



Revista Electrónica Formación y Calidad Educativa (REFCaIE)

ISSN 1390-9010

LA VINCULACIÓN CON LA SOCIEDAD Y LA CALIDAD DEL SERVICIO TURÍSTICO

La vinculación con la sociedad y la calidad del servicio turístico en San Mateo, Ecuador.

La vinculación con la sociedad y la calidad del servicio turístico

AUTORES:

Autor Emil Viera Manzo¹

Autor Amparo Cabrera Chávez²

Autor Barbara Fernández Sanabria³

Autor Mabel Font Aranda⁴

DIRECCIÓN PARA CORRESPONDENCIA: emil.viera@uleam.edu.ec

Fecha de recepción: 17/11/2022

Fecha de aceptación:

RESUMEN/RESUMO (Español/ Portugués).

El turismo agrupa varias actividades que relacionan a la sociedad y al desarrollo económico de los pueblos, asimismo la vinculación de la academia en procesos de formación para el fortalecimiento de conocimientos en empresas turísticas hace que se mejore la calidad del servicio y aumentan el nivel de profesionalismo en estas empresas. El objetivo de este trabajo es diagnosticar el nivel de conocimiento y gestión

¹Docente investigador carrera Hospitalidad y Hotelería, Magister en Administración de Empresas, Profesor titular auxiliar. Investigador auxiliar 1. Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí. emil.viera@uleam.edu.ec, <http://orcid.org/0000-0001-7395-1980>. Manabí. Ecuador. emilvm81@gmail.com

²Docente investigadora carrera de Turismo, Magister en Turismo con mención en Turismo Sostenible, Profesora titular auxiliar. Investigador auxiliar 1. Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí. amparo.cabrera@uleam.edu.ec, <https://orcid.org/0000-0001-7174-1891>, Manabí. Ecuador

³Docente investigador Postgrado. Máster en Gestión Turística mención Gestión Hotelera, Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí. Investigador auxiliar 1. barbara.fernandez@pg.uleam.edu.ec. <http://orcid.org/0000-0002-0621-8188>. Manabí Ecuador.

⁴Docente investigador carrera de Turismo. Posdoctorada por la Universidad de las Islas Baleares - Beca Fundación Carolina, España. Doctora en Ciencias Geográficas por la Universidad de La Habana, Cuba. Máster en Gestión Turística Mención Comercialización por la Universidad de Matanzas, Cuba. Profesora titular principal. Investigador agregado 3, Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí. mabel.font@uleam.edu.ec. <https://orcid.org/0000-0002-8207-7321>. Manabí. Ecuador. mabelfont@yahoo.es

de competencias de los prestadores de servicios turísticos para una eficiente actividad turística en San Mateo, Manta. Partiendo del proyecto de vinculación con la sociedad, que involucra a estudiantes y docentes de las carreras de Hotelería y Turismo, se optó por aplicar los métodos, deductivo-inductivo, histórico-lógico, iniciando por la observación no estructurada, aplicando encuesta a los prestadores de servicios del sector en estudio. Los resultados muestran una variación en cuanto a conocimiento y gestión de competencias, según las dimensiones expuestas en el instrumento aplicado, se observó debilidades en el conocimiento y gestión sobre la calidad, el servicio, y temas a fines a la prestación turística. Teniendo estos resultados, se recomienda crear un programa de capacitaciones desde la academia, con temas importantes que tributen a fortalecer el conocimiento de los prestadores de servicios de las empresas turísticas de Manta.

PALABRAS CLAVES/PALAVRAS-CHAVE: turismo, vinculación, calidad del servicio, conocimiento, gestión.

The entailment with society and the quality of the tourist service in San Mateo, Ecuador.

ABSTRACT

Tourism brings together various activities that relate to society and the economic development of peoples, likewise the linking of the academy in training processes to strengthen knowledge in tourism companies improves the quality of service and increases the level of professionalism. in these companies. The objective of this work is to diagnose the level of knowledge and management skills of tourism service providers for an efficient tourism activity in San Mateo, Manta. Based on the project of linkage with society, which involves students and teachers of the Hospitality and Tourism careers, it was decided to apply the methods, deductive-inductive, historical-logical, starting with unstructured observation, applying a survey to the providers. of services in the sector under study. The results show a variation in terms of knowledge and management of competencies, according to the dimensions exposed in the applied instrument, weaknesses were observed in the knowledge and management of quality, service, and issues related to the tourist service. Having these results, it is recommended to create a training program from the academy, with important topics that contribute to strengthening the knowledge of the service providers of the tourist companies of Manta.

KEY WORDS: tourism, bonding, service quality, knowledge, management.

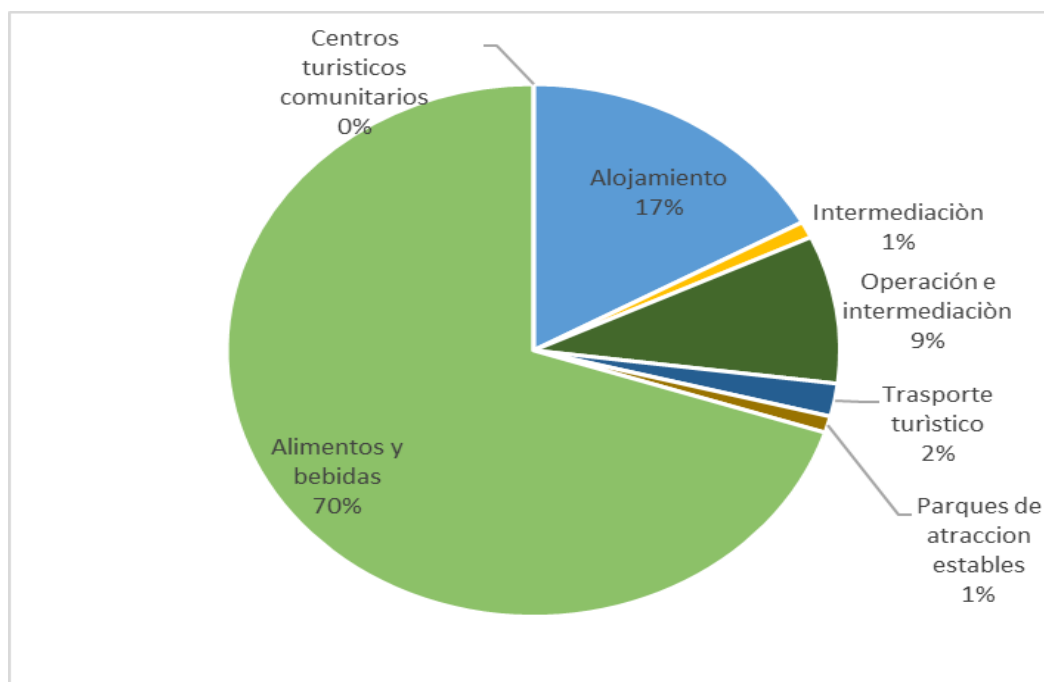
INTRODUCCIÓN: Fundamentación de los antecedentes y su pertinencia.

