

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI



FACULTAD DE INDUSTRIAS AGROPECUARIAS Y CIENCIAS AMBIENTALES

CARRERA DE TURISMO

Tema: “La calidad del servicio del transporte público y la satisfacción del turista en la provincia del Carchi”

Trabajo de Integración Curricular previo a la obtención del
título de Licenciados en Turismo

AUTORES: Chugá Taimal Fausto Armando
Masabanda Díaz Marcela Odalis
TUTORA: Ing. Bolaños Tobar Dennys A, MSc.

Tulcán, 2024.

CERTIFICADO DEL TUTOR

Certifico que los estudiantes Chugá Taimal Fausto Armando y Masabanda Díaz Marcela Odalis con el número de cédula 040197104-9 y 045009254-9 respectivamente han desarrollado el Trabajo de integración Curricular: “La calidad del servicio del transporte público y la satisfacción del turista en la provincia del Carchi”

Este trabajo se sujeta a las normas y metodología dispuesta en el Reglamento de la Unidad de Integración Curricular, Titulación e Incorporación de la UPEC, por lo tanto, autorizo la presentación de la sustentación para la calificación respectiva.

Ing. Bolaños Tobar Dennys A, MSc.

TUTOR

Tulcán, julio de 2024

AUTORÍA DEL TRABAJO

El presente Trabajo de Integración Curricular constituye un requisito previo para la obtención de título en Licenciados en la Carrera de turismo de la Facultad de Industrias Agropecuarias y Ciencias Ambientales

Nosotros, Chugá Taimal Fausto Armando y Masabanda Días Marcela Odalis con cédula de identidad número 040197104-9 y 045009254-9 respectivamente declaramos que la investigación es absolutamente original, personal y los resultados y conclusiones a los que he llegado es de nuestra responsabilidad.



Chugá Taimal Fausto Armando

AUTOR



Masabanda Días Marcela Odalis

AUTORA

Tulcán, julio de 2024

ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR

Nosotros, Chugá Taimal Fausto Armando y Masabanda Díaz Marcela Odalis declaramos ser autores de los criterios emitidos en el Trabajo de Integración Curricular: “La calidad del servicio del transporte público y la satisfacción del turista en la provincia del Carchi” y se exime expresamente a la Universidad Politécnica Estatal del Carchi y a sus representantes posibles reclamos o acciones legales.



Chugá Taimal Fausto Armando

AUTOR



Masabanda Díaz Marcela Odalis

AUTORA

Tulcán, julio de 2024

AGRADECIMIENTO

Con gratitud agradezco a todos quienes han sido mis faros en el camino del conocimiento a mi familia, por su inquebrantable apoyo y amor incondicional; a mis amigos, por ser mi refugio en los momentos de agobio; y a mis profesores, cuyas enseñanzas han encendido la chispa de la pasión por la investigación dentro de la carrera. Este trabajo es un reflejo del esfuerzo conjunto y del cariño recibido. A cada uno de ustedes, les dedico este logro con profundo agradecimiento y reconocimiento por haber sido una parte esencial de este viaje.

Fausto Armando Chugá Taimal

Agradezco a Dios, por tenerme con salud durante todo el trayecto de mi vida, también quiero agradecer a mi familia que han sido fundamentales para mi preparación académica, profesional y personal, asimismo agradecer a mis profesores que con su guianza supieron formarme para ser una profesional con responsabilidad, ética y amor a mi carrera, finalmente agradezco a todas las personas quienes me vieron crecer durante mis prácticas académicas y a quienes me permitieron realizar esta investigación.

Marcela Odalis Masabanda Díaz

De manera especial queremos agradecer a nuestro tutor de tesis el MSc. Dennys Bolaños, quien con su conocimiento, paciencia y dedicación ha sido fundamental para la culminación de este proyecto, gracias por su guía, apoyo incondicional y por compartir su vasto conocimiento con nosotros a lo largo de este proceso, sin su orientación y paciencia, este trabajo no hubiera sido posible.

Armando y Marcela

DEDICATORIA

Con gratitud y perseverancia, dedico este trabajo de investigación a quienes han sido mis faros en el camino del conocimiento. A mis padres, Fausto y Teresa, por su amor incondicional, su sabiduría y su inquebrantable apoyo a lo largo de cada etapa de mi vida. Ustedes han sido la fuerza y el pilar fundamental que me ha permitido alcanzar mis sueños. A mis abuelos, María y Germán, por sus enseñanzas, su cariño y por ser una fuente constante de inspiración. Sus historias y valores han dejado una huella imborrable en mi corazón y en mi formación. Con todo mi amor y gratitud, les dedico este logro.

Fausto Armando Chugá Taimal

Dedico este trabajo de investigación a quienes han sido los pilares en mi formación personal y académica: A mis padres, Marcelo Masabanda y María Díaz, quienes me han brindado su amor incondicional, apoyo constante y sacrificio a lo largo de mi vida. Gracias por creer en mí y por inspirarme a alcanzar mis metas. A mis profesores, quienes me han guiado con sabiduría y han compartido su conocimiento con generosidad. También a la Universidad Politécnica Estatal del Carchi por proporcionarme los recursos y la infraestructura necesarios para llevar a cabo esta investigación. Gracias a todos por ser parte de este importante capítulo de mi vida. Esta tesis es el resultado de un esfuerzo conjunto y de un compromiso compartido hacia la excelencia académica.

Odalís Marcela Masabanda Díaz

ÍNDICE

RESUMEN	12
ABSTRACT	13
INTRODUCCIÓN	14
I. EL PROBLEMA	16
1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	16
1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	17
1.3. JUSTIFICACIÓN	17
1.4. OBJETIVOS Y PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN	18
1.4.1. Objetivo General.....	18
1.4.2. Objetivos Específicos	18
1.4.3. Preguntas de Investigación	18
II. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA	19
2.1. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN	19
2.2. MARCO TEÓRICO	21
2.2.1. Calidad del Servicio	21
2.2.1.1. ¿Qué es la Calidad?	21
2.2.1.1.1. Importancia de la calidad.....	22
2.2.1.2. ¿Qué es el servicio?	22
2.2.1.2.1. La calidad del servicio	23
2.2.1.2.2. Formas de un buen servicio de calidad	23
2.2.1.2.3. Dimensiones de la calidad de servicio	23
2.2.1.2.4. Medición de la calidad por el método SERVPERF.....	24
2.2.2. Satisfacción del turista	25
2.2.2.1. Niveles de satisfacción.....	26
2.2.2.2. Métodos para medir la satisfacción del cliente	26

2.2.3. Transporte público	28
2.2.3.1. ¿Qué es cooperativa de transporte?	28
2.2.3.2. El transporte público terrestre en el Ecuador	29
2.2.3.3. Transporte público en el Carchi	29
III. METODOLOGÍA.....	31
3.1. ENFOQUE METODOLÓGICO	31
3.1.1. Enfoque Cuantitativo	31
3.1.2. Tipo de Investigación	31
3.2. HIPÓTESIS	33
3.3. DEFINICIÓN Y OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES	33
3.4. MÉTODOS UTILIZADOS	35
3.4.1. Métodos	35
3.4.2. Técnicas	36
3.5. ANÁLISIS ESTADÍSTICO	36
IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....	39
4.1. RESULTADOS	39
4.2. DISCUSIÓN	58
V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	61
5.1. CONCLUSIONES	61
5.2. RECOMENDACIONES	62
VI. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	63
VII. ANEXOS	67

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Modelo SERVPERF en base al modelo SERVQUAL.....	24
Tabla 2. Transporte público a nivel cantonal de la provincia del Carchi	29
Tabla 3. Definición y Operacionalización de variables.....	34
Tabla 4. Correlación de variables en escala de Likert	38
Tabla 5. Comprobación de hipótesis d de Somers	38
Tabla 6. Calidad del servicio de transporte público del Carchi.....	40
Tabla 7. Calidad del servicio por cooperativa de transporte	41
Tabla 8. Nivel de satisfacción del turista respecto a la calidad percibida.....	45
Tabla 9. Satisfacción del turista por cooperativa de transporte	46
Tabla 10. Dimensión Tangibilidad	49
Tabla 11. Dimensión Fiabilidad	50
Tabla 12. Dimensión Capacidad de Respuesta.....	51
Tabla 13. Dimensión Seguridad	52
Tabla 14. Dimensión Empatía	53
Tabla 15. Correlación de variables.....	54
Tabla 16. Porcentaje de encuestados por cooperativa de transporte	56
Tabla 17. Levantamiento de información del transporte del Carchi.....	79

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Calidad del servicio de transporte público del Carchi.....	40
Figura 2. Nivel de satisfacción del turista respecto a la calidad percibida.....	45
Figura 3. Dimensión Tangibilidad	50
Figura 4. Dimensión Fiabilidad	51
Figura 5. Dimensión Capacidad de Respuesta.....	52
Figura 6. Dimensión Seguridad	53

Figura 7. Dimensión Empatía.....	54
Figura 8. Correlación de variables	55
Figura 9. Datos socio-demográficos	56
Figura 10. Recolección de información en	76
Figura 11. Recolección de información en	76
Figura 12. Recolección de información en	77
Figura 13. Recolección de información en	77
Figura 14. Recolección de información en	77
Figura 15. Recolección de información en	78
Figura 16. Recolección de información	78
Figura 17. Recolección de información	78
Figura 18. Levantamiento de información Tulcán	80
Figura 19. Levantamiento de información, atractivo Tufiño cantón Tulcán	80
Figura 20. Levantamiento de información Julio Andrade	81
Figura 21. Levantamiento de información San Pedro de Huaca	81
Figura 22. Levantamiento de Información Montúfar	82
Figura 23. Levantamiento de Información Bolívar	82
Figura 24. Levantamiento de Información Espejo	83
Figura 25. Levantamiento de Información Espejo, Parroquia la Libertad	83
Figura 26. Levantamiento de Información Espejo, Parroquia la Libertad Atractivos Reserva Ecológica y Lagunas del Salado	84
Figura 27. Levantamiento de Información Mira	84
Figura 28. Evidencia de resultados.....	85

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1. Acta de la sustentación de Predefensa del TIC	67
Anexo 2. Certificado del abstract por parte de idiomas.....	69
Anexo 3. Instrumentos	71
Anexo 4. Evidencias de la recolección de información	76
Anexo 5. Marco de lista de las unidades de transporte y distribución de encuestas aplicadas	79
Anexo 6. Marco de área “Diseño de mapas de referenciación de la localización de turistas y de unidades de transporte”	80
Anexo 7. Evidencias de resultados	85

RESUMEN

El objetivo general de la investigación fue analizar la calidad del servicio del transporte público y la satisfacción del turista en la provincia del Carchi con la finalidad de dar correlación a las dos variables. Para realizar la recolección de datos se utilizaron encuestas en las que se utilizó el método SERVPERF con la escala de medición de Likert. Estos instrumentos se aplicaron a los distintos turistas que hacían uso de las unidades de transporte de los diferentes cantones de la provincia los cuales estaban divididos por Taxis, Camionetas y Buses. Para la tabulación de los datos se utilizó el programa estadístico SPSS y Excel. Los resultados obtenidos muestran que la satisfacción percibida por los turistas en términos de la calidad dentro del servicio del transporte público es positiva. Se observó que para las dimensiones evaluadas mediante el método SERVPERF, tangibilidad, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía, la fiabilidad es la dimensión con mejor puntuación con un rango de calidad de 3.81 y una satisfacción de 3.82. De igual forma, la dimensión con menos valoración es la de tangibilidad con una calificación de 3.44 tanto en calidad como en satisfacción determinando que hay inconsistencias que se pueden mejorar dentro de la parte física del servicio. Finalmente, para medir la relación entre las dos variables se utilizó el coeficiente de correlación d de Somers, el cual produjo un valor crítico de .000 (sig aproximada < 0.05). Este resultado indica que se rechazó la hipótesis nula del caso de estudio, estableciendo que, con un 95% de nivel de confianza, existe una relación entre la calidad del servicio y la satisfacción del turista. Además, el valor del coeficiente es positivo lo que indica que a mayor calidad del servicio mayor es la satisfacción del usuario.

Palabras Claves: Calidad del servicio, satisfacción del turistas, transporte público del Carchi.

ABSTRACT

The general objective of the research was to analyze the quality of public transportation service and tourist satisfaction in the province of Carchi in order to correlate the two variables. For data collection, surveys were used employing the SERVPERF method with the Likert scale for measurement. These instruments were applied to various tourists using transportation units in different cantons of the province, which were divided into Taxis, Pickup Trucks, and Buses. For data tabulation, the statistical programs SPSS and Excel were used. The results obtained show that the perceived satisfaction of tourists in terms of the quality of public transportation service is positive. It was observed that for the dimensions evaluated using the SERVPERF method—tangibility, reliability, responsiveness, assurance, and empathy—reliability is the highest-scoring dimension with a quality range of 3.81 and a satisfaction of 3.82. Similarly, the lowest-rated dimension is tangibility, with a rating of 3.44 in both quality and satisfaction, indicating that there are inconsistencies that can be improved in the physical aspect of the service. The results show that satisfaction is equal to the perceived quality measured on the Likert scale. Finally, to measure the relationship between the two variables, Somers' D correlation coefficient was used, which produced a critical value of 0.000 (approximate significance < 0.05). This result indicates that the null hypothesis of the case study is rejected, establishing that, with a 95% confidence level, there is a relationship between service quality and tourist satisfaction. Additionally, the coefficient value is positive, indicating that higher service quality leads to higher user satisfaction.

Keywords: Quality of service, tourist satisfaction, public transportation in Carchi.

INTRODUCCIÓN

La calidad del servicio en el transporte público es un factor de suma importancia en el contexto del turismo. Verdugo y Rodríguez (2019) refieren la importancia del transporte para desplazarse a diario y argumentaron que es fundamental que este servicio cumpla con las necesidades de quienes lo utilizan. Dado esto, el transporte desempeña un papel crucial en la satisfacción de los visitantes y, por ende, el mejoramiento de la industria turística, así como puede influir significativamente en la experiencia de los turistas y, en última instancia, en su decisión de regresar o recomendar el lugar de visita a otros viajeros. En cuanto a la medición de la calidad del servicio de transporte, el método SERVPERF ayudó a evaluar las cinco dimensiones de Tangibilidad, Fiabilidad, Capacidad de Respuesta, Seguridad y Empatía, permitiendo conocer la satisfacción del turista en cuanto a la calidad percibida.

La investigación se encuentra estructurada en siete capítulos, estructurados de la siguiente forma:

El capítulo I, describe la problemática sobre la incidencia que tiene la calidad de servicio del transporte público en la satisfacción del turista al momento de adquirirlo, en la justificación se describe la importancia del presente estudio, beneficiarios de la investigación (los gerentes de las cooperativas de transporte, turistas que adquieren el servicio, el Grupo de Investigación Desarrollo Turístico Sostenible "GIDETURS" y la academia), así también se establecen objetivos medibles de suma importancia.

El capítulo II, muestra la fundamentación teórica, donde, se menciona investigaciones relevantes para el desarrollo del presente trabajo. Posteriormente se presenta el marco teórico, en primer lugar, toda la información referente a la variable independiente "calidad del servicio" y variable dependiente "satisfacción del turista", información referente al transporte público enfatizando las unidades de transporte público en la provincia del Carchi.

EL capítulo III, menciona la metodología de la investigación. Se manejó un enfoque cuantitativo por el empleo de datos numéricos, para un uso estadístico, se planteó el tipo de investigación, en este caso de forma descriptiva, ya que se detalla el estudio de forma correlacional en las variables y se consideró el cálculo muestral, el mismo que permitió la aplicación de sus respectivas técnicas e instrumentos, obteniendo

información sobre la calidad del transporte y la incidencia en la satisfacción de turista.

El capítulo IV detalla los resultados de la investigación, dando respuesta a los objetivos planteados.

El capítulo V muestra las conclusiones y recomendaciones que se establecen de acuerdo al análisis de información proporcionada por medio de la aplicación de encuestas establecidas hacia los turistas que hacen uso del servicio de transporte público de la provincia del Carchi.

En el capítulo VI, se presenta las referencias bibliográficas de páginas web, artículos científicos, trabajos de tesis, libros e información indispensable para complementar este tema de investigación.

Finalmente, el VII capítulo presenta anexos que sirven como evidencia para el proceso de investigación, en este se muestra el instrumento, imágenes respecto al levantamiento de información, mapas cartográficos para el muestreo denominado marco de área, evidencia de la obtención de datos y tabulación de resultados.

I. EL PROBLEMA

1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

En Ecuador, el sector del transporte público es una fuente crucial de empleo y desarrollo económico, siendo primordial para el crecimiento del país y sus diferentes regiones, es esencial ya que facilita la movilidad de los ciudadanos y contribuye significativamente a mejorar la economía nacional y el sector turístico. Contando con 24 provincias, cada una con sus diferentes necesidades y características, el sistema de transporte público ha sido fundamental para el desarrollo y la integración regional.

Según Salcedo et al, (2019) el sector del transporte público en Ecuador enfrenta serios problemas como el exceso de pasajeros, la falta de unidades, el maltrato por parte de conductores y auxiliares, largos viajes, vehículos viejos, contaminación ambiental, exceso de velocidad y asaltos en buses. Estos problemas afectan tanto a los usuarios locales como a los turistas, perjudicando su experiencia y seguridad, hacia el lugar a visitar, la confusión e incluso el desinterés. De acuerdo con Guadir (2014) el gobierno se compromete a asegurar que el servicio de transporte público cumpla con estándares de seguridad, eficiencia, responsabilidad, acceso universal, continuidad y calidad, manteniendo tarifas equitativas desde un punto de vista social. Es así, que pretende dar aclaración a algunas de las problemáticas como: los retrasos hacia el lugar del destino, carencia de comodidad del vehículo, y la ausencia de información al prestar el servicio, donde esta debe ser clara y precisa.

En la provincia del Carchi, de la región sierra del Ecuador, el transporte público es una prioridad para la vida cotidiana de las personas. Según Suquillo, Villa, Cevallos y Atiencia (2018), es fundamental para la movilidad diaria, la industria turística, la generación económica, la formación educativa y diversas actividades relacionadas. Sin embargo, los turistas a menudo enfrentan un servicio de transporte que no siempre es de calidad, eficaz, rápido ni seguro. La provincia del Carchi cuenta con atractivos turísticos que llaman el interés de los turistas nacionales y extranjeros, por ello el transporte público juega un papel crucial en la conectividad y la movilidad de sus habitantes y visitantes. Con una economía agrícola distintiva en el norte de Ecuador,

la infraestructura de transporte enfrenta desafíos significativos para ofrecer servicios eficientes, accesibles y de calidad.

1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿Cómo la calidad del servicio en el transporte público incide en la satisfacción del turista en la provincia del Carchi en el año 2023?

1.3. JUSTIFICACIÓN

La calidad del servicio en el transporte público es esencial para la satisfacción del turista, puesto que influye en su experiencia dentro de la movilidad y percepción de una zona turística. Contribuir en mejoras y el mantenimiento de este servicio es crucial para atraer y retener a los visitantes, beneficiando tanto a la economía local como a la reputación turística de la región. Según Blas y Cabrera (2018) la calidad de los servicios y la satisfacción del usuario están íntimamente relacionados, predice de mejor manera el nivel de satisfacción de los clientes, lo cual permite comprobar la relación entre las dos variables de estudio.

La calidad del servicio es la implantación de buenas formas de desempeñar y cumplir con lo ofertado, y tiene como objetivo alcanzar la excelencia en cada una de las etapas del servicio. Para la calidad se tomará en cuenta las cinco dimensiones de acuerdo al modelo SERVPERF (Tangibilidad, Fiabilidad, Capacidad de Respuesta, Seguridad y Empatía) las cuales abarcan ítems esenciales que los clientes perciben, desarrollar un servicio genera experiencias y si la experiencia durante el servicio es positiva se obtendrá clientes leales y por ende una buena recomendación.

La satisfacción es la repercusión de la calidad percibida, es decir si se realiza un correcto servicio, las empresas puede aumentar sus beneficios (mayor cantidad de clientes, retención de clientes, y mayor rentabilidad), en ese caso se evalúa la satisfacción de acuerdo a las dimensiones de calidad obteniendo resultados claros y precisos.

Finalmente, los beneficiarios directos e indirectos serán los gerentes de las cooperativas de transporte, turistas que adquieren el servicio, el Grupo de Investigación Desarrollo Turístico Sostenible "GIDETURS" y la academia. De la misma manera es importante resaltar que esta investigación será de gran aporte y útil para futuros investigadores. Los resultados obtenidos permitirán la creación de modelos de

mejoras en cuanto a los aspectos de la calidad del servicio en el transporte público del Carchi para satisfacer las necesidades del turista y contribuir con mejoras económicas, puesto que entre mejor sea la satisfacción al adquirir el servicio de transporte mejor serán las recomendaciones del servicio y se atraerá más turistas.

1.4. OBJETIVOS Y PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN

1.4.1. Objetivo General

Analizar la calidad del servicio en el transporte público y la satisfacción del turista en la provincia del Carchi.

