mismo que ha sido desarrollado de acuerdo a los lineamientos internos de la modalidad en mención y en apego al cumplimiento de los requisitos exigidos por el Reglamento de Régimen Académico, por tal motivo CERTIFICO, que el mencionado proyecto reúne los méritos académicos, científicos y formales, suficientes para ser sometido a la evaluación del tribunal de titulación que designe la autoridad competente.

La autoría del tema desarrollado corresponde a la señorita María José González Jaramillo, estudiante de la carrera de Turismo, período académico 2020-2021 (1), quien se encuentra apta para la sustentación de su trabajo de titulación.

Particular que certifico para los fines consiguientes, salvo disposición de Ley en contrario.

Manta, 19 de enero de 2021.

Lo certifico,



Dr. Fernando Macias.
Docente Tutor(a)
Área: investigación.

Autoría

El presente caso de estudio es realizado previo a la obtención del título de Ingeniero de Administración de Empresas Turísticas de la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, el contenido pertenece exclusivamente a la autora, por lo cual se orienta a ubicar la cita correspondiente en caso de que se utilice este documento.

González Jaramillo María José
131146590-8

CERTIFICADO DE APROBACIÓN DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

El tribunal evaluador certifica: Que, el trabajo de carrera, titulado “calidad del servicio al cliente para el desarrollo turístico de la parroquia san mateo-manta”, ha sido realizado y concluido por la señorita María José González Jaramillo; el mismo que ha sido controlado y supervisado por los miembros del tribunal. El trabajo de fin de carrera reúne todos los requisitos pertinentes en lo referente a la investigación y diseño que ha sido continuamente revisada por este tribunal en las reuniones llevadas a cabo. Para dar testimonio y autenticidad,

Firmamos:

Lic. Luis Reyes Chávez, Mg

PRESIDENTE DEL TRIBUNAL

Dra. Estefanía Basurto Cedeño.

MIEMBRO TRIBUNAL DE TITULACIÓN

Dr. Argenis Montilla Mg.

MIEMBRO TRIBUNAL DE TITULACIÓN

Ing. Fernando Macías.

DOCENTE TUTOR DE TITULACIÓN

María José González Jaramillo

GRADUADA

Agradecimiento

Agradezco principalmente a Dios, por ser la fortaleza en mi vida, que me ha levantado en cada momento difícil, y principalmente por darme una linda familia, gracias a él he podido cumplir cada una de mis metas.

Agradezco a mis padres por darme su apoyo incondicional en cada etapa de mi vida, me han brindado sus consejos y han sabido escucharme en cada momento. A mi querida y amada familia en general por su apoyo incondicional.

A todos los docentes de la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, de quienes aprendí su enseñanza y consejos de sabiduría durante el transcurso de mis estudios y a quienes participaron en el desarrollo de la presente investigación, con sugerencias y aportes profesionales.

Gracias a todas las personas que me ayudaron directa e indirectamente para culminar mi carrera profesional.

Dedicatoria

Este trabajo está dedicado a Dios principalmente por haberme dado la vida. A mi madre que es una persona incondicional conmigo, que ha guiado mi camino, y que me ha dado siempre lo mejor. A mi padre quien con sus consejos ha sabido guiarme para culminar con mi carrera profesional.

A todos mis hermanos por estar siempre pendientes de mis logros y fracasos. A mi familia en general por brindarme su apoyo en los buenos y malos momentos. A mis compañeros por su amistad y apoyo. A mis profesores por guiarme y compartir sus conocimientos durante la carrera profesional.

Índice General

Introducción.....	1
Justificación.....	3
Planteamiento del Problema.....	4
Formulación del problema	5
Objetivo general.....	5
Objetivos específicos.....	5
Capítulo I: Marco Teórico	6
1.1 Calidad del servicio al cliente	6
1.2 Turismo	8
1.3 Desarrollo turístico.....	10
1.4 San Mateo.....	12
Capítulo II: Marco Metodológico.....	14
2.1 Metodología de la investigación.....	14
2.1.1 Tipo de Investigación.....	14
2.1.2 Métodos de Investigación	14
2.1.3 Técnica de investigación (Encuesta).....	15
2.2 Revisión de varias metodologías sobre diagnóstico de la calidad del servicio al cliente para el desarrollo turístico.....	15
2.3 Metodología para el diagnóstico de la calidad del servicio al cliente hacia el desarrollo turístico	16
2.4 Descripción de pasos y métodos	17
2.4.1 Identificación de indicadores que miden la calidad del servicio para el desarrollo turístico	17
2.4.2 Diagnóstico de la calidad del servicio al cliente para el desarrollo turístico.....	17
2.4.3 Elaboración de la propuesta del plan de acción	21
Capítulo III: Resultados y discusión.....	22
3.1 Identificación de indicadores para medir la calidad del servicio y el desarrollo turístico	22
3.2 Diagnóstico de la calidad del servicio al cliente para el desarrollo turístico	23
3.3 Tema de la propuesta.....	30
3.3.1 Desarrollo de la propuesta.....	30
3.3.2 Misión.....	30
3.3.3 Visión.....	30
3.3.4 Objetivos y beneficios del plan de acción.....	30
3.3.5 Análisis FODA.....	31
3.4 Implementación de la propuesta.....	32
3.4.1 Ubicación.....	32
3.4.2 Plan de acción	32
Conclusiones.....	34

Recomendaciones	35
Bibliografía.....	36
Anexos.....	¡Error! Marcador no definido. 9

Índice de tablas

Tabla 1: Características de la calidad del servicio	7
Tabla 2: Tipos de turismo	9
Tabla 3: Cuadro metodológico de varios autores	16
Tabla 4: Metodología para el diagnóstico de la calidad del servicio al cliente hacia el desarrollo turístico	17
Tabla 5: Fundamentos de las preguntas	18
Tabla 6: Cuestionario de encuesta	19
Tabla 7: Indicadores identificados que permitieron medir la calidad del servicio en la parroquia San Mateo	22
Tabla 8: Indicadores seleccionados para medir la calidad de los servicios turísticos en la parroquia San Mateo	23
Tabla 9: Análisis FODA	31
Tabla 10: Plan de acción	33

Índice de figuras

Figura 1: Visitas a la parroquia San Mateo.....	24
Figura 2: Evaluación de aspectos.....	24
Figura 3: Indicadores que inciden en el desarrollo turístico de la parroquia San Mateo	25
Figura 4: Indicadores que impiden el desarrollo turístico de la parroquia San Mateo.....	25
Figura 5: Ciudad en la que reside	26
Figura 6: Edad	27
Figura 7: Género.....	28
Figura 8: Instrucción académica	28
Figura 9: Ocupación	29
Figura 10: Mapa de ubicación geográfica de San Mateo.....	32

Resumen

El turismo es una actividad económica y social de enorme importancia para muchos países en el mundo y el Ecuador no está alejado de esta premisa, tomando en cuenta que este destino ha tenido un aumento considerablemente de turistas en los últimos años. La calidad del servicio al cliente es un factor elemental para el desarrollo de las empresas, y en la actividad turística como en las demás también juega un rol determinante. Este trabajo investigativo tuvo como objetivo analizar la calidad del servicio al cliente como factor de desarrollo turístico en la parroquia San Mateo, cantón Manta. La investigación fue exploratoria, por lo cual se procedió a la indagación de varios elementos, con la finalidad de esclarecer los problemas que tiene esta localidad. Los métodos, técnicas y herramientas utilizados fueron: analítico-sintético, revisión de documentos oficiales, revisión bibliográfica y cuestionario de encuesta. La secuencia de este caso de estudio fue estructurada en tres pasos: Diagnóstico de la calidad del servicio al cliente, identificación de indicadores y elaboración de la propuesta del plan de acción. Mediante la implementación de las estrategias se busca potenciar la calidad del servicio turístico que se brinda actualmente en la parroquia, ofreciendo nuevas experiencias a los turista nacionales e internacionales que acuden a este lugar. Los resultados finales de esta investigación pueden ser utilizados para resolver los problemas actuales, potenciando así la calidad del servicio al cliente y por ende aumentar la competitividad con otros destinos.

Palabras clave: Turismo, turistas, calidad del servicio al cliente, desarrollo turístico

Abstract

Tourism is an economic and social activity of enormous importance for many countries in the world and Ecuador is not far from this premise, considering that this destination has had a considerable increase in tourists in recent years. The quality of customer service is an elementary factor for the development of companies, and in tourist activity as in the others it also plays a determining role. This investigative work aimed to analyze the quality of customer service as a factor in tourism development in the San Mateo parish, Manta canton. The research was exploratory, for which various elements were investigated, in order to clarify the problems that this locality has. The methods, techniques and tools used were analytical-synthetic, review of official documents, bibliographic review, and survey questionnaire. The sequence of this case study was structured in three steps: Diagnosis of the quality of customer service, identification of indicators and preparation of the proposed action plan. Through the implementation of the strategies, the aim is to enhance the quality of the tourist service that is currently offered in the parish, offering new experiences to national and international tourists who come to this place. The final results of this research can be used to solve current problems, thus enhancing the quality of customer service, and therefore increasing competitiveness with other destinations.

Keywords: Tourism, tourists, quality of customer service, tourism development

Introducción

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. La importancia económica del turismo es diferente en cada una de las regiones mundiales, ya que el grado de desarrollo del turismo no ha seguido el mismo ritmo de crecimiento en todas ellas (Organización Mundial del Turismo OMT, 1994).

A criterio de la autora, la actividad turística emerge cada día como una de las principales industrias de servicios a nivel mundial, provocando grandes ganancias para los países que se dedican a esta. Sin embargo, las organizaciones mundiales y los países deben tener presente los efectos negativos que produce esta actividad, para que de esta manera efectúen planes que ayuden a contrarrestar estos problemas.

La calidad es el resultado de un proceso que implica la satisfacción de todas las necesidades, exigencias y expectativas legítimas de los consumidores respecto a 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 tales como la seguridad, la higiene, la accesibilidad, la transparencia, la autenticidad y la armonía de una actividad turística preocupada por su entorno humano y natural (OMT, 2017).

El turismo es una actividad económica y social de enorme importancia para muchos países en el mundo. El turismo es una apuesta del Gobierno Nacional en la medida que podría aportar la consecución de uno de los retos más ambiciosos del país, colocándolo como la segunda fuente de ingresos no petroleros (Ministerio de Turismo, 2019).

Según Sandoval, Ordoñez y Noblecilla (2018), el Ecuador es uno de los destinos más visitados en la actualidad por sus atractivos turísticos, paisajes naturales y culturales. La actividad turística se ha convertido en una de las principales fuentes de ingresos del país, siendo esta una clave para el desarrollo de la economía nacional.

