



**UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL
CARRERA DE TURISMO Y HOTELERÍA**

**TRABAJO DE TITULACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL
TÍTULO DE LICENCIADA EN TURISMO Y HOTELERÍA**

TEMA:

**“ANÁLISIS DE SATISFACCIÓN DEL VISITANTE A LA LAGUNA
ARTIFICIAL SAUCES VI PARA ESTRATEGIAS DE MEJORAS”**

AUTORA:

MADAY MADELEY SANTAMARÍA BOHÓRQUEZ

TUTOR:

LCDA. ALBA CAICEDO BARRETH, MGS.

GUAYAQUIL – ECUADOR

2017-2018



REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA			
FICHA DE REGISTRO DE TESIS/TRABAJO DE GRADUACIÓN			
TÍTULO Y SUBTÍTULO:	Análisis de satisfacción del visitante a la laguna artificial Sauces VI para estrategias de mejoras.		
AUTOR(ES)	MADAY MADELEY SANTAMARIA BOHÒRQUEZ		
REVISOR(ES)/TUTOR(ES)	DR. JAVIER LOPEZ RUIZ / LCD.ALBA CAICEDO BARRETH		
INSTITUCIÓN:	UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL		
UNIDAD/FACULTAD:	FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL		
MAESTRÍA/ESPECIALIDAD:	MAGISTER		
GRADO OBTENIDO:	LICENCIADO EN TURISMO		
FECHA DE PUBLICACIÓN:		No. DE PÁGINAS:	77
ÁREAS TEMÁTICAS:	TURISMO		
PALABRAS CLAVES/ KEYWORDS:	Parque acuático, laguna artificial, servicio al usuario, estrategias de mejoras		
<p>RESUMEN/ABSTRACT Esta investigación se da a conocer debido a que Guayaquil cuenta con puntos estratégicos para el libre esparcimiento de personas y descanso en donde se ha implementado parques acuáticos, pero no brindan los servicios totalmente de calidad para que el visitante se sienta totalmente satisfecho, El objetivo de esta investigación es analizar la satisfacción del visitante que acude a la laguna. Esta investigación presenta una metodología mixta porque se empleó métodos teóricos y empíricos, asimismo diferentes técnicas como encuestas, entrevistas y observación directa, los cuales facilitaron el correcto desarrollo y finalización de la investigación. La muestra de 383 visitantes se consiguió mediante la aplicación de la fórmula finita tomando en consideración los visitantes que acuden al Parque Acuático mensualmente. Los resultados de las encuestas permitieron adquirir una clara perspectiva en cuanto al desarrollo del tema propuesto. La propuesta es la implementación de estrategias de mejoras para a la afluencia de visitas a la laguna artificial de sauces VI, en donde este fue realizado con el ánimo de que la gente porteña pueda asistir a recrearse de manera gratuita este es un parque acuático ubicado en la ciudadela Sauces VI.</p> <p>Palabras Claves: Parque acuático, laguna artificial, servicio al usuario, estrategias de mejoras</p>			
ADJUNTO PDF:	<input checked="" type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO	
CONTACTO CON AUTOR/ES:	Teléfono: 0980186132	E-mail: jesmarcito_892@hotmail.com	
CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN:	Nombre: Lic. Alba Caicedo Barreth, MSc.		
	Teléfono: 0984857385		
	E-mail: alba.caicedob@ug.edu.ec		



**FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL
CARRERA DE LICENCIATURA EN TURISMO Y HOTELERÍA
UNIDAD DE TITULACIÓN**

Guayaquil, 6 de Agosto de 2017

CERTIFICACIÓN DEL TUTOR

Habiendo sido nombrado ALBA VERÓNICA CAICEDO BARRETH, tutor del trabajo de titulación **Análisis de Satisfacción del visitante a la Laguna Artificial Saucos VI para Estrategias de Mejoras**, certifico que el presente trabajo de titulación, elaborado por MADAY MADELEY SANTAMARIA BOHÓRQUEZ, con C.I. N° 0923416895, con mi respectiva supervisión como requerimiento parcial para la obtención del título de Licenciada en Turismo y Hotelería, en la Carrera de Hotelería y Turismo de la Facultad de Comunicación Social, ha sido **REVISADO Y APROBADO** en todas sus partes, encontrándose apto para su sustentación.

ALBA VERÓNICA CAICEDO BARRETH
C.I. No. 0924842354



**FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL
CARRERA DE LICENCIATURA EN TURISMO Y HOTELERÍA
UNIDAD DE TITULACIÓN**

Guayaquil, 7 de Agosto de 2017

CERTIFICACIÓN DEL REVISOR

Habiendo sido nombrado LOPEZ RUIZ JAVIER RICARDO, revisor del trabajo de titulación **Análisis de Satisfacción del visitante a la Laguna Artificial Sauces VI para Estrategias de Mejoras**, certifico que el presente trabajo de titulación, elaborado por MADAY MADELEY SANTAMARIA BOHÓRQUEZ, con C.I. N° 0923416895, con mi respectiva revisión como requerimiento parcial para la obtención del título de Licenciada en Turismo y Hotelería, en la Carrera de Hotelería y Turismo de la Facultad de Comunicación Social, ha sido **REVISADO Y APROBADO** en todas sus partes, encontrándose apto para su sustentación.

Dr. JAVIER RICARDO LOPEZ RUIZ, MSc.
C.I. No. 0912705290



**FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL
CARRERA DE LICENCIATURA EN TURISMO Y HOTELERÍA
UNIDAD DE TITULACIÓN**

**LICENCIA GRATUITA INTRANSFERIBLE Y NO EXCLUSIVA
PARA EL USO NO COMERCIAL DE LA OBRA CON FINES NO
ACADÉMICOS**

Yo, MADAY MADELEY SANTAMARIA BOHÓRQUEZ, con C.I. N° 0923416895, certifico que los contenidos desarrollados en este trabajo de titulación, cuyo título es “ANÁLISIS DE SATISFACCIÓN DEL VISITANTE A LA LAGUNA ARTIFICIAL SAUCES VI PARA ESTRATEGIAS DE MEJORAS” son de mi absoluta propiedad y responsabilidad Y SEGÚN EL Art. 114 del CÓDIGO ORGÁNICO DE LA ECONOMÍA SOCIAL DE LOS CONOCIMIENTOS, CREATIVIDAD E INNOVACIÓN*, autorizo el uso de una licencia gratuita intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la presente obra con fines no académicos, en favor de la Universidad de Guayaquil, para que haga uso del mismo, como fuera pertinente

MADAY MADELEY SANTAMARIA BOHÓRQUEZ
C.I. No. 0923416895

*CÓDIGO ORGÁNICO DE LA ECONOMÍA SOCIAL DE LOS CONOCIMIENTOS, CREATIVIDAD E INNOVACIÓN (Registro Oficial n. 899 - Dic./2016) Artículo 114.- De los titulares de derechos de obras creadas en las instituciones de educación superior y centros educativos.- En el caso de las obras creadas en centros educativos, universidades, escuelas politécnicas, institutos superiores técnicos, tecnológicos, pedagógicos, de artes y los conservatorios superiores, e institutos públicos de investigación como resultado de su actividad académica o de investigación tales como trabajos de titulación, proyectos de investigación o innovación, artículos académicos, u otros análogos, sin perjuicio de que pueda existir relación de dependencia, la titularidad de los derechos patrimoniales corresponderá a los autores. Sin embargo, el establecimiento tendrá una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra con fines académicos.



**FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL
CARRERA DE LICENCIATURA EN TURISMO Y HOTELERÍA
UNIDAD DE TITULACIÓN**

CERTIFICADO PORCENTAJE DE SIMILITUD

Habiendo sido nombrado ALBA VERÓNICA CAICEDO BARRETH, tutor del trabajo de titulación certifico que el presente trabajo de titulación ha sido elaborado por MADAY MADELEY SANTAMARIA BOHÒRQUEZ con C.I. N°0923416895, con mi respectiva supervisión como requerimiento parcial para la obtención del título de Licenciada en Turismo y Hotelería.

Se informa que el trabajo de titulación: **“ANÁLISIS DE SATISFACCIÓN DEL VISITANTE A LA LAGUNA ARTIFICIAL SAUCES VI PARA ESTRATEGIAS DE MEJORAS”**, ha sido orientado durante todo el periodo de ejecución en el programa anti plagio (URKUND) quedando el 5% de coincidencia.

<https://secure.urkund.com/view/29845089-874876-364610#DcYxDsJADEXBu6R+Qvb37trLVRAFigCIIE1KxN2JNMV8I8+XG+Gn4QH3vGBFz6RI6FADXU0U KJcKcMcELE+UZ0YhBJDFDpLroQW8M8pRkkZNySIRj3ImO7b1vr2197OtzudrFmqzGLDOrzFL9/g==>

ALBA VERÓNICA CAICEDO BARRETH
C.I. No. 0924842354



**FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL
CARRERA DE LICENCIATURA EN TURISMO Y HOTELERÍA
UNIDAD DE TITULACIÓN**

Guayaquil, 4 de Agosto de 2017

CERTIFICADO DEL TUTOR

Economista

Carlos Ortiz Novillo, MSc.

DIRECTOR DE LA CARRERA DE TURISMO Y HOTELERIA

FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL

UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL

Ciudad.-

De mis consideraciones:

Envío a Ud. el Informe correspondiente a la tutoría realizada al Trabajo de Titulación “ANÁLISIS DE SATISFACCIÓN DEL VISITANTE A LA LAGUNA ARTIFICIAL SAUCES VI PARA ESTRATEGIAS DE MEJORAS” e la estudiante SANTAMARIA BOHORQUEZ MADAY MADELEY, indicando ha cumplido con todos los parámetros establecidos en la normativa vigente:

- El trabajo es el resultado de una investigación.
- El estudiante demuestra conocimiento profesional integral.
- El trabajo presenta una propuesta en el área de conocimiento.
- El nivel de argumentación es coherente con el campo de conocimiento.

Adicionalmente, se adjunta el certificado de porcentaje de similitud y la valoración del trabajo de titulación con la respectiva calificación.

Dando por concluida esta tutoría de trabajo de titulación, CERTIFICO, para los fines pertinentes, que la estudiante está apto para continuar con el proceso de revisión final.

Atentamente,

ALBA VERÓNICA CAICEDO BARRETH

C.I. No. 0924842354

TABLA DE CONTENIDO

CARÁTULA	0
FICHA DE REGISTRO DE TESIS/TRABAJO DE GRADUACIÓN	II
CERTIFICACIÓN DEL TUTOR	III
CERTIFICACIÓN DEL REVISOR	IV
LICENCIA GRATUITA INTRANSFERIBLE Y NO EXCLUSIVA PARA EL USO NO COMERCIAL DE LA OBRA CON FINES NO ACADÉMICOS	V
CERTIFICADO PORCENTAJE DE SIMILITUD	VI
CERTIFICADO DEL TUTOR	VII
TABLA DE CONTENIDO	VIII
ÍNDICE DE TABLAS	XI
ÍNDICE DE FIGURAS	XII
ÍNDICE DE ANEXOS	XIII
RESUMEN	XIV
ABSTRACT	XV
DEDICATORIA	XVI
AGRADECIMIENTO	XVII
INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I	3
EI PROBLEMA	3
1.1 Planteamiento del problema	3
1.2 Formulación del problema de investigación	3
1.3 Ubicación del problema en su contexto	3
1.4 Situación en conflicto	4
1.5 Alcance	5
1.6 Relevancia social	5
1.7 Evaluación del problema	5
1.8 Objetivo General	6
1.9 Objetivos Específicos	6
1.10 Justificación	6
1.11 Idea a Defender	7
1.12 Objeto y Campo	7
CAPÍTULO II	8
2.1 Antecedentes de la investigación	8

2.2 Marco Teórico	10
Medida de la satisfacción del cliente	11
2.2.2 Evaluación de servicio	12
2.4 Marco Legal	21
2.5 Marco Conceptual	23
Demanda Turística.-	23
MARCO METODOLÓGICO	25
3.1 Diseño de investigación.....	25
3.2 Método de la investigación	25
3.2.1 Métodos teóricos.....	25
3.1.2 Métodos empíricos	26
3.3 Tipo de investigación.....	26
3.4 Software utilizado	27
3.5 Técnicas y herramientas utilizadas en la investigación.....	27
3.6 Población y muestra.....	28
3.7 Tamaño de la muestra.....	28
3.8 Análisis de resultados.....	29
3.8.1 Análisis del registro de observación.	29
3.8.1.1 Áreas dentro del parque acuático.	30
Reglas o normas para el ingreso	30
Área de la Piscina.....	31
Área infantil.....	31
Zona de áreas verdes.	32
Zona de espera y descanso	32
Área del bar.....	33
Zona de vestidores y baterías sanitarias.	33
Tunel de limpieza pre ingreso a las piscinas.	34
Zona en donde se dejan las pertenencias para el ingreso a la laguna.	34
Área de ingreso.....	35
3.8.2. Análisis de las encuestas	35
3.8.2.1 Encuesta dirigida a los visitantes a la Laguna Artificial Sauces VI	35
Preguntas generales	36
3.9 Análisis de la entrevista.....	45
3.10. Triangulación.....	46
CAPÍTULO IV	48
DISEÑO DE ESTRATEGIAS DE MEJORAS	48

4.1 Introducción.....	48
4.2 Justificación.....	48
4.3 Objetivo general	49
4.4 Objetivos específicos.....	49
4.5 Descripción	49
4.6 Estandarización de la atención al usuario en la Laguna Artificial Sauces VI.....	56
4.6.1 Recibimiento de los usuarios	56
4.8 Presupuesto necesario para implementar las estrategias.....	64
CONCLUSIONES	66
RECOMENDACIONES.....	67
BIBLIOGRAFÍA.....	68

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1	36
Tabla 2	37
Tabla 3	38
Tabla 4	39
Tabla 5	40
Tabla 6	41
Tabla 7	42
Tabla 8	43
Tabla 9	44
Tabla 10:	64
Tabla 11:	64
Tabla 12:	64
Tabla 13:	64

ÍNDICE DE FIGURAS

<i>Figura 1:</i> Modelo SERVQUAL. Tomado de AIECO (2016).....	14
<i>Figura 2:</i> Plan de mejoras. Tomado de Administración de desempeño/ Las 14 estrategias de mejoramiento. (Prodem, 2016).....	17
<i>Figura 3:</i> Rótulo de normativas para el ingreso al parque.....	30
<i>Figura 4:</i> Área de piscina	31
<i>Figura 5:</i> Área de niños	31
<i>Figura 6:</i> Áreas Verdes.....	32
<i>Figura 7:</i> Área de descanso.....	32
<i>Figura 8:</i> Zona del bar	33
<i>Figura 9:</i> Área de baños y vestidores.	33
<i>Figura 10:</i> Túnel de Ingreso.....	34
<i>Figura 11:</i> Área para guardar pertenencias de los usuarios.	34
<i>Figura 12:</i> Área de ingreso a laguna.....	35
<i>Figura 13:</i> Género de visitantes	36
<i>Figura 14:</i> Medios por los cuales conoció de la existencia de la laguna artificial Sauces VI.....	37
<i>Figura 15:</i> ¿Con quién realiza la visita?.....	38
<i>Figura 16:</i> ¿Qué lo motivó a visitar la Laguna artificial Sauces VI?	39
<i>Figura 17:</i> ¿Cree que el lugar cumple con todas sus expectativas?	40
<i>Figura 18:</i> ¿Califica la experiencia en la Laguna artificial Sauces VI?	41
<i>Figura 19:</i> Califique el servicio brindado en la Laguna artificial Sauces VI.....	42
<i>Figura 20:</i> ¿Recomendaría a otras personas visitar la Laguna artificial Sauces VI?	43
<i>Figura 21:</i> Importancia de la implementación o mejora de servicios en la Laguna Artificial Sauces VI.	44
<i>Figura 22:</i> Cuadro de Estrategias.....	50
<i>Figura 23:</i> Modelo de Casilleros	52
<i>Figura 24:</i> Diseño mediante Facebook	54
<i>Figura 25:</i> Promoción de diseño mediante Twitter.....	55
<i>Figura 26:</i> Promoción de diseño mediante Instagram.....	55
<i>Figura 27:</i> Actitud corporal	56
<i>Figura 28:</i> Actitud oral.....	57
<i>Figura 29:</i> Atención general del usuario	57
<i>Figura 30:</i> Proceso eficaz de evaluación del desempeño	58
<i>Figura 31:</i> Firmando la solicitud de permiso de investigación.....	72
<i>Figura 32:</i> Realizando las encuestas a los usuarios.	77
<i>Figura 33:</i> Encuestando al bañista.....	77
<i>Figura 34:</i> Realizando encuestas.	77

ÍNDICE DE ANEXOS

ANEXO A	71
ANEXO B	73
ANEXO C	74
ANEXO D	75
ANEXO E	77



**FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL
CARRERA DE LICENCIATURA EN TURISMO Y HOTELERÍA
UNIDAD DE TITULACIÓN**

**“ANÁLISIS DE SATISFACCIÓN DEL VISITANTE A LA LAGUNA ARTIFICIAL
SAUCES VI PARA ESTRATEGIAS DE MEJORAS”**

Autor: Maday Madeley Santamaría
Bohórquez

Tutor: Lic. Alba Caicedo Barreth, Mgs.