La Organización Mundial del Turismo (OMT) hace referencia que el turismo es un fenómeno social, cultural y económico que supone el desplazamiento de personas a países o lugares fuera de su entorno habitual por motivos personales, profesionales o de negocios (OMT, 2022). Asimismo, el turismo reúne varias actividades económicas, culturales y de recreación, complementadas con otras actividades productivas que generan oportunidades de empleo y mejoras en la sociedad.

A nivel sectorial, según datos de la Cuenta Satélite de Turismo (CST), esta actividad ha alcanzado un crecimiento promedio de 5% en los últimos 6 años y su contribución en la producción nacional es superior a las industrias manufactureras claves, tales como la automotriz y de químicos, contribuyendo con un valor agregado bruto de USD 1.175 millones en 2016, Ministerio del Turismo (Mintur, 2019).

Según el Plan Nacional de Turismo del Ecuador (2019) el 70% de establecimientos responden a la actividad de alimentos y bebidas, mientras que el 17% corresponde a alojamiento, concentrando conjuntamente el 87% del catastro; mientras que el restante 13% está distribuido entre las actividades de operación e intermediación, transporte turístico, intermediación, centros de turismo comunitario y parques de atracción estables. De la oferta de alimentos y bebidas, los restaurantes son los establecimientos con mayor representatividad (62%) y son aquellos que concentran el 68% de plazas disponibles. Los establecimientos que corresponden a las categorías de segunda (29%) y tercera (46%) son las que presentan mayor participación en este segmento, alcanzando el 75%. Respecto a los establecimientos de alojamiento turístico se evidenció que los Hostales (56% del total del catastro) y Hoteles (el 24% del total del catastro) concentran más del 80% de las plazas disponibles y las categorías de 1, 2 y 3 estrellas representan el 72,89% del total de estos establecimientos.

Figura1. Actividades turísticas en el Ecuador



Fuente: www.turismo.gob.ec / www.ecuador.travelw.turismo.gob

Según la OMT (2020), para el año 2019 las actividades turísticas y servicios de viajes representaron USD \$ 8.900 millones del PIB mundial (World Travel & Tourism Council, 2020). Asimismo, el turismo permitió empleo a una de cada diez personas a nivel mundial, representando un 7% del comercio. La OMT (2019) expresa que la importancia que tiene el turismo como la tercera actividad económica de exportaciones en el mundo. El Ministerio de Turismo (MINTUR) de Ecuador (2020) señaló que el turismo constituye al desarrollo socioeconómico del país, siendo este un generador de oportunidades, seas grandes o pequeños emprendimientos en los distintos sectores turísticos, urbanos o rurales. Se clasifican en micro, pequeñas, medianas o grandes empresas, las misma cubren actividades turísticas como alojamiento, alimentos y bebidas, transporte, agencia de viajes, operaciones turísticas, entre otras. MINTUR-Ecuador (2020) mencionó que hasta diciembre del 2020 en el sector turístico se registraron 21.525 microempresas, un número bastante considerado para esta clasificación. Con la crisis pandémica el

empleo turístico fue afectado drásticamente en actividades de alojamiento y servicios de alimentos, disminuyendo el 31% con respecto al año 2019.

El municipio de Manta, a través de su planificación turística, colocan como estrategia la capacitación de los operadores de la planta turística (hoteles, bares, restaurantes) convirtiéndose esta en un documento habilitante para el permiso municipal, y no una exigencia de mejoramiento de calidad del servicio, lo que debilita la acción regulatoria del nivel descentralizado que tienen la Municipalidad y los entes reguladores. Cabe señalar que son pocos los que se mantienen y acuden a los talleres y obtiene un certificado dado por entidades de gobiernos. Un punto clave es el personal que opera en las empresas turísticas, en el que se ha podido detectar que gran parte de este, no se encuentra capacitado principalmente en temas referentes al servicio al cliente, gestión de alimentos y bebidas, estrategias de marketing, costos, entre otros, teniendo como resultado una baja calidad del servicio, factor de importancia para la competitividad. La falta de preparación del personal influye en la calidad del servicio del cliente interno, en cada actividad y proceso que conlleve a la producción del producto y /o servicio que recibirá el turista.

El turismo y la academia.

Considerando las afectaciones de la crisis del año 2020, las instituciones educativas, se ven en la obligación de crear, desarrollar, y aplicar planes, proyectos sociales y comunitarios, que fortalezcan en ciertas zonas del país, las actividades turísticas, asegurando la calidad de vida y el servicio para los turistas nacionales y extranjeros. Asimismo, incentivando al emprendimiento y creación de nuevos espacios con fines turísticos.

En consecuencia, a la problemática actual, y antecedentes analizados, que son susceptible al desarrollo socioeconómico-turístico del cantón Manta, en la facultad de Hotelería y Turismo, de la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, se elaboró un proyecto de vinculación con el fin de mejorar la calidad de los servicios turísticos, a través de una propuesta de capacitación para algunos sectores específicos del cantón Manta. Teniendo en cuenta la afluencia de turista, la ubicación geográfica y atributos naturales, se seleccionó la comunidad de San Mateo, del cantón.