Actualmente el Ecuador le está apostando mucho a este ámbito, es por tal motivo que ha direccionado una gran cantidad de sus recursos que permitan potenciar la planta turística del país, ha creado campañas publicitarias enfocadas en la promoción del país a nivel internacional, también ha elaborado un calendario de feriados el cual está enfocado en fomentar el turismo interno, de tal manera que las personas se desplacen a otros sitios generando así una mayor dinamización de la economía.

Manabí es considerada una zona de alto potencial turístico que ha ido escalando positivamente a un turismo sustentable, pues se encuentra cumpliendo la normativa ambiental, hay promoción turística tanto a nivel local, como nacional e internacional, ha mejorado la infraestructura de transporte, también se ha contrarrestado la salubridad y mejorado la conectividad. Sin embargo, no se han diseñado productos turísticos con una mejor segmentación del mercado y con un marketing apropiado, lo que provoca que una gran cantidad de atractivos turísticos no logren el desarrollo esperado, por lo cual se deben mejorar estos aspectos, con la finalidad de aumentar la calidad de servicios y productos turísticos (Álava, 2017).

Manta tiene un avance en el sector turístico, sin embargo, se ha podido evidenciar que gran parte del personal que labora en la industria no se encuentra capacitado, principalmente en temas turísticos y ambientales, originando así una baja calidad del servicio, factor de importancia para la competitividad (Arias, et al, 2017).

Al igual que la mayoría de los cantones, Manta no posee una señalización turística donde el visitante pueda apoyarse al momento de acudir a los sitios de interés, generando así su desorientación y disgusto. A la vez carece de cobertura de servicios básicos y la situación empeoró con el terremoto del 16 A del 2016, en el que se destruyó gran parte de las redes de alcantarillado y agua potable teniendo como resultado una oferta turística limitada (Zambrano, 2019).

Justificación

La calidad debe entenderse como un objetivo, como el esfuerzo continuo por realizar bien las tareas, además, es el resultado a través del cual los clientes van a medir la predisposición de los habitantes, la región y el país en general. La calidad del turismo es una amalgama de servicios, instalaciones y organizaciones. Por tanto, puede hacerse desde una perspectiva individual (calidad del entorno, calidad de un hotel, entre otros) o desde una perspectiva general, calidad del transporte, calidad del destino turístico (Chaves, 2012).

Bajo esta premisa, la parroquia San Mateo perteneciente al cantón Manta, es una localidad que recibe muchos turistas, durante todo el año. A pesar de las bondades turísticas que posee, también tiene muchas limitaciones en torno a la infraestructura, accesibilidad, señaléticas, servicios turísticos, entre otros. Dichos aspectos no permiten que se brinde una mejor calidad del servicio y a su vez frena el desarrollo turístico de esta parroquia.

San Mateo es un destino turístico, que ofrece cada año a los turistas nacionales y extranjeros la oportunidad de disfrutar unas vacaciones de playa diferentes. A pesar del auge turístico que la parroquia San Mateo ha experimentado en los últimos años después de la creación del muelle pesquero, y del evento Juegos Suramericanos de Playa 2011, sigue siendo un lugar con mucho potencial turístico que muy poco se ha desarrollado, afectando de manera directa la calidad del servicio a los clientes, ya que los prestadores turísticos de la zona no están capacitados para ofrecer todos sus productos y servicios con una excelente calidad (Solórzano, 2015).

La siguiente investigación se limita al análisis de la calidad del servicio al cliente que brindan los prestadores de servicios turísticos, identificación de los problemas más comunes que presenta la actividad turística y de qué manera inciden estos en el desarrollo turístico de la parroquia San Mateo. Los resultados que proporcione este trabajo de estudio permitirán identificar y dar respuesta a dichos problemas, beneficiando así a los turistas nacionales e internacionales, prestadores de servicios turísticos y a la comunidad.

Planteamiento del Problema

La parroquia San Mateo ofrece actualmente varios servicios y actividades turísticas, así como también ha sido escogida por las entidades competentes para aplicar proyectos de regeneración que han mejorado la calidad de vida del sector, sin embargo, existen otros lineamientos de desarrollo que se pueden implementar para contribuir con el incremento en el valor de la experiencia turística que recibe un visitante (Almeida, 2018).

Los turistas internacionales también visitan la playa San Mateo y necesitan ser atendidos con calidad y calidez, estos piden un trato individualizado y por esta razón los establecimientos deben centrar sus esfuerzos en lograr la satisfacción de sus necesidades. En base a esta premisa se evidencia: falta de personal administrativo y de servicios, falta de aseo en los establecimientos, falta de personal capacitado en idiomas extranjeros (inglés) e inseguridad (Zambrano, 2019).

Las falencias mencionadas con anterioridad inciden en que el servicio no sea rápido, oportuno, ni de una buena calidad, estos inconvenientes generan que los clientes no se encuentren satisfechos por el servicio recibido y las consecuencias de esto, se manifiesta en el decrecimiento de la llegada de turistas, producto de la difusión de las malas experiencias que tienen los turistas cuando llegan a este destino. Por lo anterior surge la necesidad de realizar una investigación que identifique dichas debilidades, este resultado será de mucha utilidad, permitiendo identificar las causas que generan insatisfacción en los clientes, y a partir de allí plantear una propuesta de solución futura.

La investigación va encaminada a elevar la calidad del servicio turístico que se ofrece actualmente en la parroquia San Mateo, a través de alternativas que ofrezcan opciones atractivas para los clientes potenciales del sector turístico. Existiendo así el propósito principal que es determinar cómo esta incidencia influye el servicio al cliente; para esto se realiza un seguimiento acerca de la calidad de servicio turístico que se oferta actualmente en dicho lugar.

Formulación del problema

¿Cómo influye la calidad de los servicios al cliente en el desarrollo turístico de la parroquia San Mateo?

A partir de aquí, se define como **objeto de estudio**: el análisis de la calidad del servicio al cliente en el desarrollo turístico; mientras que el **campo de estudio** es la parroquia San Mateo del cantón Manta.

Objetivo general

Analizar la calidad del servicio al cliente que brindan los prestadores de servicios turísticos de la parroquia San Mateo.

Objetivos específicos

1. Investigar el impacto de la calidad del servicio al cliente en el desarrollo turístico de la parroquia San Mateo.
2. Determinar los indicadores que permitan evaluar la calidad del servicio al cliente hacia el desarrollo turístico en la parroquia San Mateo.
3. Elaborar un plan de acción enfocado en mejorar la calidad del servicio al cliente hacia el desarrollo turístico en la parroquia San Mateo.

La importancia del trabajo investigativo consiste en revelar los principales problemas en torno a la calidad del servicio que recibe el turista y en qué esto incide en el desarrollo turístico de la parroquia San Mateo del cantón Manta. Los resultados de este trabajo investigativo pueden ser utilizados para futuras investigaciones, en torno a temas relacionados con la mejora del servicio turístico.

El presente estudio contiene la siguiente lógica: En el **Capítulo I**, se revisan artículos y publicaciones científicas relacionados con la presente temática, el **Capítulo II** contiene aspectos referentes a la metodología, materiales y métodos a utilizar durante la investigación; y por último está el **Capítulo III**, en este se procede a la elaboración y descripción de la propuesta en base a los lineamientos requeridos en este caso de estudio. Al finalizar, se elaboran las conclusiones y recomendaciones de la investigación.

Capítulo I: Marco Teórico

1.1 Calidad del servicio al cliente

La calidad de un bien o servicio requiere de características que faciliten su comprensión, y es el cliente quien las define a partir de su interacción con un producto o servicio, en todo caso el determinará si se satisfacen o no sus necesidades. Así pues, se hace necesario detallar cada uno de los enfoques en mención, con el firme propósito de comprender hasta dónde han llegado los postulados y cómo estos han permitido el desarrollo de algunos modelos que vienen siendo utilizados para medir dicho constructo (Villalba, 2013).

Hoy en día, ofrecer servicios satisfactorios se ha convertido en una necesidad indispensable, dada la gran variedad de alternativas disponibles que existen en el mercado y a las cuales el cliente puede acceder de una forma rápida y fácil. Los competidores son cada vez más veloces al momento de atender las nuevas necesidades de los clientes, por lo que la calidad debe convertirse en una ventaja competitiva en toda organización.

La calidad es un concepto ampliamente difundido en el medio empresarial, institucional y entre los consumidores. Esta hoy es considerada como una de las herramientas fundamentales para estimular el mejor aprovechamiento de los recursos humanos y materiales disponibles, permitiendo así a una empresa elevar su productividad, competir eficazmente y ganar nuevos clientes (Maldonado y Hernández, 2011).

En base a lo anterior, se orienta a que la calidad debe estar inmersa en los distintos planes y programas empresariales de las instituciones; desarrollar estrategias de Marketing adecuadas al negocio, y sobre todo que estas vayan enfocadas en fortalecer la relación entre la empresa y el cliente a partir de la satisfacción de sus necesidades. Existen varias características que se encuentran relacionadas netamente con la calidad del servicio, entre las que más se destacan se encuentran: tangibilidad, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía. En la siguiente tabla 1, se especifica con mayor claridad las mismas.

Tabla 1: Características de la calidad del servicio

Características	Definición
Tangibilidad	Describe las instalaciones físicas, equipos y el aspecto personal
Fiabilidad	Habilidad para realizar el servicio prometido en forma fiable y precisa
Capacidad de respuestas	Disposición para ayudar y proporcionar un servicio rápido
Seguridad	Conocimiento y cortesía de los empleados y su capacidad para inspirar confianza y seguridad
Empatía	Cuidado, atención individualizada que la empresa proporciona a los clientes.

Fuente: Elaboración propia a partir de (Parasuraman, Zeithalm y Berry, 1988).

En todas las instituciones y empresas que se dedican a prestar servicios, es indispensable que exista una verdadera calidad en la atención, para que de esta manera se pueda lograr una indudable armonía entre los consumidores y las empresas. Mas aún, hoy en día que existe una amplia competencia y clientes que demandan mayores exigencias, por lo cual es realmente importante que se otorgue al cliente una atención personalizada y acorde a sus exigencias, la misma que permita satisfacer sus necesidades.

La calidad en el ámbito turístico es algo consustancial a la esfera íntima de la persona. En turismo, se venden utilidades no solo funcionales, sino también vivenciales y simbólicas, lo que va más allá del concepto de producto de consumo y le otorga una dimensión trascendente y moral. La calidad, por ser uno de los motores clave de la competitividad turística, es también una herramienta profesional para los proveedores turísticos a efectos organizativos, operativos y de imagen (OMT, 2015).