RESUMEN

Esta investigación se origina debido a que Guayaquil cuenta con puntos estratégicos para el libre esparcimiento de personas y descanso en donde se ha implementado parques acuáticos, pero no brindan los servicios totalmente de calidad para que el visitante se sienta totalmente satisfecho. El objetivo de esta investigación es analizar la satisfacción del visitante que acude a la laguna. Esta investigación presenta una metodología mixta porque se empleó métodos teóricos y empíricos, asimismo diferentes técnicas como encuestas, entrevistas y observación directa, los cuales facilitaron el correcto desarrollo y finalización de la investigación. La muestra de 383 visitantes se consiguió mediante la aplicación de la fórmula finita tomando en consideración los visitantes que acuden al Parque Acuático mensualmente. Los resultados de las encuestas permitieron adquirir una clara perspectiva en cuanto al desarrollo del tema propuesto. La propuesta es la implementación de estrategias de mejoras para la afluencia de visitas a la laguna artificial de Sauces VI, en donde este fue realizado con el ánimo de que la gente porteña pueda asistir a recrearse de manera gratuita a este parque acuático ubicado en la ciudadela Sauces VI.

Palabras Claves: Parque acuático, laguna artificial, servicio al usuario, estrategias de mejoras.



**FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL
CARRERA DE LICENCIATURA EN TURISMO Y HOTELERÍA
UNIDAD DE TITULACIÓN**

**STUDY OF THE PREGONEROS FROM GUAYAQUIL CITY TO THE DESIGN OF A
TOURISM-CULTURAL FESTIVAL IN SAMANES PARK**

Author: Maday Madeley Santamaría
Bohórquez

Advisor: Lic. Alba Caicedo Barreth,
Mgs.

ABSTRACT

This research initiates because Guayaquil has strategic points for the free recreation of people and rest where aquatic parks have been implemented, but they do not provide the totally quality services, so that the visitor feels totally satisfied. This main aim of this research is to analyze the satisfaction of visitors who go to the lagoon. This research presents a mixed methodology because it used theoretical and empirical methods, as well as different techniques such as surveys, interviews and direct observation, which facilitated the correct development and completion of the research. The sample of 383 visitors was achieved by applying the finite formula taking into consideration the visitors who come to the Aquatic Park monthly. The results of the surveys allowed to acquire a clear perspective on the development of the proposed topic. The proposal is the implementation of strategies of improvements for the influx of visits to the artificial lagoon of Sauces VI, where this was realized with the intention that people of Guayaquil can attend to recreate for free to this water park located in the citadel Sauces VI.

Keywords: Water Park, artificial lagoon, user service, improvement strategies.

DEDICATORIA

Tus esfuerzos son impresionantes y tu amor es para mí invaluable, junto a mi hijo me has educado, me has proporcionado todo y cada cosa que he necesitado, tus enseñanzas las aplico cada día de verdad tengo mucho por agradecerte, ya que tu ayuda fue fundamental para culminar este proyecto.

Te Amo Querido Papá.

A ti hijo querido gracias a tu afecto y cariño que son el detonante de mi felicidad, de mi esfuerzo, de mis ganas de buscar siempre lo mejor para tu beneficio. Te agradezco por ayudarme a encontrar el lado dulce y no lo amargo de la vida. Eres la motivación más grande para concluir con éxito este proyecto de titulación.

Te Amo Jesmarcito.

AGRADECIMIENTO

A Dios por ser guía y darme la oportunidad de cumplir mis sueños y metas.

A mi padre, a mi madre y mi hermano que son ese soporte en donde me han ofrecido el amor y el apoyo incondicional por el cual los amo.

Gracias a mi Tutora la Lcda. Alba Caicedo Barreth por su paciencia, dedicación, motivación, criterio y aliento que han hecho fácil lo difícil. Ha sido un privilegio poder contar con su guía y ayuda.

A todos mis familiares, queridos amigos y compañeros de estudio, que de una u otra manera estuvieron apoyándome, incentivándome a alcanzar mi meta.

A mi persona, por todo el esfuerzo, voluntad, esmero, ganas y perseverancia en alcanzar este logro significativo, a pesar de los sacrificios e inconvenientes que suelen presentarse.

Dios les pague a todos y todas aquellas personas que hayan contribuido conmigo.

Los Quiero y Mucho...

Maday Santamaría Bohòrquez

INTRODUCCIÓN

La investigación tiene como objetivo analizar la satisfacción del visitante que acude a la Laguna Artificial de Sauces VI por motivo de una experiencia recreacional, que fue construida por la M.I Municipalidad de Guayaquil hace un año con el ánimo de que todos los ciudadanos disfruten de un espacio de ocio y esparcimiento gratuito.

El capítulo I tiene como problema de investigación el servicio que se ha brindado a los usuarios por parte de los prestadores de servicio del lugar.

El capítulo II se relaciona con el marco teórico, con la secuencia respectiva al desarrollo de la investigación acerca de las teorías e ideas que argumenta cada autor sobre el tema, el análisis de los visitantes y las cualidades acerca de la atención, capacidad y conocimientos para brindar un servicio de calidad a los usuarios en un ambiente adecuado.

El capítulo III se relaciona con los métodos o metodologías utilizadas en la investigación, tales como la observación directa, encuestas y entrevistas, junto con el análisis científico que ayudaron a establecer los puntos en los que existen más inconvenientes sobre los servicios que se prestan en el parque acuático y se constataron los resultados que refirieron lo que requiere mayor atención.

El capítulo IV es la propuesta, que básicamente trata de la implementación de estrategias de mejoras, como es un plan de capacitación de servicios, implementación en cuando a la infraestructura de ciertas áreas del lugar como los casilleros para que el bañista pueda dejar sus pertenencias en un lugar seguro, las selección de normas más objetivas para que el usuario tenga más factibilidad de uso del lugar y mejoramiento de la calidad de los productos que ofrece el bar.

En las conclusiones y recomendaciones se en poner a conocimiento para los mismos propietarios o empresas ligadas al turismo, lo que deberían hacer para que haya mayor relevancia y que el servicio sea de calidad, cuya meta final es obtener mucha más afluencia al sitio.

CAPÍTULO I

EI PROBLEMA

1.1 Planteamiento del problema.

Guayaquil cuenta con una gama de atractivos naturales, culturales con el fin de que se multipliquen las opciones de diversión y esparcimiento para conocidos y extraños. La Municipalidad de Guayaquil junto al proceso de regeneración urbana han implantado en los bloques de Sauces VI, al norte de la urbe, la segunda laguna artificial denominada "Sauces VI", creada con la finalidad de que las personas de bajo recursos de las ciudadelas Sauces, Guayacanes, Alborada, Polaris y otras aledañas puedan divertirse y recrearse de manera gratuita.

El lugar ha sido de gran aceptación por los guayaquileños, es un espacio para la libre diversión familiar, pero el servicio recibido y las reglas de ingreso previo que posee el lugar, genera como problema que los visitantes no se sientan totalmente satisfechos, siendo esto uno de las causantes que hace que el lugar no sea muy concurrido, en donde las personas por ese motivo ya no regresen al sitio, y este no conste con las visitas esperadas y por ende no llega a ser un sitio relevante entre los guayaquileños.

1.2 Formulación del problema de investigación

¿De qué manera se puede influir en la satisfacción del visitante de la Laguna Artificial de Sauces VI?

1.3 Ubicación del problema en su contexto.

El balneario está localizado en Guayaquil en la ciudadela Sauces VI en las avenidas Antonio Parra Velasco y Presidente José Luis Tamayo, al Norte de la urbe y se convierte en un atractivo turístico en ese sector. En su alrededor

está los bloques de Sauces VI y en la parte posterior esta la ciudadela Guayacanes, y frente a la piscina hay tiendas y supermercados.

Esta se extiende sobre 6.440 metros cuadrados, de los cuales, 3.178mts corresponden a la laguna artificial, y el resto a las zonas de estar y de servicios varios, con capacidad para 1.500 bañistas que podrán disfrutar del entretenimiento, resaltando las obras que son una fuente de recreación familiar. La laguna, está dividida en dos zonas: una para niños con barreras metálicas y con una profundidad de 40 centímetros, mientras que la de adultos tiene 1,20 metros en la parte más profunda.

El parque fue inaugurado el viernes 22 de julio del 2016 por el Alcalde Jaime Nebot Saadi, una obra creada con el ánimo de que tengan un lugar de esparcimiento gratuito, al cual puedan acudir muchas personas que habitan en la ciudad de Guayaquil.

1.4 Situación en conflicto

Los recursos turísticos necesitan la intervención del hombre para crear diversos sitios que acondicionan el lugar, en este caso la Laguna Artificial de Sauces VI es un lugar recién construido, que a pesar de los servicios que se dan estos posee inconvenientes como la atención que brinda su personal y normas en las cuales no se consideró la satisfacción y comodidad para facilitar el esparcimiento de los bañistas.

El personal suele parecer muy estricto, lo que ocasiona una impresión ofensiva para los visitantes, además ellos deben dejar sus pertenencias encargadas a alguno de los acompañantes por carecer de espacios para guardar las mismas.

Los horarios son uno de los más grandes reclamos, ya que las horas que rigen no son las necesarias para poder recrearse y disfrutar del parque, éste cierra a las 16h00, el horario es exacto aún en fines de semana y feriado, lo cual incomoda al visitante y desequilibra sus expectativas por no contar con el tiempo suficiente para bañarse y disfrutar del atractivo.

El balneario cuenta con cuatro bares en donde se brinda comidas rápidas como empanadas, muchines, corviches, hot dog, hamburguesa, papas fritas etc., en bebidas lo particular es agua, jugos envasados y gaseosas, con los cuales el visitante también está en desacuerdo, porque dentro del menú de todo lo que se ofrece no hay opciones nutritivas para niños y adultos, lo cual genera malestar al momento de querer consumir un alimento que ofrecen los bares.

1.5 Alcance

La investigación a corto plazo permitió analizar la satisfacción de las personas que acuden al lugar, recolectando información de los bañistas y buscando posibles soluciones a favor del visitante, de manera que quede fascinado con el atractivo y que retorne pronto.

A largo plazo se pretende que el estudio sirva para implementar estrategias de mejoras para que sea un atractivo muy concurrido en la urbe, haciendo concientizar a la población el uso específico y responsable, de manera que se obtenga un mayor pero controlado flujo de bañistas a dicho atractivo.

1.6 Relevancia social

Analizar el nivel de satisfacción del visitante que en la actualidad acude al balneario artificial, es de gran relevancia recreacional para toda la ciudad de Guayaquil, porque el lugar cuenta con características similares a la de una playa, que se construyó con el fin de que las personas de bajos recursos tengan un lugar para relajarse, divertirse sanamente de manera gratuita, por lo cual su beneficio social es inclusivo para niños, jóvenes y adultos de dichos sectores.

1.7 Evaluación del problema

El dar a conocer el nivel de satisfacción del visitante que acude a la Laguna Artificial Sauces VI es factible porque permite identificar todas las incomodidades que se dan en el sitio y de los cuales no permite que los bañistas acudan con constancia al lugar como resultado de la cantidad de normas que se exige para poder ingresar al lugar.

Es útil, ya que dichos resultados permiten elaborar estrategias de posibles mejoras del atractivo y por lo cual contribuirá en la captación de visitas todos los fines de semana como se espera.

La investigación es conveniente porque no se limita a demostrar la realidad de la Laguna Artificial Sauces VI, revelando todas condiciones desfavorables y favorables que se da en el sitio antes mencionado.

Es importante ya que con el respectivo estudio se buscará posibles soluciones para generar la satisfacción del visitante a la Laguna Artificial, de manera que el entorno se vuelva un atractivo y conste de afluencia turística.

1.8 Objetivo General

Analizar el nivel de satisfacción del visitante a la Laguna Artificial de Sauces VI de la Ciudad de Guayaquil para diseñar estrategias de mejora.

1.9 Objetivos Específicos

- ❖ Distinguir las variables que intervienen en la satisfacción del visitante.
- ❖ Determinar el grado de satisfacción del visitante que acude a la Laguna Artificial de Sauces VI, considerando sus expectativas previas.
- ❖ Diseñar estrategias de mejora en la Laguna Artificial de Sauces VI para procurar mayor afluencia.

1.10 Justificación

Esta investigación se justifica teóricamente en términos de satisfacción del visitante, además el estudio contribuye a la generación de nuevas teorías para futuras averiguaciones, en el cual con el respectivo análisis se dará a posibles soluciones.

En lo práctico la investigación reúne información necesaria para el análisis de las posibles dificultades que presenta dicho lugar, ya que sabiendo el grado de satisfacción del visitante el establecimiento podría cambiar las tácticas, lo cual permitirá efectuar estrategias en mejora del balneario como posibles soluciones, de manera que genere una buena acogida de visitas y por ende sea recomendado por propios y extraños.

La justificación metodológica de este estudio consiste en el análisis de satisfacción del visitante con el fin de profundizar el problema mediante la aplicación de estrategias con debidas herramientas como de recolección de datos como encuestas, entrevistas a los visitantes o bañistas a la laguna, mismas que puedan ser replicadas en otros estudios similares.

1.11 Idea a Defender

El análisis de la satisfacción del visitante que acude a la Laguna Artificial Sauces VI permitirá diseñar mejoras para dicho lugar.

1.12 Objeto y Campo

Objeto: Análisis de satisfacción del visitante a la Laguna Artificial

Campo: Estrategias de Mejoras

1.13 Preguntas de investigación

¿Qué aspectos son necesarios para lograr la satisfacción del visitante de la Laguna Artificial Sauces VI?

¿Cómo se puede mejorar la atención al visitante en la Laguna Artificial Sauces VI?

¿Cuáles son las preferencias recreativas de la población aledaña de la Laguna Artificial Sauces VI?

¿Qué servicios se podrían incrementar dentro de la Laguna Artificial Sauces VI?

CAPÍTULO II

2.1 Antecedentes de la investigación

El origen de la ciudad de Guayaquil como se puede constatar en las publicaciones del Municipio de Guayaquil (2015) radica desde la década de 1540, en que Diego de Urbina organizaba el primer asentamiento en el cerrito verde (que después se llamó Santa Ana) de la hermosa ciudad que se desarrolló a la diestra del Guayas, en el antiguo territorio Huancavilca, creció con una arquitectura maderera, fruto de las diestras manos de los carpinteros de la ribera, que utilizando maderas preciosas e incorruptibles, le dieron con sus balcones y portales una característica única en América.