El objetivo de este trabajo es diagnosticar el nivel de conocimiento y gestión de competencias de los prestadores de servicios turísticos para una eficiente actividad turística en San Mateo, Manta. Para llevar a cabo la lógica del presente trabajo, primero se realizó la revisión bibliográfica, luego analizar la problemática referente a las competencias turísticas y su incidencia en los establecimientos que brindan servicio de alimentos y bebidas, y, por último, recomendar un programa de capacitación con temas a fines a las competencias del campo turístico para fortalecer la calidad del servicio en San Mateo. Este trabajo va de la mano con las actividades de docencia, investigación, vinculación con la comunidad, con la participación de los estudiantes de la facultad de Hotelería y Turismo, con apoyo de docentes supervisores y actores de la comunidad. Este trabajo es resultado del proyecto institucional de la ULEAM: "Metodología de gestión integrada e inteligente de destinos para la mejora homogénea de la calidad turística. Provincia Manabí y del proyecto de vinculación "Programa de capacitación para los prestadores de servicios turísticos de la parroquia San Mateo del cantón Manta".

El turismo forma parte de uno de los principales sectores económicos a nivel mundial, siendo objeto de estudio en diversos destinos geográficos. Esta actividad económica 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 (Agüera & Cuadra, 2016).

La competitividad turística insta a los destinos a tomar decisiones estratégicas que les permitan mantenerse y crecer en un mercado donde los paradigmas han cambiado, y especialmente en lo concerniente a la calidad de los servicios. Por otra parte, es necesario que la competitividad se encauce a la búsqueda de la sostenibilidad bajo los tres aspectos esenciales, es decir, en lo económico, sociocultural y ambiental (Castellucci, 2009). En un sector en constante evolución como es el turístico, la necesidad de alcanzar unos estándares de calidad y de mejorar continuamente en los niveles ofrecidos, se convierte en una premisa básica para que un destino pueda ser competitivo a nivel mundial. Las exigencias de los usuarios han evolucionado en los últimos años gracias a las posibilidades que le ofrecen la multitud de ofertas y servicios, y a las herramientas actuales para elaborar una comparativa adaptada a sus necesidades sobre calidad y precio (Remedios, 2019).

Según Garrido, (2020) el turismo no sólo es un generador de empleos y divisas para el Estado y los habitantes; también es un motor impulsor de ofertas de riquezas naturales, culturales, donde muchos países han logrado, a través de esta actividad, valorar las bondades del entorno y culturales que poseen en sus territorios, como: parques y reservas naturales, patrimonios culturales que son hoy parte de la oferta turística,

y que actualmente se ha visto en el turismo como una actividad sustentable, permitiéndoles mantenerse gracias a los ingresos que los turistas dejan con sus visitas. Menciona Pilco, Lascano, & Moreno, (2022) el turismo comunitario andino está identificado por la forma que brinda los servicios según las culturas, tradiciones o costumbres, tanto del cliente interno como del cliente externo (turistas), sin embargo la calidad de los servicios y la gestión de manera empírica ocasiona errores en la comercialización de los productos, es por ello que es importante aplicar de manera adecuada las técnicas del servicio para una mejor presentación de la oferta turística.

Articulando el turismo con el servicio comunitario, vinculando las actividades académicas, para un mejoramiento del servicio turístico, Mora, Salinas, Sánchez, & Maldonado (2018) hacen referencia a la vinculación universitaria especializada en turismo como el eje del desarrollo comunitario y de conservación. Se menciona la importancia que tiene esa relación de los tres elementos mediante un razonamiento causa - consecuencia, en este sentido, los tres discursos son:

- a) La conservación como elemento de desarrollo de la comunidad y el turismo
- b) El empoderamiento de la comunidad para el desarrollo del turismo y la conservación
- c) La vinculación como medio de desarrollo comunitario y conservación.

En la actualidad, la formación de recursos humanos es la respuesta a las necesidades de las empresas y organizaciones que deben contar con talentos eficientes y de alta calidad (Rivera, Pérez, Vergara, & Rodríguez, 2022). Los autores hacen referencia a la importancia de concienciar al turismo comunitario en la transformación de actividades económicas, y el desarrollo de atractivos naturales y culturales, considerando los procesos de desarrollo sostenible, y de la mano de la gestión del turismo y la hospitalidad. La vinculación Educación Superior con la comunidad es el proceso mediante el cual los Educación Superior ponen al servicio de la sociedad, los conocimientos adquiridos en el salón de clases, para contribuir al mejoramiento de la calidad de vida de las comunidades (Campos, 2005).

El turismo mundial se ha convertido en el eje de desarrollo de muchos países. De hecho, en los últimos años se han evidenciado cambios en las modalidades de turismo y evolución de ofertas que ha permitido diversificar el mercado, lo que permite una mayor versatilidad en la economía, constituyéndose en una actividad clave para el progreso socioeconómico. Consecuentemente con esta nueva tendencia, las condiciones del mercado tienden a modificarse (OMT, 2015). Por lo que, el turismo se ha transformado ante un creciente número de destinos a nivel mundial que hacen factible que cada día más turistas visiten un lugar.

El análisis de la influencia de la gastronomía en los viajes de la demanda turística mundial muestra las motivaciones y el comportamiento gastronómico de los visitantes de un destino e identificó, que tres de cada cuatro turistas realizan viajes para disfrutar de la gastronomía, lo que significa que ésta se está convirtiendo, cada vez más, en un importante factor de competitividad de los destinos turísticos, desempeñando un papel decisivo en su imagen y posicionamiento. Además, el turismo gastronómico logra atraer a turistas de calidad, con una mayor disposición al gasto y más respetuosos con la cultura local.