La calidad del servicio es importante en todas las áreas, y en el campo turístico no es la excepción, es por tal razón que se deben realizar los debidos controles de la calidad del servicio turístico. Dichos controles permitirán mejorar y aumentar la calidad del servicio hacia el turista, de tal manera que se cree un ambiente armónico y próspero, para continuar con el normal desarrollo de las actividades turísticas dentro de dicho destino.

1.2 Turismo

Según Guerrero y Ramos (2014), el turismo es un fenómeno actual que contiene líneas y perspectivas que son trascendentes y ha transformado a múltiples regiones y economías. Su importancia es tal, que supone todo un impacto en diversos rubros, de esfuerzos continuos, en operaciones realizadas, en proyecciones a futuro y en la puesta en marcha de planes, programas y recursos, tanto públicos como privados.

La figura principal del turismo es el turista, que es aquella persona que se traslada hacia otro lugar en busca de diversión, ocio, actividades comerciales, entre otras, este personaje es de vital importancia dentro de las actividades turísticas, ya que sin él no existiría este negocio, es por tal razón que merece un trato muy especial en todo momento, lo que implica brindarle la mejor atención y los mejores servicios para que este se sienta cómodo y satisfecho por los servicios que percibe dentro de un destino turístico.

El turismo genera empleo y oportunidades de negocio para las poblaciones receptoras y puede contribuir a mitigar o erradicar la pobreza. Si se compara con muchos otros sectores, el turismo es una industria intensiva en mano de obra, tiene tasas altas de empleo femenino y joven y no es necesariamente intensiva en importaciones. La industria turística tiene barreras de ingreso bajas y abarca una amplia gama de negocios que brindan oportunidades para el establecimiento de vínculos económicos a nivel local.

El sector privado y los gobiernos pueden adoptar medidas tendientes a fortalecer los beneficios que brinda el turismo a los pobres. Las compañías pueden fortalecer los lazos económicos, ya sea adaptando su cadena de producción y suministro o estimulando a los proveedores locales de servicios turísticos y productos culturales (OMT, 2009; OMT, 2020).

La actividad turística tiene potencial para promover el crecimiento económico y la inversión a nivel local, lo cual a su vez se traduce en oportunidades de empleo, distribución de rentas y en impulso de otras actividades como la agricultura, pesca y artesanía en las localidades receptoras (Moreno, 2011). Según Quesada (2007); OMT (2019) el turismo se puede clasificar en: turismo

de aventura, ecoturismo, turismo de sol y playa, turismo deportivo, turismo de salud, turismo de negocios, entre otros (Tabla 2).

Tabla 2. Tipos de turismo

Tipos de turismo	Definición
Turismo cultural	Es un tipo de actividad turística en el que la motivación esencial del visitante es aprender, descubrir, experimentar y consumir los atractivos/productos culturales, materiales e inmateriales, de un destino turístico.
Ecoturismo	Es un tipo de actividad turística basado en la naturaleza en el que la motivación esencial del visitante es observar, aprender, descubrir, experimentar y apreciar la diversidad biológica y cultural, con una actitud responsable, para proteger la integridad del ecosistema y fomentar el bienestar de la comunidad local.
Turismo interno	Esta actividad consiste en viajar dentro del mismo territorio, buscando el conocimiento propio del país (que tanta falta hace), al convivir y experimentar saberes nuevos, desconocidos, pero que, a su vez, forman parte de esta gran riqueza patrimonial y cultural del país.
Turismo de aventura	Es un tipo de turismo que normalmente tiene lugar en destinos con características geográficas y paisajes específicos y tiende a asociarse con una actividad física, el intercambio cultural, la interacción y la cercanía con la naturaleza.
Turismo de negocios	El turismo de negocios es un tipo de actividad turística en la que los visitantes viajan por un motivo específico profesional y/o de negocio a un lugar situado fuera de su lugar de trabajo y residencia con el fin de asistir a una reunión, una actividad o un evento.

Fuente: Elaboración propia a partir de Quesada (2007) y OMT (2019).

El turismo es la actividad económica más expuesta y vulnerable a los efectos de eventos extremos coyunturales, como demuestran los peligros naturales, y como ha mostrado la crisis sanitaria causada por la pandemia de la COVID-19. El alto grado de dependencia de las condiciones ambientales y sociales en los territorios donde se desarrollan sus diferentes modalidades y el valor económico que representa para las economías de ciudades, regiones y países convierten al turismo en la actividad de muy alto grado de riesgo ante agentes externos que puedan afectarle (Campos, 2020; García, 2020).

Las actividades turísticas en los distintos destinos permiten potenciar el desarrollo de las comunidades locales que se dedican al turismo, creando grandes beneficios no solo para los prestadores de servicios turísticos sino también para los residentes de las comunidades locales y

para el país. Para lograr esto se debe contar con una planificación adecuada que permita resolver los problemas existentes y por ende al fortalecimiento de la calidad del servicio turístico.

1.3 Desarrollo turístico

El concepto de desarrollo local tiene actualmente una enorme vigencia y engloba diferentes corrientes de pensamiento. Desde las posturas que lo reivindican como una estrategia a partir de la cual, las ciudades pueden posicionarse en el contexto global para captar inversiones extranjeras, base de un modelo de crecimiento exógeno, hasta la concepción que lo considera como una etapa previa al desarrollo de una economía social, pasando por una mayoritaria tendencia a pensar el desarrollo local como equivalente a un modelo de desarrollo endógeno (Varisco, 2008).

Dentro de la actividad turística es primordial que se tenga en cuenta, cuáles son las variables que interactúan en el campo turístico y de qué manera se pueden manejar para sacarles el mejor provecho, en base a esto se deben elaborar planes y programas, los mismos que deben contener estrategias publicitarias direccionadas a la promoción del sitio y de las actividades que este ofrece, esto permitirá establecer una mejor conexión entre el turista y el destino.

El desarrollo de un destino turístico depende de las condiciones de las potencialidades que posea, ya que éstas son condiciones esenciales y motivos de visita de un turista. No obstante, para conocer si un determinado lugar es un destino turístico adecuado para el desarrollo de estas actividades, se debe evaluar las potencialidades del territorio, de tal manera, que se obtenga toda la información que posibilite mejorar la situación actual y por ende promover el desarrollo del sitio (Zambrano, 2019).

En investigaciones de esta índole, es necesario tener muy en cuenta los aspectos que influyen en el desarrollo local, de manera que estos no afecten al momento de realizar la pertinente actividad turística. Las autoridades encargadas de la gestión y administración de los territorios deben trabajar en conjunto para lograr cumplir los distintos objetivos planteados en los proyectos de desarrollo local, cabe recalcar que estos deben estar direccionados a mejorar la calidad de vida de los residentes y mejora de la imagen del destino.

El turismo en las regiones donde se desenvuelve es un factor de desarrollo local determinante, al ser una actividad generadora de divisas, multiplicador del gasto del turista, y generadora de empleo, entre otros beneficios que trae consigo para el aumento de la calidad de vida en los territorios. La relación y necesaria articulación entre crecimiento económico y conservación del medio ambiente pasa a ocupar espacios crecientes en los debates internacionales, en especial cuando se trata de las relaciones entre países desarrollados y en desarrollo, agregando una dimensión nueva al concepto y a los propósitos del desarrollo, sea económico o social (Linares y Morales, 2014).

Los objetivos de los planes y programas de desarrollo en torno al turismo deben estar enmarcados en las leyes y requerimientos de los distintos destinos, para que de esta manera se puedan desarrollar normalmente dichas actividades turísticas. A partir de lo anterior, se infiere en que se debería hacer mayor énfasis en fomentar el tipo de turismo que apunte a la sostenibilidad, no solo verlo desde la parte económica, sino también tener en cuenta la conservación del medio ambiente, obviamente sin dejar de lado las necesidades del turista y de la población en general.

La actividad turística opera como fuente de oportunidades para la modernización socioeconómica y cultural de un área geográfica, siendo el patrimonio un factor de cohesión social por las importantes sensibilidades a las que afecta (Orgaz, 2016). El desarrollo de un destino turístico depende en gran medida de la atención que se le brinda al turista, por ende, es de vital importancia que el turista se lleve la mejor impresión del lugar al cual acudió, ya que así el sitio se dará a conocer de una manera más amplia, beneficiando tanto a los servidores turísticos como a la población.

Para lograr un desarrollo local, es realmente importante que existan planes y programas, que estén enfocados en mejorar la calidad de los servicios que se ofertan actualmente. De la misma manera, deben llevarse a cabo los controles pertinentes por parte de las autoridades locales, para registrar los aspectos en los que se está fallando y proceder a la corrección de estos.

1.4 San Mateo

San Mateo es un pueblo poseedor de un enorme potencial turístico, al cual no se le ha brindado la importancia que merece y que por lo tanto se encuentra en un nivel considerable de estancamiento, producto del descuido de las autoridades y de la iniciativa local. No obstante, la construcción del muelle pesquero ha ayudado a mejorar aspectos como infraestructura, mejora de servicios básicos, entre otros. Sin embargo, aún faltan mucho por trabajar (Solórzano, 2015).

Esta localidad pertenece a la zona de vida de bosque tropical, goza de un clima muy agradable y una amplia extensión de playa donde el turista puede disfrutar de nadar, pescar, pasear en lancha, practicar surf y otros deportes de playa, entre otras. San Mateo es una aventura con sabor a mar, que ofrece cada año a los turistas nacionales y extranjeros la oportunidad de disfrutar de unas vacaciones de playa inolvidables. Los turistas caracterizan este lugar como un ambiente tranquilo y relajado, lleno de una bella natural envidiable y a la altura de otros destinos (GAD, 2014).

La principal atracción que posee este lugar es la playa, en ella se encuentran se puede disfrutar de las variedades de culturas, gastronomía propia de cada sitio turístico, principalmente la que posee la comunidad de San Mateo con su gran biodiversidad a lo largo de todo el perfil costero, está localizado en la costa ecuatoriana de la provincia de Manabí por su mayor densidad de la población se ubica en la parte norte del cantón Manta a orillas del mar (Merchán, 2018).

San Mateo también forma parte de la Ruta Spondylus, esta ruta de turismo cultural y natural busca potenciar la cadena de valor que genera el turismo incentivar la formación y fortalecimiento de microempresas; promover rutas artesanales, gastronómicas y arqueológicas, desarrollando capacidades locales de empleo y riqueza para las comunidades. A su vez la implementación de este itinerario cultural garantiza el desarrollo armónico de las actividades de investigación, protección, conservación, ordenamiento territorial, uso, valoración, desarrollo sostenible y disfrute social de las riquezas patrimoniales de la ruta (GAD, 2014).