Su ubicación, entre el cerro Santa Ana y el cerro del Carmen, ofrecía una maravillosa perspectiva hacia el río, en donde navíos de altas velas vigorizaban su actividad portuaria, que desde muy temprano se convirtió en un motor de la economía regional, tanto en la época colonial como en la republicana.

Su situación de puerto abrigado, en uno de los estuarios más apacibles en la costa occidental del Pacífico Sur, constituyó una condición ideal que la convirtió en el Mayor Astillero de mar del Sur que tuvo España.

Guayaquil fue la cuna de la libertad, que se cristalizó en la Aurora Gloriosa del 9 de octubre de 1820, cuando por primera vez, en lo que ahora es el Ecuador, hubo una declaración explícita y formal de Independencia. De Guayaquil, salieron los ejércitos que libertaron Quito, el 24 de mayo de 1822, y

de esta misma ciudad salió un numeroso contingente que selló la libertad de la América del Sur, en las batallas de Junín y Ayacucho.

Para Noriega (2016): “Guayaquil es una ciudad construida sobre pantanos, manglares, lodo, agua estancada o de corriente lenta. Algún día fue un paraíso para los lagartos, papagayos, cangrejos, iguanas, ardillas, monos y también para los samanes, guayacanes, ceibos y muyuyos”. Pero, ahora, la ciudad está habitada por alrededor de 2´440.553 según (INEC, 2017), donde prevalece el materialismo y prima la supervivencia.

Con la llegada del Alcalde Jaime Nebot Saadi quien fue uno de los precursores que incentivo a la regeneración urbana de la ciudad de Guayaquil la cual constaba de construcción y modernización de calles, avenidas, puentes, alcantarillado, casas etc. y lugares para que los residentes y visitantes disfruten de ver y puedan hacer uso de espacios naturales, parques, museos que incentiven el turismo en la ciudad.

Como lo indica El universo (2011) la ciudadela Saucos fueron construidos por la Junta Nacional de la Vivienda (JNV) y financiada por el Banco Ecuatoriano de la Vivienda (BEV), los Saucos fue una solución habitacional para la clase media en 1979:

La Junta Nacional de la Vivienda (que en ese tiempo era el área técnica del Gobierno para proyectos residenciales, como el Miduvi ahora) construyó casas dúplex (vivienda que tiene dos villas conectadas por un mismo techo) cada una con 54 m² y de tres dormitorios.

De cuando estuvo lista la primera etapa que comenzó a edificarse en 1978 y concluyó en 1979 existen varias anécdotas: “Casi todos los vecinos llegamos al mismo tiempo en el 78...cuando vinimos era como un potrero, había chanchos, burros, vacas, culebras, árboles, de todo”, recuerda Rosa Bernal, una de las primeras habitantes del sector, y que rememora con agrado y comicidad, que en ese tiempo vivir ahí era como estar en un recinto.

Según el arquitecto Rodolfo López, coordinador de Gestión Técnica del Miduvi, los Saucos era una de las decenas de proyectos que se iban a implementar en toda la ciudad, pero que no se pudieron ejecutar todos por la

cantidad de invasiones que vinieron años después. Retomando los Sauces, López afirma que el trabajo de la JNV, de la que formaba parte en ese tiempo, era que todas las casas que hacían las negociaba de forma directa el BEV y cada persona, con el único requisito de tener un sueldo para poder pagar. “El trabajo de la Junta era dar al banco la vivienda con sus respectivas llaves lista para habitar y ellos la comercializaban”.

Han pasado más de 30 años y los Sauces que consta de nueve etapas, tiene todo tipo de servicios, desde puestos de comida hasta establecimientos dedicados al cuidado de automotores, así como gimnasios, colegios, villas, condominios y en el 2016 fue inaugurada la Laguna Artificial como lugar de esparcimiento gratuito recreacional para los habitantes del sector.

2.2 Marco Teórico

2.2.1 Satisfacción del visitante

La satisfacción del cliente es uno de los temas de gran importancia cuando se habla de bienes y servicios ofrecidos a un determinado número de clientes o usuarios, porque de este grado de satisfacción depende el éxito del negocio o .empresa.

Toda empresa de servicios debe definir y medir la satisfacción del cliente, es ingenuo esperar a que los usuarios se quejen para descubrir problemas en el servicio de entrega del servicio o comprobar el avance de la compañía en satisfacción del cliente, basándose en el número de quejas recibidas.

En el sector empresarial, existen dos tipos de medición de la satisfacción del cliente según Bitner (2010):

Mediciones Indirectas: incluyen el seguimiento y monitoreo de los registros de ventas, utilidades y quejas de los clientes. Las empresas que solo dependen de las mediciones indirectas adoptan un método pasivo para determinar si las percepciones de los clientes cumplen o superan sus expectativas.

Mediciones Directas: se obtienen por medio de encuestas de satisfacción del cliente. Sin embargo, no están estandarizadas entre las empresas. Por ejemplo, las escalas varían (hay escalas de 5 puntos a 100 puntos). Las preguntas que se formulan también varían (preguntas de generales a específicas), así como también los métodos para la recolección de datos (Entrevistas personales o cuestionarios).

Asimismo, Bitner (2010) en su libro Marketing de Servicios se refieren a la cita de Richard L. Oliver, reconocido experto, escritor e investigador sobre el tema de la satisfacción del cliente por largos años, quien expresa el reto que implica la definición de satisfacción del cliente, donde la satisfacción es la respuesta de saciedad del cliente. Es un juicio acerca de que un rasgo del producto o servicio, o de que producto o servicio de sí mismo, proporciona un nivel placentero de recompensa que se relaciona con el consumo. En términos un poco menos técnicos, los autores explican esta definición para referirse que la satisfacción es la apreciación que realiza el cliente respecto de un producto o servicio, en términos de si, ese producto o servicio respondió a sus necesidades y perspectivas. Se presume que al fracasar en el cumplimiento de las necesidades y las expectativas el resultado que se consigue es la insatisfacción con dicho producto o servicio. La satisfacción del cliente es influenciada por las peculiaridades del producto o servicio y las percepciones de la calidad recibida. También actúan sobre la satisfacción las respuestas de los clientes, lo mismo que sus atribuciones y sus conocimientos de igualdad.

Medida de la satisfacción del cliente

Para Hatre A. F. (2000), una empresa debe establecer un proceso para obtener y supervisar informaciones y datos sobre la satisfacción del cliente. El proceso demostrará el nivel de la confianza del cliente en la entrega de los productos y/o servicios conformes, suministrados por la organización y debe contar con métodos previamente seleccionados para obtener la información y frecuencia de las revisiones. La efectividad de las medidas puestas en marcha debe ser evaluada periódicamente. (p. 52)

Es muy importante conocer la satisfacción del cliente ya que hay relación directa entre la satisfacción del cliente y su fidelidad, y por tanto, con los ingresos de la organización. Obviamente, si los clientes están más satisfechos, serán más fieles y por tanto darán mayores ingresos y durante un mayor periodo de tiempo. (Pérez Martínez Armenio, 2008)

La Hipersatisfacción del Cliente está basada en un amplio estudio de la problemática que surge en las empresas a la hora de analizar los diferentes niveles de satisfacción de sus clientes y las respectivas acciones a seguir. Aporta el conocimiento suficiente para encontrar las respuestas a muchas de las cuestiones que se plantean día a día, aquellos que están involucrados de una manera u otra en la gestión de la satisfacción de los clientes. (Pérez Martínez Armenio, 2008)

Los proveedores de servicios indican Denove Chris (2006) que deben de cumplir tres criterios muy distintos para asegurar la satisfacción óptima de sus clientes:

- 1.- La calidad objetiva del servicio prestado.
- 2.- La experiencia subjetiva que el cliente tiene de la prestación del servicio.
- 3.- El proceso de prestación del servicio

2.2.2 Evaluación de servicio

Según Zeithmal, Bitner & Gremler (2009) citado por Matsumoto (2014) indica que los servicios poseen 6 características básicas: intangibilidad, heterogeneidad, naturaleza perecedera, producción y consumo de servicio, inseparabilidad y tiempo de servicio.

Según relata Mejía (2009) en su libro "Técnicas para perfeccionar la actitud en el servicio a clientes" se puede ver que la evaluación de servicio es un proceso netamente estructurado que se detalla a continuación:

Una vez diseñado e implementado el servicio se procede a una evaluación continua, con el fin de detectar deficiencias y brindarles un servicio acorde con las necesidades establecidas previamente, cuando se dio a conocer a los clientes.

Las evaluaciones pueden ser continuas y al final del proceso informativas, de forma tal que haya una continuidad en la evaluación y a su vez se puedan detectar las fallas que sobre la marcha puedan ser corregidas, con vistas a que el servicio o sistema, alcance el nivel deseado tanto por los clientes como para las personas que prestan el servicio.

Por ello es importante considerar o establecer procesos que permitan la mejora continua y con ello su calidad.

Una de las herramientas utilizadas en todo el mundo para evaluar un servicio basado en lo que el cliente percibe sobre la calidad de dicho servicio es el Modelo SERVQUAL ideado por Zeithaml, Parasuraman y Berry en 1993 (AITECO, 2016), quienes definieron 5 dimensiones: fiabilidad, capacidad de respuestas, seguridad, empatía y elementos tangibles, en un cuestionario de 22 preguntas (Zeithaml, Bitner & Gremler, 2009, citado por Matsumoto, 2014), el siguiente gráfico resume el modelo:

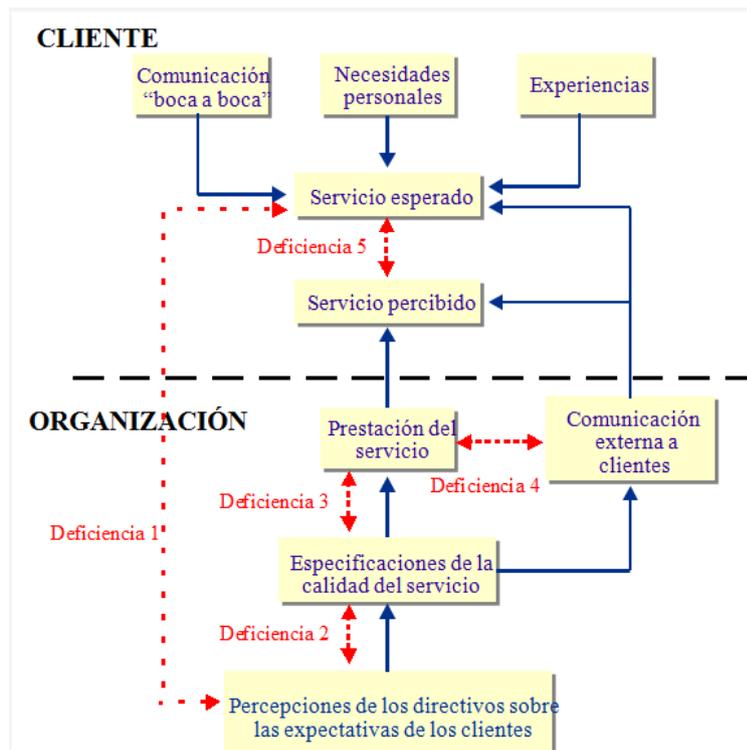


Figura 1: Modelo SERVQUAL. Tomado de AIECO (2016)

Pasos para recuperar el Servicio

La fidelización de clientes suele implicar la puesta en práctica de ciertas estrategias de retención. Algunas de las estrategias de retención y de los instrumentos de fidelización se basan en:

- A) Beneficios económicos.
- B) Diferentes estrategias de personalización de los servicios.
- C) La creación y mantenimiento de relaciones de vinculación a la creación de vínculos económicos, de información, sentimental o emotiva.

Sin embargo es importante mencionar que cada individuo no debe esperar a que los demás le respondan para poder hacer bien su trabajo, sino debe utilizar toda su creatividad para desarrollar su trabajo eficientemente.

El desarrollo de un plan de fidelización tiene como finalidad incrementar la frecuencia de compra/visita y aumentar el potencial de consumo.

En momentos críticos, se debe de considerar las siguientes estrategias para recuperar al cliente:

1. Ofrezca disculpas.
2. Escúchelo, solidarícese y haga preguntas de reconocimiento.
3. Resuelva el problema con rapidez
4. Ofrezca algo adicional.
5. Cumpla promesas.
6. Haga seguimiento. (Mejía, 2009)

2.2.3 Estrategias de mejora de servicio

La calidad de atención al cliente es un sistema que está en constante contacto con las necesidades, requerimientos y pedidos que solicitan los clientes, cumplir con lo anteriormente mencionado encierra lo que es la satisfacción del cliente, a su vez con esto se trata de obtener un posicionamiento y apogeo de más clientes por medio de la publicidad boca a boca. Debido a la excesiva competencia que ha surgido hoy en día los negocios han tenido que mejorar su servicio para así llenar las expectativas de los usuarios. (Durán, García, & Gutiérrez, 2013)

La estrategia más recomendable y la que siempre diferencia un negocio de otro indiscutiblemente es la calidad de servicio que se ofrece al usuario, empezando por un saludo cordial que denote empatía al recibir al visitante seguido de los gestos corporales que deben ser espontáneos y de agrado.

Tal como indica Jiménez (2015): “La mejor estrategia del mundo es definitivamente el servicio”. No obstante, frecuentemente se falla en generar un buen servicio en la atención al cliente. Este aspecto puede comprender:

- Comunicación (gestos y lenguaje)
- Saludo y cordialidad
- Atención inmediata
- Respeto al trato
- Calidez
- Conocer sus necesidades

El servicio se deriva del mercadeo de servicios y por eso vale la pena recordar que se divide en cuatro grandes pilares a los que debemos prestar atención cuando se elabora planes y estrategias.

Según Prodem (2016) un plan de mejoras consta de los siguientes pasos:



Figura 2: Plan de mejoras. Tomado de Administración de desempeño/ Las 14 estrategias de mejoramiento. (Prodem, 2016)

2.3 Marco contextual

Guayaquil posee espacios de recreación con el fin de que los ciudadanos se diviertan sanamente, de manera gratuita. Este está dividido por 8 parques acuáticos y se encuentran en varias zonas de norte a sur:

- Parque Acuático de la Avenida Barcelona

Ubicado en el Noroeste de Guayaquil. Se extiende en la ribera norte del estero Salado por la avenida Barcelona, frente a la Base Naval Norte de San Eduardo, cuenta con juegos infantiles, zonas para hacer deporte.

- Parque Acuático El Fortín

Ubicado en la Avenida Perimetral y Casuarina. Posee una extensión de siete hectáreas, cuenta con un lago, piscinas, toboganes, chorros y cascadas de agua. Además de juegos infantiles, zonas para hacer ejercicio.

- Parque Acuático Puerto Liza

Ubicado en la Calle Venezuela entre Alfredo Valenzuela y Federico Godín

Cuenta con una piscina de 650 metros cuadrados y 40 *centímetros* de profundidad, acompañada de juegos acuáticos, como los chorros de agua, el castillo, tiene un barril, el hongo, las estrellas, entre otros. También con áreas de ejercicios, una pista para correr y/o patinar que rodea todo el parque, canchas de fútbol y básquet.

- Parque Acuático Viernes Santo

Ubicado entre las cooperativas Santiago Roldós y la Fragata, Guasmo Oeste, entrada por la calle 50 SO de los Esteros, que nace en la avenida 25 de Julio. El área tiene 6.500 metros cuadrados, en donde se puede dar un paseo familiar en botes, estar en contacto con la naturaleza, y aire puro. La superficie de la laguna es de 1.500 metros cuadrados, con dos toboganes, hongos y chorros de agua. Además, posee 5.000 metros para preservación del manglar y 4.000 metros para áreas de esparcimiento ejercitarse.

- Parque Acuático Isla Trinitaria

Ubicada en Cooperativa Los Ángeles de la Isla Trinitaria, Guasmo Central.

Posee una laguna artificial exclusiva para infantes en donde pueden bañarse y esta cuenta con toboganes, chorros de agua para la recreación de los menores en supervisión de un adulto.