La evolución y situación actual del sector gastronómico presentado por la Organización Mundial del Turismo (OMT) revela dentro de las buenas prácticas aspectos muy diversos como: la estacionalidad, la formación y la innovación, las iniciativas relacionadas con las tecnologías de la información y la comunicación e itinerarios; y sostiene que la motivación de los turistas, la experiencia gastronómica ha tomado gran importancia dentro del turismo gastronómico porque es un potencial para mejorar la gestión de los destinos, promover las culturas y contribuir a otros sectores, como la agricultura y la manufactura de alimentos.

De igual manera el turismo gastronómico está dentro de los principios de la sostenibilidad como compromiso de todos los países y se incluyen ámbitos como la reducción de la pobreza, el uso eficiente de los recursos, la protección ambiental y el cambio climático, y la protección de los valores culturales, el patrimonio y la diversidad.

La OMT ratifica su objetivo de fomentar el valor social, cultural y económico de la actividad turística, concepciones que todos los países deben manejar a futuro a través de una serie de indicadores que contribuyen a la dinámica y concepción del sector. para generar un turismo sostenible que cumpla con la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible y sus 17 Objetivos que son de aplicación universal para todos los países.

Dada la importancia que tiene el turismo, Ecuador en los últimos años presento en su economía al turismo como una de las principales fuentes de ingresos no petroleros y generador de fuentes de empleo e ingreso vía exportaciones, por lo que el gobierno ecuatoriano ha realizado varias

acciones estratégicas con la finalidad de competir turísticamente con países como Francia, Estados Unidos, España, China, Italia, Turquía, entre otros, por el interés de los turistas.

1. Por lo que, el gobierno central emprendió acciones orientadas en cinco aspectos básicos: 1) Marketing turístico a escala internacional (MINTUR); 2) La capacitación de la fuerza laboral turística en calidad de servicio, 3) Reformas legales para fortalecer al turismo, 4) Mejorar las vías de acceso aéreas y terrestres posibilitando la apertura de destinos directos, 5) El impulso para el cambio estructural en la matriz productiva, como clave para promover el turismo.

El turismo se ha convertido en el eje de desarrollo de muchos países. De hecho, en los últimos años se han evidenciado cambios en las modalidades de turismo y evolución de ofertas que ha permitido diversificar el mercado, lo que permite una mayor versatilidad en la economía, constituyéndose en una actividad clave para el progreso socioeconómico. De igual manera la calidad de los servicios turísticos está dentro de los principios y compromisos de todos los países y se incluyen ámbitos como la reducción de la pobreza, el uso eficiente de los recursos, la protección ambiental y el cambio climático, y la protección de los valores culturales, el patrimonio y la diversidad. La unión entre la vinculación y las empresas turísticas ofrece una plataforma para revitalizar culturas, conservar el patrimonio material e inmaterial, empoderar a las comunidades y fomentar el entendimiento intercultural.

La Educación Superior, la vinculación con la comunidad y proyectos de desarrollo turístico.

Según el artículo 82 del Reglamento de Régimen Académico emitido por el CES, creación de las coordinaciones de vinculación con la sociedad en cada carrera de la ULEAM. Su función específica es el diseño y desarrollo de proyectos de vinculación que unifiquen esfuerzos de varias asignaturas de la misma carrera, o de varias carreras de la misma facultad, e incluso de varias facultades de la ULEAM, propiciando las actividades multidisciplinarias, inter y transdisciplinarias. El conjunto de estos proyectos conformará, junto con las políticas y normativas pertinentes, el Programa de vinculación con la sociedad de cada facultad. Asimismo el

modelo para la evaluación de las carreras de las Universidades y Escuelas Politécnicas del Ecuador, emitido por el CEAACES, en el mes de agosto de 2013, en el criterio de pertinencia establece las características del indicador de vinculación con la sociedad, haciendo énfasis en la participación de los profesores y estudiantes en las actividades programadas en el marco de proyectos de vinculación con la sociedad, asimismo la participación de las pequeñas empresas hoteleras, turísticas y gastronómicas son conformadas por la propia comunidad, siendo este un factor importante para la producción y desarrollo de la localidad rural.

Mencionan Mora, Carvajal, Mosquera, & Silva, que la vinculación de las Instituciones de Educación Superior, con las comunidades más sensibles, tomando en cuenta las rurales, ha posibilitado conocer la situación real e identificar las necesidades que poseen para poder desarrollar actividades y servicios turístico de manera rentable. Con la relación a la conservación, es importante reafirmar su relevancia, tomando en cuenta que es la base de su actividad económica central; la cual paulatinamente se puede convertir en un imán para desarrollar la actividad turística a partir de un modelo de gestión adecuado a la vocación turística del territorio priorizada (Mora, Aleaga, Sánchez, & Erazo, 2018). La vinculación es un eje sustantivo de la educación superior que aporta al desarrollo local a través de la implementación de proyectos multidisciplinarios que tratan de desarrollar las capacidades locales a través de la participación de la comunidad universitaria: docentes, estudiantes- y las comunidades locales (Álvarez, Carvajal, Mosquera, & Silva, 2019). Lo anteriormente mencionado, potencializa la unión de la academia, la vinculación con la comunidad, y específicamente proyectos que se oriente al mejoramiento de la calidad del servicio turístico en localidades que necesitan ser atendidas. Involucrar a todo el gremio universitario implica una gran importancia en el conocimiento y desarrollo de habilidades donde se trasfiere los saberes y deja constancia en la memoria de todos los involucrados.

MATERIALES Y METODOS

Se aplicaron los métodos, deductivo -inductivo; partiendo de la lógica deductiva, se organiza el saber del hecho y luego se parte del suceso, pasando de lo general a lo específico, sin romper la esencia inicial, y sin afrontar nuevos acontecimientos, aplicando inductivamente la forma de conseguir el conocimiento desde la observación de manera natural, para recopilar datos puntuales, obteniendo conocimiento y hacer generalidades según las acciones tomadas. El método descriptivo según (Sampieri, 2017) manifiesta que "con los estudios descriptivos se busca especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas,

grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis”. Es decir, únicamente pretenden medir o recoger información de manera independiente o conjunta sobre los conceptos o las variables a las que se refieren, esto es, su objetivo no es indicar cómo se relacionan éstas.