1.4.2. Objetivos Específicos

- Investigar bibliográficamente la calidad del servicio de transporte y la satisfacción del turista.
- Diagnosticar la calidad del servicio en el transporte público en la provincia del Carchi.
- Determinar la satisfacción del turista con respecto a lo percibido en la calidad del servicio en el transporte público de la provincia del Carchi.
- Establecer la incidencia de la calidad del servicio del transporte público en la satisfacción del turista en la provincia del Carchi.

1.4.3. Preguntas de Investigación

- ¿A qué hace referencia la calidad del servicio y la satisfacción del turista?
- ¿Cuál es la situación actual de la calidad del servicio en el transporte público en la provincia del Carchi?
- ¿Cuál es el nivel de satisfacción del turista con respecto a lo percibido en la calidad del servicio del transporte público en la provincia del Carchi?
- ¿Cuál es la incidencia de la calidad del servicio del transporte público en la satisfacción del turista en la provincia del Carchi?

II. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

2.1. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN

Para la presente investigación se seleccionaron antecedentes que contribuyeron significativamente al tema de estudio, con énfasis en las dos variables "calidad de servicio" y "satisfacción del turista". Se recabó información teórica de los siguientes autores, los cuales fueron seleccionados por el gran aporte a la investigación:

Espínola (2020) en su investigación sobre la aplicación del modelo SERVPERF en la empresa de Transporte Público Urbano Libertad S.A., menciona que el objetivo fue determinar el nivel de percepción de los pasajeros sobre la calidad del servicio con el uso de modelo SERVPERF, además el enfoque metodológico empleado en la investigación es no experimental, utilizando un diseño transeccional y orientado hacia el análisis cuantitativo. Como instrumento se aplica una encuesta con dimensiones SERVPERF (Elementos tangibles, Fiabilidad, Capacidad de respuesta, Seguridad, Empatía) con medición según la escala tipo Likert y uso de Alfa de Cronbach de 0.948 para medir la eficiencia de la calidad del servicio. La muestra fue con fórmula infinita de forma probabilística, con total de 100 pasajeros que son usuarios del servicio. Como resultados el 39% de los usuarios perciben el servicio como eficiente, el 36% lo considera regular y el 25% lo cataloga como deficiente. Cabe mencionar que los datos estadísticos fueron analizados individualmente por dimensión y se representó en gráfica de barras. El aporte de Espínola al presente estudio fueron las dimensiones calidad de un servicio prestado mediante una escala de medición de Likert, además la base de preguntas para la construcción del instrumento de investigación y la forma de tabulación de resultados por dimensión consiguiendo que los resultados sean fáciles de comprender.

Paredes et al. (2019) con su tema de investigación sobre la calidad dentro del transporte y la satisfacción del usuario propuso como objetivo el analizar un servicio público de transporte urbano mencionando los requerimientos de las personas que adquieren el servicio tomando en cuenta requerimientos, implementación de nuevas tecnologías y competencias legales que se requiere para respaldar a la empresa y al cliente. El enfoque de investigación que utilizó fue cuantitativo transversal, de tipo

exploratorio, además enfatizó una investigación descriptivo y causal. Además, se aplicó un instrumento de recolección de información (encuesta) donde se empleó un cuestionario que contiene preguntas cerradas, abiertas, y una escala de medición de Likert para identificar los niveles de satisfacción frente a la calidad del servicio. Presenta una muestra de estudio aleatorio simple, donde se elige a un grupo de 205 individuos de entre los 53.558 habitantes que conforman la población urbana de Tulcán. Los datos recopilados a través de esta encuesta se utilizaron como fundamento para futuras investigaciones relacionadas con la solución de las opiniones y recomendaciones de los usuarios en cuanto al servicio de autobuses urbanos en la ciudad de Tulcán. El estudio aportó a la investigación en cuanto al uso de la escala de medición de Likert, la cual diagnosticó los niveles de satisfacción respecto a la calidad del servicio percibido.

Blas y Cabrera (2018) en su investigación sobre la aplicación del modelo SERVPERF para medir la calidad de servicio en una empresa de transporte público plantean como objetivo medir la calidad para mejorar la calidad del servicio en el transporte del Norte de Lima, Perú. El tipo de investigación que desarrollaron fue de tipo no experimental y, se elaboró el instrumento en base a las 5 dimensiones de calidad (Tangibilidad, Fiabilidad, Capacidad de respuesta, Seguridad y Empatía) cada una con escala de medición de Likert. El cuestionario de preguntas fue aplicado a 384 usuarios que usan el transporte y los resultados fueron comprobados a través de Alfa de Cronbach conociendo la fiabilidad de 0.918 respecto a la calidad. Como conclusión obtuvieron que las dimensiones son deficientes por lo que los autores del trabajo elaboran recomendaciones para que las empresas de transporte puedan mejorar el estado de la calidad del servicio. Este estudio aportó en cuanto al conocimiento del modelo SERVPERF y las dimensiones más aptas para aplicar, así se pudo obtener resultados de forma clara y precisa.

Rojas (2018) en su investigación sobre la satisfacción del turista extranjero y la calidad del servicio de transporte público terrestre a Tiwanaku y Copacabana, definió como objetivo establecer el nivel de la calidad en el transporte público terrestre y la satisfacción turistas que adquirieron el servicio en dicha localidad. La metodología utilizó el tipo de investigación descriptiva y bibliográfica, diseño el instrumento como encuestas bajo un enfoque cuantitativo y entrevistas con enfoque cualitativo, el cuestionario utilizado en la encuesta está conformado por preguntas cerradas con base en las dimensiones correspondientes. Para la muestra el autor aplicó 117

20

encuestas con el fin de obtener respuestas fijas, y aplicó la descripción analítica para interpretación de datos que fueron mostrados mediante gráficos circulares y barras, las cuales demuestran los resultados afirmativos de la hipótesis trazada. Esta investigación aportó desde la información teórica de las variables de investigación, procesos en la obtención de información, elaboración y tabulación de resultados de forma clara y sencilla, además de comprender la relación del transporte público en el turismo.

Morillo y Morillo (2016) en su investigación acerca de la satisfacción del usuario y calidad del servicio propusieron como objetivo establecer la relación entre las ambas variables en servicios de alojamiento turístico. En ese caso de estudio se utilizó un diseño de investigación no experimental y de campo y de tipo analítico. Además, manejaron un muestreo aleatorio simple estratificado en Mérida, aplicaron un instrumento a 400 y 397 personas en temporada alta y baja, con base en los indicadores de calidad con escala de Likert estrechamente relacionadas y, lo mostraron en una Tabla de resultados. Para medir la relación de las variables utilizaron los coeficientes d de Somers, Tau-b de Kendall y Gamma, en lo cual indican que el valor crítico de los coeficientes es de (sig aproximada < 0.05), rechazando la hipótesis nula de la prueba y aceptando la relación de dependencia entre el nivel de satisfacción del usuario y la calidad del servicio con 95% de nivel confianza. El aporte del estudio a la presente investigación fue la medición y relación de variables en escala de Likert según la teoría, y la correlación d de Somers en el programa SPSS para identificar si las variables de estudio se relacionan, lo que contribuyó a dar aclaración a las hipótesis planteadas.

2.2. MARCO TEÓRICO

En esta sección se muestra de forma explicativa la información bibliográfica en cuanto a las dos variables calidad en servicio de transporte y la satisfacción del turista.

2.2.1. Calidad del Servicio

2.2.1.1. ¿Qué es la Calidad?

Es una de las medidas en la que un producto, servicio o proceso cumple con las expectativas o requisitos establecidos por los usuarios al momento de adquirirlo.

Caracterizada con el cumplimiento de las necesidades o requerimientos que la persona obtenga de un determinado producto de alguna organización, la calidad no tiene un costo, sino que es todo lo contrario, puesto que al tener calidad en los diversos productos significa que hay menos reprocesos y productos defectuosos, con el cual se logra obtener una mayor aceptación con respecto al cliente sobre el producto adquirido y así una mayor rentabilidad. (Martínez, 2018, p.19)

Se toma como calidad dentro de un servicio a la aprobación percibida en el cliente puesto que esta no se presenta con normas ya concretas, sino que se adapta a las especificaciones de los clientes. (David et al.) refiere que "La calidad en el servicio no es conformidad con las especificaciones sino más bien conformidad con las especificaciones de los clientes" (p.1). La calidad se concreta como una realidad más tangible ante la aprobación de un deseo de satisfacción.

2.2.1.1.1. Importancia de la calidad

De acuerdo con Carro y González (2020, como se citó en Martínez, 2018) indican que los 4 puntos importantes de la importancia de calidad son:

- Obtener un mayor ahorro en los costos y las participaciones dentro del mercado
- Se convierte en una buena opción de los clientes obteniendo prestigio.
- Adquiere una mayor responsabilidad sobre los productos. Reduciendo las implicaciones en gastos que sean de ámbito legal.
- Mayor competitividad a nivel global, en cuanto al cumplimientos de expectativas en calidad y precio.

En este aspecto, la calidad toma importancia al ser un componente fundamental dentro de su gestión ya que, se enfoca en el cliente y su satisfacción con respecto a las diversas necesidades, expectativas o deseos que este tenga, generando una idealización positiva de los servicios ofertados.

2.2.1.2. ¿Qué es el servicio?

Los servicios son actividades identificables e intangibles que constituyen el elemento central de una transacción diseñada para brindar a los clientes satisfacción de deseos o necesidades (Martínez, 2018). También se puede definir como las actividades que ejerce una entidad con el propósito de generar ingresos, empleo y satisfacción de los consumidores.

2.2.1.2.1. La calidad del servicio

La calidad dentro del servicio, se asimila a un producto fabricado, este refleja la satisfacción del cliente, ya que el cliente puede encontrarse en un nivel de insatisfacción extrema o puede encontrarse en un nivel de satisfacción total, reflejándose de este modo la calidad del servicio puesto que este determina el comportamiento del cliente al momento de recibir un servicio óptimo generando la lealtad hacia la marca o empresa. (Ibarra y Casas, 2015).

2.2.1.2.2. Formas de un buen servicio de calidad

Dentro de las formas se puede identificar cinco dimensiones o variantes que determinan la calidad de un servicio. Las cinco variantes engloban diversos elementos internos a la organización que pueden afectar a la prestación del servicio (fiabilidad, tangibilidad y seguridad) y otros que se refieren a la conexión con el cliente externo (empatía, y capacidad de respuesta) Rivera y Modalidad (2019) detallaron las dimensiones del servicio de calidad en los siguientes puntos:

2.2.1.2.3. Dimensiones de la calidad de servicio

Según Zeithaml, Parasuraman, y Berry, (1990) las cinco dimensiones del modelo SERVPERF con base en el SERVQUAL abarcan aspectos clave de la calidad del servicio como son:

2.2.1.2.3.1. Dimensión de Tangibilidad

Señalan que es la apariencia de las instalaciones físicas, equipos, personal y materiales de comunicación. Esta dimensión evalúa la presentación visual y la infraestructura del servicio. Es decir que hace referencia a que en un entorno que se encuentre limpio y bien presentado aumenta la confianza del cliente en la calidad del servicio

2.2.1.2.3.2. Dimensión de Fiabilidad

Indica que mide la capacidad de la empresa para realizar el servicio prometido de manera confiable y precisa. Es decir, la habilidad de entregar el servicio de forma consistente y sin errores.

2.2.1.2.3.3. Dimensión de Capacidad de Respuesta

Esta dimensión considera la disposición y voluntad de los empleados para ayudar a los usuarios y proporcionar un servicio rápido. Es decir que enfatiza la prontitud y la disponibilidad del personal para atender las necesidades de los clientes.

2.2.1.2.3.4. Dimensión de Seguridad

Indica que es evaluada a través del conocimiento y la cortesía de los empleados y su capacidad para inspirar confianza y seguridad en los clientes. Pero también incluye aspectos como la competencia, la cortesía y la credibilidad del personal.

2.2.1.2.3.5 Dimensiones de Empatía

Se refiere a la atención individualizada que la empresa ofrece a sus clientes, mostrando cuidado y comprensión por sus necesidades particulares. Es decir que implica brindar un trato personalizado y considerado hacia cada cliente.

2.2.1.2.4. Medición de la calidad por el método SERVPERF

Como mencionan Rivadeneyra (2019) para medir la calidad del servicio el modelo SERVPERF es elaborado con base al modelo SERVQUAL. Esta herramienta se subdivide en 5 dimensiones (Tangibilidad, Fiabilidad, Capacidad de Respuesta, Seguridad y Empatía) y 22 ítems, con este instrumento se evalúa la calidad percibida del servicio. A continuación, en la Tabla 1 se muestran las dimensiones que abarcan el método SERVPERF.

Tabla 1. Modelo SERVPERF en base al modelo SERVQUAL

Dimensiones	Descripción	Ítems Valorados
Tangibilidad	Relacionado con todo lo físico (presentación de la instalación física, equipos, personal.)	<ul style="list-style-type: none">• Equipamiento de aspecto moderno.• Instalaciones físicas visualmente atractivas.• Apariencia pulcra de los colaboradores.• Elementos tangibles atractivos.
Fiabilidad	La credibilidad que la compañía transmite a sus clientes al cumplir con lo que promete.	<ul style="list-style-type: none">• Cumplimiento de las promesas• Interés en la resolución de problemas• Realizar el servicio a la primera

Capacidad de respuesta	Ser oportuno a las necesidades. (lo percibimos en información brindada y respuesta a inquietudes del pasajero)	<ul style="list-style-type: none"> • Concluir en el plazo prometido • No cometer errores
Seguridad	Características relacionadas con la seguridad y transparencia del producto o servicio ofertado (seguridad, solución de conflictos, preparación del equipo o personal de trabajo).	<ul style="list-style-type: none"> • Colaboradores comunicativos • Colaboradores rápidos • Trabajadores dispuestos a ayudar (atentos) • Trabajadores con capacidad de respuesta
Empatía	Comprender al cliente durante su estancia (garantizando la mejor experiencia con amabilidad o personalización de necesidades)	<ul style="list-style-type: none"> • Trabajadores que transmiten confianza • Clientes seguros con su proveedor • Empleados amables • Colaboradores capacitados
		<ul style="list-style-type: none"> • Atención con prioridad por cliente • Horario adecuado • Atención personalizada de los clientes • Atender y velar por los intereses de los clientes. • Comprensión de las necesidades del pasajero

Fuente: Rivadeneyra (2018)

2.2.2. Satisfacción del turista

La satisfacción es un indicador fundamental que refleja la calidad y el éxito de una empresa. Se alcanza cuando las expectativas del cliente son no solo cumplidas, sino también superadas. Un servicio o producto que logra satisfacer las necesidades y deseos del cliente no solo fortalece la relación existente, sino que también fomenta la lealtad y la recomendación positiva. Según Kotler y Armstrong (2013) la satisfacción del cliente depende del desempeño percibido de un producto y con relación a las expectativas, si la percepción de calidad es inferior a la expectativa da igual a un cliente insatisfecho y al contrario si la percepción percibida es igual o mayor a la expectativa, el cliente estará satisfecho.

La satisfacción no se limita simplemente a la entrega de un producto o servicio, sino que abarca toda la experiencia, desde la interacción inicial hasta el soporte previo a la venta. Las empresas que priorizan la satisfacción del cliente no solo crean clientes satisfechos, sino que también establecen una base sólida para el crecimiento sostenible y la construcción de una reputación positiva en el mercado. Asimismo, para Kim y Richardson (2003) la satisfacción es una percepción que surge después del consumo, desarrollada a través de la comparación mental entre la calidad del producto o servicio y las expectativas previas a su ejecución.

2.2.2.1. Niveles de satisfacción

Según Thompson (como se citó en Rojas, 2018) la satisfacción del usuario se produce luego de realizar adquisición de un producto o servicio, experimentan uno de éstos tres niveles de satisfacción:

- Insatisfacción: Es decir lo percibidos de un servicio o producto que no alcanza satisfacer las expectativas del consumidor.
- Satisfacción: Ocurre cuando lo percibido por un servicio o productos es igual a las expectativas del consumidor.
- Complacencia: Se produce cuando lo percibido supera a las expectativas del consumidor.

2.2.2.2. Métodos para medir la satisfacción del cliente

Según Torres (2020), existen 7 métodos para medir la satisfacción del cliente utilizando la información disponible en el entorno de la empresa para comprender las opiniones de los clientes.

- Fidelización de clientes

La fidelización de clientes es otra variable que puede proporcionar una percepción del nivel de satisfacción del cliente. Este indicador fácilmente mide la satisfacción, ya que la permanencia a lo largo de los años refleja un compromiso continuo con la empresa. En consecuencia, cultivar la lealtad de los clientes se convierte en un elemento clave para construir un negocio a largo plazo sin tener que realizar esfuerzos significativos año tras año para atraer a nuevos clientes o comenzar desde cero.

- Índice de quejas/reclamaciones

El número de quejas o reclamaciones, además de contribuir a la implementación de mejoras continuas en la empresa, se rige como un indicador valioso para identificar

los errores cometidos. Este dato permite tomar medidas correctivas a través de análisis de no conformidades, proporcionando así una evaluación de la satisfacción del cliente después de la resolución.

- Entrevista de salida

Las entrevistas de salida son conversaciones que una empresa lleva a cabo con clientes que han optado por terminar la relación comercial con la misma. A menudo se considera un instrumento utilizado principalmente por grandes corporaciones, dadas las características específicas de la entrevista y las preguntas formuladas a la otra parte.

- Vinculación del cliente con la organización

La satisfacción del cliente también puede evaluarse mediante el nivel de conexión que establece con una empresa. Este vínculo refuerza la relación entre el proveedor y el cliente, y solo se materializa si el cliente ha quedado satisfecho con el producto o servicio proporcionado.

- Situaciones de la relación calidad – satisfacción

En este sentido la relación entre calidad y satisfacción es crucial, ya que una buena calidad tiende a generar una mayor satisfacción en los clientes. Cuando un producto o servicio alcanza altos estándares de calidad, es más probable que los clientes estén satisfechos, por otro lado, si no cumplen con lo que se ofrece evidentemente genera insatisfacción. Según Mar (como se citó en Rojas, 2018)

- Percepción = Expectativa = Cliente satisfecho = Buena calidad. Esto significa que el cliente está satisfecho y, por tanto, en el futuro volverá a consumir el producto o servicio.
- Percepción > Expectativa = Cliente satisfecho = Mala calidad. Lo que significa un posible cliente perdido, además de los clientes potenciales perdidos por el boca a boca.
- Percepción < Expectativa = Cliente muy satisfecho = Cliente fidelizado. Seguramente este cliente volverá a consumir el producto o servicio y además se lo recomendará a todos sus conocidos.

Los métodos que se enfatizan a continuación se utilizaron en la presente investigación

- Encuesta de satisfacción

La encuesta de satisfacción es el método más tradicional y comúnmente empleado para comprender las opiniones de los clientes sobre nuestra organización. Sin embargo, en la actualidad, este método está tan solicitado y mal utilizado que en la mayoría de las ocasiones se enfrenta una tasa de respuesta muy baja y las respuestas obtenidas no son siempre sinceras.

- Relación entre calidad y satisfacción

Como se mencionó previamente, el objetivo de la calidad es garantizar la satisfacción del cliente. En la actualidad, los clientes buscan cada vez más un enfoque personalizado y, especialmente, un servicio de alta calidad. Cuando un cliente queda satisfecho, tiende a elogiar las cualidades positivas del servicio a través del boca a boca. Por otro lado, si un cliente se va insatisfecho, existe el riesgo no solo de perderlo, sino también de que comparta su insatisfacción con otras personas, lo que podría resultar en la pérdida de posibles clientes.

Cuando un cliente decide utilizar los servicios de una empresa, espera que sus necesidades sean atendidas y que, de alguna manera, se superen sus expectativas, que se han ido formando desde el momento en que optó por contratar dicho servicio.

2.2.3. Transporte público

El transporte público desempeña un papel fundamental en asegurar la accesibilidad de las personas a las oportunidades que brinda la ciudad. A diferencia de otros modos de transporte, como el automóvil, este impone la carga financiera más liviana a los usuarios, convirtiéndose así en el medio que más descomercializa la movilidad. (Hernández, 2017). Ofrece transportación de forma accesible en una ciudad o un país y que por cualquier motivo personal se garantiza la seguridad del viajero.

2.2.3.1. ¿Qué es cooperativa de transporte?

Una cooperativa de transporte es una organización empresarial formada por un grupo de personas que se asocian para prestar servicios de transporte, tales como autobuses, taxis o camiones, con el fin de satisfacer sus necesidades comunes y mejorar sus condiciones económicas y sociales. Estas cooperativas son gestionadas democráticamente por sus miembros, quienes participan en la toma de decisiones y comparten los beneficios generados por la cooperativa (RAE, 2017).

2.2.3.2. El transporte público terrestre en el Ecuador

Para Fernández de Córdoba (2017), en Ecuador, el transporte público de pasajeros es ampliamente utilizado para los desplazamientos interurbanos. La disposición de las rutas, los núcleos urbanos que interconectan y las frecuencias de los servicios permiten identificar las principales relaciones funcionales que ocurren en el territorio. En ausencia de otros indicadores expresivos de estas relaciones, se convierte en una fuente crucial para entender el funcionamiento de los sistemas urbanos.