- Parque Acuático de la Cooperativa Juan Montalvo

Ubicado en Cooperativa Juan Montalvo. Tiene toboganes y los clásicos juegos acuáticos. Donde los niños pueden disfrutar de los baños de agua bajo la supervisión del personal encargado de los toboganes y del nivel de la piscina.

- Parque Acuático de Pascuales

Ubicado en Parroquia Pascuales, en la calle Limoncocha y vía Perimetral.

El área es de 1.012 metros cuadrados, de los que 526.50 metros cuadrados corresponden a la laguna cuentan con chorros de agua en juegos con forma de castillo, hongo y estrella. Además de resbaladeras, juegos infantiles, locales de comida, baños, vestidores, camineras para ejercitarse y áreas verdes

- Y el Parque Acuático de Saucos 6, que se hace referencia en el presente documento.

Referente a estudios realizados previamente, se efectuó una investigación en el 2017, entorno a dichos balnearios de Guayaquil, por parte de la Carrera de Administración de empresas turísticas, Facultad de Especialidades Empresariales de la Universidad Católica, el tema fue “Espacios municipales recreacionales y su incidencia en el desarrollo de un turismo social - inclusivo en la ciudad de Guayaquil” y poblaciones cercanas. (Viteri Andrade, 2017)

Dicha investigación en lo que refiere a satisfacción del visitante recopila información importante sobre este tema, así como estrategias para mejorar el servicio que se brinda en estos lugares, capacitaciones continuas al personal, contratación de personas que cumplan con el perfil para un buen manejo y funcionamiento del lugar y que realice estrategias para mejoras continuas.

Revisión de investigaciones del tema satisfacción del visitante

En la ciudad de Santander en el año de 2005 se realizó un análisis sobre el “Estudio de la imagen de destino turístico y el proceso global de satisfacción: adopción de un enfoque integrador” en el cual se recopilan datos importantes sobre la imagen de un atractivo turístico y la satisfacción al cliente que no habían sido considerados anteriormente los cuales mediante un estudio realizado se pudo evidenciar que eran de suma importancia por medio de varios conceptos que por un lado indican que la satisfacción al cliente se obtiene por medio de un buen servicio y una buena atención, y por otro lado factores externos que los clientes han usado al momento de citar lo que engloba para ellos la satisfacción al cliente.

Este estudio es de mucha importancia, tomado como base para la presente investigación debido a que posee diferentes criterios y metodologías teóricas sobre las estrategias y proceso global de satisfacción al cliente, que enriquecen y fundamentan el ¿Por qué? De realizar esta investigación. (San Martín Gutiérrez, 2005)

Revisión de casos sobre modelos de estrategias turísticas en servicios

Las compañías operan en un medio ambiente altamente competitivo, donde constan más retos para cuidar su base de clientes, permanecer en un mercado altamente competitivo y conservar altos márgenes de ganancia. Esto motiva a que se tenga más interés hacia la calidad de los servicios ofrecidos por las mismas.

Dentro del modelo de estrategias turísticas en servicio al usuario, la Universidad de la Salle en el año 2008 realizó el siguiente estudio “Propuesta de Mejoramiento para el servicio al cliente del grupo unipharm Bogotá” lo cual se alinea con el campo de este estudio. (BOTIA FONSECA & RIVERA, 2008)

En Colombia en la ciudad de Bogotá en el año 2004 se realizó el estudio de: “Diseño de una estrategia para el mejoramiento de la calidad del servicio en talleres por medio del entrenamiento técnico tomado como base de análisis y estudio a general motors colmotores” y este es apreciable para esta

investigación debido a que revela conceptos de estrategias y mejoramiento en el servicio al usuario que es importante y aportaron con el desarrollo de esta investigación. (Alvarado Vera, 2004)

2.4 Marco Legal

2.4.1 Metas de Desarrollo Sostenible de la ONU

Objetivo 11: Lograr que las ciudades y los asentamientos humanos sean inclusivos, seguros, resilientes y sostenibles

Metas del objetivo 11 ciudades y comunidades sostenibles.

Para 2030, proporcionar acceso universal a zonas verdes y espacios públicos seguros, inclusivos y accesibles, en particular para las mujeres y los niños, las personas de edad y las personas con discapacidad.

Objetivo 12: Garantizar modalidades de consumo y producción sostenibles

Metas del objetivo 12: Garantizar modalidades de consumo y producción sostenibles

- Elaborar y aplicar instrumentos que permitan seguir de cerca los efectos en el desarrollo sostenible con miras a lograr un turismo sostenible que cree puestos de trabajo y promueva la cultura y los productos locales

2.4.1 Constitución de la República del Ecuador

Como indica la Constitución de la República del Ecuador (2008) en su Art. 383.- Se garantiza el derecho de las personas y las colectividades al tiempo libre, la ampliación de las condiciones físicas, sociales y ambientales

para su disfrute, y la promoción de actividades para el esparcimiento, descanso y desarrollo de la personalidad.

2.4.2 Ley de Turismo

Según la Ley de Turismo (2008) en el artículo 2 indica: “Turismo es el ejercicio de todas las actividades asociadas con el desplazamiento de personas hacia lugares distintos al de su residencia habitual; sin ánimo de radicarse permanentemente en ellos.”

2.4.3 Plan Nacional del Buen Vivir

Según el Plan Nacional del Buen Vivir,(2017-2021) en el eje 2, objetivo 5 y sus políticas 5.1, 5.8 indica lo siguiente:

Eje 2: Nuestro sistema económico es social y solidario. La economía está al servicio de la población para garantizar los derechos y en ella interactúan los subsistemas público, privado, y popular y solidario; los tres requieren incentivos y regulación del aparato público.

Objetivo 5: Impulsar la Productividad y Competitividad para el Crecimiento Económico Sustentable de Manera Redistributiva y Solidaria.

Políticas:

5.1. Generar trabajo y empleo dignos y de calidad, incentivando al sector productivo para que aproveche las infraestructuras construidas y capacidades instaladas que le permitan incrementar la productividad y agregación de valor, para satisfacer con calidad y de manera creciente la demanda interna y desarrollar la oferta exportadora de manera estratégica.

5.8. Fortalecer a las empresas públicas para la provisión de bienes y servicios de calidad, el aprovechamiento responsable de los recursos naturales, la dinamización de la economía, y la intervención estratégica en mercados, maximizando su rentabilidad económica y social.

2.5 Marco Conceptual

Atractivo turístico.-

“Los atractivos pueden ser naturales o culturales y pueden ser jerarquizados de acuerdo a su capacidad de generar una demanda o de acuerdo a su potencialidad de desarrollo.” Ricaurte, (2009)

Demanda Turística.-

Conjunto de necesidades requeridas por el turista durante su desplazamiento y en lugar de la estancia. Formada por el conjunto de consumidores de bienes y servicios Lexicas, (2012)

La demanda se puede medir contabilizando el total de turistas que concurren a una región, país, zona, centro turístico o atractivo. Boullon R. C., (2006)

Espacio Turístico.-

Es toda aquella infraestructura o estructura básica diseñada para las prácticas turísticas, pudiendo ser desde un puente, hasta miradores, paradores, senderos, avisos, señalización, etc. DIRCETUR, (2009)

Oferta Turística-

Se lo puede definir como el conjunto de productos turísticos y servicios puestos a disposición del usuario o turista en un destino determinado para su disfrute y ocio. OMT, (1998)

Laguna artificial.-

Se refiere a los lagos hechos por el hombre. Los embalses, represas para riego o producción de electricidad, constituyen lagos artificiales. INFOJARDIN, (2015)

Visitante.-

Es toda persona que se desplaza a un lugar distinto de su entorno habitual, ya sea dentro o fuera de su país de residencia, por una duración menor de doce meses y cuya finalidad primordial no es la de ejercer actividad

remunerada en el lugar visitado. Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, (2015)

Infraestructura.-

“Son todos los bienes y servicios con los que cuenta un país para sostener sus estructuras sociales y productivas.” Boullon R. , (2006)

Recursos turísticos.-

“Se entienda como recurso o atractivo turístico aquellos elementos que provocan, incentivan o motivan el desplazamiento turístico.” Vasquez, (2007)

Satisfacción. -

Etimológicamente, el término satisfacción procede del latín, y significa “bastante (satis) hacer (facere)” Oliver, (1997), es decir, está relacionado con un sentimiento de “estar saciado”. Esta procedencia indica que la satisfacción implica un cumplimiento o una superación de los efectos deseados por el individuo.

CAPÍTULO III

MARCO METODOLÓGICO

3.1 Diseño de investigación

Este estudio que se realizó es no experimental, y su enfoque es mixto ya que se utiliza un proceso y herramientas de forma cuantitativa, porque se consiguieron datos mediante la encuesta realizada a los visitantes del lugar y cualitativa porque describe los atributos de la Laguna Artificial Sauces VI y se recolecta información mediante entrevistas. El tipo de investigación por su alcance será descriptiva y es transeccional porque se realizó una sola toma de datos.

3.2 Método de la investigación

Para realizar la actual investigación se tomó en cuenta varios ordenamientos que contribuyen al análisis del objeto de estudio: Análisis de satisfacción del visitante a la Laguna Artificial Sauces VI, considerando de mayor importancia utilizar los métodos teóricos y empíricos.

3.2.1 Métodos teóricos

Analítico - sintético.- A través de este método se estudió toda la información reunida que se obtuvo en base a las diferentes herramientas implementadas, evaluando cada parte y de esta manera se pudo relacionar a partes involucradas en la problemática, para en base a ellos ejecutar los juicios más amplios del estudio de satisfacción al visitante, sobre teorías de

evaluación de servicios y además de la recopilación de otros antecedentes de la investigación en la Laguna Artificial Sauces VI.

Inductivo – deductivo.- Este método sirvió para aplicar el razonamiento en el problema de la insatisfacción del visitante en dicho atractivo turístico, la Laguna Artificial de Sauces VI en la ciudad de Guayaquil y mediante las diferentes evidencias adquiridas sobre la problemática de la situación turística actual se logra hallar la necesidad de diseñar estrategias de mejoras para los visitantes.

3.1.2 Métodos empíricos

El trabajo de campo: se utilizó este método debido a que se visitó el lugar permitiendo descubrir de manera más cercana un diagnóstico de la Laguna Artificial Sauces VI, ubicando el problema a través de la recolección de datos in situ, para el desarrollo de esta investigación.

3.3 Tipo de investigación

Descriptiva: porque se evidencia la situación problemática, para que de esta manera se pueda obtener los datos específicos de la Laguna Artificial Sauces IV que en relación con teorías revisadas ayuden a la evaluación de los servicios del lugar y exponer sobre la satisfacción del visitante.

Mixta: esta investigación elaborada para el actual análisis es de tipo mixta, debido a que posee el enfoque cualitativo y cuantitativo. En cuanto al enfoque cualitativo, éste permitió utilizar las cualidades que posee la Laguna Artificial Sauces VI y revisar la problemática de la situación actual del atractivo, por medio de la información recopilada de los diferentes antecedentes del problema, interpretándolos con la ayuda de diferentes textos, es decir, narrando el fenómeno de estudio. El enfoque cuantitativo se lo ejecutó por las encuestas donde permitió obtener datos estadísticos que ayudó con la evaluación de dichos resultados.

Bibliográfica: se reunió datos de libros, revistas, documentos en referencia a la propuesta que es la realización de estrategias de mejoras y respecto al objeto que es el análisis de satisfacción del visitante a la Laguna Artificial Sauces VI , mostrando la validez de este estudio.

De Campo: Es de campo porque se acudió al lugar del estudio para analizar los elementos que intervenían en el problema de investigación, además de realizar las respectivas encuestas y entrevistas.

3.4 Software utilizado

Para el desarrollo de este proyecto y la intervención de los resultados porcentuales se utilizó el paquete de Office 2010 empleando Word y Excel, para así realizar los convenientes cuadros y gráficos de estadística que se revelan en los resultados de datos adquiridos.

3.5 Técnicas y herramientas utilizadas en la investigación

Observación: se utilizó la observación como técnica de recolección de datos, por medio de la cual se tomó datos del objeto de estudio y se identifica el campo. Se lo realizó por medio de la ficha de observación directa, para determinar los problemas que tiene la Laguna Artificial Sauces VI.

Encuesta: la técnica de la encuesta permitió reunir información específica sobre los diferentes criterios o necesidades de los que visitan el atractivo, para que de esta manera se permita realizar el análisis de la situación actual que presenta el atractivo.

La encuesta se la realizó a los visitantes que llegan a la Laguna Artificial Sauces VI, en la cual se utilizó como herramienta un temario de nueve preguntas cerradas que fueron aplicadas de manera aleatoria elaboradas por el investigador, su medición fue dada mediante la escala de Likert (Sampieri, 2010), siendo los resultados de dicha encuesta demostrados por medio de gráficos estadísticos y así evidenciar la problemática investigativa.

Entrevista: la entrevista como técnica permitió adquirir datos más específicos y descriptivos a nivel general del atractivo con un cuestionario de preguntas sobre objeto y campo, para tener más clara la comprensión del problema, ya que se necesitaba la información de los involucrados, por lo cual como fuente conocedora de la situación turística actual de la laguna artificial Sauces VI se la realizó al administrador del atractivo, Arq. José Sares Benítez, colaborador de la fundación Siglo XXI de la ciudad de Guayaquil, el cual posee conocimientos que permiten conocer de las actividades del atractivo, utilizando para esto la respectiva herramienta que es un cuestionario de un banco de cinco preguntas abiertas.

3.6 Población y muestra

La población que se utilizó para la presente investigación corresponde, a los visitantes que ingresan a la Laguna Artificial Sauces VI; en cuanto a la muestra poblacional se consideró la fórmula finita en base al número de visitas proporcionado por el administrador del Parque, quien refirió que los fines de semana acuden 800 personas y los días normales alrededor de 500 personas, excluyendo los días lunes y martes que no hay atención, obteniendo 12400 personas al mes y 148800 al año.

3.7 Tamaño de la muestra

Para el análisis de los resultados se toma una muestra probabilística del universo señalado, ya que según establece Sampieri (2010) la muestra se la calcula con la finalidad de hacer más sencillo el desarrollo de investigación, ya que en ciertas ocasiones resulta imposible encuestar al total de un grupo objetivo de personas y se realiza un temario de preguntas para de esa manera facilitar información para la argumentación del tema de investigación.

Para obtener la muestra de la población se utilizó la fórmula finita, la cual permitió conseguir una cantidad exacta de visitantes para encuestar, donde se utilizó un margen de error (5%) 0,05 acorde a lo sugerido por investigadores sociales, por las fallas que involucran la proyección de la población y un nivel de confianza de un 95%.

Simbología de la muestra para visitantes

N = Tamaño de la muestra.

N = Tamaño de la población = 148 800

P = Posibilidad de que ocurra un evento = 0,5

Q = Posibilidad de no ocurrencia de un evento= 0,5

E = Error se considera el 5% = (0,05).

Z = Nivel de confianza, que para el 95% = 1,96

$$n = \frac{Z^2 \cdot p \cdot q \cdot N}{E^2 (N - 1) + Z^2 \cdot p \cdot q}$$

$$n = \frac{(1,96)^2 \cdot (0,5) \cdot (0,5) \cdot (148800)}{(0,05)^2 (148800 - 1) + (1,96)^2 \cdot (0,5) \cdot (0,5)}$$

$$n = \frac{(3,8416) \cdot (0,5) \cdot (0,5) \cdot (148800)}{(0,0025)(148799) + (3,8416) \cdot (0,5) \cdot (0,5)}$$

$$n = \frac{142907,52}{372,96}$$

$$n = 383,17$$

$$n = 383 \text{ Visitantes a encuestar}$$

3.8 Análisis de resultados

3.8.1 Análisis del registro de observación.

Tras varias visitas realizadas a la Laguna Artificial de Sauces VI se observó la carencia de varios aspectos que conlleva al desaprovechamiento del atractivo e inconformidad de los usuarios al asistir al sitio.

