



**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES Y EDUCACIÓN**  
**ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE TURISMO, HOTELERÍA Y**  
**GASTRONOMÍA**

**TRABAJO DE SUFICIENCIA PROFESIONAL**

**CALIDAD DE SERVICIO DE TURISMO RURAL EN LA COMUNIDAD DE**  
**WILLOQ, OLLANTAYTAMBO, URUBAMBA, CUSCO, 2021**

**PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADA EN TURISMO,**  
**HOTELERÍA Y GASTRONOMÍA**

**PRESENTADA POR:**  
**ANA LUISA QUISPE BALLÓN**

**ASESORA:**  
**Mg. CLAUDIA EDITH LLONTOP DIEZ**  
**CODIGO-ORCID-000-001-8627-3760**

**LIMA, MAYO 2022**

## DEDICATORIA

Dedico de manera especial a mis padres, ellos son la base que me inspira a seguir adelante los deseos de superación profesional sin ellos no serían nada los admiro mucho y quiero seguir sus pasos.

De manera especial a mis hermanos que fueron un apoyo incondicional en el transcurso de mis estudios.

A mi hija mayor con todo mi corazón quien estuvo conmigo dándome ánimos y que no me rindiera por más que me sentía derrotada, a todas las personas que me apoyaron moralmente.

A mi menor hija quien impulsa a seguir mis sueños cada día

## **AGRADECIMIENTO**

En primer lugar, agradecer infinitamente a Dios por permitir culminar mi Proyecto por darme salud, sabiduría y sobre todo por cumplir mis metas.

En segundo lugar, agradecer a toda mi familia por todo el apoyo brindado por estar siempre ahí en los altos y bajos, especialmente a mi hermana Grety quien me apoyo moralmente dándome ánimos motivándome a seguir los pasos de nuestros padres

En tercer lugar, agradecer a todos los profesores que me apoyaron en este trayecto de mi vida por motivarme profesionalmente por permitir que hiciera clases con mi niña agradezco infinitamente a todos ellos por su comprensión siempre los llevare en mi corazón y no les defraudare.

Por último, agradezco a mi esposo Eddy por estar conmigo apoyándome sin condiciones.

## INTRODUCCIÓN

La presente investigación nos conlleva a uno de los problemas principales el cual es: ¿De qué manera se debe implementar el servicio turístico que brindan las personas de la comunidad de Willoq, de la Provincia de Urubamba del distrito de Ollantaytambo, provincia del cusco?

El objetivo de la investigación es. De qué manera se debe implementar el servicio turístico que ofrecen las personas de la comunidad de Willoq, del Distrito de Ollantaytambo, de la provincia de Urubamba.

Y la hipótesis es la siguiente. La adecuada planificación del sistema de gestión de calidad incrementa la capacidad de respuesta del servicio en turismo rural en la comunidad de Willoq.

Los capítulos que seguiremos es el siguiente: capítulo I, consiste en el planteamiento del problema y dentro de ello tenemos la descripción de la realidad, formulación del problema y sus sub puntos son problema principal y secundario, luego tenemos el objetivo de la investigación sus sub puntos son objetivo general y específico, el siguiente punto es justificación de la investigación y sus sub puntos son la justificación teórica, metodológica, económica y social los siguientes puntos son de gran importancia de la investigación, viabilidad de la investigación, limitaciones del estudio. El capítulo II tenemos el marco teórico. Y los puntos principales son antecedentes de la investigación, bases teóricas, definición de términos básicos donde definiremos los principales términos sobre el tema, el siguiente punto es operacionalización de variables, formulación de hipótesis dentro de este punto tenemos la hipótesis principal, hipótesis derivada, y la conceptualización de las variables.

## RESUMEN

La presente investigación «calidad de servicio de turismo rural en la comunidad de Willoq, Ollantaytambo, Urubamba, Cusco, 2021» Tiene como objetivo Determinar de qué manera se debe implementar el servicio turístico que brindan toda la población de Willoq, Distrito de Ollantaytambo de la provincia de Urubamba.

La metodología que se utilizó fue el modelo servqual, la presente investigación es no experimental debido a que no hay manipulación de individuos es transversal por que la encuesta se realiza solo una vez,

El enfoque de la investigación es de tipo cualitativo por que se mide la satisfacción del cliente posteriormente son ambos cualitativo y cuantitativo, el tipo de la investigación es básica ya que se quiere conocer la calidad de servicio en turismo rural.