2.2.3.3. Transporte público en el Carchi

El transporte público de la provincia del Carchi es indispensable para la movilidad del usuario, la Tabla 2 muestra el número de cooperativas de transportes propias de la provincia del Carchi.

Tabla 2. Transporte público a nivel cantonal de la provincia del Carchi

Cantón	Tipo de unidad de transporte	Total de unidades de transporte 2023	Nombre de la cooperativa de transporte	Destinos
Mira	Taxi	21	Chontahuasi S.A.	Mira y demás ciudades
Mira	Camionetas	18	Virgen de la Caridad	Mira y demás ciudades
Mira	Bus	14	Cooperativa de Transportes de pasajeros en Buses Mira	Quito
Espejo	Taxi	33	Ciudad de El Ángel	El Ángel y demás ciudades.
Espejo	Camionetas	14	La Libertad	La Libertad, Ingueza, Eloy Alfaro, Santa Teresita.
Espejo	Bus	28	Cooperativa de transportes Espejo	Ibarra, Quito, San Lorenzo.
Bolívar	Taxi	12	Taxibocarchi	Bolívar, San Gabriel, etc.
Bolívar	Camionetas	14	Martín Puntal S.A	
Bolívar	Camionetas	17	3 de Noviembre S.A	
Montúfar	Taxi	25	Colón No. 10	San Gabriel y demás ciudades.
Montúfar	Taxi	15	27 de Septiembre	San Gabriel y demás ciudades.
Montúfar	Camionetas	29	8 de Mayo	San Gabriel y demás ciudades.
Montúfar	Camionetas	35	Procerato del trabajo	San Gabriel y demás ciudades.

Cantón	Tipo de unidad de transporte	Total de unidades de transporte 2023	Nombre de la cooperativa de transporte	Destinos
Montúfar	Bus	53	Cristóbal Colón	Huaca, Julio Andrade, Tulcán y poblados aledaños.
San Pedro de Huaca	Taxi	25	Ciudad de Huaca S.A.	Tulcán
San Pedro de Huaca	Camionetas	13	Transdelnorte S.A.	
San Pedro de Huaca	Camionetas	9	TransPurita S.A.	
Tulcán	Taxi		Los Pupos	Tulcán y demás ciudades
Tulcán	Taxi	80	Rápido nacional	
Tulcán	Taxi	80	Atahualpa	
Tulcán-Julio Andrade	Taxi	28	Super taxis Julio Andrade	Julio Andrade – Tulcán.
Tulcán-Julio Andrade	Camionetas	20	Selicaf	Julio Andrade-Huaca-Tulcán
Tulcán	Camioneta	8	Chapuel Tulcán	
Tulcán	Camioneta	28	Tufiño Tulcán	
Tulcán	Bus		Transdoramald S.A.	Maldonado, El Chical.
Tulcán	Bus		Cacique Tulcanaza	Tulcán y demás ciudades
Tulcán	Bus		Frontera Norte	Tulcán Urbano
Tulcán	Bus		Transportes Carchi	
Tulcán	Bus		Huaca Julio Andrade	Huaca, Julio Andrade.
Tulcán	Bus		21 de abril	

Fuente: Tránsito y transporte terrestre de la provincia del Carchi (2023)

III. METODOLOGÍA

3.1. ENFOQUE METODOLÓGICO

3.1.1. Enfoque Cuantitativo

La presente investigación tiene un enfoque cuantitativo. Neill y Cortez (2017) refieren que permite analizar y obtener datos de distintas fuentes, proporciona herramientas de fácil aplicación, elaboración de estadísticas, resultados matemáticos y determinación de resultados respecto al tema de estudio. Los datos recolectados ayudan a comprobar la hipótesis de investigación.

Este enfoque se empleó en las encuestas, de acuerdo al número de muestra respectivo, consecutivamente con el uso de gráficos estadísticos que simplifican los resultados y cumplen con los objetivos de investigación.

El enfoque de investigación ayudará a obtener de resultados simplificados de la "Calidad del servicio en el transporte público y la satisfacción del turista en la provincia del Carchi".

3.1.2. Tipo de Investigación

3.1.2.1. Investigación Descriptiva

Según Muguira (2018), es un tipo de estudio que se enfoca en describir las características de una población o fenómeno. No se busca establecer relaciones causales, sino simplemente observar y documentar lo que se está estudiando, su objetivo es describir la naturaleza de un segmento demográfico, sin centrarse en las razones por las que se produce un determinado fenómeno.

Este tipo de investigación se empleó para detallar y caracterizar las variables de estudio conjuntamente con sus componentes.

3.1.2.2. Investigación de Campo

Para Sampieri (2014), la investigación de campo implica la recolección de datos directamente de la realidad mediante instrumentos como encuestas, entrevistas, observaciones, y cuestionarios, con el fin de obtener información relevante y significativa sobre el fenómeno de estudio (p. 245).

Se utilizó esta investigación para obtener de manera directa los datos requeridos del caso de estudio en los diferentes cantones de la provincia.

3.1.2.3. Investigación transversal

La investigación transversal, también conocida como estudio transversal, es un tipo de investigación en la que los datos se recogen en un solo momento del tiempo, permitiendo obtener una "instantánea" de la situación o características de una población en un momento específico. Para Hernández (2014), los estudios transversales recolectan datos en un solo momento, en un tiempo único. Su propósito es describir variables y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado (p.103).

Se aplicó esta investigación para la recopilación de información en el periodo de indagación de las variables de estudio, obteniendo la relación de las mismas.

3.1.2.4. Investigación Documental

Según Arias (2012) la investigación documental se caracteriza por el uso de documentos como fuentes primarias de información. Este tipo de investigación se centra en la recopilación, revisión y análisis de información contenida en diversos documentos, permitiendo al investigador obtener una comprensión profunda y detallada del tema en estudio.

A través de esta investigación se llevó a cabo el análisis literario de las dos variables de estudio "calidad del servicio" y "satisfacción del turista".

3.1.2.5. Investigación No Experimental

Es un tipo de estudio en el que el investigador no manipula deliberadamente las variables independientes. En cambio, se observa y analiza el fenómeno tal como ocurre en su entorno natural, sin intervención o manipulación.

Según Baptista (2014) en la investigación no experimental, las variables independientes no se manipulan deliberadamente, sino que se observan los fenómenos tal y como se dan en su contexto natural, para después analizarlos.

Esta investigación fue necesaria porque no se intervino ni se manipuló el área de estudio ni el proceso de recolección de información.

3.1.2.6. Investigación correlacional

Tiene como objetivo identificar si existe una relación entre dos o más variables y determinar la fuerza y dirección de dicha relación. No se busca manipular variables, sino observar y analizar cómo se relacionan naturalmente.

Para Creswell (2014), la investigación correlacional se usa para describir y medir el grado de asociación entre dos o más variables o conjuntos de puntuaciones (p. 338).

Se optó por este tipo de investigación con el propósito de comprobar la relación entre las dos variables; la calidad del servicio del transporte público y la satisfacción del turista mediante una escala de Likert.

3.2. HIPÓTESIS

H₀: La calidad del servicio en el transporte público no incide en la satisfacción del turista en la provincia del Carchi.

H₁: La calidad del servicio en el transporte público incide en la satisfacción del turista en la provincia del Carchi.

3.3. DEFINICIÓN Y OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES

3.3.1. Definición de las variables

- Variable independiente: Calidad del servicio
- Variable dependiente: Satisfacción del turista

3.3.2. Operacionalización de las variables

A continuación, se muestra en la Tabla 3 la conceptualización y operacionalización de las variables de la investigación.

Tabla 3. Definición y Operacionalización de variables

Variables Definición	Dimensión	Indicadores	Técnicas	Instrumento
<p>Independiente</p> <p>Calidad del servicio</p> <p>Blas y Cabrera (2020) refiere que es el cumplimiento del servicio ofertado y contiene cinco dimensiones que engloban diversos elementos; Tangibilidad, Fiabilidad, Capacidad de respuesta, Seguridad y Empatía, y menciona que la buena calidad del servicio construye la satisfacción del cliente. Espinola (2020) sugiere indicadores simplificados para cada dimensión.</p>	Tangibilidad	<ul style="list-style-type: none"> • Estado del transporte • Imagen del personal • Implementación de equipo (señalética, etc.) • La disponibilidad 		
	Fiabilidad	<ul style="list-style-type: none"> • Respeto de rutas establecidas • Respeto de paraderos asignados • Respeto de tarifarios 		
	Capacidad de respuesta	<ul style="list-style-type: none"> • Atención de inquietudes • Preguntas • Información imprevista 	Encuesta	Cuestionario
	Seguridad	<ul style="list-style-type: none"> • Equipos y zonas de emergencia • Velocidad segura • Capacidad máxima 		
	Empatía	<ul style="list-style-type: none"> • Trato respetuoso • Trabajo durante mayor demanda • Respeto de asientos preferenciales o reservados 		
<p>Dependiente</p> <p>Satisfacción del Turista</p> <p>Según Kotler y Armstrong (2013) la satisfacción del cliente depende del desempeño percibido de un producto y con relación a las expectativas, si la percepción de calidad es inferior a la expectativa da igual a un cliente insatisfecho y al contrario si la percepción percibida es igual o mayor a la expectativa, el cliente estará satisfecho.</p>	Nivel de Satisfacción	<ul style="list-style-type: none"> • Insatisfacción • Satisfacción • Complacencia 	Encuesta	Cuestionario
	Calidad percibida	<ul style="list-style-type: none"> • Tangibilidad • Fiabilidad • Capacidad de respuesta • Seguridad • Empatía 		

3.4. MÉTODOS UTILIZADOS

3.4.1. Métodos

3.4.1.1. Método analítico sintético

Según Martínez (2016) el método analítico sintético consiste en descomponer un fenómeno en sus partes constitutivas para analizarlas por separado y, posteriormente, integrarlas de manera coherente, con el fin de obtener una visión global y comprensiva del fenómeno en su conjunto.

Se empleó este método para analizar la calidad del servicio del transporte público y la satisfacción del turista, de acuerdo a sus distintas características para después realizar una síntesis del caso de estudio.

3.4.1.2. Método inductivo deductivo

Pérez y Rodríguez (2017) mencionan que está conformado por dos procedimientos inversos: inducción y deducción y se complementan. La inducción es una forma de razonamiento en la que se pasa del conocimiento de casos particulares a un conocimiento más general, mientras que el deductivo trata de generar conclusiones de los aspectos que lo caracterizan.

Se empleó este método para enfatizar y elaborar conceptualmente un marco de información de las dos variables de estudio para posteriormente deducir su grado de relación.

3.4.1.3. Método hipotético deductivo

Sampieri (2014) señala que el método hipotético deductivo es el punto de partida para nuevas deducciones y se parte con una hipótesis inferida de principios o leyes sugerida por los datos empíricos, y aplicando las reglas de la deducción, se arriba a predicciones que se someten a verificación empírica, cuando de la hipótesis se arriba a predicciones empíricas contradictorias, las conclusiones que se derivan son muy importantes, pues ello demuestra la inconsistencia lógica de la hipótesis de partida y se hace necesario reformularla.

Se utilizó este enfoque con el objetivo de explicar los fundamentos teóricos e hipótesis, la cual puede ser analizada y verificadas a través de la recopilación de resultados.

3.4.2. Técnicas

Para la investigación se utilizaron encuestas que constan de un conjunto de preguntas diseñadas para medir las variables pertinentes. Las preguntas cerradas fueron formuladas de acuerdo con la dimensión de la calidad del servicio en base al modelo SERVPERF. Cada instrumento englobó 14 preguntas, los instrumentos tienen relación entre sí para determinar la correlación de las variables y las preguntas se encuentran divididas por las siguientes dimensiones.

- Tangibilidad (1,2,3)
- Fiabilidad (4,5,6)
- Capacidad de respuesta (7,8)
- Seguridad (9,10,11)
- Empatía (12,13,14)

En cuanto variable independiente "Calidad del servicio" se utilizó una escala de Likert en una medida de 1 a 5 puntos donde:

- 1 punto = Totalmente en desacuerdo
- 2 puntos = En desacuerdo
- 3 puntos = Ni de acuerdo ni en desacuerdo
- 4 puntos = De acuerdo
- 5 puntos = Totalmente de acuerdo

Para la satisfacción se cliente se aplica una escala de Likert con relación a la calidad percibida de 1 a 5 puntos donde:

- 1 punto = Totalmente insatisfecho
- 2 puntos = Insatisfecho
- 3 puntos = Poco satisfecho
- 4 = Satisfecho
- 5 = Totalmente satisfecho

3.5. ANÁLISIS ESTADÍSTICO

3.5.1. Población

Variable 1.- Calidad del servicio del transporte público: aplicado a los turistas en la provincia del Carchi.

Variable 2.- Satisfacción del turista en la provincia del Carchi: aplicado a los turistas en la provincia del Carchi.

Para determinar la muestra representativa de turistas que adquieren el servicio de transporte público de la provincia del Carchi, se consideró el uso de una fórmula infinita que da como total 614 encuestas a aplicar, indistintamente del nivel educativo, género y situación laboral, considerando criterio de inclusión y exclusión, en este caso los pasajeros deben ser turistas o visitantes.

$$n = \frac{Z^2 pq}{e^2}$$
$$n = \frac{1.96^2 * 0.8 * 0.5}{0.05^2}$$
$$n = \frac{3.84 * 0.8 * 0.5}{0.05^2}$$
$$n = \frac{1.536}{0.0025} = 614$$

Z= Nivel de confianza (95%) o (1.96)

P= Probabilidad de que ocurra (0.8)

Q= Probabilidad de que no ocurra (0.5)

E= Error máximo (5%) o (0.05)

Después de encontrar la cantidad de encuestas se considera la recolección de información de unidades de transporte de cada cooperativa, dividiéndolas por cantón en donde se saca el porcentaje de distribución adecuado de encuestas a aplicar, así se lo muestra en el Anexo 5, Tabla 16.

Para determinar el muestreo de la investigación se toman en consideración los siguientes aspectos:

- No se tiene el registro de turistas que visitan la provincia del Carchi.
- Marco de lista con base en ID (identificador) de las unidades de transporte: ayuda a identificar las unidades de transporte a ser investigadas con una lista de distribución de encuestas de acuerdo al número de muestra total, se observa en el Anexo 5, Tabla 16.

- Marco de área: se lo realiza con mapas cartográficos, ayuda a identificar las áreas con potencial de encontrar turistas, tiene la intención de que la investigación sea significativa, se evidencia en el Anexo 4.

3.5.2. Prueba de hipótesis

En primera instancia la relación de variables se desarrolló en escala de Likert, se muestra en la Tabla 4. Además, se utilizó la prueba d de Somers para la relación de variables de la calidad del servicio del transporte público y satisfacción del turista en la provincia del Carchi, así se lo muestra en la Tabla 5.

Tabla 4. Correlación de variables en escala de Likert

Puntos	Relación
1	Totalmente en desacuerdo=Totalmente insatisfecho
2	En desacuerdo= Insatisfecho
3	Ni de acuerdo ni en desacuerdo= Poco satisfecho
4	De acuerdo= Satisfecho
5	Totalmente de acuerdo= Totalmente Satisfecho

Tabla 5. Comprobación de hipótesis d de Somers

		Valor	Error estándar asintótico ^a	T aproximada ^b	Significación aproximada
	Simétrico	.571	.020	28.326	.000
d de Somers	Calidad_del_servicio dependiente	.569	.020	28.326	.000
	Satisfacción_del_Turista dependiente	.572	.020	28.326	.000

Al realizarse la comparación de resultados, se obtuvo el valor crítico de los coeficientes (sig aproximada de .000), por lo que se rechazó la hipótesis nula del caso de estudio y se deduce que con un 95% de nivel de confianza sí existe una relación de dependencia entre la calidad del servicio y la satisfacción del turista.

IV. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1. RESULTADOS

En este apartado se presentan los resultados obtenidos a partir de los instrumentos aplicados. Se aplicaron dos cuestionarios relacionados con el modelo SERVPERF el cual abarca las cinco dimensiones de calidad, (Tangibilidad, Fiabilidad, Capacidad De Respuesta, Seguridad y Empatía). Dichos criterios ayudaron elaborar el cuestionario estructurado de 14 preguntas, cada instrumento para los turistas que adquieren el servicio de transporte público, 23 cooperativas de transporte divididas en taxis, camionetas y buses fueron los casos de estudio.

Dichas preguntas califican la calidad del servicio y al mismo tiempo el nivel de satisfacción respecto a la calidad percibida, obteniendo la relación de variables en escala de Likert y una comprobación con el método estadístico d de Somers.

Al finalizar el levantamiento de información, para diagnosticar la calidad del servicio del transporte público de la provincia del Carchi, los datos obtenidos se agruparon y tabularon con el uso de Excel y SPSS, realizando un promedio de las cinco dimensiones ya mencionadas, según el método SERVPERF, así se lo muestra en la Tabla 6 y en la Figura 1.

Para determinar la satisfacción se realizó un promedio de las respuestas obtenidas, como se muestra en la Tabla 8 y Figura 2.

Finalmente, los resultados de correlación de variables se muestran en las Tablas de la 10 a la 15 y en las Figuras de la 3 a la 8.

4.1.1. Resultados de la calidad del servicio en el transporte público

Se presentan los resultados de las variables de estudio, la calidad del servicio del transporte público del Carchi en base al modelo SERVPERF. Como se observa a continuación los datos fueron interpretados en el programa SPSS y Excel.

Tabla 6. Calidad del servicio de transporte público del Carchi

	Tangibilidad	Fiabilidad	Capacidad De Respuesta	Seguridad	Empatía
Promedio en escala de Likert	3.44	3.82	3.64	3.70	3.78

Para la variable de la calidad del servicio se consideraron cinco dimensiones, las cuales fueron evaluadas utilizando una escala de Likert. Donde se concluyó que, para las distintas cooperativas de transporte de la provincia del Carchi, la dimensión de fiabilidad obtuvo una mejor calificación 3.82, mientras que tangibilidad es deficiente con 3.44. El 100% de los encuestados mencionan que la calidad es medianamente eficiente y concuerdan que la fiabilidad del servicio proporcionado es una de las dimensiones con mayor fortaleza. La Tabla 7 muestra el estado de la calidad del servicio por cooperativa de transporte.