3.8.1.1 Áreas dentro del parque acuático.

Reglas o normas para el ingreso



Figura 3: Rótulo de normativas para el ingreso al parque.
Fuente: elaboración propia

Análisis: en el previo ingreso a la Laguna está un rótulo en el cual refleja todas las reglas que se debe de seguir antes de acceder al balneario, por las cuales los visitantes se quedan sorprendidos por la cantidad de ítems de prohibiciones, lo cual de cierta forma desagrada al bañista.

Área de la Piscina



Figura 4: Área de piscina
Fuente: Elaboración Propia

Análisis: este es un área destinada para los bañistas mayores de edad y personas que sepan nadar, por su profundidad que es de 1.20 metros, en caso de querer ingresar un menor de edad debe estar bajo la responsabilidad y el cuidado de sus padres.

Área infantil



Figura 5: Área de niños
Fuente: Elaboración propia

Análisis: esta es el área infantil, en donde solo los niños pueden ingresar. Es una zona seleccionada únicamente para menores de edad y no se permite el ingreso a mayores de edad.

Zona de áreas verdes.



Figura 6: Áreas Verdes
Fuente: Elaboración propia

Análisis: esta es el área verde del parque, en el cual se puede respirar aire fresco por su ambiente natural debido a que se encuentra rodeado de vegetación.

Zona de espera y descanso



Figura 7: Área de descanso
Fuente: Elaboración propia

Análisis: esta es el área de espera o de descanso en donde los usuarios que no van a ingresar a la laguna se sientan a tomar el aire o algún alimento que hayan adquirido en el bar.

Área del bar



Figura 8: Zona del bar
Fuente: Elaboración propia

Análisis: esta es el área del bar en el cual se vende solo comida rápida, por lo que los usuarios comentan que se debe de vender comida más nutritiva como frutas o jugos naturales.

Zona de vestidores y baterías sanitarias.



Figura 9: Área de baños y vestidores.
Fuente: Elaboración propia

Análisis: esta es el área de los baños, que cuenta con 6 lavamanos ,5 sanitarios y 1 sanitario para discapacitado y 4 vestidores de hombres y la misma cantidad para las mujeres donde el usuario opta por cambiar su vestimenta para el acceso y salida del balneario.

Túnel de limpieza pre ingreso a las piscinas.

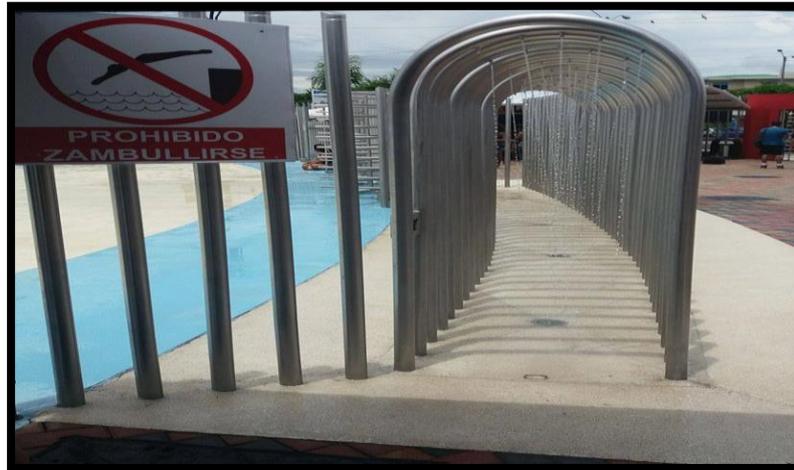


Figura 10: Túnel de Ingreso
Fuente: Elaboración propia

Análisis: este es el Túnel por el cual todos los bañista deben de pasar antes de ingresar a la laguna, es una medida primordial de higiene que se debe de realizar.

Zona en donde se dejan las pertenencias para el ingreso a la laguna.



Figura 11: Área para guardar pertenencias de los usuarios.
Fuente: Elaboración propia

Análisis: este es una de las áreas en cual el usuario se siente descontento, debido a que al momento de acceder a la laguna ellos optan por dejar sus pertenencias en el piso sin un lugar exclusivo y con vigilancia respectiva.

Área de ingreso



Figura 12: Área de ingreso a laguna.
Fuente: elaboración propia

Análisis: este es un torniquete que está ubicado a la entrada del área infantil, sirve como medida de seguridad para controlar y limitar el número de infantes.

3.8.2. Análisis de las encuestas

3.8.2.1 Encuesta dirigida a los visitantes a la Laguna Artificial Sauces VI

La encuesta fue dirigida a los que visitan la Laguna Artificial de Sauces VI, en donde por el universo de visitantes que asisten anualmente al parque acuático, un número total de población de 148.800 personas, se obtuvo una muestra de 383 visitantes a encuestar, realizando las encuestas insitu desde el 10 al 18 de Julio, obteniendo los siguientes datos estadísticos:

Preguntas generales

Pregunta 1.- Género de los encuestados.

Tabla 1
Género de Visitantes

DESCRIPCIÓN	NÚMERO	PORCENTAJE
femenino	263	69%
masculino	120	31%
Total	383	100%

Encuesta realizada a los visitantes de la Laguna Artificial de Sauces VI
En Julio de 2017

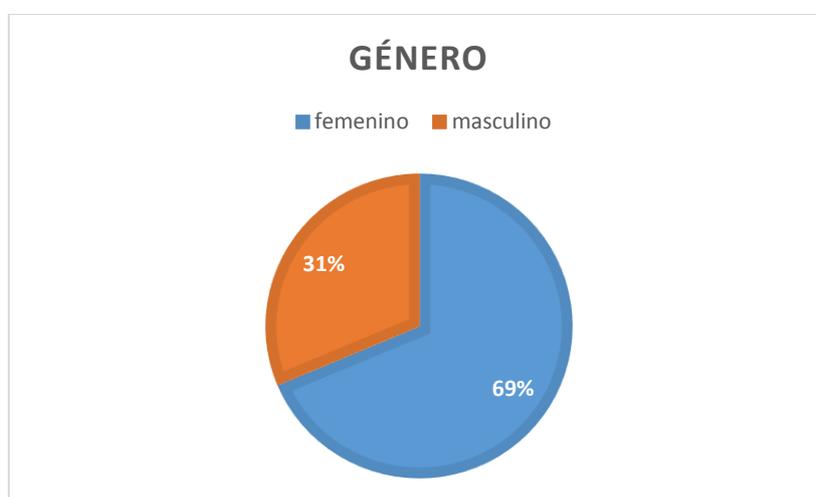


Figura 13: Género de visitantes
Encuesta realizada a los visitantes de la Laguna Artificial de Sauces VI en Julio de 2017

Análisis: en la encuesta realizada se pudo constatar que en su mayoría de las visitas es el 69% género femenino, mientras que el 31% es de género masculino.

Pregunta 2: ¿A través de qué medios se ha enterado de la existencia de la Laguna artificial Sauces VI?

Tabla 2
Medios por los cuales conoció la Laguna artificial Sauces VI.

DESCRIPCIÓN	NÚMERO	PORCENTAJE
TV	60	16%
Radio	50	13%
Redes Sociales	163	43%
Prensa Escrita	40	10%
Página Web	70	18%
Total	383	100%

Encuesta realizada a los visitantes de la Laguna Artificial de Sauces VI en Julio de 2017

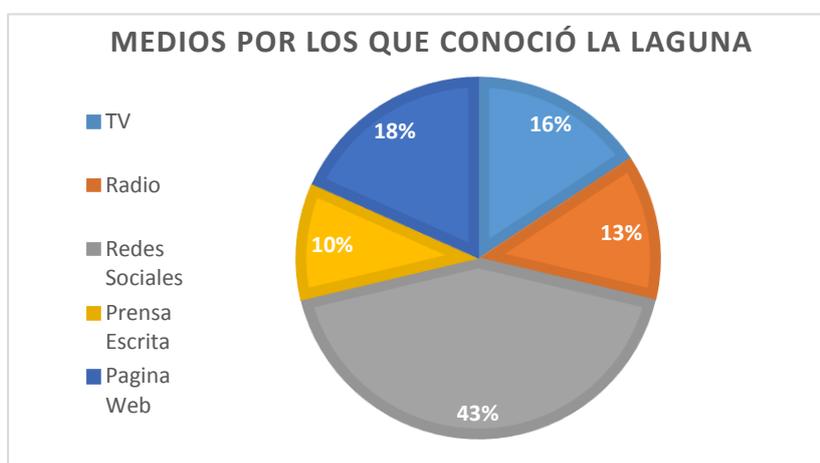


Figura 14: Medios por los cuales conoció de la existencia de la laguna artificial Sauces VI

Análisis: se tomó uno de los puntos primordiales por el cual el visitante se enteró de la existencia del lugar, lo cual arrojó que el 18% fue por página web, es decir la página oficial del municipio que promociona el sitio; la televisión el 16%, con las propagandas de Guayaquil es mi destino en donde resaltan este atractivo; mientras que la radio fue un 13% a través de la propaganda y publicidad radial del departamento de turismo municipal, y la prensa escrita un 10%, que está presente en los diarios que se obsequian en la metro vía de la ciudad; siendo así la mayoría el 43% por redes sociales, debido a que por este medio actualmente se maneja publicidad de la municipalidad y los usuarios los utilizan diariamente en su mayoría.

Pregunta 3.- ¿Con quién realiza la visita a la Laguna artificial Sauces VI?

Tabla 3
Con quien realiza la visita.

DESCRIPCIÓN	NÚMERO	PORCENTAJE
Familia	170	45%
Amigos	93	24%
Solo	70	18%
Otros	50	13%
Total	383	100%

Encuesta realizada a los visitantes de la Laguna Artificial de Sauces VI en Julio de 2017



Figura 15: ¿Con quién realiza la visita?
Encuesta realizada a los visitantes de la Laguna Artificial de Sauces VI en Julio de 2017

Análisis: en esta instancia la encuesta los resultados indican con quien realiza la visita el bañista; esta pregunta reflejó que el 24% lo hacen con amigos, mientras que el 18% lo hacen solo y el 13% asisten con otros, siendo así la cantidad más elevada el 44% que asisten a la laguna en compañía de sus familiares debido a que asisten en su mayoría los fines de semana.

Pregunta 4.- ¿Qué lo motivó a visitar la Laguna artificial Sauces VI?

Tabla 4
Motivo de La visita.

DESCRIPCIÓN	NÚMERO	PORCENTAJE
Deporte	93	24%
Salud	70	18%
Ocio/Recreación	170	44%
Otros	50	13%
Total	383	100%

Encuesta realizada a los visitantes de la Laguna Artificial de Sauces VI en Julio de 2017

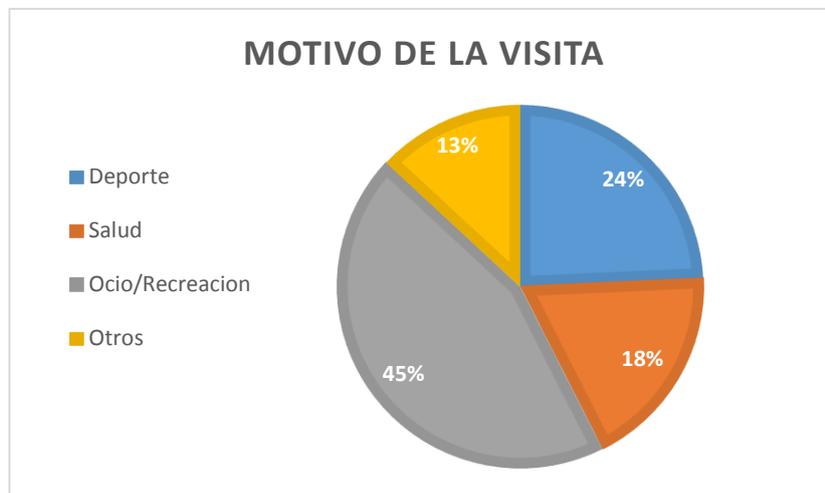


Figura 16: ¿Qué lo motivó a visitar la Laguna artificial Sauces VI?
Encuesta realizada a los visitantes de la Laguna Artificial de Sauces VI en Julio de 2017

Análisis: en este punto se da a conocer cuál fue el motivo de la visita a la laguna, siendo por deporte el 24% de las respuestas, mientras que por salud el 18% y otros motivos el 13%, obteniendo así el porcentaje más elevado el 44% que realizan la visita por motivo de ocio y recreación el cual lo realiza mayormente en grupos de familia.

Pregunta 5.- ¿Cree que el lugar cumple con todas sus expectativas?

Tabla 5
Expectativas del lugar.

DESCRIPCIÓN	NÚMERO	PORCENTAJE
Totalmente de Acuerdo	40	10%
De Acuerdo	53	14%
Neutro	160	42%
En Desacuerdo	80	21%
Totalmente en Desacuerdo	50	13%
Total	383	100%

Encuesta realizada a los visitantes de la Laguna Artificial de Sauces VI en Julio de 2017



Figura 17: ¿Cree que el lugar cumple con todas sus expectativas?
Encuesta realizada a los visitantes de la Laguna Artificial de Sauces VI en Julio de 2017

Análisis: en esa pregunta revela las expectativas satisfechas por parte del visitante, dando un total de 10% que están totalmente de acuerdo, mientras que un 14% está de acuerdo, el 21% en desacuerdo y siendo el 42% la mayoría que está en neutro, debido a que ellos están conformes con la infraestructura del lugar pero indican que sus servicios no son de su agrado por lo que indican que no están ni de acuerdo ni en desacuerdo.

Pregunta 6.- ¿Cómo califica la experiencia en la Laguna artificial Saucos VI?

Tabla 6
Puntaje de experiencia en la laguna.

	Área de Esparcimiento	Atención del personal	Atención en el Bar	Zonas de descanso y espera	Túnel de Aseo	Señalética del lugar	Laguna	Baños	Duchas
Malo	20%	50%	30%	15%	10%	30%	10%	10%	10%
Regular	50%	20%	55%	30%	20%	50%	10%	10%	10%
Bueno	20%	20%	10%	50%	60%	15%	60%	60%	60%
Excelente	10%	10%	5%	5%	10%	5%	20%	20%	20%
TOTAL	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Encuesta realizada a los visitantes de la Laguna Artificial de Saucos VI en Julio de 2017

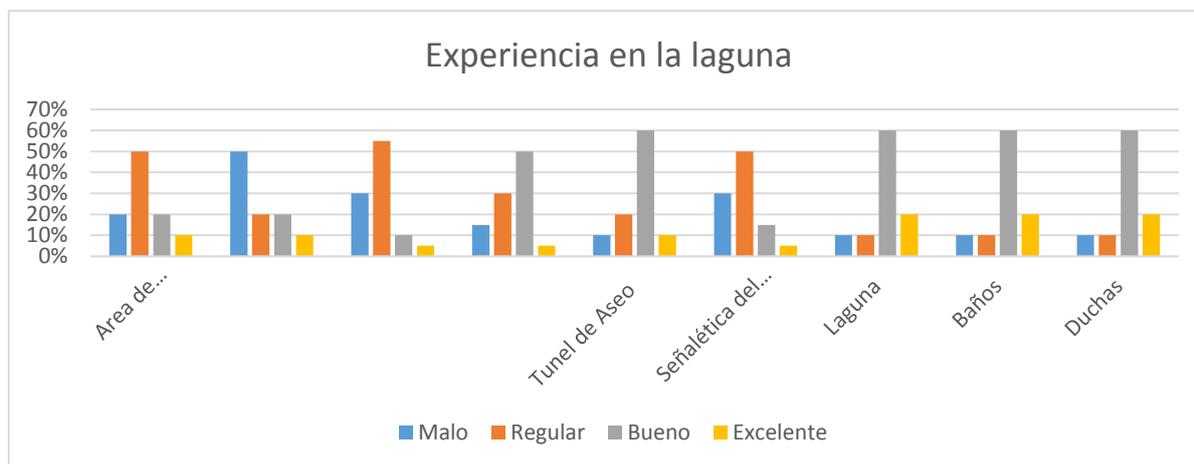


Figura 18: ¿Califica la experiencia en la Laguna artificial Saucos VI?