Mediante el método teórico histórico-lógico se pudo recolectar información de investigaciones anteriores que permiten abarcar de manera más específica cada una de las debilidades del sector durante el antes del proceso, en teoría según Hernández Sampieri, Fernández, y Baptista (2010) este método está vinculado al conocimiento de las distintas etapas de los objetos en su sucesión cronológica. También para conocer la evolución y desarrollo del objeto o fenómeno de investigación se hace necesario indagar en la historia, las etapas principales de su desenvolvimiento y las conexiones históricas fundamentales. Caracteriza al objeto en sus aspectos más externos, más fenomenológicos.

Para la realización del cuestionario, como instrumento, se tomaron en cuenta criterios de especialistas docentes de las carreras de Hotelería y Turismo, con preguntas enfocadas sobre seguridad e higiene, marketing, costos, gestión de la calidad del servicio gastronómico. Se estructuraron cuatro dimensiones, para así conocer el nivel de conocimiento y de gestión del servicio turístico del cliente interno en las empresas que se seleccionaron. La aplicación de la encuesta fue realizada por los estudiantes de las carreras de Hotelería y Turismo, para analizar aquellos puntos de interés sobre el nivel de conocimiento y gestión de competencias específicas en el campo turístico.

Primeramente, se identificaron las asociaciones que existen en el sector San Mateo, (San Mateo - Arca de Noé) a través de un levantamiento de información y apoyados en el catastro turístico de Manta 2019.

Tabla 1: Asociaciones participantes en el proyecto 2020-2021

Asociaciones	Total, de personas
Arca de Noé	59
San Mateo	33

Fuente: Datos obtenidos mediante encuesta

En la tabla 1 se muestra las asociaciones que fueron involucradas a participar en el proyecto de vinculación, cabe indicar que el número de personas puede variar en determinado momento histórico. Total, de la muestra 92 personas.

Se aplicó también el método de muestreo no probabilístico, específicamente muestreo intencional o de conveniencia ya que consiste en la selección por métodos no aleatorios de una muestra cuyas características sean similares a las de la población objetivo. También puede ser que el investigador seleccione directa e intencionadamente los individuos de la población. El método puede resultar de utilidad cuando se pretende realizar una exploración de un fenómeno en una población o cuando no existe un tamaño muestral definido (Jesús, Ángel, & Guadalupe, 2016).

A continuación se detalla la población con que se trabajó en este estudio:

Tabla 2: Identificación de participantes en el diagnóstico 2020-2021

BENEFICIARIOS	HOMBRES	MUJERES	TOTAL	%
Arca de Noé	41	18	59	
San Mateo	15	18	33	
TOTAL EJECUTADO	56	36	92	72%
TOTAL PLANIFICADO	50	50	100	100%

Fuente: Datos obtenidos mediante encuesta

Se planificó trabajar con 200 personas siendo este un 100%, conformando la población del estudio. Sin embargo, se observa que se pudo trabajar con 92 personas, lo cual representa el 72% de la población. También en el total de hombres y mujeres, se observa que predomina el género masculino con 56 beneficiarios, mientras que el género femenino con 36 beneficiarios. En relación con lo planificado, el género masculino supera con 6 individuos, mientras que el género femenino no alcanza el número planificado, faltando 14 sujetos

Para ejecutar las actividades del proyecto de vinculación, se planificó a 160 estudiantes de los niveles de 8vo y 9no de las carreras de Hotelería y Turismo. A continuación, se detalla en la tabla 2 el número real de estudiantes.

Tabla 3: Estudiantes participantes en el proyecto de vinculación de la facultad de Hotelería y Turismo, ULEAM.2020-2021

CARRERAS PARTICIPANTES	ESTUDIANTES PLANIFICADOS	ESTUDIANTES EN EJECUCIÓN	%A
------------------------	--------------------------	--------------------------	----

Hotelería	80	76	95%
Turismo	80	79	98%
TOTAL	160	155	96,8%

Fuente: Datos obtenidos mediante encuesta

El total de estudiantes planificados para la ejecución de la transferencia del conocimiento, con base a la planificación de 160, se pudo trabajar con 155, de 8vo y 9no nivel de las carreras de Hotelería y Turismo, siendo esto un 96,8 %, demostrando que aún en tiempos de pandemia los estudiantes manifestaron interés en realizar las horas de vinculación. También se contó con el apoyo de ocho supervisores docentes de ambas carreras.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN:

Para la realización del diagnóstico de campo se procedió, primeramente, por el método empírico de la observación no estructurada, que permitió identificar los problemas existentes en los locales que brindan servicios turísticos de alimentos y bebidas. Se observó la falta de aplicación de buenas prácticas de servicios, técnicas gastronómicas y entorno con ciertas inconformidades en sus espacios. Es importante mencionar que los prestadores de servicios intentan hacer mejoras dentro de las áreas, a pesar de que el nivel de estudio de estas personas es bajo, y se les dificulta profundizar en temas teóricos. Se busca que de alguna u otra manera puedan ser resueltos de forma práctica, para poder llegar a desarrollar cada uno de los objetivos propuestos y así mismo desarrollar cada una de sus habilidades.