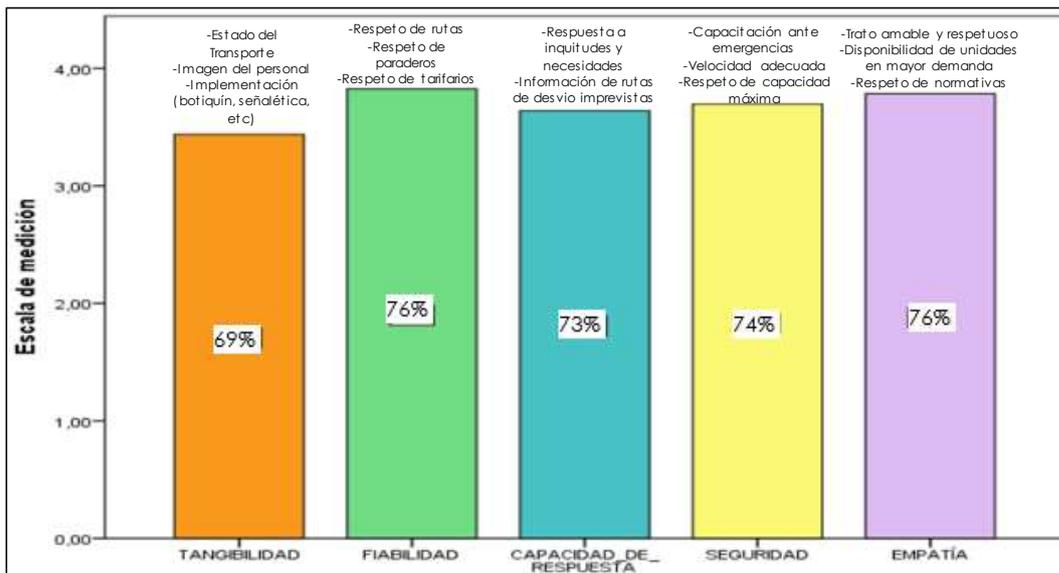


Figura 1. Calidad del servicio de transporte público del Carchi

Tabla 7. Calidad del servicio por cooperativa de transporte

Servicio de transporte público del Carchi	Dimensiones	Medición en escala de Likert
Cantón Bolívar, Cooperativa de Camionetas 3 de Noviembre S.A	Tangibilidad	2.82
	Fiabilidad	3.76
	Capacidad de Respuesta	3.18
	Seguridad	3.78
	Empatía	3.96
Cantón Bolívar, Cooperativa de Camionetas Martín Puntal S.A	Tangibilidad	2.98
	Fiabilidad	3.43
	Capacidad de Respuesta	3.32
	Seguridad	3.71
	Empatía	3.74
Cantón Bolívar, Cooperativa de Taxis Taxibocarchi	Tangibilidad	3.17
	Fiabilidad	3.69
	Capacidad de Respuesta	3.58
	Seguridad	3.64
	Empatía	3.83
Cantón Espejo, Cooperativa de Camionetas "La Libertad"	Tangibilidad	3.48
	Fiabilidad	3.74
	Capacidad de Respuesta	3.71
	Seguridad	3.62
	Empatía	3.81
Cantón Espejo, Cooperativa de Taxis "Ciudad de el Ángel"	Tangibilidad	3.62
	Fiabilidad	3.76
	Capacidad de Respuesta	3.70
	Seguridad	3.60
	Empatía	3.77
Cantón Espejo, Cooperativa de Transportes Buses Espejo	Tangibilidad	4.32
	Fiabilidad	3.87
	Capacidad de Respuesta	3.64
	Seguridad	3.77

Servicio de transporte público del Carchi	Dimensiones	Medición en escala de Likert
Cantón Julio Andrade, Cooperativa de Taxis Selicaf	Empatía	3.73
	Tangibilidad	3.82
	Fiabilidad	3.63
	Capacidad de Respuesta	3.83
	Seguridad	3.70
Cantón Julio Andrade, Cooperativa de Taxis Super taxis Julio Andrade	Empatía	3.75
	Tangibilidad	4.11
	Fiabilidad	3.93
	Capacidad de Respuesta	3.61
	Seguridad	3.68
Cantón Mira, Cooperativa de Taxis Chontahuasi	Empatía	3.82
	Tangibilidad	2.83
	Fiabilidad	3.63
	Capacidad de Respuesta	3.38
	Seguridad	3.70
Cantón Mira, Cooperativa de Transporte Virgen de la Caridad (Camionetas)	Empatía	3.76
	Tangibilidad	2.67
	Fiabilidad	3.74
	Capacidad de Respuesta	3.89
	Seguridad	3.65
Cantón Mira, Cooperativa de Transportes de pasajeros en Buses Mira	Empatía	3.85
	Tangibilidad	3.38
	Fiabilidad	3.64
	Capacidad de Respuesta	3.57
	Seguridad	3.74
Cantón Montúfar, Cooperativa de Buses Cristóbal Colón	Empatía	3.43
	Tangibilidad	3.33
	Fiabilidad	3.92
	Capacidad de Respuesta	3.69

Servicio de transporte público del Carchi	Dimensiones	Medición en escala de Likert
Cantón Montúfar, Cooperativa de Camionetas 8 de Mayo	Seguridad	3.75
	Empatía	3.75
	Tangibilidad	3.71
	Fiabilidad	3.85
	Capacidad de Respuesta	3.81
	Seguridad	3.63
	Empatía	3.80
	Tangibilidad	3.11
	Fiabilidad	3.92
	Capacidad de Respuesta	3.71
Cantón Montúfar, Cooperativa de Camionetas Procerato del Trabajo	Seguridad	3.70
	Empatía	3.80
	Tangibilidad	3.64
	Fiabilidad	3.98
	Capacidad de Respuesta	3.57
	Seguridad	3.69
Cantón Montúfar, Cooperativa de Taxis 27 de Septiembre	Empatía	3.82
	Tangibilidad	3.53
	Fiabilidad	4.07
	Capacidad de Respuesta	3.70
	Seguridad	3.67
	Empatía	3.84
Cantón Montúfar, Cooperativa de Taxis Colon No. 10	Tangibilidad	3.21
	Fiabilidad	4.03
	Capacidad de Respuesta	3.66
	Seguridad	3.69
	Empatía	3.79
	Tangibilidad	3.79
Cantón San Pedro de Huaca, Cooperativa de Taxis Ciudad de Huaca S.A	Fiabilidad	4.10
	Tangibilidad	3.79
Cantón San Pedro de Huaca, Cooperativa de Camionetas Transdelnorte S.A	Fiabilidad	4.10
	Tangibilidad	3.79

Servicio de transporte público del Carchi	Dimensiones	Medición en escala de Likert
	Capacidad de Respuesta	3.35
	Seguridad	3.77
	Empatía	3.79
	Tangibilidad	3.78
	Fiabilidad	3.85
	Capacidad de Respuesta	3.67
Cantón San Pedro de Huaca, Cooperativa de Camioneta TransPurita S.A	Seguridad	3.56
	Empatía	3.85
	Tangibilidad	3.71
Cantón Tulcán, Cooperativa de Camionetas Chapuel Tulcan	Fiabilidad	3.83
	Capacidad de Respuesta	3.75
	Seguridad	3.83
Cantón Tulcán, Cooperativa de Camionetas Tufiño - Tulcán	Empatía	3.88
	Tangibilidad	3.90
	Fiabilidad	3.93
Cantón Tulcán, Cooperativa de Camionetas Tufiño - Tulcán	Capacidad de Respuesta	3.70
	Seguridad	3.63
	Empatía	3.77
Cantón Tulcán, Cooperativa de Taxis Atahualpa	Tangibilidad	3.36
	Fiabilidad	3.82
	Capacidad de Respuesta	3.68
Cantón Tulcán, Cooperativa de Taxis Rápido Nacional	Seguridad	3.63
	Empatía	3.78
	Tangibilidad	3.21
Cantón Tulcán, Cooperativa de Taxis Rápido Nacional	Fiabilidad	3.70
	Capacidad de Respuesta	3.58
	Seguridad	3.79
	Empatía	3.80

4.1.2. Resultados de la satisfacción del cliente

Tabla 8. Nivel de satisfacción del turista respecto a la calidad percibida

	Satisfacción de Tangibilidad	Satisfacción de Fiabilidad	Satisfacción de Capacidad de Respuesta	Satisfacción de Seguridad	Satisfacción de Empatía
Promedio en escala de Likert	3.44	3.81	3.63	3.68	3.76

La satisfacción del turista de acuerdo a la calidad del servicio percibido indica que la dimensión de tangibilidad con 3.44 es la que menos satisface y la dimensión de fiabilidad con mejor resultado 3.81 es la que mejor satisface. Se deduce que el 100% de encuestados indican que el nivel de satisfacción se encuentra entre los rangos de del valor de (3) poco satisfecho y (4) satisfecho, por lo que se podría considerar que las empresas deben estar en constante mejoras para satisfacer a los turistas que adquieren el servicio de transporte del Carchi. A continuación, en la Tabla 9 se muestra la satisfacción del turista respecto a las dimensiones de la calidad por cooperativa de transporte.

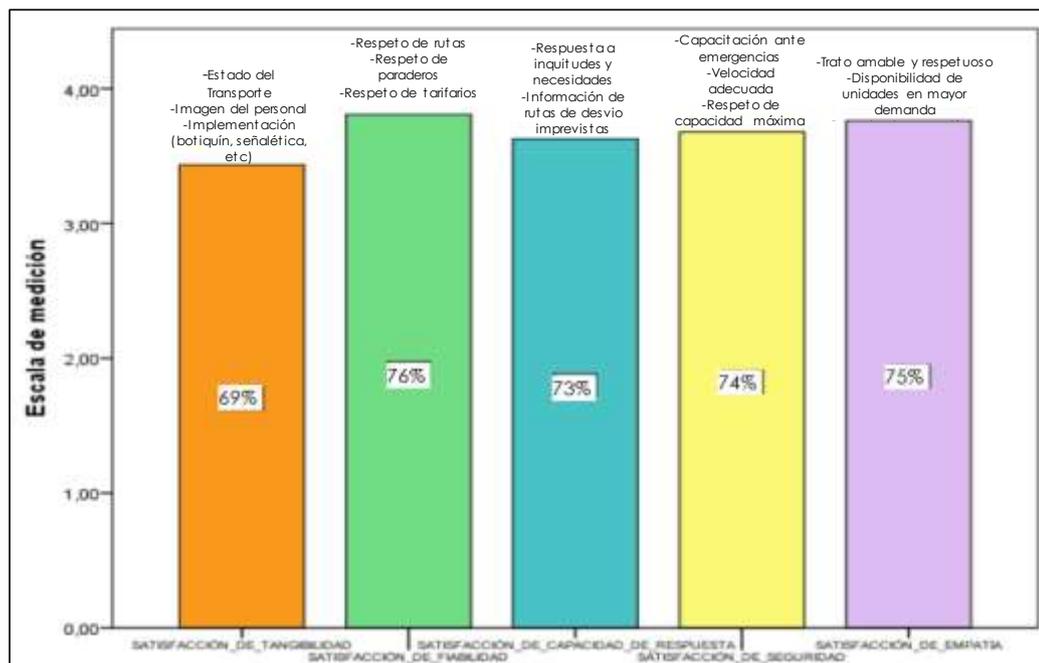


Figura 2. Nivel de satisfacción del turista respecto a la calidad percibida

Tabla 9. Satisfacción del turista por cooperativa de transporte

Servicio de transporte público del Carchi	Dimensiones	Medición en escala de Likert
Cantón Bolívar, Cooperativa de Camionetas 3 de Noviembre S.A	Satisfacción de Tangibilidad	3.12
	Satisfacción de Fiabilidad	3.51
	Satisfacción de Capacidad de Respuesta	3.18
	Satisfacción de Seguridad	3.67
	Satisfacción de Empatía	3.88
Cantón Bolívar, Cooperativa de Camionetas Martin Puntal S.A	Satisfacción de Tangibilidad	3.17
	Satisfacción de Fiabilidad	3.43
	Satisfacción de Capacidad de Respuesta	3.32
	Satisfacción de Seguridad	3.64
	Satisfacción de Empatía	3.69
Cantón Bolívar, Cooperativa de Taxis Taxibocarchi	Satisfacción de Tangibilidad	3.17
	Satisfacción de Fiabilidad	3.69
	Satisfacción de Capacidad de Respuesta	3.58
	Satisfacción de Seguridad	3.86
	Satisfacción de Empatía	3.61
Cantón Espejo, Cooperativa de Camionetas "La Libertad"	Satisfacción de Tangibilidad	3.43
	Satisfacción de Fiabilidad	3.74
	Satisfacción de Capacidad de Respuesta	3.71
	Satisfacción de Seguridad	3.62
	Satisfacción de Empatía	3.60
Cantón Espejo, Cooperativa de Taxis "Ciudad de el Ángel"	Satisfacción de Tangibilidad	3.62
	Satisfacción de Fiabilidad	3.64
	Satisfacción de Capacidad de Respuesta	3.67
	Satisfacción de Seguridad	3.66
	Satisfacción de Empatía	3.73
Cantón Espejo, Cooperativa de Transportes Buses Espejo	Satisfacción de Tangibilidad	4.08
	Satisfacción de Fiabilidad	3.82
	Satisfacción de Capacidad de Respuesta	3.64
	Satisfacción de Seguridad	3.60
	Satisfacción de Empatía	3.70
	Satisfacción de Tangibilidad	3.82

Servicio de transporte público del Carchi	Dimensiones	Medición en escala de Likert
Cantón Julio Andrade, Cooperativa de Taxis Selicaf	Satisfacción de Fiabilidad	3.63
	Satisfacción de Capacidad de Respuesta	3.83
	Satisfacción de Seguridad	3.83
	Satisfacción de Empatía	3.75
Cantón Julio Andrade, Cooperativa de Taxis Super taxis Julio Andrade	Satisfacción de Tangibilidad	4.08
	Satisfacción de Fiabilidad	3.93
	Satisfacción de Capacidad de Respuesta	3.45
	Satisfacción de Seguridad	3.70
Cantón Mira, Cooperativa de Taxis Chontahuasi	Satisfacción de Empatía	3.81
	Satisfacción de Tangibilidad	2.87
	Satisfacción de Fiabilidad	3.63
	Satisfacción de Capacidad de Respuesta	3.29
Cantón Mira, Cooperativa de Transporte Virgen de la Caridad (Camionetas)	Satisfacción de Seguridad	3.71
	Satisfacción de Empatía	3.75
	Satisfacción de Tangibilidad	2.78
	Satisfacción de Fiabilidad	3.74
Cantón Mira, Cooperativa de Transportes de pasajeros en Buses Mira	Satisfacción de Capacidad de Respuesta	3.89
	Satisfacción de Seguridad	3.70
	Satisfacción de Empatía	3.80
	Satisfacción de Tangibilidad	3.38
Cantón Montúfar, Cooperativa de Buses Cristóbal Colón	Satisfacción de Fiabilidad	3.64
	Satisfacción de Capacidad de Respuesta	3.57
	Satisfacción de Seguridad	3.69
	Satisfacción de Empatía	3.43
Cantón Montúfar, Cooperativa de Camionetas 8 de Mayo	Satisfacción de Tangibilidad	3.31
	Satisfacción de Fiabilidad	3.92
	Satisfacción de Capacidad de Respuesta	3.69
	Satisfacción de Seguridad	3.67
Cantón Montúfar, Cooperativa de Camionetas 8 de Mayo	Satisfacción de Empatía	3.72
	Satisfacción de Tangibilidad	3.70
	Satisfacción de Fiabilidad	3.85
	Satisfacción de Capacidad de Respuesta	3.81

Servicio de transporte público del Carchi	Dimensiones	Medición en escala de Likert
Cantón Montúfar, Cooperativa de Camionetas Procerato del Trabajo	Satisfacción de Seguridad	3.76
	Satisfacción de Empatía	3.80
	Satisfacción de Tangibilidad	3.09
	Satisfacción de Fiabilidad	3.92
	Satisfacción de Capacidad de Respuesta	3.71
	Satisfacción de Seguridad	3.69
Cantón Montúfar, Cooperativa de Taxis 27 de Septiembre	Satisfacción de Empatía	3.80
	Satisfacción de Tangibilidad	3.64
	Satisfacción de Fiabilidad	3.98
	Satisfacción de Capacidad de Respuesta	3.57
	Satisfacción de Seguridad	3.67
	Satisfacción de Empatía	3.76
Cantón Montúfar, Cooperativa de Taxis Colon No. 10	Satisfacción de Tangibilidad	3.53
	Satisfacción de Fiabilidad	4.07
	Satisfacción de Capacidad de Respuesta	3.70
	Satisfacción de Seguridad	3.68
	Satisfacción de Empatía	3.83
	Satisfacción de Tangibilidad	3.21
Cantón San Pedro de Huaca, Cooperativa de Taxis Ciudad de Huaca S.A	Satisfacción de Fiabilidad	4.03
	Satisfacción de Capacidad de Respuesta	3.66
	Satisfacción de Seguridad	3.67
	Satisfacción de Empatía	3.76
	Satisfacción de Tangibilidad	3.79
	Satisfacción de Fiabilidad	4.10
Cantón San Pedro de Huaca, Cooperativa de Camionetas Transdelnorte S.A	Satisfacción de Capacidad de Respuesta	3.35
	Satisfacción de Seguridad	3.72
	Satisfacción de Empatía	3.79
	Satisfacción de Tangibilidad	3.78
	Satisfacción de Fiabilidad	3.85
	Satisfacción de Capacidad de Respuesta	3.67
Cantón San Pedro de Huaca, Cooperativa de Camioneta TransPurita S.A	Satisfacción de Seguridad	3.70

Servicio de transporte público del Carchi	Dimensiones	Medición en escala de Likert
Cantón Tulcán, Cooperativa de Camionetas Chapuel Tulcan	Satisfacción de Empatía	3.85
	Satisfacción de Tangibilidad	3.71
	Satisfacción de Fiabilidad	3.83
	Satisfacción de Capacidad de Respuesta	3.75
	Satisfacción de Seguridad	3.79
	Satisfacción de Empatía	3.88
Cantón Tulcán, Cooperativa de Camionetas Tufiño - Tulcán	Satisfacción de Tangibilidad	3.90
	Satisfacción de Fiabilidad	3.93
	Satisfacción de Capacidad de Respuesta	3.70
	Satisfacción de Seguridad	3.63
Cantón Tulcán, Cooperativa de Taxis Atahualpa	Satisfacción de Empatía	3.77
	Satisfacción de Tangibilidad	3.33
	Satisfacción de Fiabilidad	3.75
	Satisfacción de Capacidad de Respuesta	3.68
	Satisfacción de Seguridad	3.66
Cantón Tulcán, Cooperativa de Taxis Rápido Nacional	Satisfacción de Empatía	3.78
	Satisfacción de Tangibilidad	3.22
	Satisfacción de Fiabilidad	3.76
	Satisfacción de Capacidad de Respuesta	3.58
	Satisfacción de Seguridad	3.63
	Satisfacción de Empatía	3.80

4.1.3. Resultados de correlación de variables

- **Dimensión de tangibilidad**

Tabla 10. Dimensión Tangibilidad

Dimensión Tangibilidad	Calidad	Satisfacción
1. Estado del Transporte	3.83	3.79
2. Imagen del personal (adecuadamente uniformados, etc.)	2.57	2.64
3. Implementación (botiquín, señalética, recolectores de basura, etc.)	3.91	3.88
TOTAL	3.44	3.44

En cuanto a la implementación de equipamientos, imagen personal y estado del transporte en la dimensión tangibilidad, se obtuvo una percepción de calidad de 3.44 con una satisfacción de 69%, siendo este un resultado neutral para las diferentes unidades de transporte de la provincia, debido a que esta es una de las dimensiones de mejora por la carencia de equipamientos y de imagen del personal a la hora de prestar el servicio, refiriendo que se debería de implementar medidas para que el turista vuelva a adquirir el servicio.

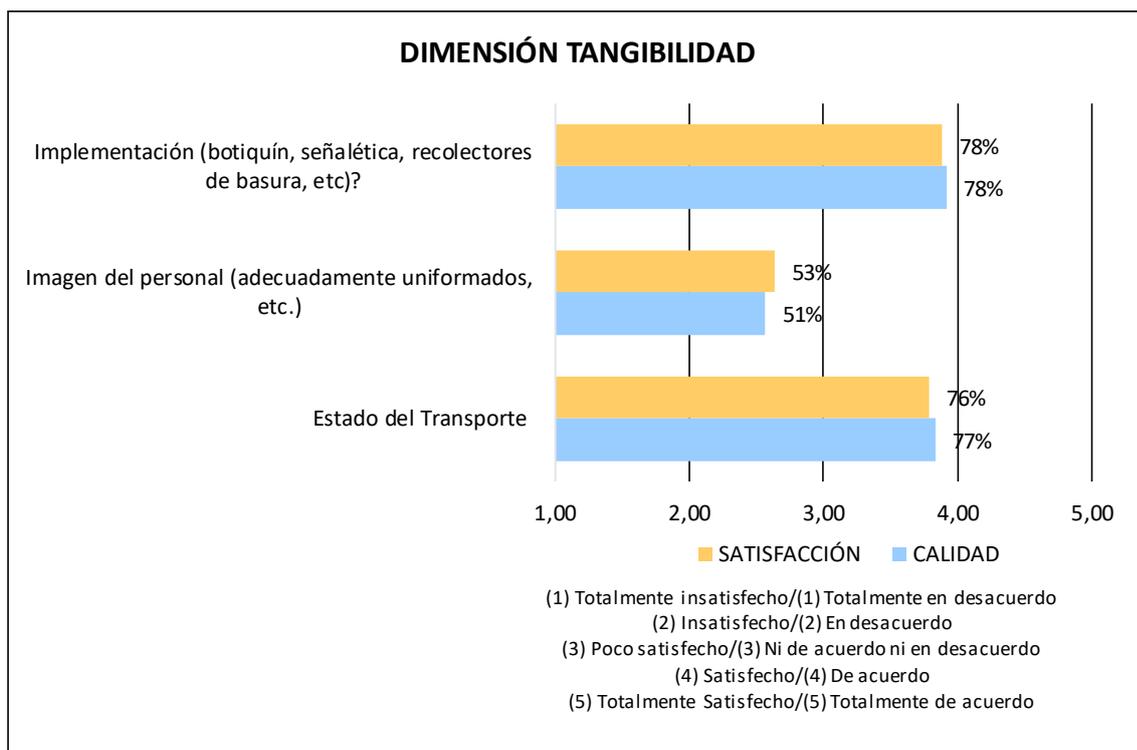


Figura 3. Dimensión Tangibilidad

- **Dimensión de fiabilidad**

Tabla 11. Dimensión Fiabilidad

Dimensión Fiabilidad	Calidad	Satisfacción
4. Respeto de rutas establecidas	3.82	3.81
5. Respeto de paraderos asignados	3.66	3.64
6. Cumplimiento y respeto tarifarios establecidos	4.00	3.97
TOTAL	3.82	3.81

Los aspectos calificados en la dimensión de fiabilidad son bien valorados con promedio general de 3.82 y satisfaciendo al turista en un 76%. Los usuarios tienen una percepción muy positiva en el cumplimiento y respeto de los tarifarios establecidos, obtuvieron la puntuación de calidad de 4.00, satisfaciendo al turista en 79%, siendo este el aspecto mejor valorado. Mientras que el respeto de paraderos asignados y rutas establecidas obtuvieron puntuaciones ligeramente inferiores. Por lo que el servicio de transporte se considera confiable, además de que aún se puede mejorar para obtener mayor demanda y promoción.