Encuesta realizada a los visitantes de la Laguna Artificial de Saucos VI en Julio de 2017

Análisis: en esta pregunta se ve la calificación que hacen los visitantes al sitio, tomando en cuenta las áreas que tiene el parque acuático, como el área de esparcimiento que calificaron con un 40% que es regular, la atención al bar un 55% como regular, la zona de descanso con un 50% como bueno, el túnel de aseo el 60% como bueno, los baños y duchas con el 80% calificados entre bueno y excelente, se revela que el 40% votó que la atención del personal hacia el bañista no es la adecuada siendo calificada como mala, mientras que la atención brindada en el bar es regular con un 50% y la señalización del lugar es valorada como regular con un 45% ya que no llena todas las expectativas.

Pregunta 7.- Del 1 al 5, siendo el 1 la puntuación más baja y el 5 la más alta como califica el servicio brindado en la Laguna artificial

Tabla 7
Puntaje del servicio brindado en la laguna.

DESCRIPCIÓN	NÚMERO	PORCENTAJE
1	90	23%
2	150	39%
3	80	21%
4	40	10%
5	23	6%
Total	383	100%

Encuesta realizada a los visitantes de la Laguna Artificial de Sauces VI en Julio de 2017

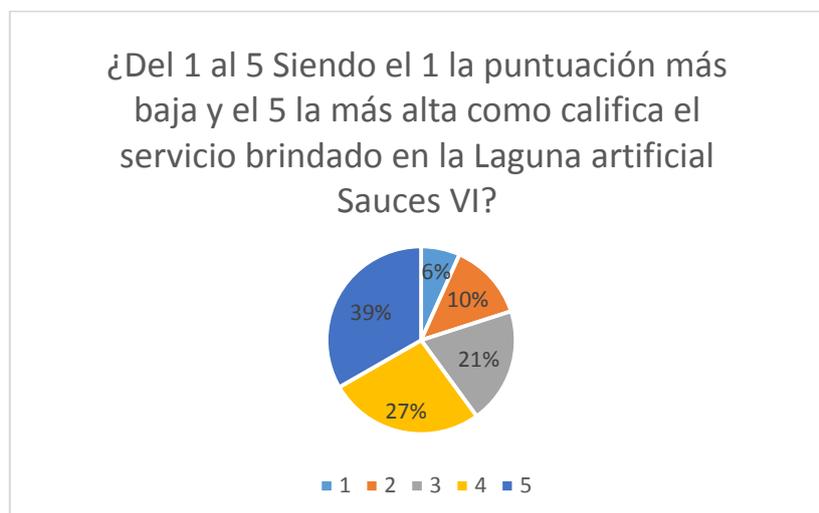


Figura 19: Califique el servicio brindado en la Laguna artificial Sauces VI Encuesta realizada a los visitantes de la Laguna Artificial de Sauces VI en Julio de 2017

Análisis: en esta instancia la pregunta revela por medio de una sencilla puntuación como califica el visitante el servicio brindado en el sitio, siendo el 1 y el 2 las cantidades más bajas pero que obtuvieron más porcentaje de respuestas (62%), mientras que en posición neutral el 3 con un 21% y solo un 16% obtuvieron las calificaciones máximas de 4 y 5, indicando por lo tanto la inconformidad que sienten en el servicio que se da en el lugar.

Pregunta 8.- ¿Recomendaría a otras personas visitar la Laguna artificial Sauces VI?

Tabla 8
Recomendar la visita al lugar.

DESCRIPCIÓN	NÚMERO	PORCENTAJE
Si	30	8%
No	73	19%
Talvez	200	52%
No contesta	80	21%
Total	383	100%

Encuesta realizada a los visitantes de la Laguna Artificial de Sauces VI, en Julio de 2017

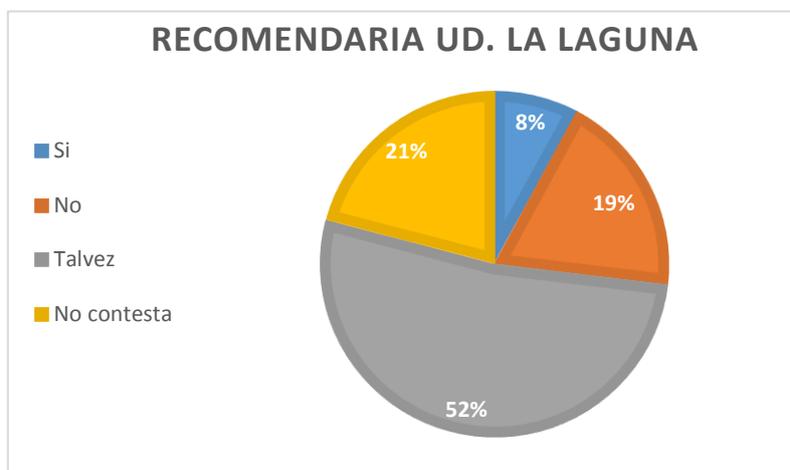


Figura 20: ¿Recomendaría a otras personas visitar la Laguna artificial Sauces VI?
Encuesta realizada a los visitantes de la Laguna Artificial de Sauces VI en Julio de 2017

Análisis: en esta pregunta da a conocer si los visitantes a la laguna artificial recomendarían el atractivo, en donde el 8% indicaron que sí, mientras que el 19% contestaron que no y el 21% no contestó, siendo así el mayoritario con el 52% el talvez, refiriendo que probablemente lo recomendaría si se llega a mejorar su servicio e implementar estrategias de mejoras.

**Pregunta 9.- Del 1 al 5 (donde 1 = no es importante y 5 = muy importante)
¿Qué tan importante considera usted que se debe implementar otros servicios o mejorar los existentes en la Laguna artificial Sauces VI?**

Tabla 9
Servicios o mejoras que se deben implementar

	Venta o Alquiler de traje de Baño	Implementar Casilleros	Venta de utensilios de Aseo (shampoo,jabon,etc)	Instrucciones al bañistas antes de ingresar a la laguna	Otros
1	10%	5%	5%	10%	60%
2	55%	10%	10%	10%	15%
3	15%	10%	10%	10%	10%
4	15%	20%	20%	50%	10%
5	5%	55%	55%	20%	5%
TOTAL	100%	100%	100%	100%	100%

Encuesta realizada a los visitantes de la Laguna Artificial de Sauces VI en Julio de 2017

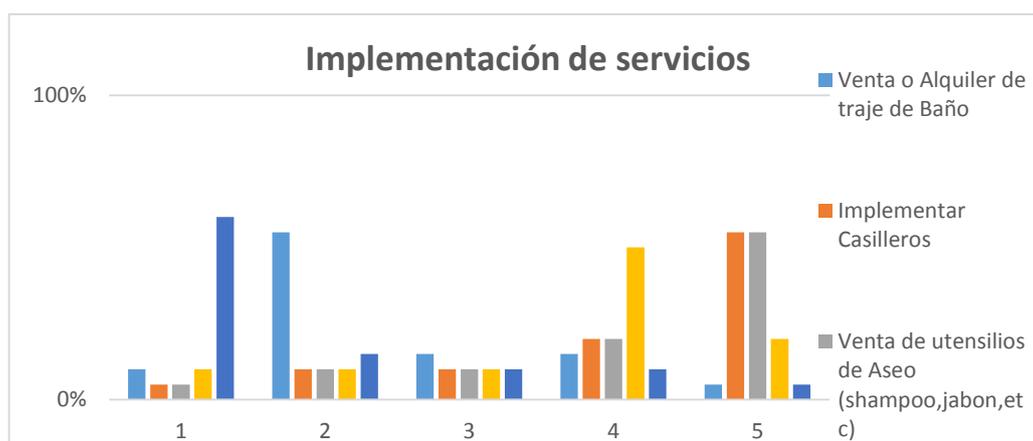


Figura 21: Importancia de la implementación o mejora de servicios en la Laguna Artificial Sauces VI. Encuesta realizada a los visitantes de la Laguna Artificial de Sauces VI en Julio de 2017

Análisis: en esta pregunta se califica del 1 al 5 siendo el 1 menos importante y el 5 muy importante, en donde reveló un 55% que es importante implementar casilleros en la laguna artificial para dejar en una zona segura las pertenencias de los visitantes, mientras que la venta de utensilios de aseo para bañistas como (shampoo y jabón) un 55%. Además para el 50% de los visitantes se debe dar instrucciones al bañista al momento de ingresar a la laguna y un 50% refieren la necesidad de la venta o alquiler de traje de baño.

3.9 Análisis de la entrevista

En la entrevista al señor Cristóbal Flores Cantos, quien es el administrador actual del Parque Acuático denominado Laguna Artificial Sauces VI.

Descripción del parque

Indica que el Parque Acuático es un lugar propicio para visitarlo con motivo de ocio y recreacional para todos los guayaquileños y turistas que deseen disfrutar de forma gratuita, además apreciar el hermoso paisaje debido a que el parque cuenta con área verdes, área de descanso o espera, área de bar, área de vestidores junto a baterías sanitarias para hombres y mujeres, duchas y las respectivas piscinas una para infantes y otra para adultos.

Historia del parque

Reveló que la obra fue construida por el Arq. Gustavo Matamoros por un proceso de licitación y el tiempo de entrega era de 4 meses, pero por el invierno la obra se paralizó y se entregó en un lapso de 7 meses y éste fue inaugurado el día 22 julio del 2016 por el alcalde Jaime Nebot Saadi, en el cual se realizó un pequeño agasajo en donde estuvo invitada la prensa local, para que todos los ciudadanos estén enterado de esta magnífica obra que fue construida con el fin de que el sector de Sauces cuente con un lugar de esparcimiento y recreación gratuita para los habitantes aledaños al lugar.

Días de apertura

Los días que se brinda el servicio es de jueves a domingos en los horarios de 10:00am hasta las 4:00pm para público en general. Tomando en cuenta que todos los bañistas deben de seguir el respectivo reglamento como normas de higiene antes de ingresar a la laguna.

3.10. Triangulación

Ítems	Observación	Entrevista	Encuesta a los Visitantes
<p>Objeto:</p> <p>Satisfacción del visitante a la Laguna Artificial Sauces VI</p>	<p>De manera presencial se pudo apreciar con la visita al sitio que carece de varios aspectos tal como la falta de un lugar adecuado para dejar las pertenencias personales del bañista provocando un malestar en el usuario, haciendo que este no se encuentre satisfecho.</p>	<p>En la entrevista realizada al administrador de la laguna artificial se confirmó ciertas carencias en el servicio que se le brinda al usuario en la laguna por Lo cual se prevé realizar mejoras en el servicio para la satisfacción del usuario.</p>	<p>En la encuesta se pudo observar que un 39% no se encuentra de acuerdo con el servicio brindado en la laguna artificial y el 23% en total desacuerdo por lo cual es primordial plantear ciertas estrategias de mejoras en el lugar</p>

<p>Campo:</p> <p>Estrategias de mejoras</p>	<p>Mediante la observación se constató y se confirmó la necesidad de realizar mejoras en donde se visualizó que los bañistas no tenían donde dejar sus pertenencias con seguridad al momento de ingresar a la laguna, también el servicio al usuario se vio que no es el adecuado en el lugar debido a que este ha ocasionado la inconformidad del usuario por la cual se plantean estrategias de mejoras en el sitio haciendo que sea de agrado para el usuario.</p>	<p>El Sr. Cristóbal Flores Cantos indica que hay ciertos servicios que deben ser mejorados para satisfacción del cliente, debido a que ha recibido muchos comentarios como sugerencias y reclamos por parte de los usuarios para que el servicio sea el esperado por el visitante, en donde se sienta bien y con esto obtener muchas vistas al parque.</p>	<p>En la encuesta realizada se pudo constatar que los usuarios están de acuerdo con lo que se debe de mejorar y se deben realizar en el lugar e implementar los casilleros, la venta de utensilios de aseo e instrucciones al bañista y ciertas adecuaciones en el sitio que es otra de las insatisfacciones de los bañistas.</p>
--	---	--	---

Fuente: elaboración propia.

CAPÍTULO IV

DISEÑO DE ESTRATEGIAS DE MEJORAS

4.1 Introducción

En el norte de la urbe porteña, en la ciudadela Sauces 6, ubicado entre las avenidas Antonio Parra Velasco y Presidente José Luis Tamayo, está el parque acuático denominado Laguna Artificial Sauces VI, en el cual se realizan varias actividades de recreación y ocio para todos los ciudadanos aledaños al lugar, lo cual atrae además a habitantes de otros sectores.

Por medio de este estudio se evidenció la necesidad de realizar unas pequeñas adecuaciones e implementar estrategias de mejoras al sitio, con las respectivas mejoras a implementar en la Laguna Artificial de Sauces VI se pretende mejorar el servicio brindado en el servicio del bar y actitud del personal, a través de capacitaciones al personal, al igual que complementar la infraestructura del lugar con la colocación de casilleros, para que el bañista deje sus pertenencias en un sitio seguro y de esa manera pueda disfrutar tranquilamente del atractivo.

4.2 Justificación

Por medio del diseño de un plan estratégico de mejoras de servicios se pretende obtener la satisfacción total del cliente el cual acude a recrearse y desea obtener tranquilidad y relajación lo cual actualmente no se ve reflejado debido a que existen ciertas falencias referente al servicio e infraestructura del lugar.

La Laguna Artificial Sauces VI es uno de los atractivos principales en el norte de la urbe, ya que es el sitio perfecto para la libre recreación de propios y extraños en donde acuden familias, amigos, y gente que realiza deporte, etc. Por lo cual es importante que este lugar se encuentre en buen estado y llene

todas las expectativas del visitante de esta manera obtener afluencia de personas al sitio.

Además este lugar merece tener las condiciones óptimas para el usuario en servicio e infraestructura, a pesar de que sus servicios sean totalmente gratuitos. Por medio de esta propuesta se pretende obtener el total agrado del visitante, debido a que las encuestas reflejan mucha inconformidad.

4.3 Objetivo general

Diseñar un plan de estrategias de mejoras en la Laguna Artificial Sauces VI para alcanzar la satisfacción del visitante.

4.4 Objetivos específicos

- Describir mejoras en la presentación del servicio del personal, infraestructura y normas de la Laguna Artificial Sauces VI.
- Especificar criterios estándares que deben aplicarse en la prestación de servicios en la Laguna Artificial Sauces VI
- Precisar formas de evaluación de los procesos de servicio en la Laguna Artificial Sauces VI.
- Describir el presupuesto necesario para implementar las estrategias.

4.5 Descripción

4.5.1 Estrategias que se deben mejorar en la Laguna Artificial Sauces VI

La estrategia de mejora es la transformación de una situación establecida en donde se busca una alternativa para realizar un cambio agradable para el usuario, por lo cual se han establecido 4 estrategias para implementar en la Laguna Artificial Sauces VI.

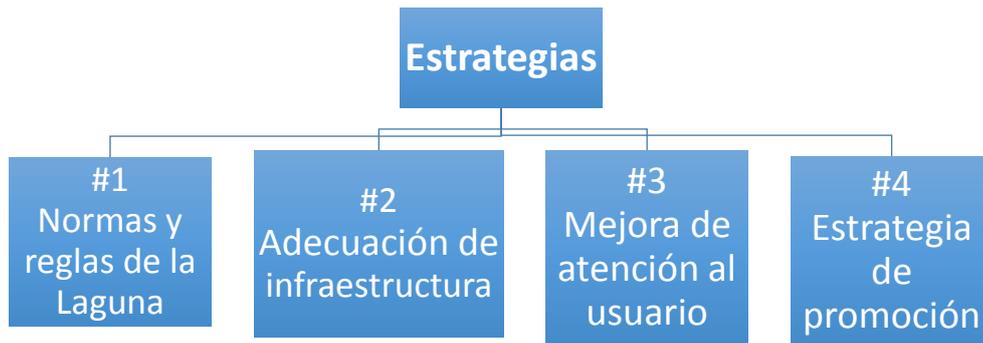


Figura 22: Cuadro de Estrategias.
Fuente: Elaboración propia

Estrategia #1 – Normas y reglas de la laguna

El Parque Acuático Sauces VI consta con varias normas y reglas que el usuario al ingresar debe respetarlas y cumplirlas.