La parroquia San Mateo se ubica al sur del cantón Manta, en la provincia de Manabí, este lugar posee varios atractivos, entre los que más se destaca la playa de San Mateo, esta tiene una forma ligeramente curva, dando lugar a la formación de la bahía de Manta donde se encuentra el puerto

marítimo. Esta playa es conocida por su ambiente propicio para relajarse y por su bello atardecer. Los visitantes que acuden a la playa San Mateo consideran este lugar como uno de las más tranquilas, acogedores y con una excelente gastronomía, de la misma forma, este sitio es destacado debido a que se pueden realizar deportes acuáticos mediante la contratación de implementos necesarios, estos se encuentran en el Silver Island, el cual es uno de los proyectos de emprendimiento que hay en el sitio (Almeida, 2018).

Algunas de las actividades que se pueden practicar en esta playa son: pesca, natación, surf, kayak, caminatas, entre otras. A lo largo de su costa, y casi durante todo el año, se instalan varios puestos de comida tradicional, con base de mariscos. Esta es una playa de pescadores, por lo que turistas que desean conocer más sobre este oficio pueden visitarla y apreciar las actividades que ellos realizan. Este es uno de los mayores ingresos económicos con los que cuenta la población, además del turismo, que para la temporada invernal aumenta considerablemente (GAD, 2014).

A pesar de todos los aspectos positivos y comodidades que brinda este destino a los visitantes, aún hay cosas en las que se debe mejorar, por ejemplo: Mejora de la infraestructura, facilidades de acceso, mayor oferta turística, entre otras. En base a lo anterior, considero que las autoridades locales, entidades privadas y gestores turísticos, deben trabajar en el diseño de planes y programas, los mismos que permitan disminuir las debilidades y a partir de allí buscar el fortalecimiento del turismo, de tal manera que esto produzca un cambio de imagen del sitio y por ende brindar una mejor atención a los turistas.

Con la llegada del Covid 19, esta localidad al igual que las demás a nivel nacional tuvieron que cerrar sus vías, trayendo consigo una serie de problemas de diversa índole, sobre todo económicos. A finales del mes de agosto, el gobierno cantonal ha dispuesto la reapertura de forma paulatina de las playas, entre las que se encuentra la playa de San Mateo. Esta acción ayudará a la reactivación económica de los habitantes de este sitio.

Capítulo II: Marco Metodológico

2.1 Metodología de la investigación

2.1.1 Tipo de Investigación

En un estudio descriptivo se seleccionan una serie de cuestiones, conceptos o variables y se mide cada una de ellas independientemente de las otras, con el fin, precisamente, de describirlas. Estos estudios buscan especificar las propiedades importantes de personas, grupos, comunidades o cualquier otro fenómeno (Cazau, 2006).

La investigación es descriptiva ya que mide las variables cuantitativas y cualitativas de los encuestados para evaluar la calidad del servicio hacia el desarrollo turístico de la parroquia.

El objetivo de una investigación exploratoria consiste en examinar o explorar un tema o problema de investigación poco estudiado o que no ha sido abordado nunca antes. Por lo tanto, sirve para familiarizarse con fenómenos relativamente desconocidos, poco estudiados o novedosos, permitiendo identificar conceptos o variables promisorias, e incluso identificar relaciones potenciales entre ellas (Cazau, 2006).

La investigación es exploratoria, debido a que se procedió a la indagación de varios elementos, con la finalidad de esclarecer los problemas existentes que posee la parroquia San Mateo, cantón Manta en torno al ámbito turístico.

2.1.2 Métodos de Investigación

Los métodos de investigación que se describen en la literatura son una importante herramienta para la búsqueda y el perfeccionamiento del conocimiento acerca de la realidad. Cada método tiene su forma particular de acercamiento al objeto de estudio, lo cual origina diferentes clasificaciones (Rodríguez y Pérez, 2017).

Este método se refiere a dos procesos intelectuales inversos que operan en unidad: el análisis y la síntesis. El análisis es un procedimiento lógico que posibilita descomponer mentalmente un todo en sus partes y cualidades, en sus múltiples relaciones, propiedades y componentes. Mientras que la síntesis es la operación inversa, que establece mentalmente la unión o combinación de las

partes previamente analizadas y posibilita descubrir relaciones y características generales entre los elementos de la realidad (Rodríguez y Pérez, 2017).

El método utilizado en esta investigación fue el analítico-sintético, el cual consistió en el análisis de documentos como tesis, artículos científicos, libros y de documentos oficiales. Estos escritos fueron analizados de forma general y después de aquello se procedió a sintetizar la información de acuerdo con los requerimientos necesarios para el trabajo.

El trabajo de revisión bibliográfica constituye una etapa fundamental de todo proyecto de investigación y debe garantizar la obtención de la información más relevante en el campo de estudio, de un universo de documentos que puede ser muy extenso (Benavent, et al, 2011).

También se utilizó la revisión bibliográfica, la cual consistió en la revisión de documentos como tesis, artículos científicos y libros de forma general. Además, se empleó el análisis de documentos oficiales como: Plan de Ordenamiento Territorial del cantón Manta 2014-2019 y Plan Nacional de Turismo 2030.

2.1.3 Técnica de investigación (Encuesta)

Según Casas, Repullo y Campos (2002), la técnica de encuesta es ampliamente utilizada como procedimiento de investigación, ya que permite obtener y elaborar datos de modo rápido y eficaz.

La técnica aplicada en este estudio fue la encuesta, la misma que se realizó de forma online a causa de la situación actual producida por la pandemia Covid-19. Esta herramienta fue realmente importante para el desarrollo del trabajo investigativo, permitiendo de esta manera revelar los aspectos más relevantes y útiles en torno a la calidad del servicio al cliente en la parroquia San Mateo.

2.2 Revisión de varias metodologías sobre diagnóstico de la calidad del servicio al cliente para el desarrollo turístico

En la tabla 3, se observan metodologías de varios autores, las cuales fueron claves para luego elaborar la metodología sobre el diagnóstico de la calidad del servicio al cliente.

Tabla 3. Cuadro metodológico de varios autores

Autores	Fases
Almeida (2008)	1. Revisión de documentos 2. FODA 3. Plataforma de servicios básicos 4. Inventario de atractivos turísticos 5. Categorización de atractivos turísticos 6. Análisis de la demanda turística 7. Análisis de la oferta
Ganchozo y Loor (2015)	1. Diagnóstico situacional (Características del lugar, zonificación turística 2. Inventarios de recursos turísticos (Clasificación del atractivo, Fichas de campo) 3. FODA 4. Análisis de la demanda turística, análisis de la oferta 5. Análisis de problemas, análisis de objetivos, análisis de alternativas, análisis de involucrados, matriz de marco lógico. 6. Fase operativa, (matriz FODA, políticas, estrategias, acciones y proyectos) 7. Fase cuantitativa, indicadores de desempeño, dimensiones del desempeño, requisitos de los indicadores. Elaboración del plan de desarrollo estratégico
Almeida (2018)	1. Diagnóstico y análisis del territorio 2. Análisis de la demanda actual 3. Caracterización de los atractivos Elaboración de la propuesta

Fuente: Elaboración propia.

2.3 Metodología para el diagnóstico de la calidad del servicio al cliente hacia el desarrollo turístico

En este apartado se procede a detallar los pasos utilizados en la metodología propia de este caso de estudio sobre la calidad del servicio al cliente en la parroquia San Mateo, cantón Manta (Tabla 4).

Tabla 4. Metodología para el diagnóstico de la calidad del servicio al cliente hacia el desarrollo turístico

Etapas	Métodos, técnicas y herramientas
1. Identificación de indicadores que medir la calidad del servicio para el desarrollo turístico	Análisis bibliográfico Método Analítico-Sintético
2. Diagnóstico de la calidad del servicio al cliente para el desarrollo turístico	Análisis bibliográfico Análisis de documentos oficiales Método Analítico-Sintético Encuesta online (Microsoft Forms)
3. Elaboración de la propuesta del plan de acción	Descripción Tablas Conclusiones y recomendaciones

Fuente: Elaboración propia.

2.4 Descripción de pasos y métodos

2.4.1 Identificación de indicadores que miden la calidad del servicio para el desarrollo turístico

En este apartado se hará énfasis en la búsqueda de los indicadores que permitan medir la calidad del servicio y a la vez el desarrollo turístico de la parroquia San Mateo. En el anexo 1, se encuentra el formato empleado para identificar los indicadores de los autores, que realizaron en investigaciones de esta índole.

Luego de realizar el paso anterior, se procedió a seleccionar los indicadores más relevantes que luego serían utilizados en la elaboración de la encuesta. En el anexo 2, se muestra el formato para ubicar los indicadores seleccionados.

2.4.2 Diagnóstico de la calidad del servicio al cliente para el desarrollo turístico

En esta etapa se realizaron las concernientes revisiones bibliográficas y de documentos oficiales, además, se aplicó la herramienta de encuesta, la cual permitió revelar los problemas existentes y a partir de allí plantear las probables soluciones a aplicar en la parroquia San Mateo, cantón Manta, provincia de Manabí.

Para elaborar el cuestionario de encuesta se llevaron a cabo tres pasos. En primer lugar, se analizaron 13 documentos de autores citados a continuación: Transfield, Denyer y Smart (2003), Chen (2007), Izquierdo y Vélez (2011), Maldonado y Hernández (2011), Abu y Howaidee (2012), Mukhles (2012), Chaves (2012), maldonado (2013), Velásquez y Arcaya (2013), Li, Jin y Shi (2018), Brida, Pereyra y Deves (2018), Merli, et (2019) y Jinso y EuiBeom (2019). En los cuales se tomaron en cuenta tres preguntas relacionadas con el tema de esta investigación. En segundo lugar, se procedió a subir el instrumento a Microsoft Office Forms, luego se generó un enlace para que las personas pudieran resolver la encuesta desde su casa o trabajo, sin poner en riesgo su salud, debido a la pandemia Covid-19. Una vez obtenido el enlace, el siguiente tercer paso consistió en difundir la encuesta a través de WhatsApp, correo electrónico y Facebook. El cuestionario (tabla 6), fue validado según los criterios propuestos por los 13 autores antes señalados.

La pregunta de investigación a resolver en este estudio fue ¿Cómo incide la calidad del servicio al cliente hacia el desarrollo turístico de la parroquia San Mateo, cantón Manta?