La población de la investigación tiene un total de 250 familias.

**Palabras clave: modelo SERVCUAL, turismo vivencial, calidad de servicio, comunidad de Willoq.**

## **ABSTRACT.**

The objective of this research "quality of rural tourism service in the community of Willoq, Ollantaytambo, Urubamba, Cusco, 2021" is to determine how the tourist service provided by all the inhabitants of the community of Willoq, of the district of Ollantaytambo province of Urubamba.

The methodology that was used was the SERVQUAL model, the present investigation is non-experimental because there is no manipulation of individuals, it is transversal because the survey is carried out only once, The focus of the research is qualitative because customer satisfaction is measured later, they are both qualitative and quantitative, the type of research is basic since it wants to know the quality of service in rural tourism.

The research population has a total of 250 families.

**Keywords: SERVCUAL model, experiential tourism, service quality, Willoq community.**

## ÍNDICE

Introducción.....	4
Resumen.....	5
Abstract.....	6
1. CAPÍTULO I. PROBLEMA.....	9
1.1 Planteamiento del problema .....	9
1.2 Delimitación de la investigación.....	13
1.2.1 delimitación espacial.....	13
1.2.2 Delimitación social.....	13
1.2.3 Delimitación temporal.....	13
1.2.4 Delimitación conceptual.....	13
1.3 Formulación del problema.....	14
1.3.1 Problema General.....	14
1.3.2 Problemas Específicos.....	14
1.4 Objetivos de la investigación .....	14
1.4.1 Objetivo general.....	14
1.4.2 Objetivos específicos.....	14
1.5 Justificación de la investigación.....	15
1.5.1 Justificación teórica: .....	15
1.5.2 Justificación económica: .....	15
1.5.3 Justificación social.....	16
1.5.4 Importancia de la investigación .....	16
1.6 Factibilidad.....	16
1.7 Limitaciones del estudio .....	17
2. CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO.....	18
2.2 Antecedentes de la investigación .....	18
2.3 Bases teóricas.....	21
2.3.1 Definición de calidad:.....	22
BRECHAS DE CALIDAD DE SERVICIO SEGÚN EN MODELO SERVQUAL.....	24
Dimensiones del modelo SERVQUAL.....	25
EL MODELO SERVQUAL.....	26
2.3.1 Principios de la Gestión de la Calidad .....	27
2.3.3 Generalidades.....	28
2.3.4 el ciclo PHVA brevemente.....	30
2.4 Definición de términos básicos .....	32

c. Servicio Turístico: .....	33
2.5 Unidad de estudio.....	35
2.6 Comunidad campesina.....	37
3. CAPITULO III: HIPOTESIS Y VARIABLES.....	39
3.1 Formulación de hipótesis .....	39
3.1.1 Hipótesis general: .....	39
4. CAPÍTULO IV METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN .....	43
3.1 Ámbito de estudio .....	43
3.2 Diseño metodológico .....	43
3.2.1 Enfoque.....	44
3.2.2 Tipo. ....	44
3.2.3 Nivel de investigación.....	44
3.3 Diseño muestral .....	44
3.4 Técnicas de recolección de datos .....	45
3.5 Técnicas estadísticas para el procesamiento de la información. ....	46
5 CAPITULO V: RESULTADOS Y DISCUSIÓN .....	47
5.1 Resultados.....	47
5.1.1 <i>La calidad de servicio de turismo rural en la comunidad de Willoq, Ollantaytambo, Urubamba, cusco, 2021.</i> .....	47
Bibliografía.....	56
ANEXOS .....	59
Conclusiones.....	64
Recomendaciones.....	65

# CAPÍTULO I.

## PROBLEMA

### 1.1 Planteamiento del problema

En la ciudad de Cusco el desarrollo de turismo rural viene desde muchos años atrás en las comunidades rurales que por supuesto estos cuentan con una gran cantidad de recursos naturales y culturales. Sabemos que es muy importante el turismo rural en la actividad turística, el nivel de servicio que brinda cada comunidad no tiene la calidad de servicio adecuada ya que no cuentan con modelos de calidad. tendremos en cuenta la percepción del turista