Política: establecer normas y reglas de la laguna de manera que sean las necesarias.

Acciones:

- ❖ Elaborar una normativa que defina mejor las reglas para el ingreso del usuario a la laguna.
- ❖ Replantear las normas, con el área encargada de la laguna, para que tomen una acción sobre las normas actuales.
- ❖ Sugerir mediante una solicitud al cabildo la corrección de ciertas normas.
- ❖ Evitar el uso de palabras como “prohibido” en las reglas expuestas.

Entre las normas que proporcionan mayor malestar en el visitante están:

- a) No está permitido el ingreso de alimentos.
- b) No ingresar con objetos para la distracción de los infantes.
- c) Horario de disfrute del atractivo hasta las 16h00

Se sugiere:

- a) Que sea permitido el ingreso de alimentos sellados.
- b) Permitir el ingreso de objetos para la distracción de los infantes en el agua como boyas y chalecos.
- c) Horario de disfrute del atractivo hasta las 18h00

Estrategia #2 - Adecuación de infraestructura

El parque acuático no cuenta con un espacio definido en donde el usuario pueda dejar sus pertenencias de manera segura y así poder disfrutar relajadamente del atractivo.

Política: mejorar el área donde el usuario deja sus pertenencias.

Acciones:

- ❖ Realizar un estudio para la implementación de casilleros.
- ❖ Revisar diversos modelos de casilleros para reconocer los apropiados a instalar en dicho lugar
- ❖ Presentar la propuesta a las autoridades encargadas.
- ❖ Implementar los casilleros para las pertenencias del usuario.



Figura 23: Modelo de Casilleros
Fuente Tomada de la Empresa Plásticos Estructurales

Estrategia #3 - Mejora de atención al usuario

En la laguna artificial Sauces VI se dan servicios de restauración, los cuales los usuarios lo catalogan como regular y malo, ya que no posee muchas opciones y no llena todas sus expectativas. Además también existe la queja de los usuarios que el personal de servicio y seguridad no brinda una atención mostrando calidez al visitante.

Política: mejorar la calidad del servicio que se brinda en el lugar.

Acciones:

- ❖ Evaluar preferencias y gustos de comidas entre los visitantes
- ❖ Insertar otros productos para la venta en el bar de la Laguna
- ❖ Evaluar las deficiencias en capacitación del personal que labora en el lugar.

- ❖ Organizar charlas e instrucciones de servicio al cliente para el personal.
- ❖ Selección de personal idóneo para diversas funciones

A continuación se mencionan algunos criterios a considerar en cuanto al perfil de quienes podrían brindar las capacitaciones para el personal:

Experto en servicio y atención al cliente

Sexo: Masculino / Femenino.

Edad: 30 – 45 años.

Estudios: Cuarto nivel

Carrera: Turismo y Hotelería.

Experiencia: Mínimo 2 años en atención al cliente y experiencia en enseñanza.

Será la persona encargada de impartir conocimientos de atención y servicio al cliente, desglosando distintos temas en los que aparecen: cómo brindar los servicios con total educación, trato hacia los usuarios, tono y palabras apropiadas.

Estrategia #4 - Promoción

Las redes sociales son uno de los puntos estratégicos por el cual el usuario observa, por su red de preferencia, los atractivos de la ciudad. En Guayaquil destacan la publicación de fotos de familias disfrutando de diversos parques acuáticos creados por la municipalidad, es así que se considera para la Laguna Artificial Sauces VI, lo siguiente:

Política: estrategia de promoción en Redes sociales

Acciones:

- ❖ Realizar páginas personalizadas de Facebook, Instagram, Twitter de la Laguna Artificial de Sauces VI
- ❖ Promocionar el atractivo por las redes sociales por medio de frases y fotos.

- ❖ Motivar a los usuarios a usar hashtag en sus visitas y subir fotos con los mismos #VisitaLagunaArtificialVI, #DisfrutaLagunaSaucesVI, #RecreateEnLaLagunaSaucesVI
- ❖ En festividades realizar concursos y publicarlos en las redes.



Figura 24: Diseño mediante Facebook
Fuente: Elaboración propia



Figura 25: Promoción de diseño mediante Twitter
Fuente: Elaboración propia



Figura 26: Promoción de diseño mediante Instagram
Fuente: Elaboración propia

4.6 Estandarización de la atención al usuario en la Laguna Artificial Sauces VI

Para efecto de brindar un buen servicio al visitante que acude a la Laguna Artificial Sauces VI, se ha realizado una descripción de la atención desde la llegada del visitante, respuesta a requerimientos, valores que debe contener el servidor y despedida de los mismos, de forma que todas las personas sean tratadas equitativamente y se sientan a gusto al momento del disfrute de este atractivo.

4.6.1 Recibimiento de los usuarios

A continuación se presentan ciertos aspectos importantes que son de agrado de un usuario al recibir atención por parte de un prestador de servicios:

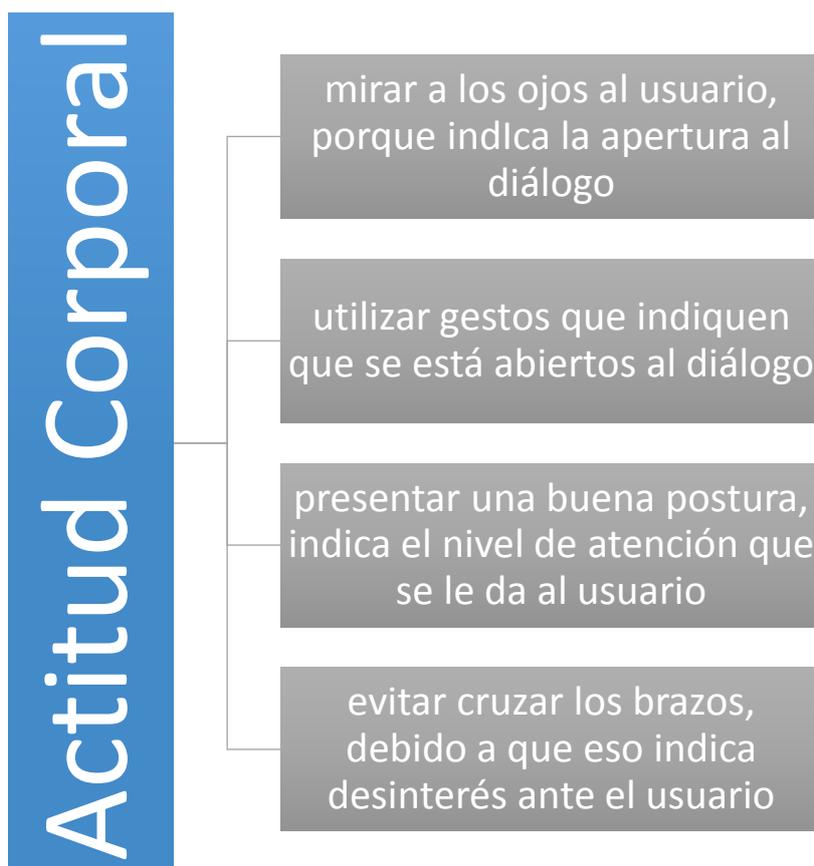


Figura 27: Actitud corporal

Fuente: Elaboración Propia basado en actitud por parte del prestador de servicio.

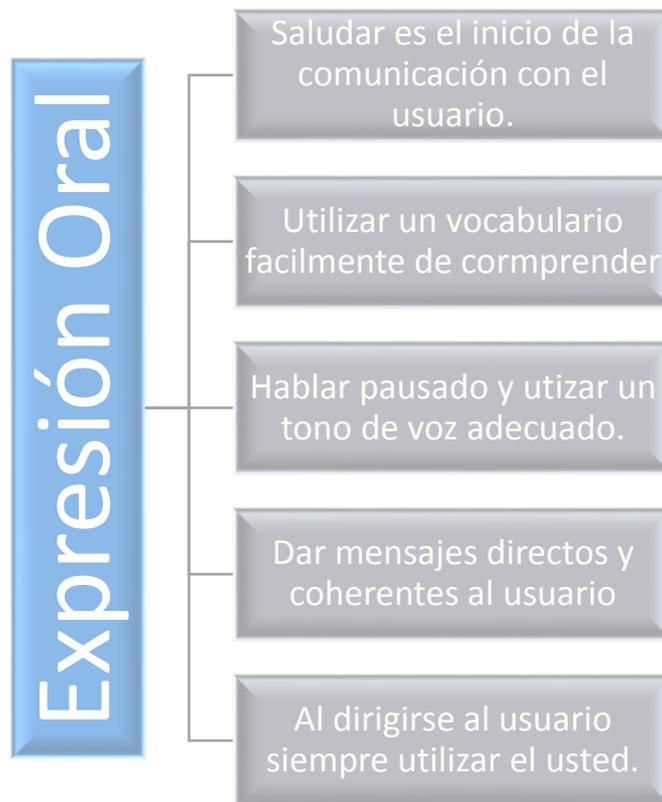


Figura 28: Actitud oral
Fuente. Elaboración Propia



Figura 29: Atención general del usuario
Fuente. Elaboración Propia

Además se recomienda tener en cuenta las habilidades y aptitudes que los prestadores de servicio deben tener para un buen servicio y comunicación con el cliente, expresado por el INEN (2015): habilidades de comunicación; adaptabilidad, es decir, flexibilidad en el tratamiento de distintas situaciones y clientes, habilidades en la resolución de problemas; orientación al servicio y al cliente (es decir, orientación y actitud hacia los clientes, orientación hacia las metas y capacidad para hacer frente a la demanda).

4.7 Describir las formas de evaluación de los procesos de servicio en la Laguna Artificial Sauces VI

Este análisis genera una base interna de información inicial, que servirá para analizar posteriormente y con más detalle los procesos de servicios que se llevan a cabo en la Laguna artificial de Sauces VI.

Una de las normas más empleada para la constante evaluación de los procesos de servicio de las empresas son las normas ISO.

La ISO 9001 es una norma internacional que toma en cuenta las actividades de una organización, sin distinción de sector de actividad. Esta norma se concentra en la satisfacción del cliente y en la capacidad de proveer productos y servicios que cumplan con las exigencias internas y externas de la organización. Hoy por hoy, la norma ISO 9001 es la norma de mayor renombre y la más utilizada alrededor del mundo (Más de un millón de organizaciones en el mundo están certificadas ISO 9001, Fuente: ISO www.iso.org).



Figura 30: Proceso eficaz de evaluación del desempeño

Tomado de pymes y calidad 2.0 (2017)

A continuación se muestran dos cuestionarios, uno que puede ser aplicado al personal para evaluar la calidad del servicio al cliente, adaptado del formato proporcionado por Hopkins (2014) y Jimenez (2017) el segundo instrumento que puede ser aplicado trimestralmente a los visitantes basado en el modelo Servqual.

Cuestionario aplicado a personal de la laguna sauces vi, para evaluar el servicio al cliente que brinda este balneario

El siguiente cuestionario le permitirá evaluar La Laguna Artificial Sauces VI. Las respuestas son referentes a la siguiente escala:

1 = Raras veces 2 = A veces 3 = Muy menudo 4= Siempre

Encuestamos a nuestros clientes para averiguar cuán satisfechos están con nuestro servicio o con nuestros productos y les solicitamos sugerencias para mejorarlos?

1 2 3 4

Rara vez Siempre

Durante una conversación con un visitante, ¿doy mi atención completa y evito hacer otras actividades?

1 2 3 4

Rara vez Siempre

¿Puedo hacer contacto con los ojos cuando hablo con un visitante para demostrar que estoy prestando atención?

1 2 3 4

Rara vez Siempre

¿Debo evitar la jerga técnica y utilizar un lenguaje que el visitante pueda entender? *

1 = Rara vez 2 = A veces 3 = Muy menudo 4 = Siempre

	1	2	3	4	
Rara vez	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Siempre

Cuando no puedo ofrecer al visitante exactamente lo que él o ella quieren, ¿le sugiero opciones y alternativas? *

	1	2	3	4	
Rara vez	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Siempre

¿Ofrezco sinceramente disculpas al visitante cuando un error ha sido hecho por mí o mi empresa? *

	1	2	3	4	
Rara vez	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Siempre

Cuando un visitante expresa una reclamación o queja, ¿mantengo la calma y la comprensión incluso si yo creo que él o ella están mal? *

	1	2	3	4	
Rara vez	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Siempre

¿Veo las quejas de los clientes como una oportunidad para mejorar el servicio más que como un problema que está tomando un tiempo valioso? *

	1	2	3	4	
Rara vez	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Siempre

Cuestionario aplicado a los visitantes de la laguna sauces vi, para evaluar el servicio al cliente que brinda este balneario (basado y adaptado del modelo servqual)

El siguiente cuestionario le permitirá evaluar La Laguna Artificial Sauces VI. Las respuestas son referentes a la siguiente escala:

1= Totalmente en desacuerdo 2=En desacuerdo 3=Neutro 4=De acuerdo 5=Totalmente de acuerdo.

1.- ¿El personal de la Laguna Sauces VI mostró una atención cordial en su visita?

1	2	3	4	5	
Totalmente en desacuerdo		En desacuerdo	Neutro	De acuerdo	Totalmente de acuerdo

2.- ¿El personal de la Laguna Sauces VI mostró sincero interés en resolver algún problema presentado?

1	2	3	4	5	
Totalmente en desacuerdo		En desacuerdo	Neutro	De acuerdo	Totalmente de acuerdo

3.- ¿El personal le informó las normas de la Laguna Sauces VI al momento de su visita?

1	2	3	4	5	
Totalmente en desacuerdo		En desacuerdo	Neutro	De acuerdo	Totalmente de acuerdo

4.8 Presupuesto necesario para implementar las estrategias.

Tabla 10:
Costos de Implementación.

<i>Costos</i>	<i>Valor Unitario</i>	<i>Total</i>
Construcción de casilleros	\$700	\$700
Mano de obra (Soldador)	\$200	\$200
		\$900

Fuente: Elaboración propia

Tabla 11:
Valores de capacitadores

<i>Costos</i>	<i>Valor Unitario</i>	<i>Total</i>
Capacitadores de servicio al cliente. (x 8 horas)	\$40 x hora	\$320
		\$320

Fuente: Elaboración propia

Tabla 12:
Costos de promoción

<i>Costos</i>	<i>Valor Unitario</i>	<i>Total</i>
Diseñador gráfico para diseño de redes sociales.	\$50	\$50
		\$50

Fuente: Elaboración propia

Tabla 13:
Costo General

<i>Costos</i>	<i>Valor Unitario</i>	<i>Total</i>
Costos de implementación	\$900	\$900
Valores de capacitadores	\$320	\$320
Costos de promoción.	\$50	\$50
		\$1270

Fuente: Elaboración propia

En los cuadros que anteceden se detallan los costos exactos para implementar las estrategias de la presente propuesta, lo cual incluye la elaboración de los casilleros, la puesta en marcha de una capacitación a los prestadores de servicio del parque acuático y la promoción por medio de redes sociales.

CONCLUSIONES

Se evidenció que existen varios factores, entre los cuales se encuentran las normas que se deben de seguir previas al ingreso al sitio y la deficiencia de algunos servicios, esto se constató en la Laguna Artificial Sauces VI, e indisponen al usuario, ocasionando la pérdida de visitas debido al malestar que ocasiona dicha situación.