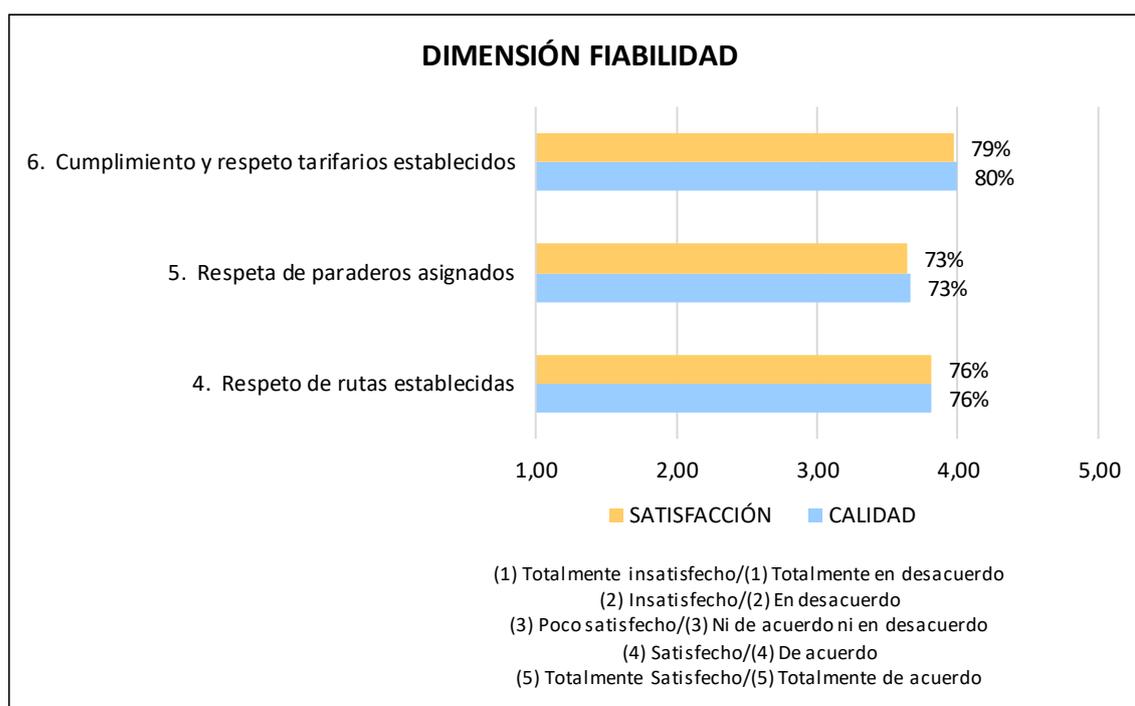


Figura 4. Dimensión Fiabilidad

- **Dimensión de capacidad de respuesta**

Tabla 12. Dimensión Capacidad de Respuesta

Dimensión Capacidad De Respuesta	Calidad	Satisfacción
7. Respuesta a inquietudes y necesidades del pasajero	3.68	3.67
8. Información de rutas de desvío imprevistas	3.60	3.58
TOTAL	3.64	3.63

En esta dimensión se obtuvo un promedio de 3.64 en cuanto a la calidad percibida y satisfaciendo al turista en un 73%. Determinando que el personal que labora en las unidades de transporte están moderadamente preparados para dar una respuesta

rápida y eficaz al momento que lo requieran los turistas que hacen uso de las unidades de transporte, pero con una percepción de mejora.

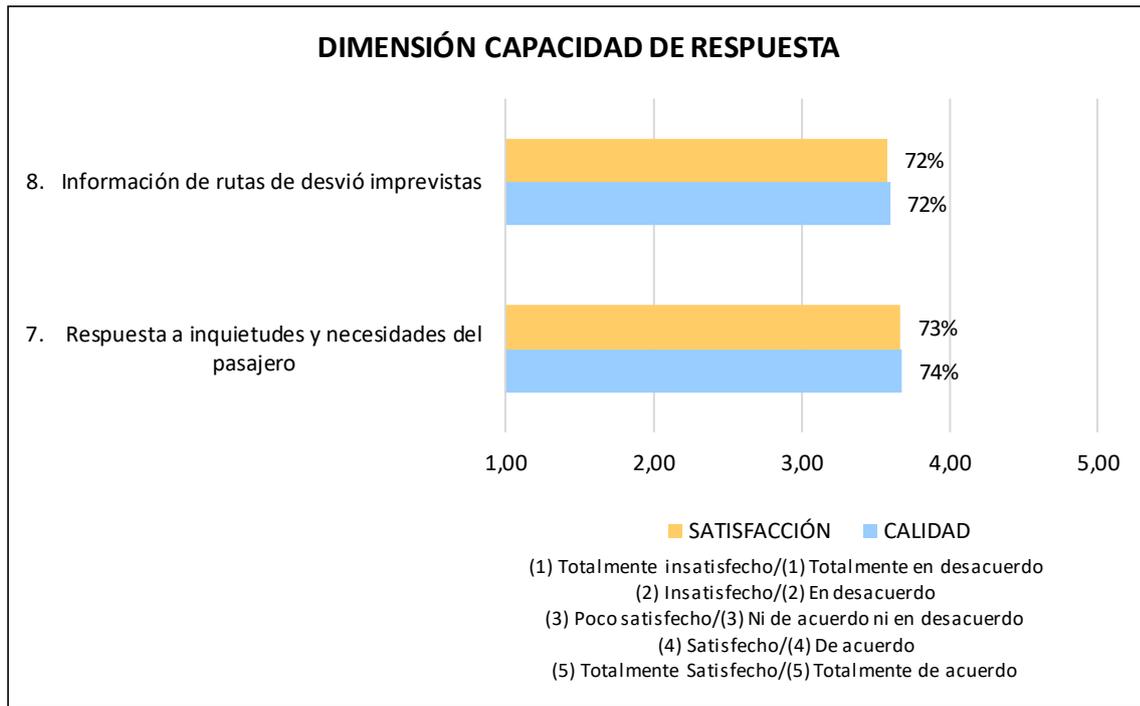


Figura 5. Dimensión Capacidad de Respuesta

- **Dimensión seguridad**

Tabla 13. Dimensión Seguridad

Dimensión Seguridad	Calidad	Satisfacción
9. Capacitación ante emergencias	3.68	3.64
10. Velocidad de circulación adecuada y segura	3.67	3.66
11. Respeto de capacidad máxima de pasajeros	3.74	3.74
TOTAL	3.70	3.68

Para esta dimensión los turistas han evaluado de forma positiva los aspectos en cuanto a la seguridad con una percepción de calidad de 3.70 y un promedio en satisfacción del 74% en cuanto a la escala de medición, esto quiere decir que los turistas están relativamente seguros al cubrirse una de las necesidades más grandes como es la seguridad dentro del transporte, debido a esto las cooperativas deben de poner más énfasis en una mejora continua.

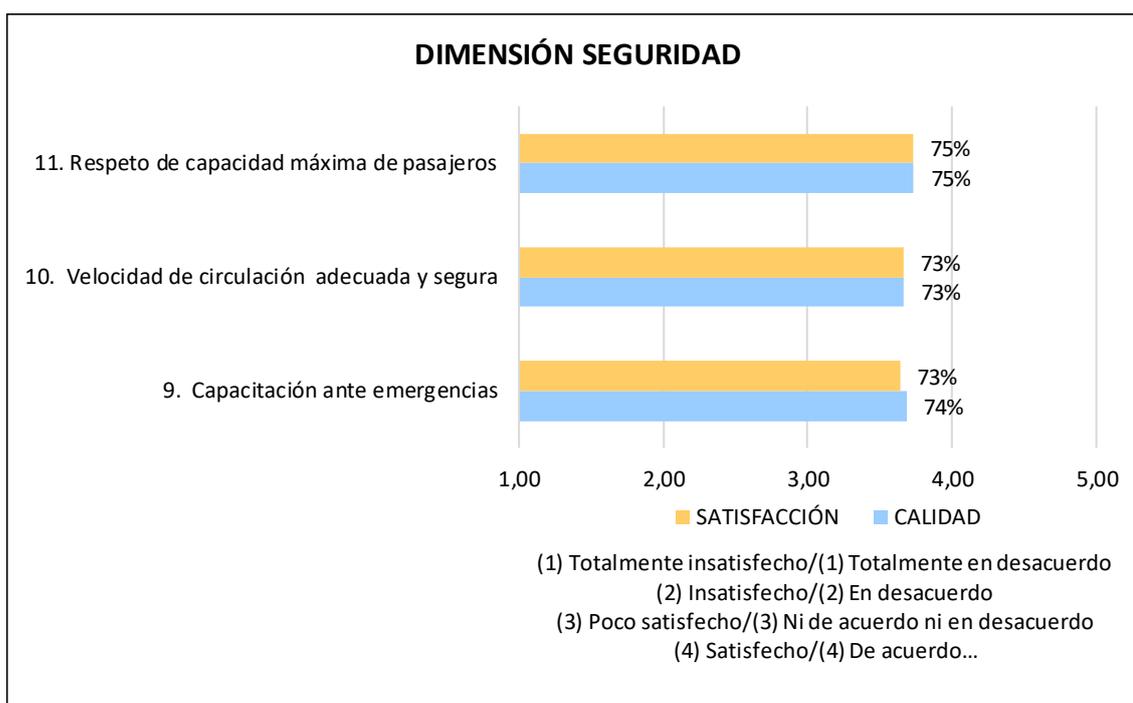


Figura 6. Dimensión Seguridad

- **Dimensión empatía**

Tabla 14. Dimensión Empatía

Dimensión Empatía	Calidad	Satisfacción
12. Trato amable, respetuoso y paciente por parte del conductor y/o cobrador	3.88	3.86
13. Disponibilidad de unidades en horarios de mayor demanda	3.66	3.65
14. Respeto de normativas (asientos preferenciales o reservados)	3.81	3.77
TOTAL	3.78	3.76

Para esta dimensión los ítems con mayor ponderación fueron el trato amable y el respeto de normativas en cuanto a los asientos preferenciales o reservados, con un promedio de 3.78 y una satisfacción positiva del 75% de acuerdo a la escala de medición, evidenciando que los turistas están mayormente satisfechos con el trato adecuado al usar las unidades de transporte para movilizarse dentro de la provincia, considerando mejorar la disponibilidad de unidades en horarios de mayor demanda.

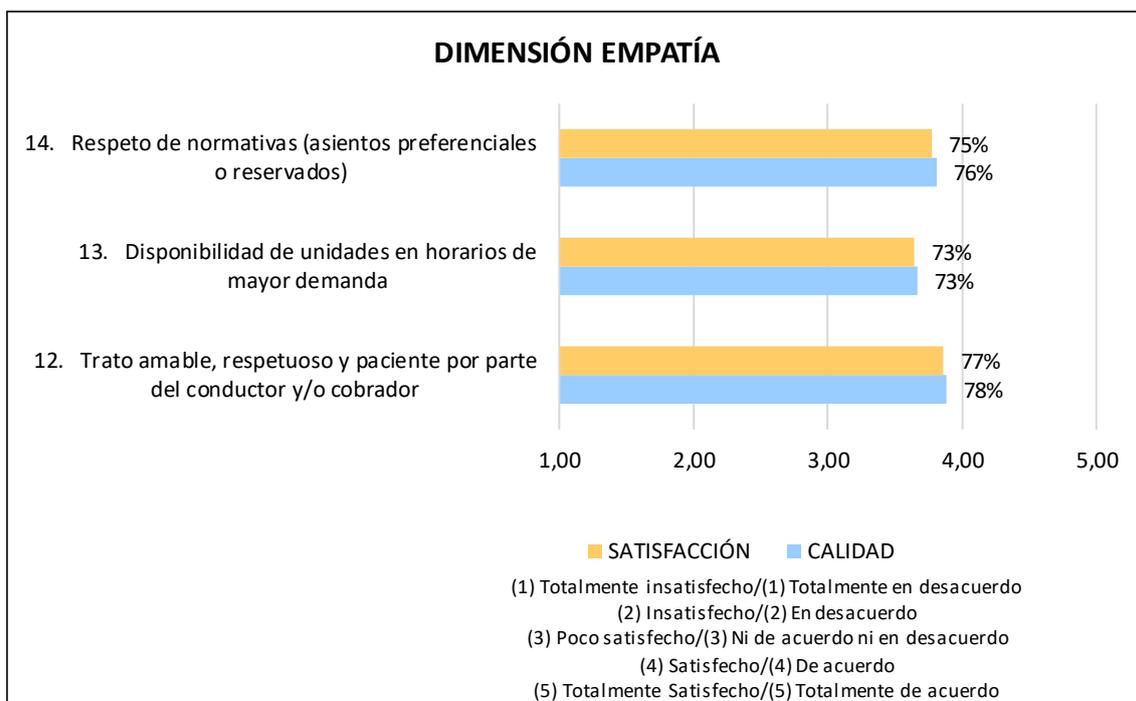


Figura 7. Dimensión Empatía

- Resultado general de correlación de variables**

Tabla 15. Correlación de variables

Dimensiones	Calidad	Satisfacción
Tangibilidad	3.44	3.44
Fiabilidad	3.82	3.81
Capacidad De Respuesta	3.64	3.63
Seguridad	3.70	3.68
Empatía	3.78	3.76
Total	3.67	3.66

Se pudo comprobar que la calidad del servicio es relativamente adecuada dentro de la perspectiva del turista con una puntuación de 3.67, en base a la escala de medición de Likert dando como resultado una satisfacción del 73%, presentando variaciones entre diferentes dimensiones. La empatía y la fiabilidad son los aspectos mejor evaluados, con un 75% y 76% en satisfacción y calidad, respectivamente, indicando que los usuarios perciben un trato adecuado y se sienten seguros durante el servicio. Sin embargo, la tangibilidad, que se refiere a la calidad física de los vehículos, la infraestructura y la imagen del personal, es la dimensión menos valorada, con un 69% tanto en satisfacción como en calidad, lo que sugiere una necesidad de mejoras en este aspecto. La capacidad de respuesta y la seguridad también muestran un leve desfase entre la percepción de calidad y satisfacción, indicando

áreas donde la eficiencia y la confiabilidad del servicio pueden ser mejoradas para incrementar la satisfacción general de los usuarios. Por lo tanto, aunque el transporte público en la provincia del Carchi se percibe mayormente positivo en términos de empatía y fiabilidad, se requiere una atención especial en mejorar la tangibilidad y mantener la calidad del servicio de transporte para la satisfacción del usuario en todos los aspectos evaluados.

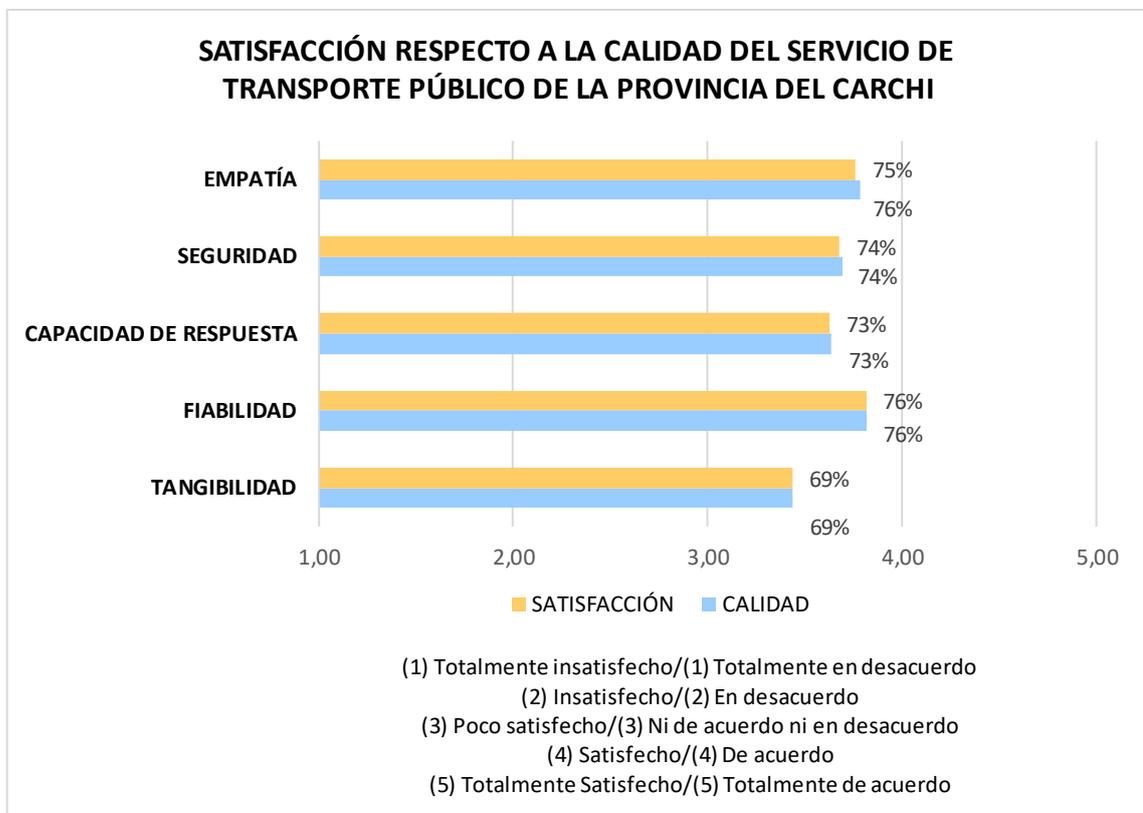
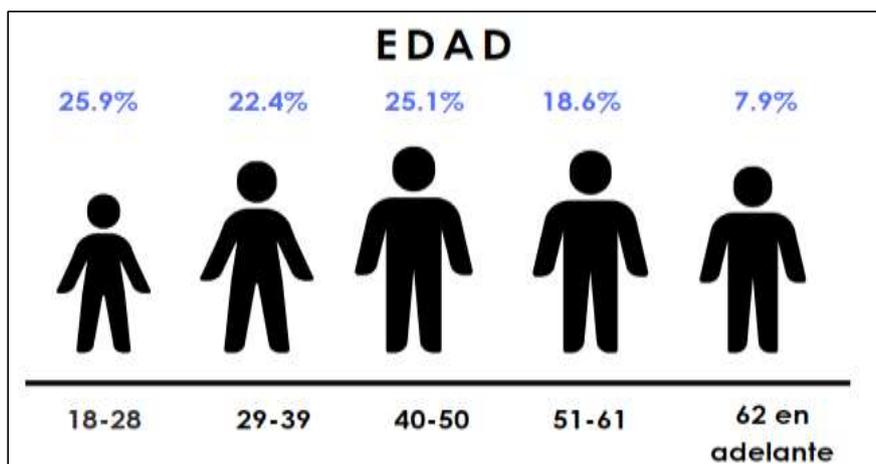


Figura 8. Correlación de variables

4.1.4. Datos sociodemográficos

Los datos sociodemográficos mostraron el perfil del turista que adquiere el servicio de transporte público en la provincia del Carchi.



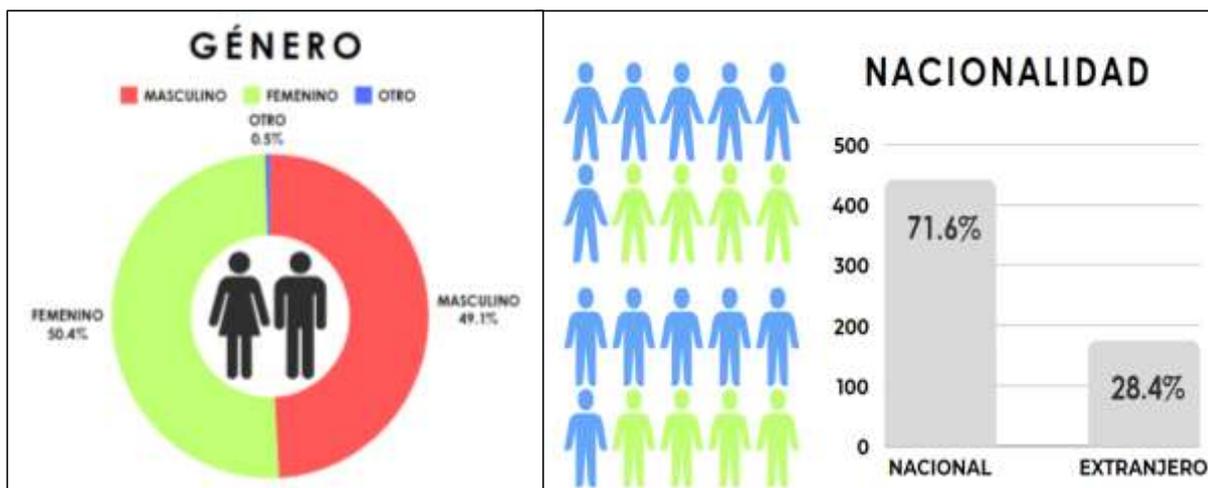


Figura 9. Datos socio-demográficos

En este sentido, entre el total de encuestados los resultados muestran que con el 50.2% el género femenino es el que más adquiere el servicio de transporte público de la provincia del Carchi, mientras que 48.9% es de género masculino. Los turistas que más adquieren el servicio de transporte son de edades entre 18-28 y 40-50 años, considerando que son jóvenes, entre ellos el 71.6% son nacionales y 28.4% son extranjeros. A continuación, en la Tabla 16 se muestra el porcentaje de encuestados por cooperativa de transporte público de la provincia del Carchi.