Los resultados son los siguientes:

Para el primer sector encuestado, siendo este Asociación San Mateo, los resultados fueron:

Tabla 4: Resultados de la encuesta

San Mateo/33				
Dimensiones	Conocimiento (Si/No)		Gestión (Si/No)	
Seguridad e higiene(S/H)	70%	si	80%	Si
Marketing(M)	30%	no	20%	no
Costos(C)	30%	si	15%	no
	70%	no	85%	si
	47%	si	55%	si

	53%	no	45%	no
Gestión de calidad	60%	si	55%	si
en servicio	40%	no	45%	no
gastronómico(GCSG)				

Nota: Elaboración propia

Los resultados reflejados en la tabla 4, en cuanto a conocimientos sobre la seguridad e higiene (S/H), el 70% (23 personas (P)) de los trabajadores encuestados aseguran que, si conocen sobre el tema, mientras que un 30% (10 personas) dicen que no. Sobre gestionar procesos de seguridad e higiene, el 80% (26P) menciona que no se cumple, y el 20% (7P) asegura que sí. En cuanto al Marketing el 30%(10P) de los encuestados dicen conocer sobre esta dimensión, mientras que un 70% (23P) no conoce. Sobre la gestión del marketing, asimismo estrategias de publicidad, el 80% (26P) no aplica, mientras que el 20% (7P) menciona que sí. En cuanto a la dimensión costos sobre conocer el tema, el 47% (15P) asegura que si, mientras que el 53% (18P) comenta que no, asimismo en gestionar procesos de costos y fijación de precios, el 55% (19P) refiere que sí, y el 45% (14P) de los encuestados dicen que no. Sobre conocimiento en cuanto a temas de gestión de calidad en servicio gastronómico el 60% (20P) mencionan que, si conocen, mientras que el 40% (13P) desconocen del tema. Para la gestión de calidad en servicio gastronómico el 55 % (19P) de los encuestados gestionan procedimientos referentes a la calidad, servicio y gastronomía, mientras que el 45% (27P) no relaciona el conocimiento con la aplicación de la gestión de elementos de la gestión de la calidad en el servicio.

En la siguiente tabla se muestran los resultados de la asociación Arca de Noe, de la localidad San Mateo

Tabla 5: Resultados de la encuesta

Dimensiones	Arca de Noe/59			
	Conocimiento (Si/No)		Gestión (Si/No)	
Seguridad e higiene(S/H)	75%	si	80%	si
	25%	no	20%	no
Marketing(M)	20%	si	20%	no
	80%	no	80%	si
Costos(C)	57%	si	60%	si
	43%	no	40%	no

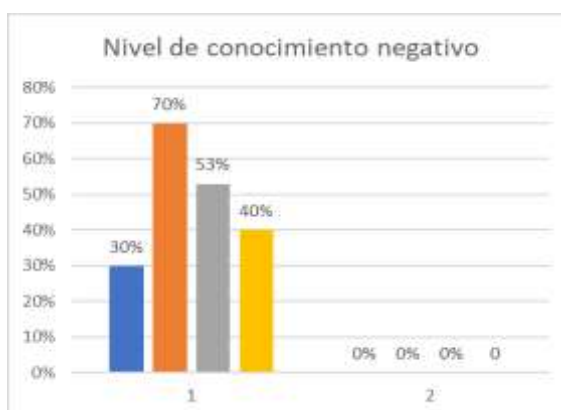
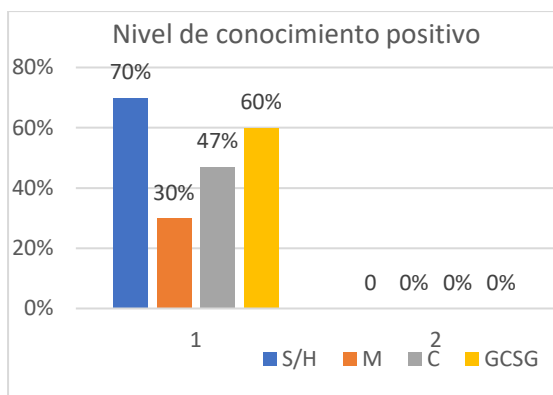
Gestión de calidad en servicio	60%	si	60%	si
gastronómico(GCSG)	40%	no	40%	no

Nota: Elaboración propia

El análisis de los resultados en la tabla 5 muestra lo siguiente: en cuanto a conocimientos sobre la seguridad e higiene (S/H), el 75% (45 personas (P)) de los trabajadores encuestados aseguran que, si conocen sobre el tema, mientras que un 25% (14 personas) dicen que no. Sobre gestionar procesos de seguridad e higiene, el 80% (47P) menciona que no se cumple, y el 20% (11P) asegura que sí. En cuanto al Marketing el 30% (17P) de los encuestados dicen conocer sobre esta dimensión, mientras que un 70% (42P) no conoce. Sobre la gestión del marketing, asimismo estrategias de publicidad, el 80%(47P) no aplica, mientras que el 20% (11P) menciona que sí. En cuanto a la dimensión costos sobre conocer el tema, el 47% (27P) aseguran que si, mientras que el 53% (32P) comentan que no, asimismo en gestión de procesos de costos y fijación de precios, el 55% (32P) refiere que sí, y el 45% (27P) de los encuestados dicen que no. Sobre conocimiento en cuanto a temas de gestión de calidad en servicio gastronómico el 60% (35P) mencionan que, si conocen, mientras que el 40% (24P) desconocen del tema. Para la gestión de calidad en servicio gastronómico el 60 % (35P) de los encuestados aplican procedimientos referentes a la calidad, servicio y gastronomía, mientras que el 40% (24P) no relaciona el conocimiento con la gestión de la calidad en el servicio.

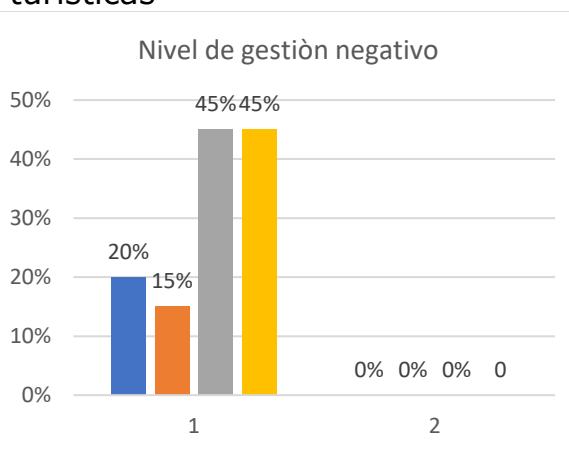
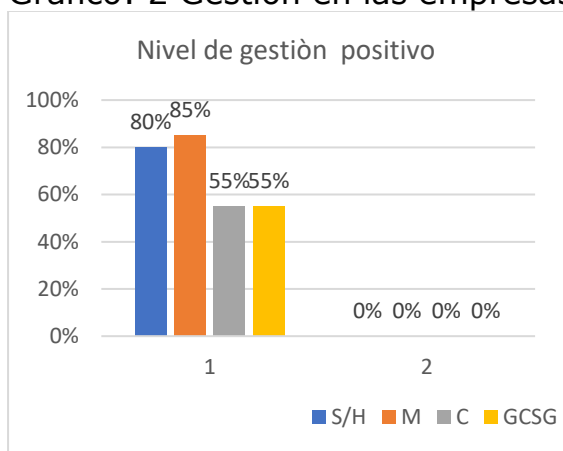
En los siguientes gráficos se pueden observar la variación de las respuestas en la relación conocimiento-gestión.