La utilización del muestreo no probabilístico por conveniencia trae consigo limitaciones al momento de generalizar a la población, debido a que no cuenta con un margen de error y nivel de confiabilidad, por lo cual no se puede realizar aseveraciones totales sobre los resultados.

Para obtener la muestra de personas a encuestar, se utilizó el muestreo no probabilístico por conveniencia, se seleccionaron 100 personas para que respondieran a la encuesta. Al final se realizó la tabulación de los resultados y se recopilaron los datos, los mismos que se utilizaron para dar respuesta al tema de investigación y para elaborar la propuesta del plan de acción.

Tabla 5. Fundamentos de las preguntas

Preguntas	¿Por qué?	Literatura sustento
¿Ha visitado la parroquia la parroquia San Mateo?	Esta interrogante permite revelar si el encuestado ha visitado la parroquia	Chaves (2012), Goncalves (2013), Merli, et al, (2019) y Jinso y EuiBeom (2019)
¿Cómo evalúa los siguientes aspectos en torno a la calidad	Tiene como finalidad evaluar los aspectos que guardan relación con el servicio	Maldonado y Hernández (2011), Chaves (2012),

del servicio turístico en la parroquia San Mateo?	turístico que se ofrece en la localidad	Goncalves (2013) y Merli, et al, (2019)
Seleccione los indicadores que indiquen en el desarrollo turístico de la parroquia San Mateo	Esta pregunta permite analizar los indicadores que inciden en el desarrollo turístico del destino	Chaves (2012), Velásquez y Arcaya (2013), Li, Jin y Shi (2018), Brida, Pereyra y Deves (2018)
Seleccione los indicadores que impiden el desarrollo turístico de la parroquia San Mateo	Identifica los aspectos que juegan en contra en el desarrollo turístico del sitio	Transfield, Denyer y Smart (2003), Chen (2007), Izquierdo y Vélez (2011), Merli, et al, (2019)
Ubique la ciudad en la que reside	Proporciona información de la residencia de los evaluados	Chen (2007), Mukhles (2012), Li, Jin y Shi (2018),
Edad	Ayuda a la identificación de la edad de los encuestados	Chen (2007), Izquierdo y Vélez (2011), Brida, Pereyra y Deves (2018) y Merli, et al, (2019)
Género	Permite la identificación del género de las evaluados	Chen (2007), Abu y Howaidee (2012) y Merli, et (2019)
Instrucción académica	Identifica el nivel de educación que tienen los encuestados	Chen (2007), Mukhles (2012) y Li, Jin y Shi (2018)
Ocupación	Permite revelar la ocupación a la que se dedican los investigados	Transfield, Denyer y Smart (2003), Izquierdo y Vélez (2011) y Merli, et al, (2019)

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 6. Cuestionario de encuesta

UNIVERSIDAD LAICA ELOY ALFARO DE MANABÍ ENCUESTA DIRIGIDA AL TURISTA INTERNO QUE VISITA LA PARROQUIA SAN MATEO, CANTÓN MANTA			
La calidad del servicio requiere de características que faciliten su comprensión, y es el cliente quien las define a partir de su interacción con un producto o servicio, en todo caso el determinará si se satisfacen o no sus necesidades. El siguiente cuestionario de encuesta se realiza con la finalidad de evaluar la calidad del servicio que se brinda a los turistas y de qué manera incide esto en el desarrollo turístico de la parroquia San Mateo. Gracias de antemano por su colaboración.			
1. ¿Ha visitado alguna vez la parroquia San Mateo? ○ Sí ○ No			
2. ¿Cómo evalúa los siguientes aspectos en torno a la calidad del servicio turístico en la parroquia San Mateo?			
	Buena	Regular	Mala
Seguridad	☐	☐	☐
Atención al cliente	☐	☐	☐
Infraestructura	☐	☐	☐

Accesibilidad	☐	☐	☐
Conectividad	☐	☐	☐
Señaléticas	☐	☐	☐
Ofertas de productos turísticos	☐	☐	☐

3. Seleccione los indicadores que inciden en el desarrollo turístico de la parroquia San Mateo

- ☐ Calidad del servicio
- ☐ Buena gestión de recursos
- ☐ Excelente información turística
- ☐ Implementación de tecnología
- ☐ Variedad de oferta turística
- ☐ Excelente infraestructura y accesibilidad
- ☐ Otros

4. Seleccione los indicadores que impiden el desarrollo turístico de la parroquia San Mateo

- ☐ Contaminación ambiental
- ☐ Falta de servicios básicos y complementarios
- ☐ Mala gestión turística
- ☐ Fenómenos naturales
- ☐ Problemas sociales, económicos y políticos
- ☐ Insatisfacción de la comunidad
- ☐ Falta de promoción y publicidad del destino
- ☐ Otros

5. Ubique la ciudad en la que reside

- ☐ Manta
- ☐ Montecristi
- ☐ Jaramijó
- ☐ Portoviejo
- ☐ Otra

6. Edad

7. Género

- ☐ Femenino
- ☐ Masculino
- ☐ GLTBI
- ☐ Otros

8. Instrucción académica ○ Primaria ○ Secundaria ○ Técnica ○ Universitaria ○ Otros 9. Ocupación ○ Estudiante ○ Empleado ○ Ama de casa ○ Desempleado ○ Otro
--

Fuente: Elaboración propia.

2.4.3 Elaboración de la propuesta del plan de acción

Al finalizar este trabajo investigativo se elaboró un plan de acción, el cual consta de varios lineamientos y estrategias dirigidas a mejorar la atención al cliente, promover el desarrollo turístico y por ende aumentar la llegada de turistas a la parroquia San Mateo, cantón Manta.

Los resultados de la encuesta online fueron utilizados para el diseño del plan de acción. La propuesta se encuentra estructurada de aspectos como: misión, visión, objetivo, ubicación de la propuesta. Al final se detalló en una tabla general las estrategias expuestas. En esta etapa, también se realizó un análisis FODA, con la finalidad de analizar la situación actual de esta localidad.

Al finalizar se elaboran las conclusiones y recomendaciones finales de la investigación.

Capítulo III: Resultados y discusión

3.1 Identificación de indicadores para medir la calidad del servicio y el desarrollo turístico

En este apartado se procedió a la identificación de los indicadores que permitieron medir la calidad del servicio e identificar de qué manera incide en el desarrollo turístico de la parroquia San Mateo. En la tabla 7, se encuentran los indicadores utilizados por varios autores para dar respuesta a su trabajo de investigación, hay que recalcar que estos indicadores también fueron empleados para resolver temas de esta índole.

Tabla 7. Indicadores identificados que permitieron medir la calidad del servicio en la parroquia San Mateo

Autores	Indicadores
OMT (2005)	1. Información turística 2. Infraestructura 3. Conectividad 4. Seguridad turística 5. Gestión de recursos 6. Fenómenos naturales
Maldonado y Hernández (2011)	1. Satisfacción del cliente 2. Competitividad 3. Publicidad e imagen del destino turístico 4. Seguridad 5. Variedad de productos turísticos
Chaves (2012)	1. Información adecuada 2. Calidad y calidez 3. Imagen turística 4. Limpieza del destino
Pérez y Endreu (2013)	1. Accesibilidad 2. Diversificación de productos turísticos 3. Generación de residuos 4. Aspectos sociales y económicos

Fuente: Elaboración propia.

Luego del análisis exhaustivo, se procedió a la selección de los siguientes indicadores, los cuales permitieron analizar la calidad del servicio turístico para el desarrollo turístico de la parroquia San Mateo. En la tabla 8, se visualizan los indicadores seleccionados.

Tabla 8. Indicadores seleccionados para medir la calidad de los servicios turísticos en la parroquia San Mateo

Indicadores seleccionados
1.Seguridad
2.Atención al cliente
3.Señaléticas
4.Accesibilidad
5.Infraestructura
6.Conectividad
7.Oferta de productos turísticos
8.Contaminación ambiental
9.Gestión de recursos
10.Información turística
11.Promoción y publicidad del destino
12.Servicios básicos
13.Satisfacción al cliente
14.Factores sociales, económicos y políticos
15.Fenómenos naturales

Fuente: Elaboración propia.

3.2 Diagnóstico de la calidad del servicio al cliente para el desarrollo turístico

En el siguiente acápite se detallan las respuestas obtenidas, luego de la aplicación de la encuesta.

1. ¿Ha visitado alguna vez la parroquia San Mateo?

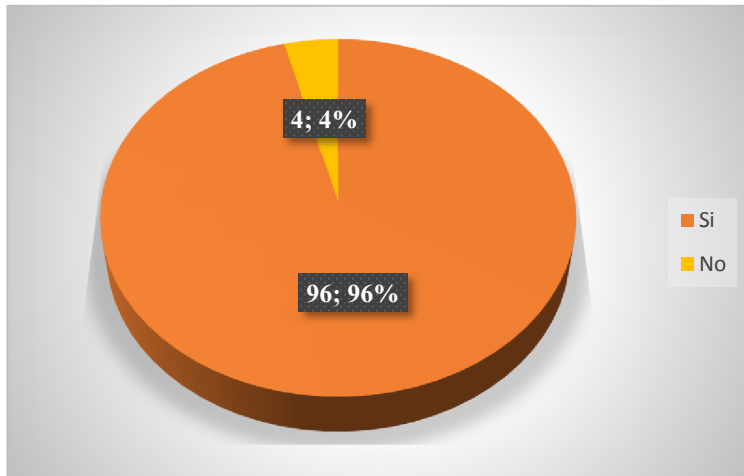


Figura 1. Visitas a la parroquia San Mateo.

Fuente: Elaboración propia.

Los resultados indican que el 96% de los encuestados han visitado al menos una vez la parroquia San Mateo, lo cual es importante ya que de esta manera se da una mayor confiabilidad a los resultados obtenidos, debido a que al visitar esta localidad tienen conocimiento acerca de la calidad del servicio y los demás factores que rodean a esta.

2. ¿Cómo evalúa los siguientes aspectos en torno a la calidad del servicio turístico en la parroquia San Mateo?