Por medio del soporte teórico se demostró que la revisión de teorías de satisfacción del visitante, evaluación del servicio y estrategias de mejoras de servicio, fue importantes para este tipo de estudios debido a que muestra las formas para mejorar el servicio al usuario a través de la revisión de la situación.

Posterior a la recolección de datos se puede indicar que es necesario realizar varios cambios en la Laguna Artificial de Sauces VI, pues los resultados de las encuestas arrojaron la necesidad de establecer estrategias de mejoras para el sitio enfocadas a la calidad el servicio.

Las estrategias para mejorar el servicio que se brinda en estos lugares, así como capacitaciones continuas al personal, contratación de personas que cumplan con el perfil para un buen manejo y funcionamiento del lugar, generan en su conjunto la satisfacción del visitante.

RECOMENDACIONES

Se recomienda que así como en la Laguna de Sauces VI, se realice un estudio en donde se implemente un registro oficial de todos los parques acuáticos que posee la ciudad de Guayaquil, para así identificar el desplazamiento de los ciudadanos hacia estos sitios de recreación y promover los mismos en caso de poca afluencia.

Se sugiere que se realice otros estudios pertinentes en el lugar, tales como la valoración del uso recreativo de dicho atractivo; además de un estudio de medición del aporte de la promoción por redes sociales del lugar y de esta manera puedan obtener una mayor cifra de visitas.

Acorde a los métodos de recolección y análisis de datos, es importante que las autoridades encargadas del atractivo implementen señalética adecuada en donde se pueda apreciar los puntos estratégicos que existen en el sitio. De esta manera incentivar a la comunidad a desarrollar actividades como el deporte, el descanso, y recreación del uso adecuado de su tiempo libre.

Se aconseja la revisión de normas y reglas en donde se recomienda que se lleve a cabo la propuesta además se sugiere que en la presente investigación enfocada en las estrategias de mejoras se aplique lo que se ha indicado anteriormente.

BIBLIOGRAFÍA

- AITECO (2016) El Modelo SERVQUAL de la calidad de servicio. Obtenido de: <https://www.aiteco.com/modelo-servqual-de-calidad-de-servicio/>
- Alvarado Vera, S. C. (2004). *Diseño de una estrategia para el mejoramiento de la calidad del servicio en talleres por medio del entrenamiento técnico tomado como base de análisis y estudio a general motors colmotores*. Bogota: Pontificia Universidad Javeriana facultad de ingeniería industrial .
- Bitner, Z. y. (2010). *Marketing de servicios*. España: McGraw-Hill Interamericana de España .
- BOTIA FONSECA, O., & RIVERA, D. P. (2008). *PROPUESTA DE MEJORAMIENTO PARA EL SERVICIO AL CLIENTE DEL GRUPO UNIPHARM BOGOTÁ*. Bogota: UNIVERSIDAD DE LA SALLE.
- Boullon, R. (2006). ESPACIO TURÍSTICO Y DESARROLLO SUSTENTABLE. *Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal-Redalyc*, 18.
- Boullon, R. (2006). *Planificación del Espacio Turísticos*. Trillas.
- Boullon, R. C. (2006). *PLANIFICACIÓN DEL SISTEMA TURÍSTICO*. MÉXICO: TRILLAS.
- Cesar, J. R. (2010). Ensayo Crítico del Turismo como ciencia . En M. C.-A. Netto, *Epistemología del Turismo*. México: Trillas.
- Constitución del Ecuador. (2008). *Asamblea Nacional*. Montecristi: Lexis.
- Denove Chris, D. P. (2006). La satisfacción del cliente en tres categorías principales del negocio. En D. P. Denove Chris, *Satisfaction* (pág. 4). California: Portfolio.
- DIRCETUR. (2009). Manual de Calidad para Servicios Turísticos en Museos, Monumentos Históricos y Sitios Arqueológicos. En D. R. TURISMO, *MANUAL DE CALIDAD PARA SERVICIOS TURISTICOS EN MUSEOS, MONUMENTOS HISTÓRICOS Y SITIOS ARQUEOLÓGICOS* (pág. 12). CUSCO: UNIGRAF CUSCO S.R.L.
- Durán, F., García, E., & Gutiérrez, M. P. (2013). Plan de Mejoramiento del servicio al cliente en el Country International Hotel. *Revista Dimensión Empresarial*, 92-102.

- El universo. (28 de 04 de 2011). *El Universo*. Obtenido de El Universo: <http://www.eluniverso.com/2011/04/28/1/1550/asi-comenzo-sauces-guayaquil.html>
- Hatre, A. F. (2000). Calidad en las empresas de Servicios. En A. F. Hatre, *Calidad en las empresas de Servicios* (pág. 55). Asturias: Instituto de Fomento Regional.
- HORA, D. L. (16 de Abril de 2006). Pueblos de Costa. *La Hora*.
- INEC. (13 de 01 de 2017). *ECUADOR EN CIFRAS*. Obtenido de ECUADOR EN CIFRAS: www.ecuadorencifras.gob.ec
- INFOJARDIN. (01 de 01 de 2015). *INFOJARDIN*. Obtenido de INFOJARDIN: <http://www.infojardin.net/glosario/ion/lago-artificial.htm>
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (09 de Febrero de 2015). *INDEC Instituto nacional de estadísticas y censos*. Obtenido de INDEC Instituto nacional de estadísticas y censos: <http://www.indec.gob.ar/ftp/cuadros/economia/turismo.pdf>
- Jiménez, A. (01 de Febrero de 2015). 15 estrategias para mejorar el servicio al cliente. *El Financiero*, pág. 12. Obtenido de http://www.elfinancierocr.com/noticias/Antonio_Jimenez-servicio-mercadeo-estrategias_0_674932516.html
- Lexicas, O. (2012). *Diccionario*. Loja: Corptur.
- Ley de Turismo. (2008). *Ley de Turismo*. Quito: Lexis.
- Matsumoto, R (2014) Desarrollo del Modelo Servqual para la medición de la calidad del servicio en la empresa de publicidad Ayuda Experto. *Perspectivas*, Año 17 – N° 33 – octubre 2014. pp. 181-209. Universidad Católica Boli. Obtenido de: <http://www.redalyc.org/pdf/4259/425941264005.pdf>
- Mejía, .: M. (2009). *COMO PUEDO MEJORAR EL SERVICIO AL CLIENTE. MÉXICO*: : María Carmen Lira Mejía.
- MINCETUR. (2013). *Conceptos Fundamentales del Turismo*. Perú.
- Ministerio de Turismo. (2008). *Ley de Turismo*. Quito.
- Municipio de Guayaquil. (16 de 01 de 2015). *Guayaquil es mi destino*. Obtenido de Guayaquil es mi destino: <http://www.guayaquilesmidestino.com/es/descubre-guayaquil/generalidades/historia>

- Noriega, M. (25 de 07 de 2016). *Guayaquil Centro, Territorio de artistas*. Obtenido de marcelanoriega.wordpress.com: <https://marcelanoriega.wordpress.com/category/guayaquil/>
- OMT. (1998). *Introducción al Turismo*. España: Educación Turística.
- Pérez Martínez Armenio, Z. R. (2008). LA GESTIÓN DE LA CALIDAD EN LOS SERVICIOS. *Enciclopedia y Biblioteca Virtual de las Ciencias Sociales, Económicas y Jurídicas*, 3.
- Plan nacional del buen vivir. (2016). *Plan Nacional del Buen Vivir*. Quito: lexis.
- PORTAL DE TURISMO Y HOTELERIA. (03 de 01 de 2016). *PORAQUI.NET*. Obtenido de PORAQUI.NET: <http://www.poraqui.net/glosario/visitante>
- Prodem. (2016). *Prodemsa/Administración del Desempeño* . Obtenido de Las 14 estrategias de mejoramiento : <http://www.prodemsa.net/images/portal/articulos/mejoramiento.pdf>
- Ricaurte, C. (2009). *Manual para el Diagnostico Turistico Local*. Escuela Superior Politécnica del Litoral.
- Sampieri, R. H. (2010). *Metodología de la investigación*. México: McGRAW-HILL / INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V.
- San Martín Gutiérrez, H. (2005). *ESTUDIO DE LA IMAGEN DE DESTINO TURÍSTICO Y EL PROCESO GLOBAL DE SATISFACCIÓN: ADOPCIÓN DE UN ENFOQUE INTEGRADOR*. Santander: UNIVERSIDAD DE CANTABRIA.
- Turismo, O. M. (2008). *Entender el turismo glosario basico*. Obtenido de <http://media.unwto.org/es/content/entender-el-turismo-glosario-basico>
- Vasquez, F. C. (2007). *DISTRITO TURÍSTICO RURAL UN MODELO TEÓRICO DESDE LA PERSPECTIVA DE LA OFERTA*. Obtenido de www.eumed.net/tesis/2007/fjcv
- Viteri Andrade, X. A. (2017). *Espacios municipales recreacionales y su incidencia en el desarrollo de un turismo social - inclusivo en la ciudad de Guayaquil y poblaciones cercanas*. Guayaquil: Universidad Católica de Santiago de Guayaquil - Facultad de especialidades empresariales - Carrera de administración de empresas turísticas.

ANEXO A



UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL
Carrera: TURISMO Y HOTELERÍA

FICHA DE ENTREVISTA	
Lugar: Laguna Artificial Sauces VI	
Fecha: 18\Marzo\ 2017	Hora: 01:18 pm
Entrevistado: Sr. Cristóbal Flores Cantos	
Edad: 55 años	Género: Masculino
Ocupación: Administrador del Parque Acuático	
Dirección: Avenida Antonio Parra Velasco y Presidente José Luis Tamayo	
Entrevistador: Maday Santamaría Bohórquez	
Introducción:	
PREGUNTAS	
1.- ¿Conoce Ud. Sobre la Laguna Artificial de Sauces VI?	
2.- ¿Cree Ud. Que se pueda implementar estrategias de mejoras en el lugar?	
3.- ¿Qué recomendaciones daría para mejorar el servicio al usuario, que asiste a la laguna?	
4.- ¿Qué opina sobre el servicio brindado por parte de los prestadores de servicio?	
5.- ¿Considera usted que es necesario implementar casilleros en el sitio?	



Figura 31: Administrador del Parque
Fuente: Elaboración propia

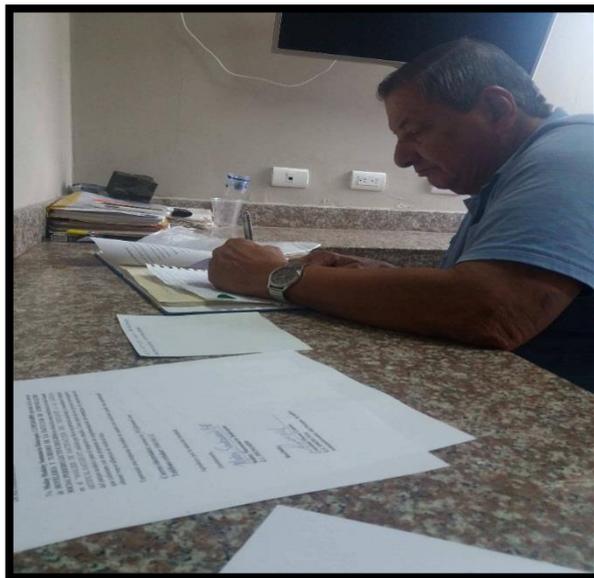


Figura 31: Firmando la solicitud de permiso de investigación
Fuente: Elaboración Propia

ANEXO B

Guayaquil, 03 de Agosto del 2017

Señor.
CRISTOBAL FLORES CANTOS
ADMINISTRADOR DEL PARQUE ACUATICO
CIUDAD.-

De mis consideraciones.

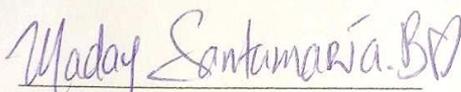
Yo, **Maday Madeley Santamaría Bohórquez**, C.C0923416895 egresado de la carrera de **HOTELERIA Y TURISMO DE LA FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL PERIODO LECTIVO 2015-2016** en virtud de estar realizando mi tesis basada en el "ANÁLISIS DE SACTIFACCIÓN DEL VISITANTE A LA LAGUNA ARTIFICIAL SACUES VI", solicito por favor se permita analizar y considerar el espacio del parque acuático para el respectivo estudio. Como parte de mi proyecto investigativo que culminara con una propuesta de implementación de estrategias de mejoras para así obtener mayor afluencia de visita al sitio.

Esperando una respuesta favorable en cuanto a mi solicitud quedo muy agradecida.

Correo electrónico: jesmarcito_892@hotmail.com
Teléfono celular: 0980186132

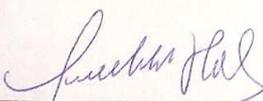
Agradezco por la atención brindada.

Atentamente,


Maday Santamaría Bohórquez
C.I. 0923416895



Recibido:


Cristóbal Flores Cantos
C.I. 0903917516
Administrador del Parque Acuático

ANEXO C



UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL
ESPECIALIZACIÓN: TURISMO Y HOTELERÍA
FICHA DE OBSERVACION

TEMA:
SUBTEMA:
LUGAR:
FUENTE:
FECHA:
DATOS DEL INVESTIGADOR:

Fuente: Elaboracion propia

ANEXO D



UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL
CARRERA: TURISMO Y HOTELERÍA
ENCUESTA DIRIGIDA A LOS VISITANTES DE LA LAGUNA ARTIFICIAL SAUCES VI

Objetivo: “Analizar la satisfacción del visitante a la laguna artificial Sauces VI para estrategias de mejoras”

INSTRUCCIONES

Lea de forma detenida cada una de las interrogantes y seleccione la respuesta correcta, Marcando con una X en el casillero que corresponda al número de su elección.

M_____ F _____

¿Es la primera vez que visita la Laguna artificial de Sauces VI?

Si		No	
----	--	----	--

¿A través de qué medios se ha enterado de la existencia de la Laguna artificial Sauces VI? _____

¿Con quién realiza la visita a la Laguna artificial Sauces VI?

Familia		Amigos		Solo		Otros	
---------	--	--------	--	------	--	-------	--

¿Qué lo motivó a visitar la Laguna artificial Sauces VI?

Deporte		Salud		Ocio / Recreación		Otros	
---------	--	-------	--	-------------------	--	-------	--

¿Cree que el lugar cumple con todas sus expectativas?

Totalmente de acuerdo		De Acuerdo		Neutro		En desacuerdo		Totalmente en desacuerdo
-----------------------	--	------------	--	--------	--	---------------	--	--------------------------

¿Cómo califica la experiencia en la Laguna artificial Sauces VI?

DESCRIPCION	Malo	Regular	Bueno	Excelente
Área de esparcimiento				
Atención del personal				
Atención en el bar				
Zonas de descanso y espera				
Túnel de aseo				
Señalización del lugar				
Laguna				
Baños				
Duchas				

¿Del 1 al 5 Siendo el 1 la puntuación más baja y el 5 la más alta como califica el servicio brindado en la Laguna artificial Sauces VI?

1		2		3		4		5	
---	--	---	--	---	--	---	--	---	--

¿Recomendaría a otras personas visitar la Laguna artificial Sauces VI?

Si		No		Tal vez		No contesta	
----	--	----	--	---------	--	-------------	--

Del 1 al 5 (donde 1 = no es importante y 5 = muy importante) ¿Qué tan importante considera que se debe implementar otros servicios o mejorar los existentes en la Laguna artificial Sauces VI?

DESCRIPCIÓN	1	2	3	4	5
Venta y alquiler de Traje de Baño					
Implementar casilleros					
Venta de utensilios de Aseo (shampoo, jabón, etc.)					
Instrucciones al bañistas antes de ingresar a la laguna					
Otros					

ANEXO E

Imágenes del día de la encuesta.



Figura 32: Realizando las encuestas a los usuarios.



Figura 33: Encuestando al bañista.



Figura 34: Realizando encuestas.