Tabla 16. Porcentaje de encuestados por cooperativa de transporte

Cooperativas de transporte público del Carchi	Porcentaje de encuestados
Cantón Bolívar, Cooperativa de Camionetas 3 de Noviembre S.A	2.8%
Cantón Bolívar, Cooperativa de Camionetas Martin Puntal S.A	2.3%
Cantón Bolívar, Cooperativa de Taxis Taxibocarchi	1.9%
Cantón Espejo, Cooperativa de Camionetas "La Libertad"	2.3%
Cantón Espejo, Cooperativa de Taxis "Ciudad de el Ángel"	5.3%
Cantón Espejo, Cooperativa de Transportes Buses Espejo	4.5%
Cantón Julio Andrade, Cooperativa de Taxis Selicaf	3.2%
Cantón Julio Andrade, Cooperativa de Taxis Super taxis Julio Andrade	4.5%
Cantón Mira, Cooperativa de Taxis Chontahuasi	3.4%
Cantón Mira, Cooperativa de Transporte Virgen de la Caridad (Camionetas)	2.9%

Cooperativas de transporte público del Carchi	Porcentaje de encuestados
Cantón Mira, Cooperativa de Transportes de pasajeros en Buses Mira	2.3%
Cantón Montúfar, Cooperativa de Buses Cristóbal Colón	8.6%
Cantón Montúfar, Cooperativa de Camionetas 8 de Mayo	4.7%
Cantón Montúfar, Cooperativa de Camionetas Procerato del Trabajo	5.7%
Cantón Montúfar, Cooperativa de Taxis 27 de Septiembre	2.4%
Cantón Montúfar, Cooperativa de Taxis Colon No. 10	4.1%
Cantón San Pedro de Huaca, Cooperativa de Taxis Ciudad de Huaca S.A	4.1%
Cantón San Pedro de Huaca, Cooperativa de Camionetas Transdelnorte S.A	2.1%
Cantón San Pedro de Huaca, Cooperativa de Camioneta TransPurita S.A	1.5%
Cantón Tulcán, Cooperativa de Camionetas Chapuel Tulcan	1.3%
Cantón Tulcán, Cooperativa de Camionetas Tufiño - Tulcán	4.5%
Cantón Tulcán, Cooperativa de Taxis Atahualpa	12.8%
Cantón Tulcán, Cooperativa de Taxis Rápido Nacional	12.8%
Total	100%

4.2. DISCUSIÓN

El objetivo general de la investigación fue analizar la calidad del servicio en el transporte público y la satisfacción del turista en la provincia del Carchi. Se aplicó el instrumento de encuesta a los turistas que adquieren el servicio de transporte, tabulando los resultados en SPSS y Excel. Se obtuvo la relación de variables en escala de Likert y una comprobación con d de Somers.

Dentro del análisis de la satisfacción y calidad percibida del servicio de transporte público en la provincia de Carchi, se han evaluado cinco dimensiones: Tangibilidad, Fiabilidad, Capacidad de Respuesta, Seguridad y Empatía. Las valoraciones, se establecieron con una escala de Likert.

Espínola (2020) refiere en su estudio que la aplicación del modelo SERVPERF contribuyó a la obtención de la calidad del servicio. En este caso utilizaron una muestra infinita, y criterios de inclusión para encontrar el número representativo de encuestados. En la presente investigación fue similar ya que no se obtuvo el registro el turista que visitan la provincia del Carchi utilizando el transporte público, así mismo se aplicó criterios de inclusión, a diferencia de esta, se obtuvo el marco de lista, es decir, el total de unidades para la distribución de encuestas y el marco de área con mapas cartográficos, lo que ayudo que se compruebe que la muestra sea significativa. En este estudio se aplicó encuestas en base a las dimensiones de calidad con enfoque al modelo SERVPERF y se midieron en escala de Likert, lo que es considerado para futuras investigaciones la mejor manera de simplificar resultados. Los análisis determinan la calidad percibida: 39% de los usuarios perciben el servicio como eficiente, el 36% lo considera regular y el 25% lo cataloga como deficiente. A diferencia de esto en la presente investigación se mantuvo la calificación en escala de Likert, obteniendo el porcentaje general de encuestados para determinar la calidad del servicio de transporte público del Carchi por cada dimensión, en donde el 100% de encuestados indican que la calidad del servicio del transporte público se encuentra entre el rango (3) ni de acuerdo ni en desacuerdo y (4) de acuerdo; la tangibilidad de 69%, fiabilidad 76%, capacidad de respuesta 73%, seguridad 74%, empatía 76% de calidad del servicio percibido.

Paredes et al. (2019) en su investigación de la calidad del servicio público de transporte de bus urbano y su incidencia en la satisfacción del usuario. En primera instancia delimitaron la muestra con la formula finita, en este caso la población de

estudio son los residentes del cantón Tulcán. A diferencia de esta, en la presente investigación se aplicó una muestra infinita puesto que no existe un registro de turistas que visitan la provincia del Carchi, se utilizó criterios de inclusión para que la muestra sea significativa. En investigaciones anteriores para medir la calidad del servicio de transporte utilizaron preguntas abiertas y cerradas sin una escala de medición bien delimitada, para medir la satisfacción aplicaron una escala de Likert, evaluaron el precio, plaza, procesos, personal, evidencias físicas. Para medir la calidad del servicio del transporte y la satisfacción de turista del presente estudio se aplicó preguntas cerradas en escala de Likert en base al modelo SERVPERF, evaluando las dimensiones de tangibilidad, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía, de tal manera que se obtuvo resultados mejor simplificados. En la investigación de Paredes los resultados indicaron que el 39% y 34% de la población de Tulcán si están satisfechos y el 53.2% no se siente seguros al usar el servicio, no existe tanta aclaración de que áreas son las más eficientes y deficientes. Comparando los resultados, en la presente investigación el 100% de turistas que adquieren el servicio de transporte público del Carchi indicaron que calidad del servicio es relativamente adecuada con una puntuación de 3.67 en escala de Likert y satisfaciendo al turista en un 73%, cabe mencionar que al determinar la calidad por dimensiones se conoce de mejor manera las áreas de mejora, en este caso la empatía y la fiabilidad son los aspectos mejor evaluados, con un 75% y 76%, mientras que tangibilidad es menor evaluada con 69%, en satisfacción y calidad, respectivamente.

Blas y Cabrera (2018) menciona que los resultados fueron comprobados a través de Alfa de Cronbach conociendo la fiabilidad de 0.918 respecto a la calidad. Los resultados mostraron que las dimensiones son deficientes por lo que los autores del trabajo elaboran recomendaciones para que las empresas de transporte puedan mejorar el estado de la calidad del servicio. En la presente investigación la calidad del servicio en el transporte público de la provincia del Carchi por cada dimensión se encuentra entre los valores de (3) ni de acuerdo ni en desacuerdo y (4) de acuerdo y su satisfacción del turista respecto a las dimensiones de calidad (3) Poco satisfecho y (4) Satisfecho. Además, a diferencia el presente estudio para la comprobación de la hipótesis se aplicó una correlación de variables en escala de Likert y d de Somers.

Rojas (2018) en su investigación sobre la satisfacción del turista extranjero y la calidad del servicio de transporte público terrestre, demostraron positivamente la hipótesis trazada, con énfasis en que la satisfacción es relativa con la calidad percibida,

además las respuestas que obtuvieron son bajas, donde el 50% se evidenció que la calidad en el servicio muestra un grado de satisfacción relativa. Además, aplicaron entrevistas al personal para conocer si se desarrolla un servicio eficiente. A diferencia de este estudio, en la presente investigación solo se aplicó encuestas a los turistas y se mantuvo el modelo SERVPERF para el cuestionario de preguntas. Los resultados se mostraron en gráfica de barras con porcentajes y no en gráfica de pastel, logrando una mejor determinación de la calidad del servicio 3.67 y satisfacción del 73%.

Morillo y Morillo (2016) refieren en sus resultados que la calidad del servicio y satisfacción del turista están estrechamente relacionadas mediante una escala de Likert, pero además para medir la relación de las variables utilizaron los coeficientes d de Somers, Tau-b de Kendall y Gamma, en cual indican que (sig aproximada < 0.05), se rechazó la hipótesis nula de la prueba y se aceptó la relación de dependencia entre el nivel de satisfacción del usuario y la calidad del servicio con 95% de confianza. A diferencia de este estudio, la presente investigación ocupó la relación entre escala de Likert. Además, de la misma manera que el autor para comprobar la hipótesis se utilizó la herramienta d de Somers en el sistema SPSS con resultado 0.000, lo cual ayudó a comprobar la hipótesis alternativa "La calidad del servicio en el transporte público incide en la satisfacción del turista en la provincia del Carchi" y rechazar la hipótesis nula.

V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. CONCLUSIONES

- La calidad del servicio de transporte público en la provincia del Carchi varía significativamente entre los diferentes tipos de transportes como taxis, camionetas y buses. En general la calidad del servicio del transporte en la provincia del Carchi es medianamente aceptable con 73%. Entre las dimensiones evaluadas, especialmente la fiabilidad es una de las dimensiones mejor valoradas, mientras que la tangibilidad, revela áreas que requieren mejoras sustanciales para alcanzar una calidad homogénea y satisfactoria para todos los usuarios.
- La satisfacción del turista está directamente influenciada por la calidad del servicio de transporte público. Factores como la empatía del personal de transporte juegan un papel crucial en la satisfacción general de los turistas. Los turistas valoran altamente la fiabilidad y la empatía, lo cual impacta positivamente su experiencia y disposición al recomendar la provincia como destino turístico.
- Se logro confirmar una fuerte correlación entre la calidad del servicio y la satisfacción del turista, utilizando el método SERVPERF el cual ayudó a identificar las dimensiones clave de esta investigación. Los resultados mostraron un puntaje general de 3.67 en calidad y una satisfacción del 73%. Esto sugiere realizar mejoras en la calidad del servicio, especialmente en áreas clave como la tangibilidad y seguridad, aspectos que pueden conducir a un aumento significativo en la satisfacción y lealtad de los turistas hacia el servicio de transporte público en la provincia del Carchi.

5.2. RECOMENDACIONES

- Se recomienda invertir en la mejora de la infraestructura del transporte público, especialmente en los buses, para aumentar la tangibilidad del servicio. Esto incluye modernizar las unidades de transporte, mejorar las condiciones de limpieza y mantenimiento regular de los vehículos, además cumplir con el protocolo de imagen del personal o implementar un estándar de uniformes con representatividad del Carchi.
- Es esencial capacitar al personal de transporte en habilidades de atención al cliente para mejorar la capacidad de respuesta y la empatía. Programas de formación continua en estas áreas pueden aumentar significativamente la satisfacción del turista.
- La implementación de tecnologías modernas, como sistemas de seguimiento GPS y aplicaciones móviles para información en tiempo real sobre horarios y rutas, puede mejorar la fiabilidad y seguridad del servicio, facilitando la planificación de los viajes por parte de los turistas.
- Fomentar una colaboración más estrecha entre las empresas de transporte y el sector turístico para crear paquetes de servicios integrados que faciliten el acceso a los principales atractivos turísticos de la provincia del Carchi.
- Generar plataforma dinámica que muestren los resultados de la investigación de manera fácil, de acuerdo al interés de futuros investigadores.

VI. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Arias, F. G. (2012). *El proyecto de investigación: Introducción a la metodología científica*. Recuperado de: <https://abacoenred.org/wp-content/uploads/2019/02/El-proyecto-de-investigaci%C3%B3n-F.G.-Arias-2012-pdf-1.pdf>
- Blas, J & Cabrera, L. (2018). "El modelo Servperf como herramienta para medir la calidad de servicio en una empresa de transporte público urbano de Lima Norte en el año 2017". *Universidad Privada del Norte*. Recuperado de: <https://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/15187/Blas%20Li%C3%A1n%20Janet%20Caroline.pdf?sequence=3&isAllowed=y>
- Buhalis, D., & Costa, C. (Eds.). (2006). *Tourism management dynamics: trends, management and tools*. Routledge. Recuperado de: <https://books.google.com.ec/books?id=PyDwnZAmkwsC&pg=PP2&ots=h3Tdn-OOO&dq=Tourism%20management%20dynamics%3A%20Trends%2C%20management%2C%20and%20tools.%20Butterworth-Heinemann.&lr&hl=es&pg=PR6#v=onepage&q=Tourism%20management%20dynamics:%20Trends,%20management,%20and%20tools.%20Butterworth-Heinemann.&f=false>
- Creswell, J. W. (2013). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (4th ed.). Sage.
- Creswell, J. W. (2016). *Investigación cualitativa: Diseño, investigación y enfoques cualitativos*. Recuperado de: <https://academia.utp.edu.co/seminario-investigacion-II/files/2017/08/INVESTIGACION-CUALITATIVACreswell.pdf>
- Fernández de Córdoba, M. B. (2017). Ground public transport and accessibility, instruments for the functional analysis of the settlements system: the case of Ecuador. *Estoa*, 6(11), 83–97. Recuperado de: <https://doi.org/10.18537/est.v006.n011.a06>
- Francisco Coll Morales. (2023). Sector turístico | Economipedia. Economipedia Recuperado de: <https://economipedia.com/definiciones/sector-turistico.html#:~:text=El%20sector%20tur%C3%A9stico%2C%20o%20turismo,de%20hosteler%C3%ADa%20transporte%20y%20restauraci%C3%B3n.>
- Guadir, M. (2014). Análisis de la gestión de calidad y la satisfacción de los usuarios del servicio que ofrece la A.N.T (Agencia Nacional de Tránsito) Agencia Tulcán. UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI. Recuperado de: <http://repositorio.uepec.edu.ec/handle/123456789/377>

- Guerrero, J. (2018). Calidad del servicio y satisfacción del cliente de la Empresa SEDA Chimbote, 2017.
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2014). Metodología de la investigación Recuperado de: https://www.uv.mx/personal/cbustamante/files/2014/06/Metodologia-de-la-Investigaci%C3%83%C2%B3n_Sampieri.pdf
- Hernández, D. (2017). Transporte público, bienestar y desigualdad: cobertura y capacidad de pago en la ciudad de Montevideo. Recuperado de: https://www.cepal.org/sites/default/files/publication/files/42036/RVE122_Hernandez.pdf
- Lámbarry, F., Rivas, L., & Trujillo, M. (2013). Desarrollo de una escala de medición de la percepción en la calidad del servicio en los sistemas de autobuses de tránsito rápido, a partir del Metrobús de la Ciudad de México. Innovar (Vol. 23). Recuperado de: http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S012150512013000400007&lang=pt
- Martínez, Y. S. Rosabal, E. M. D., Vidal, J. M. D., Vázquez, A. E. G., Rodríguez, G. R., & Reyes, D. D. L. C. S. (2016). La dimensión didáctica de las tecnologías de la información y las comunicaciones. Recuperado de: Revista de Investigación en Tecnologías de la Información
- Melara, M. (3 de septiembre de 2018). La relación entre calidad de servicio y satisfacción del cliente. Recuperado de: <https://marlonmelara.com/larelacion-entre-calidad-de-servicio-y-satisfaccion-del-cliente/>
- Monje, C. (2017). Metodología de la investigación cuantitativa y cualitativa. Recuperado de: <https://www.uv.mx/rmipe/files/2017/02/Guia-didactica-metodologia-de-la-investigacion.pdf>
- Morillo, M & Morillo M. (2016). Satisfacción del usuario y calidad del servicio en alojamientos turísticos del estado Mérida, Venezuela. Universidad del Zulia. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=28049145009>
- Niño, V. (2011). Estudio descriptivo, técnicas para recoger datos. Metodología de la investigación Colombia. ediciones de la U. Recuperado de: [https://www.Metodolog%C3%ADa+de+la+investigaci%C3%B3n.+Estudio+desc+riptivo%2C+t%C3%A9cnicas+para+recoger+datos.+Colombia%3A+ediciones+de+la+U.&oq=Ni%C3%B1o%2C+V.+\(2011\).+Metodolog%C3%ADa+de+la+investigaci%C3%B3n.](https://www.Metodolog%C3%ADa+de+la+investigaci%C3%B3n.+Estudio+desc+riptivo%2C+t%C3%A9cnicas+para+recoger+datos.+Colombia%3A+ediciones+de+la+U.&oq=Ni%C3%B1o%2C+V.+(2011).+Metodolog%C3%ADa+de+la+investigaci%C3%B3n.)
- Página, SJ (2014). Gestión turística. Routledge. Recuperado de: [https://books.google.com.ec/books?id=jFu2BQAAQBAJ&pg=PP1&ots=N3YqEAjtNF&dq=Tourism%20Management%3A%20An%20Introduction%20\(5th%20ed.\)%20Routledge.&lr&hl=es&pg=PP1#v=onepage&q=Tourism%20Management:%20An%20Introduction%20\(5th%20ed.\)%20Routledge.&f=false](https://books.google.com.ec/books?id=jFu2BQAAQBAJ&pg=PP1&ots=N3YqEAjtNF&dq=Tourism%20Management%3A%20An%20Introduction%20(5th%20ed.)%20Routledge.&lr&hl=es&pg=PP1#v=onepage&q=Tourism%20Management:%20An%20Introduction%20(5th%20ed.)%20Routledge.&f=false)

- Paredes, J., Pozo, S., & Villarreal, B. (Julio - diciembre de 2019). La calidad del servicio público de transporte de bus urbano en la ciudad de Tulcán y su incidencia en la satisfacción de los usuarios. *Sathiti: sembrador*, 14(2), 61-78. <https://doi.org/10.32645/13906925.887>
- RAE. (2017). Definición de cooperativa de transporte - Diccionario panhispánico del español jurídico - RAE. Diccionario Panhispánico Del Español Jurídico - Real Academia Española. Recuperado de: <https://dpej.rae.es/lema/cooperativa-de-transporte>
- Reglamento De Transporte Terrestre Turístico. (2008). Recuperado de: <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2017/09/4.REGLAMENTO-DE-TRANSPORTE-TERRESTRE-TURISTICO.pdf>
- Reglamento de transporte terrestre turístico (2014). Recuperado de: <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2017/09/4.REGLAMENTO-DE-TRANSPORTE-TERRESTRE-TURISTICO.pdf>
- Rivadeneira, A. (2019). La calidad del servicio y su incidencia en la satisfacción del cliente en una agencia de viajes y asesoría en turismo tradicional en la ciudad de Lima-Perú, año 2019. Universidad Privada del Norte. Recuperado de: <https://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/23914/Rivadeneira%20Cuya%20Total%20PDF.pdf?sequence=8&isAllowed=y>
- Rivera, D. (2019). Evaluación de la calidad de servicio del transporte público urbano paceño. Universidad mayor de San Andrés facultad de ciencias económicas y financieras administración de empresas. Recuperado de: <https://repositorio.umsa.bo/bitstream/handle/123456789/25161/T-2710.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Rojas, M. (2018). Satisfacción del turista extranjero y la calidad del Servicio de transporte público terrestre a Tiwanaku y Copacabana. Universidad Mayor De San Andrés Facultad De Humanidades Y Cs. De La Educación Carrera De Turismo. Recuperado de: <https://repositorio.umsa.bo/xmlui/bitstream/handle/123456789/14751/TG-3005.pdf?sequence=1&isAllowed=y> p.46).
- Valenzo, M., Lázaro, D., & Martínez, J. (2019). Application of the SERVQUAL model to evaluate the quality in the transportation service in Morelia, Mexico. Universidad Nacional de Colombia Sede Medellín Facultad de Minas. Recuperado de: <file:///C:/Users/Dell/Downloads/0012-7353-dyna-86-211-64.pdf>
- Sampieri, R., Fernández, C., & Baptista, L. (2014). Definiciones de los enfoques cuantitativo y cualitativo, sus similitudes y diferencias. *RH Sampieri, Metodología de la Investigación*.
- Torres, I. (2020). 7 métodos para Medir la Satisfacción del Cliente - Detallados Paso a Paso. IVE Consultores. Recuperado de: <https://iveconsultores.com/satisfaccion-del-cliente/>
- Verdugo, A & Rodríguez, J. (2019). La calidad de servicio del transporte público urbano en la ciudad de Azogues. Universidad Politécnica Salesiana.