Gráfico 1: Respuestas graficadas de la encuesta a Aso. San Mateo. Conocimientos de las empresas.



Nota: Elaboración propia

Gráfico: 2 Gestión en las empresas turísticas



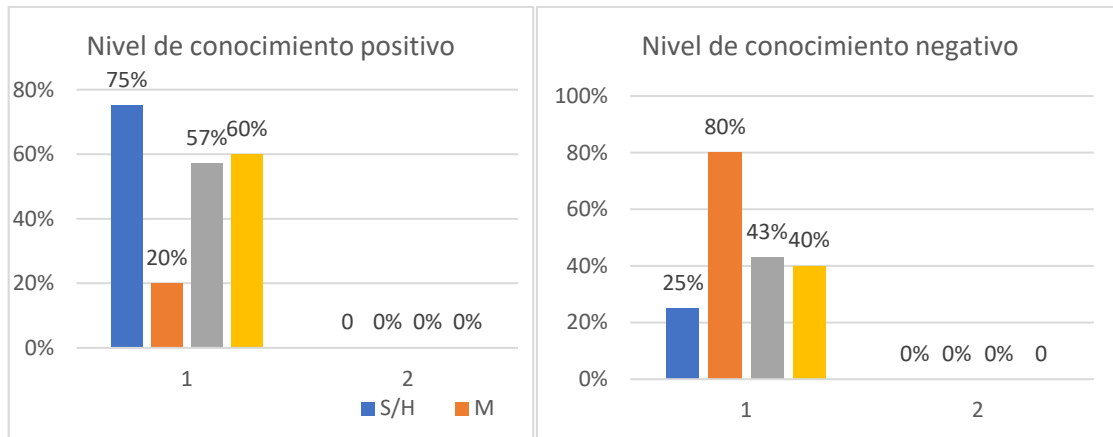
Nota: Elaboración propia

Los gráficos muestran los resultados donde se miden conocimiento y la gestión de los temas que conformaron la encuesta, midiendo el nivel de conocimiento, asimismo la aplicación de este en las empresas turísticas, específicamente las que brindan servicios de alimentos y bebidas, coincidiendo con el análisis que se realizó en la tabla número 4.

A continuación, se presentan los resultados en gráficos para la asociación Arca de Noe, de la localidad San Mateo.

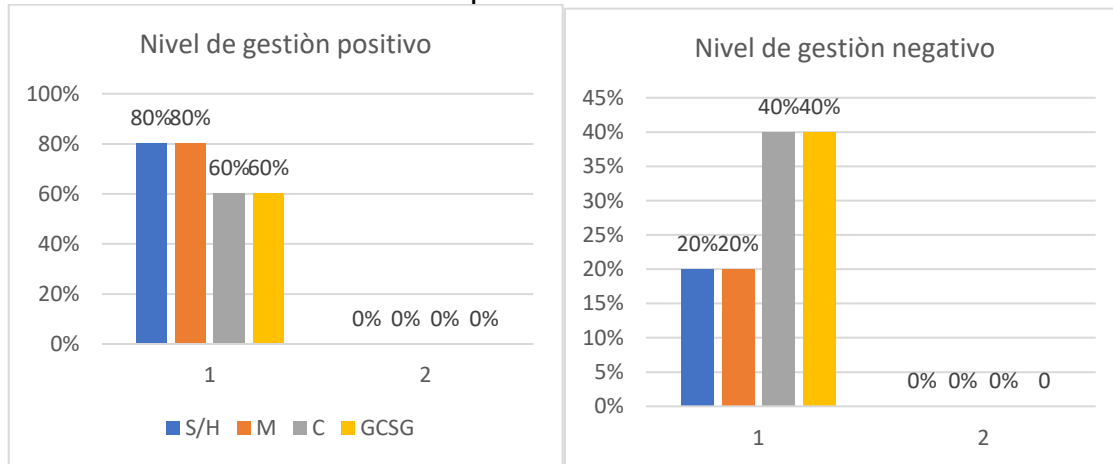
Gráfico 3: Referencias de las respuestas graficadas Aso. Arca de Noe. Conocimientos de las empresas.

LA VINCULACIÓN CON LA SOCIEDAD Y LA CALIDAD DEL SERVICIO TURÍSTICO



Nota: Elaboración propia

Gráfico 4: Gestión en las empresas



Nota: Elaboración propia

En resumen conclusivo de este análisis, se puede observar lo disperso que se encuentra la relación conocimiento-gestión, en una que u otra dimensión, divagando en cierto modo para hacer notar un poco de seguridad en las respuestas obtenidas. Se pudo observar que existe un cierto temor en los servidores turísticos, al no conocer temas referentes a la profesión en el campo del turismo, como también a la evaluación de manera sistemática, es por ellos que no se ve un avance significativo en el desarrollo turístico de la zona, siendo un balneario con condiciones

naturales idóneas para la actividad turística. Los resultados graficados, están analizados en la tabla 5.

Como menciona Anjos, Flores, Gadotti, & Domareski, (2011) el conocimiento está vinculado al desarrollo de habilidades y competencias para interpretar la información y transformarla en herramientas para dirigir las acciones y tomar decisiones en la empresa/organización.