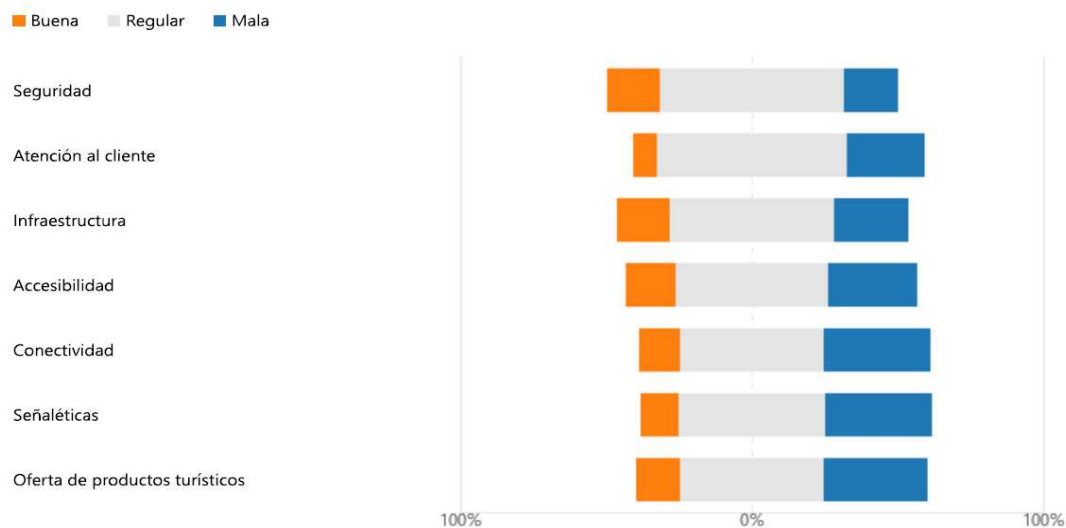


Figura 2. Evaluación de aspectos

Fuente: Elaboración propia.

De acuerdo con los resultados que se observan en la figura 2, se determina que el aspecto mejor valorado por los encuestados es la infraestructura. Por otra parte, los encuestados califican la atención al cliente y seguridad como regulares y consideran que la conectividad, señaléticas y la oferta de atractivos turísticos es mala. Estos problemas evidenciados deben ser trabajados de manera urgente para así mejorar la calidad del servicio que se ofertan actualmente.

3. Seleccione los indicadores que inciden en el desarrollo turístico de la parroquia San Mateo

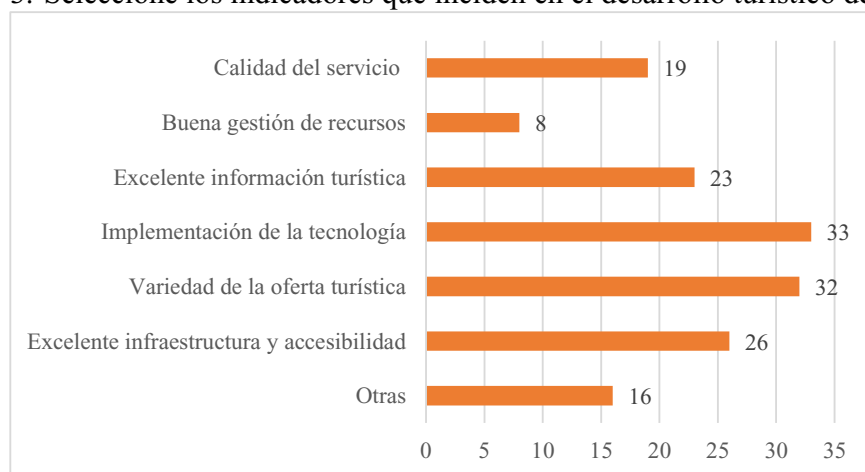


Figura 3. Indicadores que inciden en el desarrollo turístico de la parroquia San Mateo

Fuente: Elaboración propia.

Los resultados permiten inferir que los aspectos que más inciden en el desarrollo turístico es la implementación de tecnología, variedad de oferta turística, accesibilidad e infraestructura. Hay que tomar en consideración estas opiniones para elevar la calidad del servicio, esto ayudará en gran medida a la potenciación de recursos y al desarrollo turístico de la localidad.

4. Seleccione los indicadores que impiden en el desarrollo turístico de la parroquia San Mateo

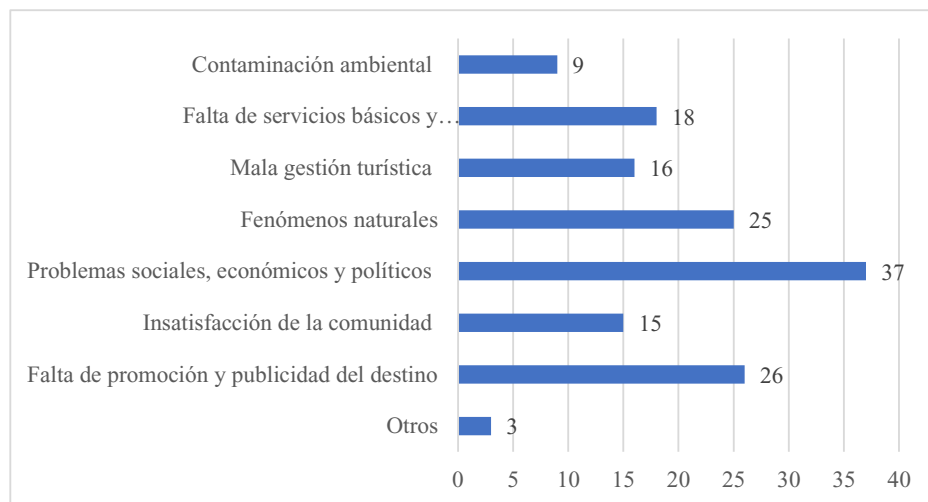


Figura 4. Indicadores que impiden el desarrollo turístico de la parroquia San Mateo.

Fuente: Elaboración propia.

De acuerdo con las opiniones de los encuestados, se determina que los indicadores que causan el estancamiento del turismo en esta localidad son: problemas sociales, económicos y políticos, fenómenos naturales y falta de promoción y publicidad. Hay que tener en cuenta estos resultados para solucionar los problemas actuales.

5. Ubique la ciudad en la que reside

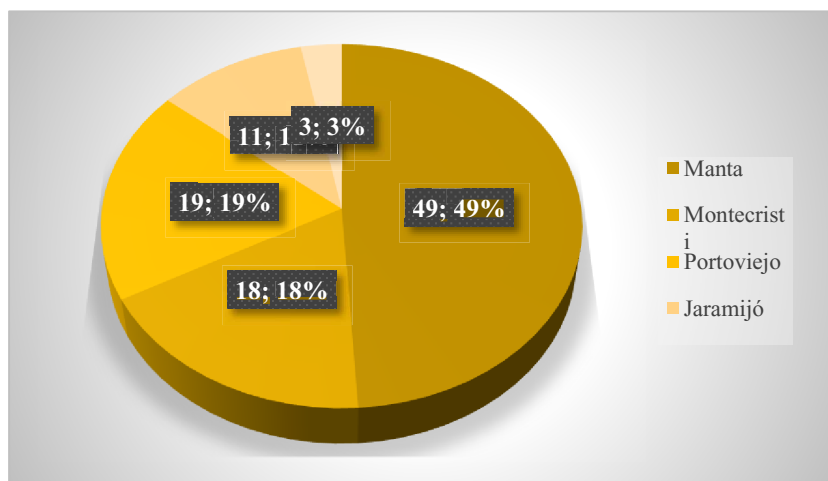


Figura 5. Ciudad en la que reside.

Fuente: Elaboración propia.

El 49% de los encuestados que respondieron a este instrumento residen en la ciudad de Manta, el 19% a Portoviejo, el 18% a Montecristi, el 11% a Jaramijó y el 3% radican en otras ciudades. Estos resultados demuestran que la información obtenida es confiable, tomando en cuenta que la mayoría de encuestados viven en la ciudad y en destinos cercanos, por lo que conocen sobre las dificultades que posee la parroquia San Mateo.

6. Edad

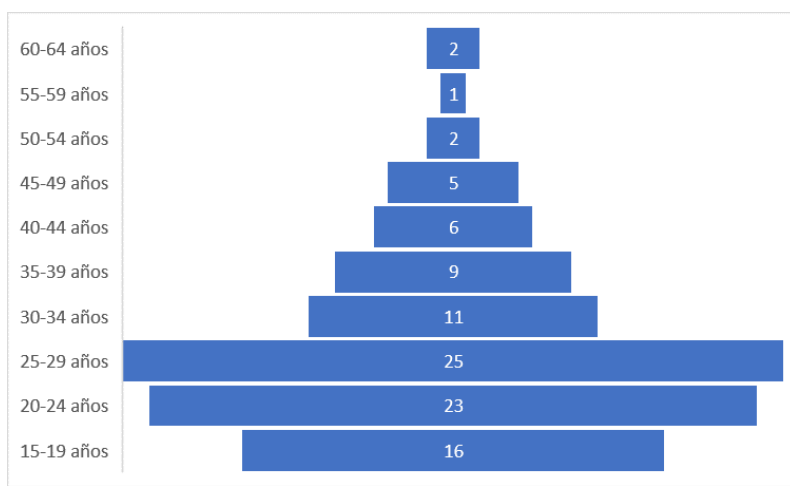


Figura 6. Edad

Fuente: Elaboración propia.

De acuerdo con los resultados de la encuesta, se concluye que las personas que más respondieron a este cuestionario tienen una edad entre 25 a 29 años, seguido por. Esta información toma relevancia si se pone en contexto que las personas que más utilizan servicios de internet son mayores de edad.

7. Género

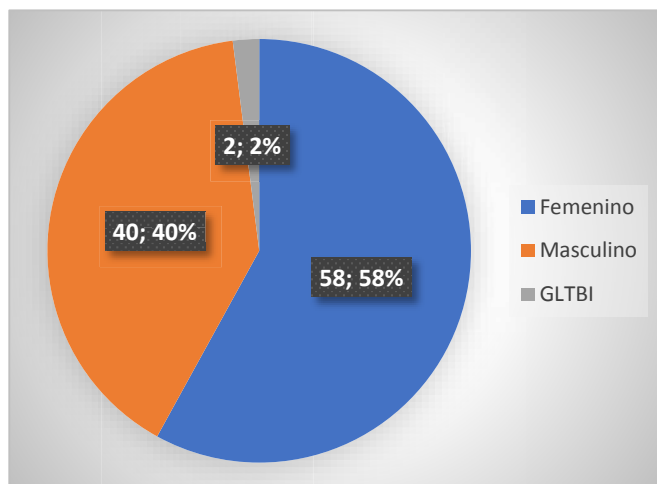


Figura 7. Género

Fuente: Elaboración propia.

El 58% de los encuestados que respondieron este instrumento pertenecen al género femenino, mientras que el 40% son del género masculino y el 2% corresponden a otro género.