Recuperado de:
<https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/17313/1/UPS-CT008257.pdf>

Zeithaml, V. A., Parasuraman, A., & Berry, L. L. (1990). Calidad total en la gestión de servicios. Díaz de Santos. Recuperado de:
[file:///C:/Users/arman/Downloads/Calidad%20Total%20en%20la%20Gesti%C3%B3n%20de%20Servicios%20\(libro\).pdf](file:///C:/Users/arman/Downloads/Calidad%20Total%20en%20la%20Gesti%C3%B3n%20de%20Servicios%20(libro).pdf)

VII. ANEXOS

Anexo 1. Acta de la sustentación de Predefensa del TIC




UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI

FACULTAD DE INDUSTRIAS AGROPECUARIAS Y CIENCIAS AMBIENTALES

CARRERA DE TURISMO

ACTA

DE LA SUSTENTACIÓN ORAL DE LA PREDEFENSA DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR

ESTUDIANTE:	CHUGÁ TAMAL FAUSTO ARMANDO	CÉDULA DE IDENTIDAD:	040197104-9
PERIODO ACADÉMICO:	2024 A.	DOCENTE TUTOR:	MSC. DENNIS ANDRÉS BOLAÑOS TOBAR
PRESIDENTE TRIBUNAL:	MSC. JAIRO MAURICIO GUEVARA ROSERO	DOCENTE:	MSC. JAIME ALEJANDRO BARRALDE VALLEJOS
TEMA DEL TIC: "La calidad del servicio del transporte público y la satisfacción del turista en la provincia del Carchi"			

No.	CATEGORÍA	Evaluación cuantitativa	OBSERVACIONES Y RECOMENDACIONES
1	PROBLEMA - OBJETIVOS	10,00	
2	FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA	10,00	
3	METODOLOGÍA	10,00	
4	RESULTADOS	8,00	Explicar de mejor manera el significado de las dimensiones de los resultados más altos y más bajos
5	DISCUSIÓN	10,00	
6	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	8,00	Recomendar las estrategias de mejoramiento de acuerdo a las falencias en cada una de las dimensiones en base al modelo aplicado
7	DEFENSA, ARGUMENTACIÓN Y VOCABULARIO PROFESIONAL	10,00	
8	FORMATO, ORGANIZACIÓN Y CALIDAD DE LA INFORMACIÓN	10,00	

Obteniendo una nota de: **9,60** Por lo tanto, **APRUEBA** (debiendo el o los Investigadores acatar el siguiente artículo:

Art. 36.- De los estudiantes que aprueban el informe final del TIC con observaciones.- Los estudiantes tendrán el plazo de 10 días para proceder a corregir su informe final del TIC de conformidad a las observaciones y recomendaciones realizadas por los miembros del Tribunal de sustentación de la pre-defensa.

Para constancia del presente, firman en la ciudad de Tulcán el **miércoles, 24 de julio de 2024**



MSC. JAIRO MAURICIO GUEVARA ROSERO
PRESIDENTE TRIBUNAL



MSC. DENNIS ANDRÉS BOLAÑOS TOBAR
DOCENTE TUTOR



MSC. JAIME ALEJANDRO BARRALDE VALLEJOS
DOCENTE



UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI



FACULTAD DE INDUSTRIAS AGROPECUARIAS Y CIENCIAS AMBIENTALES
CARRERA DE TURISMO

ACTA

DE LA SUSTENTACIÓN ORAL DE LA PREDEFENSA DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR

ESTUDIANTE:	MASABANDA DÍAZ MARCELA CDAJIS	CÉDULA DE IDENTIDAD:	045009254-9
PERIODO ACADÉMICO:	2024 A		
PRESIDENTE TRIBUNAL:	MSC. JAIRO MAURICIO GUEVARA ROSERO	DOCENTE TUTOR:	MSC. DENNIS ANDRÉS BOLAÑOS TOBAR
DOCENTE:	MSC. JAIME ALEJANDRO ITURRALDE VALLEJOS		
TEMA DEL TIC: "La calidad del servicio del transporte público y la satisfacción del turista en la provincia del Carchi"			
No.	CATEGORÍA	Evaluación cuantitativa	OBSERVACIONES Y RECOMENDACIONES
1	PROBLEMA - OBJETIVOS	10,00	
2	FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA	10,00	
3	METODOLOGÍA	10,00	
4	RESULTADOS	8,00	Explicar de mejor manera el significado de las dimensiones de los resultados más altos y más bajos
5	DISCUSIÓN	10,00	
6	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	8,00	Recomendar las estrategias de mejoramiento de acuerdo a las falencias en cada uno de las dimensiones en base al modelo aplicado
7	DEFENSA, ARGUMENTACIÓN Y VOCABULARIO PROFESIONAL	10,00	
8	FORMATO, ORGANIZACIÓN Y CALIDAD DE LA INFORMACIÓN	10,00	

Obteniendo una nota de: 9,60 Por lo tanto, **APRUEBA** ; debiendo el o los investigadores acatar el siguiente artículo:

Art. 36.- De los estudiantes que aprueban el informe final del TIC con observaciones.- Los estudiantes tendrán el plazo de 10 días para proceder a corregir su Informe final del TIC de conformidad a las observaciones y recomendaciones realizadas por los miembros del Tribunal de sustentación de la pre-defensa.

Para constancia del presente, firman en la ciudad de Tulcán el miércoles, 24 de julio de 2024


MSC. JAIRO MAURICIO GUEVARA ROSERO
PRESIDENTE TRIBUNAL


MSC. DENNIS ANDRÉS BOLAÑOS TOBAR
DOCENTE TUTOR


MSC. JAIME ALEJANDRO ITURRALDE VALLEJOS
DOCENTE

Anexo 2. Certificado del abstract por parte de idiomas



UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI
FOREIGN AND NATIVE LANGUAGE CENTER

ABSTRACT- EVALUATION SHEET				
NAME: Fausto Armando Chuga Taimal y Marcela Odalis Masabanda Díaz				
DATE: 13 de agosto de 2024				
Topic: "La calidad del servicio del transporte público y la satisfacción del turista en la provincia del Carchi".				
MARKS AWARDED		QUANTITATIVE AND QUALITATIVE		
VOCABULARY AND WORD USE	Use new learnt vocabulary and precise words related to the topic	Use a little new vocabulary and some appropriate words related to the topic	Use basic vocabulary and simplistic words related to the topic	Limited vocabulary and inadequate words related to the topic
	EXCELLENT: 2 <input checked="" type="checkbox"/>	GOOD: 1,5 <input type="checkbox"/> Vera Játiva Edwin Andrés,5 <input type="checkbox"/>	AVERAGE: 1 <input type="checkbox"/>	LIMITED: 0,5 <input type="checkbox"/>
WRITING COHESION	Clear and logical progression of ideas and supporting paragraphs.	Adequate progression of ideas and supporting paragraphs.	Some progression of ideas and supporting paragraphs.	Inadequate ideas and supporting paragraphs.
	EXCELLENT: 2 <input checked="" type="checkbox"/>	GOOD: 1,5 <input type="checkbox"/>	AVERAGE: 1 <input type="checkbox"/>	LIMITED: 0,5 <input type="checkbox"/>
ARGUMENT	The message has been communicated very well and identify the type of text	The message has been communicated appropriately and identify the type of text	Some of the message has been communicated and the type of text is little confusing	The message hasn't been communicated and the type of text is inadequate
	EXCELLENT: 2 <input checked="" type="checkbox"/>	GOOD: 1,5 <input type="checkbox"/>	AVERAGE: 1 <input type="checkbox"/>	LIMITED: 0,5 <input type="checkbox"/>
CREATIVITY	Outstanding flow of ideas and events	Good flow of ideas and events	Average flow of ideas and events	Poor flow of ideas and events
	EXCELLENT: 2 <input type="checkbox"/>	GOOD: 1,5 <input checked="" type="checkbox"/>	AVERAGE: 1 <input type="checkbox"/>	LIMITED: 0,5 <input type="checkbox"/>
SCIENTIFIC SUSTAINABILITY	Reasonable, specific and supportable opinion or thesis statement	Minor errors when supporting the thesis statement	Some errors when supporting the thesis statement	Lots of errors when supporting the thesis statement
	EXCELLENT: 2 <input type="checkbox"/>	GOOD: 1,5 <input checked="" type="checkbox"/>	AVERAGE: 1 <input type="checkbox"/>	LIMITED: 0,5 <input type="checkbox"/>
TOTAL/AVERAGE	9 - 10: EXCELLENT 7 - 8,9: GOOD 5 - 6,9: AVERAGE 0 - 4,9: LIMITED		TOTAL 9	



**UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL
CARCHI FOREIGN AND NATIVE LANGUAGE
CENTER**

Informe sobre el Abstract de Artículo Científico o Investigación.

Autor: Fausto Armando Chuga Taimal y Marcela Odalis Masabanda Díaz

Fecha de recepción del abstract: 13 de agosto de 2024

Fecha de entrega del informe: 13 de agosto de 2024

El presente informe validará la traducción del idioma español al inglés si alcanza un porcentaje de: 9 – 10 Excelente.

Si la traducción no está dentro de los parámetros de 9 – 10, el autor deberá realizar las observaciones presentadas en el ABSTRACT, para su posterior presentación y aprobación.

Observaciones:

Después de realizar la revisión del presente abstract, éste presenta una apropiada traducción sobre el tema planteado en el idioma Inglés. Según los rubrics de evaluación de la traducción en Inglés, ésta alcanza un valor de 9, por lo cual se validó dicho trabajo.

Atentamente



MSc Juan Carlos López
Director de los Centros
Académicos y de Formación
Complementaria

Anexo 3. Instrumentos



UNIVERSIDAD POLITECNICA ESTATAL DEL CARCHI
FACULTAD DE INDUSTRIAS AGROPECUARIAS Y CIECIAS AMBIENTALES
CARRERA DE TURISMO

ENCUESTA DIRIGIDA A TURISTAS

Nro. de encuesta:

El **Objetivo** de la investigación es analizar la calidad del servicio en el transporte público y su incidencia en la satisfacción del turista en la provincia del Carchi en el año 2023.

Agradecemos su tiempo para contestar las siguientes preguntas, ya que es confidencial y con fines académicos.

PARTE I. Datos Socio-demográficos

Edad:

- a. 18-28
- b. 29-39
- c. 40-50
- d. 51-61
- e. 62 en adelante

Género:

- a. Masculino
- b. Femenino
- c. Otro

Nacionalidad:

- a. Nacional
- b. Extranjero

Estado civil:

- a. Soltero
- b. Casado
- c. Divorciado
- d. Viudo
- e. Unión libre

Situación laboral:

- a. Empleado
- b. Desempleado

Indique el transporte a calificar

- Cantón Mira, Cooperativa de Transportes de pasajeros en Buses Mira
- Cantón Mira, Cooperativa de Taxis Chontahuasi
- Cantón Mira, Cooperativa de Transporte Virgen de la Caridad (Camionetas)
- Cantón Espejo, Cooperativa de Transportes Espejo
- Cantón Espejo, Cooperativa de Taxis "Ciudad de El Ángel"
- Cantón Espejo, Cooperativa de Camionetas "La Libertad"
- Cantón Bolívar, Cooperativa de Taxis Taxibocarchi
- Cantón Bolívar, Cooperativa de Camionetas Martin Puntal S.A
- Cantón Bolívar, Cooperativa de Camionetas 3 de Noviembre S.A
- Cantón Montúfar, Cooperativa de Buses Cristóbal Colón
- Cantón Montúfar, Cooperativa de Taxis Colon No. 10
- Cantón Montúfar, Cooperativa de Taxis 27 de Septiembre
- Cantón Montúfar, Cooperativa de Camionetas 8 de Mayo
- Cantón Montúfar, Cooperativa de Camionetas Procerato del Trabajo
- Cantón San Pedro de Huaca, Cooperativa de Buses
- Cantón San Pedro de Huaca, Cooperativa de Taxis Ciudad de Huaca S.A

- Cantón San Pedro de Huaca, Cooperativa de Camioneta TransPurita S.A
- Cantón San Pedro de Huaca, Cooperativa de Camionetas Transdelnorte S.A.
- Cantón Julio Andrade, Cooperativa de Taxis Selicaf
- Cantón Julio Andrade, Cooperativa de Taxis Super taxis Julio Andrade
- Cantón Tulcán, Cooperativa de Buses
- Cantón Tulcán, Cooperativa de Taxis Rápido Nacional
- Cantón Tulcán, Cooperativa de Taxis 11 de Abril
- Cantón Tulcán, Cooperativa de Taxis Los Pupos
- Cantón Tulcán, Cooperativa de Taxis Atahualpa
- Cantón Tulcán, Cooperativa de Camionetas Chapuel Tulcán
- Cantón Tulcán, Cooperativa de Camionetas Tufiño - Tulcán

Parte II. Variables de estudio La calidad del servicio del transporte público del Carchi-

Satisfacción del turista

INSTRUCCIONES: Lea atentamente cada enunciado y conteste marcando con una "X" la alternativa que considere conveniente en escala de 1 al 5. **(Solo una respuesta)**

ENCUESTA DE CALIDAD DEL SERVICIO EN EL TRANSPORTE PÚBLICO

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

Preguntas de investigación		1	2	3	4	5
Dimensión de Tangibilidad						
1	¿Considera que la empresa cuenta con transporte en buen estado?					
2	¿El conductor y el cobrador están adecuadamente uniformados?					
3	¿El transporte esta adecuadamente implementado (botiquín, señalética, recolectores de basura, etc.)?					
Dimensión de Fiabilidad						
4	¿El transporte respeta siempre su ruta establecida?					
5	¿El transporte respeta los paraderos asignados?					

6	¿La empresa cumple y respeta los tarifarios establecidos?					
Dimensión de Capacidad de respuesta						
7	¿Considera que el conductor y/o cobrador está disponible a atender sus inquietudes y necesidades?					
8	¿El conductor y/o cobrador informan a los pasajeros sobre las rutas de desvío imprevistas?					
Dimensión de Seguridad						
9	¿Considera que el transporte está capacitado para cualquier emergencia?					
10	¿Considera que la velocidad a la que circula el transporte es adecuada y segura?					
11	¿Considera que el transporte, ejecuta su recorrido respetando su capacidad máxima de pasajeros?					
Dimensión de Empatía						
12	¿El conductor y/o cobrador brindan un trato amable, respetuoso y paciente con usted?					
13	¿Considera usted que la empresa de transportes dispone de suficientes unidades operando en horarios de mayor demanda?					
14	¿Considera que la empresa cumple y hace respetar la normativa respecto a los asientos preferenciales o reservados?					

ENCUESTA DE SATISFACCIÓN DEL TURISTA

Totalmente insatisfecho	Insatisfecho	Poco Satisfecho	Satisfecho	Totalmente satisfecho
1	2	3	4	5

Nº	ÍTEMS	1	2	3	4	5
Dimensión de Tangibilidad						
1	¿Qué nivel de satisfacción tiene en cuenta al estado de la unidad de transporte utilizado?					
2	¿Qué nivel de satisfacción tiene en cuanto a la imagen del conductor y/o cobrador?					

3	¿Qué nivel de satisfacción tiene en cuanto a las comodidades del servicio de transporte (botiquín, señalética, recolectores de basura, etc)?					
Dimensión de Fiabilidad						
4	¿Qué nivel de satisfacción tiene en cuanto al cumplimiento de la ruta establecida?					
5	¿Qué nivel de satisfacción tiene en cuanto al cumplimiento de los paraderos asignados?					
6	¿Qué tan satisfecho está por el cumplimiento y respeto de los tarifarios establecidos?					
Dimensión de Capacidad de respuesta						
7	¿Qué tan satisfecho está por la atención de inquietudes y necesidades?					
8	¿Qué tan satisfecho se siente sobre la información a los pasajeros sobre las rutas de desvío imprevistas?					
Dimensión de Seguridad						
9	¿Qué tan satisfecho está con la respuesta del conductor y/o cobrador a cualquier emergencia?					
10	¿Qué tan satisfecho está con la velocidad a la que circula el transporte?					
11	¿Qué tan satisfecho está con el respeto en la capacidad de pasajeros?					
Dimensión de Empatía						
12	¿Qué tan satisfecho está con el trato amable, respetuoso y paciente por parte del cobrador y/o conductor?					
13	¿Qué tan satisfecho está con la disponibilidad de transporte operando en horarios con mayor demanda?					
14	¿Qué tan satisfecho está con el respeto de la normativa respecto a los asientos preferenciales o reservados?					

¡Gracias!

Anexo 4. Evidencias de la recolección de información



Figura 10. Recolección de información en el cantón Espejo



Figura 11. Recolección de información en el cantón Mira



Figura 12. Recolección de información en el cantón Bolívar



Figura 13. Recolección de información en el cantón Montúfar



Figura 14. Recolección de información en el cantón San Pedro de Huaca



Figura 15. Recolección de información en el cantón San Pedro de Huaca

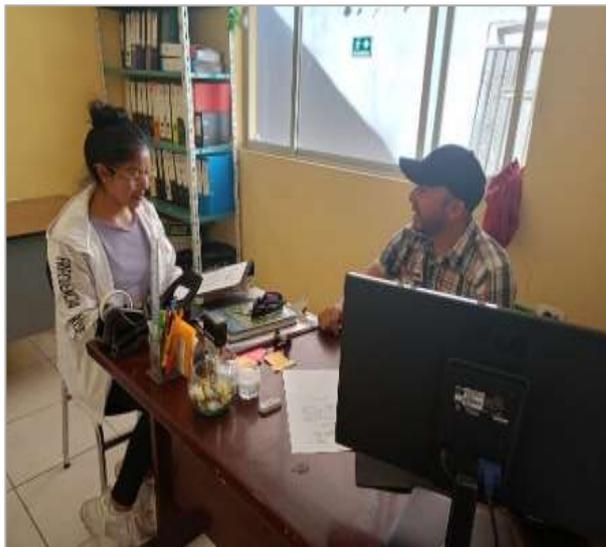


Figura 16. Recolección de información en el cantón Mira



Figura 17. Recolección de información en el cantón Bolívar

Anexo 5. Marco de lista de las unidades de transporte y distribución de encuestas aplicadas

Tabla 17. Levantamiento de información del transporte del Carchi

Cantón	Compañía de Buses	Unidades	%	N° de encuestas	Compañía de Taxis	Unidades	%	N° de encuestas	Compañía de Camionetas	Unidades	%	N° de encuestas
Mira	Cooperativa de Transportes de pasajeros en Buses Mira	14	15%	14	Chontahuasi S.A.	21	7%	21	Virgen de la Caridad	18	9%	18
Espejo	La Libertad	28	29%	28	Ciudad de El Ángel	33	10%	33	Eugenio Espejo	14	7%	14
Bolivar			0%	0	Taxibocarchi	12	4%	12	Martín Puntal S.A	14	7%	14
			0%	0			0%		3 de Noviembre S.A	17	8%	17
Montúfar	Cristóbal Colón	53	56%	53	Colón No. 10	25	8%	25	8 de Mayo	29	14%	29
	Ciudad de San Gabriel		0%	0	27 de septiembre	15	5%	15	Procerato del trabajo	35	17%	35
San Pedro de Huaca			0%	0	Ciudad de Huaca S.A.	25	8%	25	Transdelnorte S.A.	13	6%	13
			0%	0			0%	0	TransPurita S.A.	9	4%	9
Tulcán	Transdoramal d S.A. Frontera Norte		0%	0	Los Pupos		0%	0	Chapuel Tulcán	8	4%	8
			0%	0	Huaca Julio Andrade Super taxis Julio Andrade	28	9%	28	Tufiño Tulcán	28	14%	28
			0%	0					Selicaf	20	10%	20
	Transportes Carchi		0%	0	Rápido nacional	80	25%	79			0%	0
	21 de Abril		0%	0	Atahualpa	80	25%	79			0%	0

Anexo 6. Marco de área “Diseño de mapas de referenciación de la localización de turistas y de unidades de transporte”