La contribución de los trabajadores en el proceso se considera un elemento clave para el éxito de la gestión del conocimiento en las organizaciones. Explica Crosby, (2017) que es precisamente el valor del conocimiento, a través de la capacitación, formación y educación, la que puede otorgar al turismo su posicionamiento social y ubicar esta actividad productiva en un territorio y no solo en un establecimiento alojativo, de restauración, distribución o de animación. Es fundamental para la generación y gestión del conocimiento la participación de las instituciones relacionadas, para que entre todos se logre dar respuesta a los retos que presenta un entorno cada vez más competitivo y globalizado (Luisa Larrea David et all, 2018).

De manera conclusiva, la base del trabajo de vinculación de la Facultad de Hotelería y Turismo de la ULEAM, enlazado al proyecto de investigación de la propia unidad académica, ha sido un deber constante de docentes, estudiantes y autoridades académicas, como también el apoyo de los departamentos que intervienen en el proyecto, y de la comunidad en general.

Se logró realizar el diagnóstico, mostrando resultados interesantes, donde se analizaron y se tomaron en cuenta aquellos aspectos que en su parte arrojaron valores con porcentajes desde 80% hasta 25% de negatividad en dimensiones descritas en los resultados, siendo funciones básicas de un trabajador del turismo. No obstante, estos resultados sirvieron para observar la relación que existe entre la calidad del servicio turístico, y como la academia debe seguir involucrándose y desarrollando proyectos para las comunidades en vías de desarrollo turístico. Esta investigación sirvió para identificar las temáticas y necesidades, con el fin de que las mismas sean representativas, para la preparación de materiales de capacitación y el diseño de nuevos proyectos de vinculación e investigación universitarios.

Consecuentemente se logró realizar un trabajo conjunto entre los estudiantes de la facultad de Hotelería y Turismo, los docentes, y la comunidad, beneficiándose en sí mismo el proyecto y sus ejecutores.

La solidez que posee el proyecto de vinculación ha generado una labor que ha dado frutos, y más aún el compromiso preciso del entorno profesional, institucional y cooperativo, para que las actividades deseadas

se hayan cumplido con respeto y profesionalismo. Los resultados finales han sido utilizados como referencia para la creación de un programa de capacitación para prestadores de servicios turísticos, que aporte al mejoramiento de las competencias de los clientes internos de las empresas turísticas de la comunidad.

REFERENCIAS

- Agüera, F. O., & Cuadra, S. M. (2016). El turismo como motor potencial para el desarrollo económico de zonas fronterizas en vías de desarrollo. Un estudio de caso. *El Periplo Sustentable*, vol. 31. https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1870-90362016000200008
- Álvarez, M. Y., Carvajal, L. B., Mosquera, D. F., & Silva, G. M. (2019). La vinculación con la sociedad como eje multidisciplinario en el desarrollo de capacidades locales en turismo y la hospitalidad. *Revista Killkana Sociales.*, 13-20. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7156089>
- Antonio dos Anjos, F., Flores Limberger, P., Gadotti dos Anjos, S. J., & Domareski. (2011). Contribuciones de la gestión del conocimiento a los servicios turísticoS. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 722-737. <https://www.redalyc.org/pdf/1807/180717583011.pdf>
- Campos, G. (2005). La vinculación universitaria: ese oscuro objeto del deseo. *Revista Electrónica de Investigación Educativa*. <https://www.redalyc.org/pdf/155/15507205.pdf>
- Castellucci, D. (2009). La calidad y los servicios en destinos turísticos maduros. *Aportes y Transferencias*, 29-44. <https://www.redalyc.org/pdf/276/27621943003.pdf>
- Crosby, A. (2017). El valor del conocimiento en turismo, clave para su futuro: https://www.hosteltur.com/comunidad/005824_el-valor-del-conocimiento-en-turismo-clave-para-su-futuro.html
- David, L. L. (2018). La gestión del conocimiento en la industria turística. *Hospitalidad ESDAI*. <https://revistas.up.edu.mx/ESDAI/article/view/2048>
- Garrido, C. (2020). www.uide.edu.ec. Obtenido de Beneficios del turismo para el país: <https://www.uide.edu.ec/beneficios-del-turismo-para-el-pais/>
- Mintur. (2019). www.turismo.gob.ec / www.ecuador.travel. Obtenido de www.turismo.gob.ec / www.ecuador.travel: www.turismo.gob.ec / www.ecuador.travel
- Mora, V., Aleaga, S., Sánchez, D., & Erazo, P. M. (2018). La vinculación desde las instituciones de educación superior como apoyo al desarrollo del turismo comunitario y la conservación del manglar en la isla Costa Rica, El Oro, Ecuador. *International Journal of Professional Business Review*, 220-230. <https://www.redalyc.org/journal/5536/553658822006/html/>
- OMT. (2022). www.unwto.org. Obtenido de <https://www.unwto.org/es/glosario-terminos-turisticos>

- Pilco-Yucta, E. A., Lascano-Vera, F. M., & Moreno-Aguirre, P. E. (2022). La Calidad del Servicio Turístico Comunitario: Análisis desde el Estudio . *Polo del conocimiento*, 136-149.
file:///C:/Users/emilv/Downloads/Dialnet-LaCalidadDelServicioTuristicoComunitario-8399919%20(2).pdf
- Remedios, Z. R. (2019). Calidad en el sector turístico: marco normativo y planificación. *Pasos*.
<https://www.redalyc.org/journal/881/88165873004/html/>
- Rivera-Guerrero, A. L., Pérez-Rivera, A. E., Vergara-Díaz, N. S., & Rodríguez-Pacheco, F. J. (2022). Proyectos de Vinculación como Apoyo al Desarrollo Sostenible en el Turismo. *Polo del conocimiento*, 1424-1440. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8482968>
- Sampieri, D. R. (2017). *Metodología de la Investigación Sexta Edición*. México: McGraw-Hill / Interamericana Editores S.A. de C.V. Obtenido de <https://www.uca.ac.cr/wp-content/uploads/2017/10/Investigacion.pdf>