8. Instrucción académica

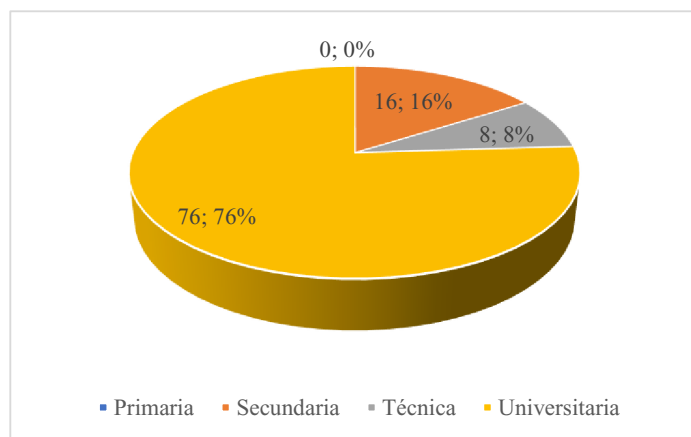


Figura 8. Instrucción académica.

Fuente: Elaboración propia.

Los encuestados que más respondieron a este cuestionario tienen formación académica universitaria (76%), el 16% tienen nivel de secundaria y el 8% técnica.

9. Ocupación

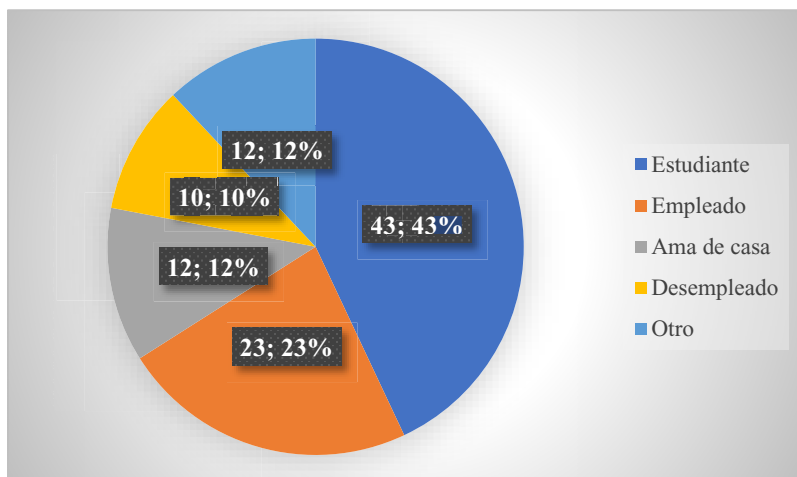


Figura 9. Ocupación

Fuente: Elaboración propia.

De acuerdo con los resultados de esta pregunta, se determina que el 43% de los encuestados son estudiantes, el 23% son empleados, el 12% son amas de casas, el 12% se dedican a otra actividad y el 10% son desempleados.

Los resultados obtenidos en la encuesta permiten inferir que la calidad del servicio al cliente en la parroquia San Mateo es muy aceptable, sin embargo, existen muchos aspectos como: problemas sociales, económicos y políticos, fenómenos naturales y falta de promoción y publicidad, que frenan el desarrollo turístico en esta localidad. Se orienta a trabajar con énfasis en estos problemas con la finalidad de ofrecer un servicio satisfactorio a los turistas y por ende lograr una armonía entre todos los actores vinculados al desarrollo de la actividad turística en la localidad.

Los turistas que acuden a este sitio demandan una atención y servicios de calidad, este aspecto es fundamental para el desarrollo del turismo en este sitio. Es por tal razón que las autoridades y representantes de las actividades turísticas deben trabajar en conjunto y desarrollar programas enfocados en mejorar la situación actual y contrarrestar los problemas que tiene el lugar.

3.3 Tema de la propuesta

“Generación de un plan de acción para mejorar la calidad del servicio turístico, aplicado a la parroquia San Mateo- cantón Manta”

3.3.1 Desarrollo de la propuesta

La actividad turística genera muchos beneficios al cantón Manta y especialmente al sector perteneciente a la parroquia de San Mateo. Este lugar ofrece una gran variedad de servicios a los turistas nacionales e internacionales que llegan a este sitio, sin embargo, se necesita implementar un plan que contenga ciertas estrategias, las cuales tengan como finalidad obtener una mayor competitividad en el mercado turístico y por ende ofrecer una mejor calidad en sus servicios.

3.3.2 Misión

Fomentar el cuidado y protección de los espacios turísticos, mejorar la calidad de servicios, atrayendo así más visitantes la parroquia de San Mateo, cantón Manta.

3.3.3 Visión

Potenciar los aspectos olvidados y lograr que la parroquia de San Mateo se convierta en un destino competitivo de esta modalidad de turismo a nivel nacional e internacional, contribuyendo así al desarrollo local.

3.3.4 Objetivos y beneficios del plan de acción

- Potenciar el turismo de sol y playa en esta localidad, ofreciendo nuevas experiencias al turista nacional e internacional.
- Lograr una cohesión entre los turistas y los habitantes, un aspecto esencial para el desarrollo del turismo.
- Involucrar a los actores y gestores turísticos locales y autoridades cantonales para que trabajen en conjunto por el bienestar del sitio.
- Aumentar el ingreso de turistas y lograr un mayor reconocimiento a nivel nacional e internacional.
- Mejorar la calidad de vida de los habitantes de este lugar.
- Creación de fuentes de ingresos para la población local y pueblos aledaños.

3.3.5 Análisis FODA

Tabla 9. FODA

Parroquia San Mateo		
Aspectos Internos	Fortalezas	Debilidades
	1. Playa abierta y extensa	1. Mal estado de las vías
	2. Está ubicada en la Ruta Spondylus	2. Mala administración pública
	3. Cercanía del centro de Manta	3. Falta de recursos económicos
Aspectos Externos	Oportunidades	Amenazas
	1. Llegada de cruceros	1. Contaminación ambiental
	2. Temporada de feriados	2. Inseguridad
	3. Expansión territorial	3. Pandemias

Fuente: Elaboración propia.

De acuerdo con los resultados del análisis FODA, se determina que existen debilidades en torno a la infraestructura, manejo de recursos y administración pública. A esto se le suman las amenazas como la inseguridad, problemas sociales y la contaminación. Estos aspectos deben ser tomados en consideración en los distintos planes de desarrollo que se elaboren, con la finalidad de minimizar los riesgos y evitando posibles problemas.

Sin embargo, hay fortalezas como la cercanía al centro de Manta y contar con una playa extensa. A lo anterior, hay que sumarle también que existen oportunidades como la llegada de cruceros y la temporada de feriados. Si se toman las correcciones adecuadas, se puede brindar una mejor atención al cliente y satisfacer sus necesidades, y por ende lograr competir con otros destinos.

El conocimiento de estos aspectos es muy importante, ya que permite reconocer las deficiencias que posee este destino y a partir de allí realizar una planificación adecuada con estrategias direccionadas a mejorar estas carencias y potenciar los recursos existentes.

3.4 Implementación de la propuesta

3.4.1 Ubicación

La propuesta tiene como campo de estudio al área perteneciente a la parroquia San Mateo, cantón Manta.



Figura 10: Mapa de ubicación geográfica de San Mateo.

Fuente: Google Maps.

La parroquia San Mateo nace a fines del siglo XIX y era un lugar de recreación donde se reunían los pobladores de la zona rural para descansar de sus largas caminatas. El nombre de San Mateo proviene de una imagen en honor al apóstol que lleva dicha denominación. Fue creada como parroquia el 28 de mayo de 1982 (GAD, 2014). A continuación, en la tabla 10 se detalla el plan de acción con sus respectivas estrategias que fue planteado al inicio de la investigación.

3.4.2 Plan de acción

Tabla 10. Plan de acción

Actividades	Objetivos	Recursos	Tiempo	Responsables	Resultados
Capacitar a los servidores turísticos	Optimizar la atención al turista	Humano, tecnológico, económico	1 año	Municipio, empresas turísticas	Competir a la par con otros destinos
Realizar más controles de seguridad	Mejorar la seguridad	Humano, económico	1 año	Municipio, policía nacional	Brindarle la seguridad y comodidad al turista

Campanas publicitarias	Dar a conocer los atractivos que brinda la localidad	Humano, tecnológico, económico	1 año	Municipio, Cámara de Turismo	Atraer más turistas
Limpieza de las playas y espacios públicos	Mantener limpios los lugares más concurridos	Humano, económico	1 año	Municipio	Mejorar la imagen de la parroquia San Mateo

Fuente: Elaboración propia.

Las estrategias propuestas en el plan de acción están enfocadas en mejorar la atención que recibe el turista que visita la parroquia San Mateo. Dichas actividades pueden aplicarse y así resolver los problemas que presenta esta localidad en torno a esta temática. Los principales responsables de elaborar la planificación adecuada, en torno a la gestión turística, son las autoridades encargadas del turismo en esta región. Estos deben velar por los intereses de este sitio con la finalidad de lograr que este sitio brinde mejores servicios y a su vez competir a la altura de los demás destinos turísticos, ya sean estos nacionales o internacionales.

Conclusiones

De acuerdo con los resultados de la encuesta aplicada, se determina que la calidad del servicio al cliente es buena, siendo el aspecto mejor valorado la infraestructura. Mientras que la atención al cliente y seguridad fueron calificadas como regulares. Sin embargo, existen aspectos en los que se debe trabajar mucho, como, por ejemplo: la conectividad, señaléticas y la oferta de atractivos turísticos. Los actores turísticos y demás autoridades deben trabajar en conjunto para encontrar las respuestas a los problemas.

El impacto de la calidad del servicio al cliente incide en gran medida en el desarrollo turístico de la parroquia San Mateo, a través de la promoción de una adecuada oferta de productos y servicios turísticos, sumado a una infraestructura, tecnología y accesibilidad de primer nivel. Estos aspectos son esenciales para que este destino aumente la calidad del servicio y logre el desarrollo turístico esperado.

Se identificaron 15 indicadores turísticos, los cuales posteriormente fueron utilizados en el diseño de la encuesta. Estos permitieron realizar una adecuada evaluación de la calidad de los servicios que se ofrecen actualmente en la parroquia y que aportan al desarrollo turístico de la localidad.

Las estrategias propuestas en este plan de acción están enfocadas en capacitar a los servidores turísticos, mantener limpio los espacios turísticos, realizar controles de seguridad y aumentar la publicidad. La implementación de estas estrategias permitirá el aumento de la calidad del servicio, potenciar el turismo y su vez competir a la par con los demás destinos, ya sean locales o nacionales, buscando así el desarrollo turístico anhelado por la parroquia.