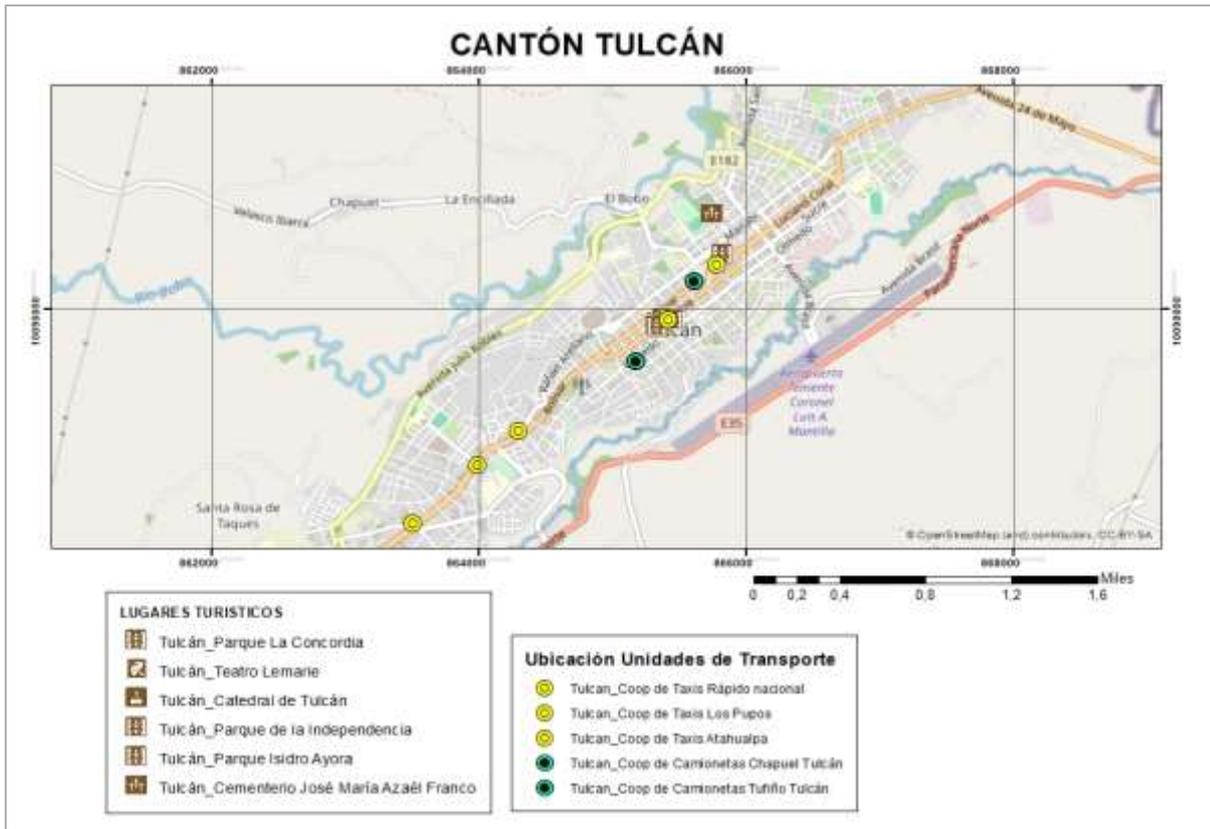


Figura 18. Levantamiento de información Tulcán

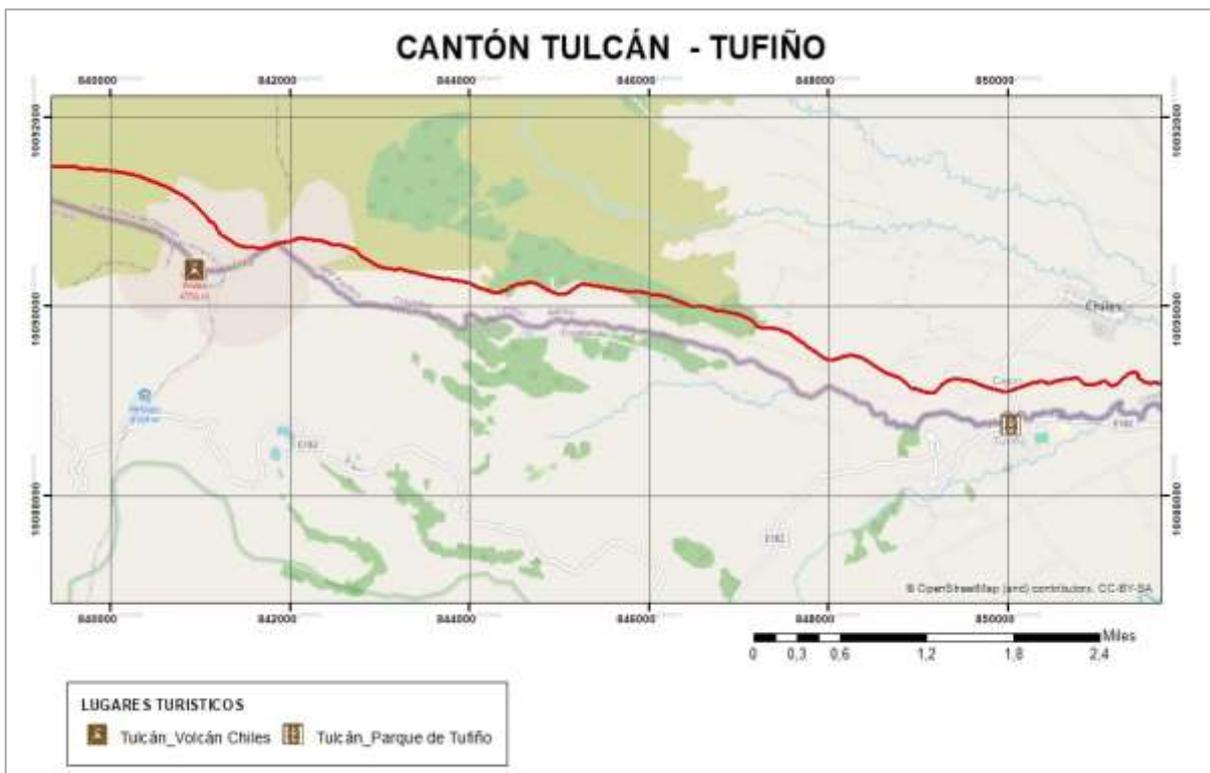


Figura 19. Levantamiento de información, atractivo Tufiño cantón Tulcán

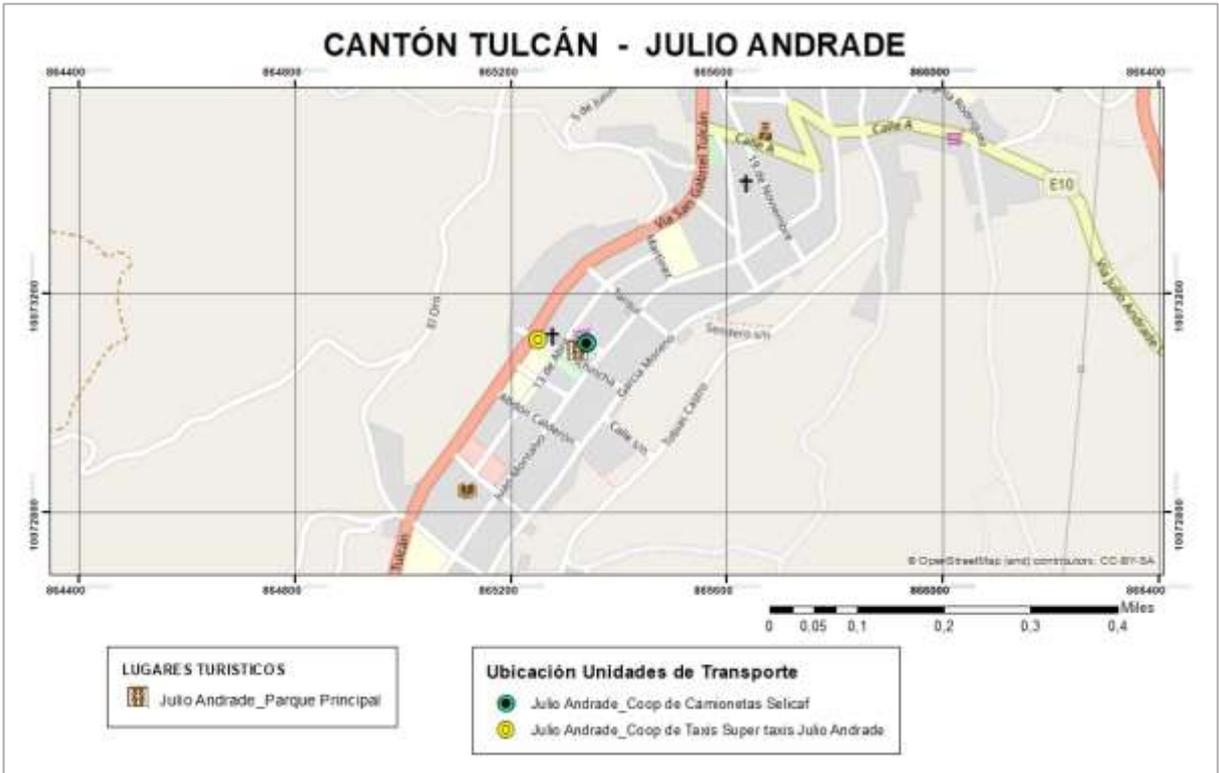


Figura 20. Levantamiento de información Julio Andrade



Figura 21. Levantamiento de información San Pedro de Huaca

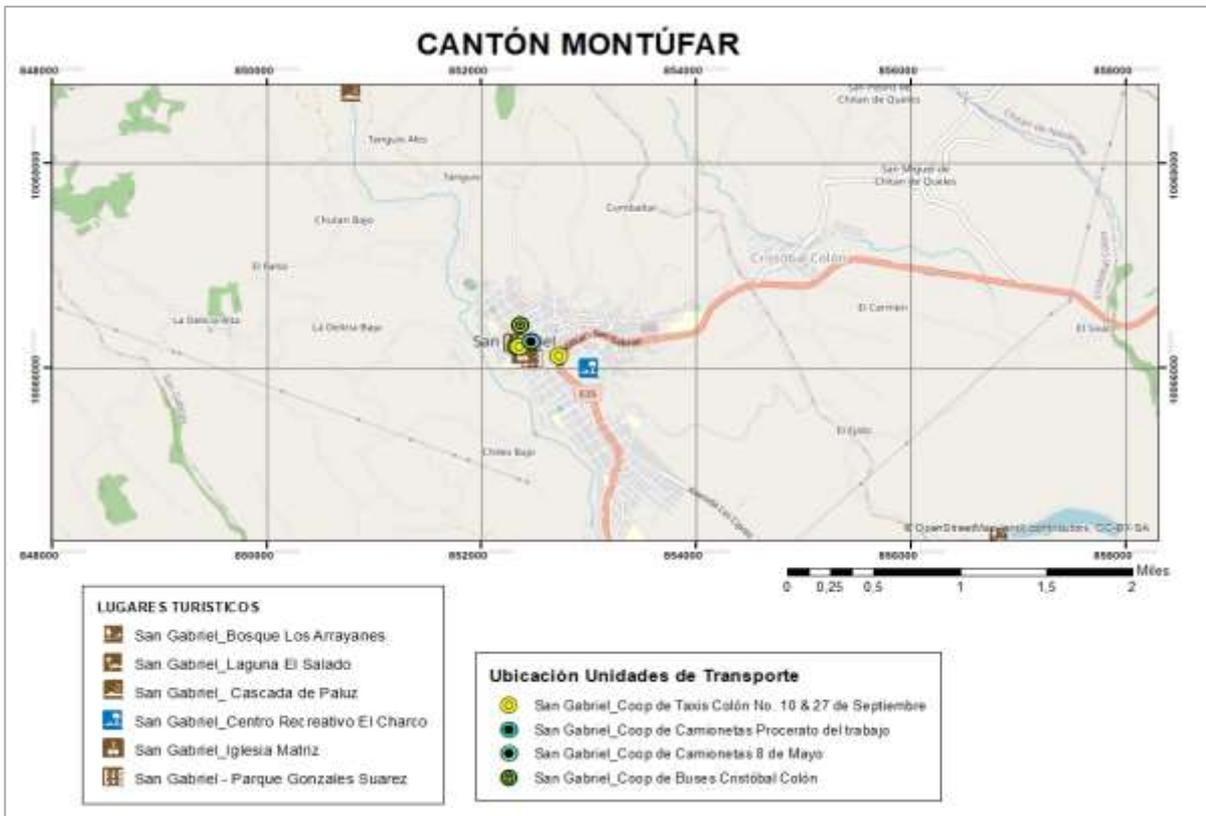


Figura 22. Levantamiento de Información Montúfar

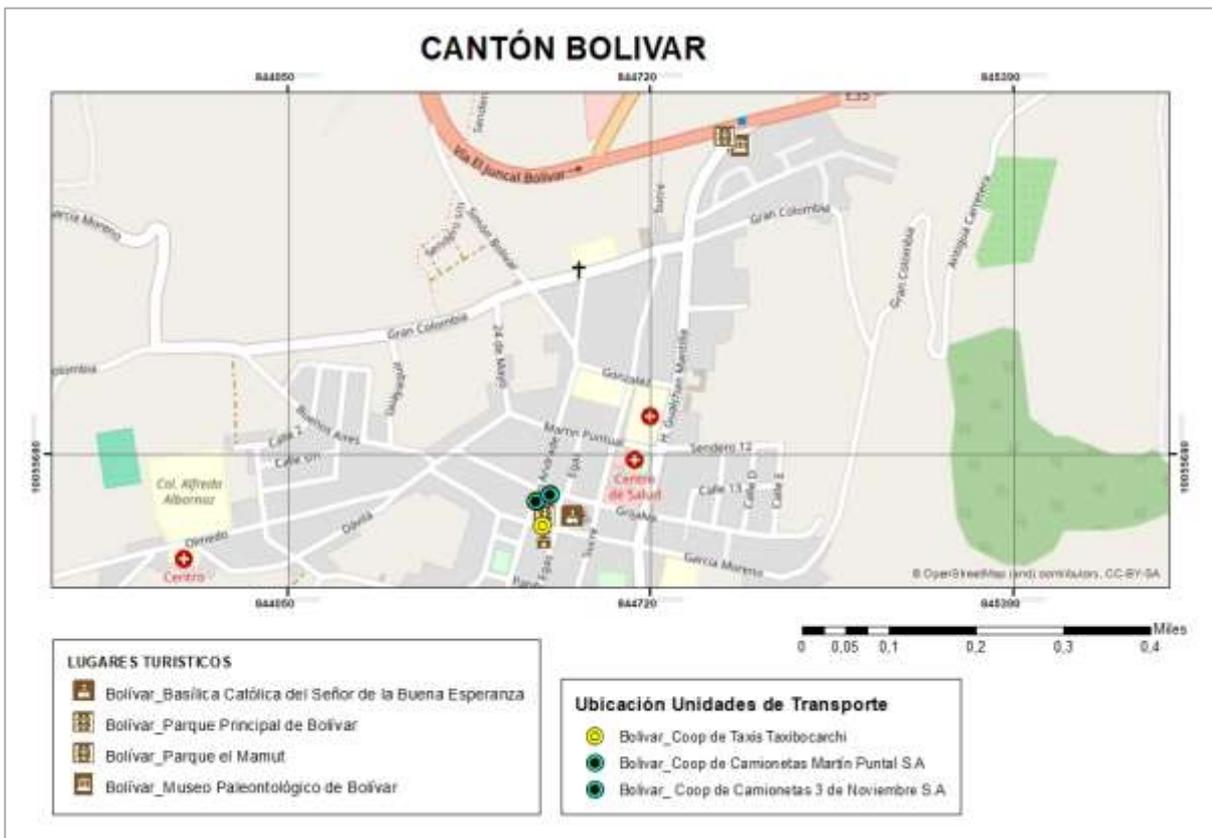


Figura 23. Levantamiento de Información Bolívar

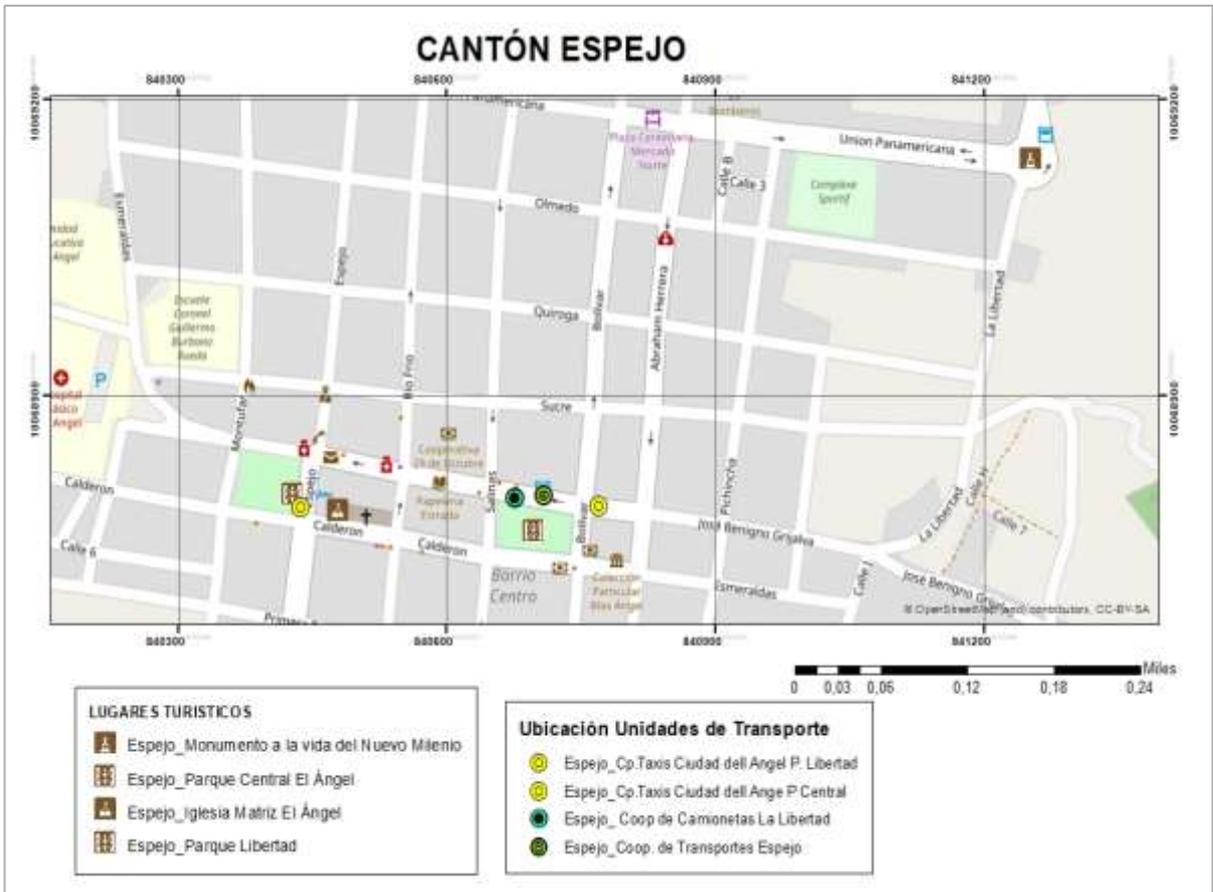


Figura 24. Levantamiento de Información Espejo



Figura 25. Levantamiento de Información Espejo, Parroquia la Libertad



Figura 26. Levantamiento de Información Espejo, Parroquia la Libertad Atractivos Reserva Ecológica y Lagunas del Salado

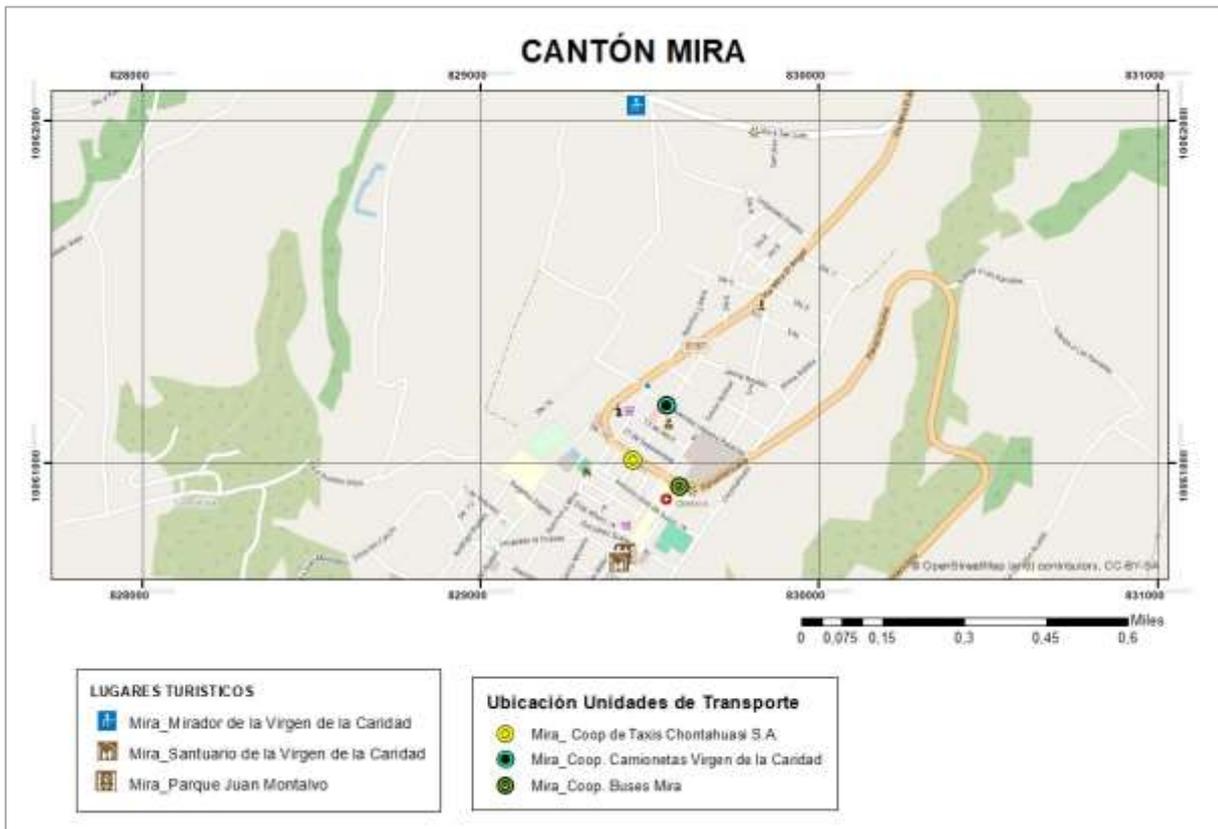


Figura 27. Levantamiento de Información Mira