Recomendaciones

Se deberán realizar estudios que permitan identificar cuáles son los problemas que tiene el turista cuando visita la parroquia San Mateo, los resultados que se obtengan pueden ser utilizados para desarrollar propuestas enfocadas en optimizar el servicio al cliente y masificar el turismo en la localidad y sus alrededores.

Se orienta a que las autoridades locales, actores y representantes del ámbito turístico, trabajen en conjunto para resolver los problemas que tiene la parroquia, en torno a la conectividad, señaléticas y la oferta de atractivos turísticos. Elaborar planes y programas que brinden soluciones y que aporten al desarrollo turístico de la localidad.

Las estrategias diseñadas en el plan de acción deben ser puestas en manos de las autoridades turísticas de la parroquia y del cantón, de tal manera que estas sean analizadas y en caso de ser necesario sean aplicadas, con el propósito de corregir los problemas existentes que se evidencian durante el desarrollo de las actividades turísticas en el destino, buscando así el beneficio de los actores turísticos, turistas y la comunidad en general.

Los resultados de este caso de estudio también pueden ser utilizados para planificar y controlar la calidad del servicio en los distintos destinos de la provincia de Manabí y del Ecuador, con el fin de mejorar las falencias turísticas actuales, brindando de esta manera una mejor calidad del servicio al cliente, contribuyendo así al desarrollo del turismo de esos lugares.

Referencias Bibliográficas

1. Abu, J., & Howaidee, M. (2012). The impact of service quality on tourist satisfaction in Jerash. *Interdisciplinary Journal of Contemporary Research in Business*. 3 (12), , 164-187. <https://n9.cl/qpwod>
2. Álava, M. (2017). El turismo en la reactivación económica de la provincia de Manabí, año 2017. *Universidad Católica de Guayaquil*, 1-99. <https://n9.cl/9cpyb>
3. Almeida, M. (2018). Plan estratégico para el desarrollo turístico de la playa San Mateo, cantón Manta, provincia Manabí. Manta. <https://n9.cl/bml5>
4. Almeida, P. (2008). Plan de desarrollo turístico del cantón San Miguel de Urcuquí, provincia de Imbabura. 1-80. <https://n9.cl/jav22>
5. Arias, E., Calderón, J., Loor, A., y Ramos, P. (2017). Percepción de los turistas sobre los servicios que ofrece Manta, un análisis previo al 16 A. *Revista ECA Sinergia*, 131 -144. <https://n9.cl/55fki>
6. Benavent, R., González, G., González, J., y Alonso, A. (2011). Fundamentos para la realización de búsquedas bibliográficas. *Acta Pediátrica Española*, 131-136. <https://n9.cl/2n6a>
7. Brida, G., Pereyra, S., & Devesa, S. (2018). Evaluating the contribution of tourism to economic growth. *Anatolia*. doi:10.1080/13032917.2008.9687079, 351-357.
8. Cantos, J. (2020). Pandemia, cambio climático y turismo: acciones para lo inmediato y para lo próximo. *Universidad de la Laguna* , 31-45. <https://n9.cl/8t51>
9. Casas, A., Repullo, R., y Campos, D. (2002). *La encuesta como técnica de investigación. Elaboración de cuestionarios y tratamiento estadístico de los datos*. Madrid, España: Departamento de Planificación y Economía de salud. <https://n9.cl/qj6z>
10. Cazau, P. (2006). *Introducción a la investigación en Ciencias Sociales*. Buenos Aires: Universidad del Museo Social Argentino. <https://n9.cl/zm2i>
11. Chaves, D. (2012). Calidad de los servicios turísticos. *Universidad de la Cooperación Internacional, Maestría en Gestión del Turismo Sostenible* , 1-30. <https://n9.cl/1huxx>
12. Chen, C. (2007). Applying the stochastic frontier approach to measure hotel managerial efficiency in Taiwan. *Tour Management*. doi:10.1016/j.tourman.2006.04.023 , 696-702.
13. GAD, Manta. (2014). *Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial*. Manta. <https://n9.cl/9kbn>

14. Ganchozo, P., y Loor, A. (2015). Plan estratégico para el desarrollo del turismo en la comunidad piedra de plata, cantón Pichincha-Provincia Manabí. *Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí Manuel Félix López*, 1-151. <https://n9.cl/8mz2c>
15. García, R. (2020). Turismo Post-Covid. *Universidad de la Laguna*, 1-23.
16. Goncalves, O. (2013). Efficiency and productivity of French ski resorts. *Tour Management*. doi:10.1016/j.tourman.2012.06.008., 650-657.
17. Guerrero, P., y Ramos, R. (2014). *Introducción al Turismo*. México: Grupo Editorial Patria, S.A. de C.V. <https://n9.cl/1lbzy>
18. Izquierdo, J., y Vélez, M. (Julio de 2011). Determinación de la oferta de calidad de los servicios turísticos desarrollados por las prestadoras de servicios privados y/o comunitarios reconocidas por el Ministerio de Turismo. *Estudio previo a la obtención del títulos de Ingeniero en Administración de Empresas*. Guayaquil, Guayas, Ecuador : Universidad Politécnica Salesiana del Ecuador. <https://n9.cl/0y0tp>
19. Jinsso, P., & EuiBeom, J. (2019). Service Quality in Tourism: A Systematic Literature. *Sustainability*. doi:10.3390/su11133665, 1-21.
20. Li, K., Jin, c., & Shi, W. (2018). Tourism as an important impetus to promoting economic growth: A critical review. *Tour Management Perspect*. doi:10.1016/j.tmp.2017.10.002, 135-142.
21. Linares, H., y Morales, G. (2014). Desarrollo turístico sostenible al desarrollo local. *Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 453-466.
22. Maldonado, C., y Hernández, G. (2011). *Guía para autogestión de calidad. Servicios turísticos comunitarios*. Lima: Oficina Internacional del Trabajo. <https://n9.cl/ezbs1>
23. Merchan, M. (2018). Los recursos naturales con el potencial turístico del perfil costero de la parroquia San Mateo del Cantón Manta. Jipijapa, Ecuador. <https://n9.cl/xdmo1>
24. Merli, R., Preziosi, M., Acampora, A., Lucchetti, M., & Ali, F. (2019). The impact of gree practices in coastal tourism: An empirical investigation on an eco- labelled beach club. *Int. J. Hosp. Manag.*, 471-482. <https://n9.cl/3tize>
25. MINTUR. (2019). *Plan Nacional de Turismo 2030*. Quito: Ministerio de Turismo. <https://n9.cl/hbqom>
26. Moreno, M. (2011). Turismo y producto turístico. Evolución, conceptos, componentes y clasificación. *Visión general*, 135-158. <https://n9.cl/jdcn>

27. Mukhles, A.. (2012). Service Quality and its Impact on Tourist Satisfaction. *Interdisciplinary Journal of Contemporary Research in Business*, 164-177. <https://n9.cl/pp5ay>
28. OMT. (1994). *Introducción al Turismo*. Madrid: OMT. <https://n9.cl/u6th>
29. OMT. (2005). *Indicadores de desarrollo sostenible para los destinos turísticos*. Madrid, España: Organización Mundial del Turismo. <https://n9.cl/70258>
30. OMT. (2009). *Turismo para la naturaleza y el desarrollo: Guía de buenas prácticas*. Montreal: Secretaría del Convenio sobre la Diversidad Biológica, Organización Mundial del Turismo. <https://n9.cl/gatk3>
31. OMT. (2015). Manual práctico de gestión integral de la calidad de los destinos turísticos. *OMT, MADRID*, 1-140. <https://n9.cl/zqva>
32. OMT. (2017). El turismo hacia el 2030. *Organización Mundial del Turismo*, 1-16. <https://n9.cl/w23c>
33. OMT. (2019). Definiciones del Turismo. *OMT*, 15. <https://n9.cl/6bhsg>
34. OMT. (2020). *El futuro del trabajo en el turismo y el desarrollo de competencias*. Madrid: OMT. <https://n9.cl/7kur>
35. Orgaz, F. (2016). El turismo como motor potencial para el desarrollo económico de zonas fronterizas en vías de desarrollo. *Redalyc*, 1-12. <https://n9.cl/wa6u0>
36. Parasuraman, A., Zeithalm, V., & Berry, L. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 12-40. <https://n9.cl/6oei>
37. Pérez, A., y Endreu, M. (2013). Propuesta de indicadores para evaluar la sostenibilidad de la actividad turística. El caso del Valle de Viñales (Cuba). *Anales de Geografía*, 193-210. <https://n9.cl/418h>
38. Quesada, R. (2007). Elementos del Turismo. San José. *Editorial de la Universidad Estatal a Distancia San José de Costa Rica*. <https://n9.cl/leenj>
39. Rodríguez, A., y Pérez, A. O. (2017). Métodos científicos de indagación y de construcción de conocimiento. *REVISTA EAN*, 179-200. <https://n9.cl/ir4dt>
40. Sandoval, D., Ordoñez, O., y Noblecilla, M. (2018). *Percepción del perfil del turista para el aprovechamiento de los atractivos turísticos: Caso Cantón Pasaje, El Oro (Ecuador)*. Machala. <https://n9.cl/r5jiu>

41. Solórzano, E. (2015). Incidencias en las actividades de recreación del turismo de sol y playa para un plan de desarrollo de regeneración en la playa de San Mateo. Guayaquil , Ecuador . <https://n9.cl/jqih6>
42. Telégrafo, E. (30 de Octubre de 2015). Pescadores de San Mateo celebran sus fiestas. <https://n9.cl/go8wc>
43. Transfield, D., Denyer, D., & Smart, P. (2003). Towards a methodology for developing evidence- informed. *Br. J. Manag.* doi:10.1111/14678551.00375, 207-22.
44. Varisco, C. (2008). *Desarrollo turístico y desarrollo local: La competitividad de los Destinos Turísticos de Sol y Playa*. Mar de Plata. <https://n9.cl/eytsc>
45. Velásquez, E., y Arcaya, N. (2013). Grado de satisfacción de los servicios turísticos en la ciudad de Puno-Perú. *Revista de Investigación en comunicación y desarrollo* , 28-37. <https://n9.cl/rfu7w>
46. Villalba, C. (2013). La calidad del servicio: un recorrido histórico a sus modelos más representativos y su aplicación en las universidades. *Punto de vista*, 51-72. <https://doi.org/10.15765/pdv.v4i7.445>
47. Zambrano, V. (2019). *Evaluación de las potencialidades de la ciudad de Manta para su definición como destino turístico*. Manta. <https://n9.cl/weclw>