«Willoco, por contraste con Chinchero, no es en el circuito del valle sagrado sino lejos de los lugares turísticos y sin sus propias ruinas. Sin embargo, el capital de su región, y el pueblo más grande cerca de Willoc es Ollantaytambo, que es el trampolín a Machu Picchu, el objetivo principal del circuito turístico del Valle Sagrado. Por eso hay miles y miles de turistas que pasan por Ollantaytambo cada año en camino a Machu Picchu, pero casi no visiten a Willoc por ser apartado del circuito del Valle Sagrado y sin grandes atracciones turísticas. Sin embargo, la economía de Willoc es atado a Ollantaytambo y la economía de Ollantaytambo es atado a turismo». (Lyon, 2012, pág. 17)

«La pérdida de los valores culturales que viene sufriendo la comunidad de Willoq, desarrolla diversas actividades con el fin de revalorar lo tradicional». (Abarca, 2004, pág. 229)

Se sabe que en la comunidad de Willoq se confeccionan sombreros, así como monteras estas son las prendas que hacen especial a los pobladores, el servicio

Rural es una de las actividades más relevantes que a su vez proporciona a todos los pobladores ingresos y beneficios.

Se procura la aplicación en forma general a todo el sistema de calidad que se propone un modelo de calidad el servqual en el proceso operativo y como también el de soporte, ya introduciendo el modelo tendremos como resultado la eficacia y la eficiencia de los servicios que brindará la comunidad de Willoq. Esto permitirá a la empresa controlar todas las interrelaciones e independencias entre procesos del sistema y así pueda mejorar el desempeño en el trabajo a nivel mundial.

En estos tiempos el modelo servqual se ha convertido en uno de los modelos más importantes, asegura la calidad de la empresa en su totalidad.

Este tipo de turismo rural se puede aprovechar siempre y cuando se mantenga la cultura rural, una de sus principales características de este tipo de turismo es ofrecer servicio de calidad a los turistas, una atención personalizada ya que estos convivirán con las personas del lugar compartiendo actividades cotidianas ya sea en el entorno natural como en el mismo hogar.

«En Willoc la fuerza principal ha sido ONG con su apoyo a familias tejedoras en el Valle Patacancha. Antes de los años noventa, Willoc fue por la mayoría aislado de la mayor parte del contacto con turistas y la cultura occidental. Sin embargo, en los años noventa varios ONG tomaron interés en Willoc por ser una comunidad tradicional que también fue relativamente accesible y cerca de Ollantaytambo, centro del turismo. Ellos tuvieron la idea de apoyar a la comunidad con el dinero que podían ganar con turismo vivencial y empezaron a llevar turistas interesados en ver una comunidad tradicional a Huilloc. Allí los

turistas pagaron para quedarse por algunos días con una familia campesina en un programa del turismo vivencial donde la mayor parte del dinero fue a la familia,

Pero otra parte fue al ONG para apoyar otros proyectos en la comunidad como piscifactorías y asociaciones de tejedoras. Durante los años noventa y los años principales de los 2000, turistas llovieron a Willoc en cantidades sin precedentes y la comunidad pequeña no estuvo lista para recibir tantos turistas ni su dinero. Con todo este dinero nuevo en sus manos, las familias de Willoc decidieron a mejorar sus casas y su calidad de vida. Esto significó que cambiaron sus casas a lo más moderna sin cocinas de cuy y sin techos de paja, sino con techos de aluminio». (Lyon, 2012, pág. 24)

Las costumbres, tradiciones y el estilo de vida que lleva la población de Willoq. Con el modelo SERVQUAL aumentará la llegada de más turistas, esto será de gran beneficio para la comunidad ya que mejorará la infraestructura y los servicios de la comunidad, el mejoramiento de las vías terrestres, transporte, servicios de la comunidad como también los servicios públicos. De esta manera los pobladores tendrán una mejor calidad de vida, se verá una mejora notablemente. Como bien sabemos el turismo rural recupera y crea oportunidades haciendo que no se pierda la cultura dando a conocer a los turistas otra forma de vida obviamente enriqueciendo la propia, la importancia que tiene en cuanto al turismo rural es alto, debe de tomar en cuenta la preservación, conservación y recuperación ya sea gastronomía, artesanía, folclore, tradiciones, y las actividades costumbristas.

Ayudará sin duda alguna al reforzamiento de la identidad de toda la comunidad, relacionado a todos los conocimientos fruto de la investigación como son arqueología, antropología, biología, sociología rural para que sea puesta en valor el patrimonio natural como el cultural

Sabemos que en estos tiempos el turismo vivencial o rural es una de las actividades más importantes y la acogida que tiene es más por personas adultas ya que en su mayoría practican el turismo responsable,

«Colombia destino mundial cuyo objetivo consiste en mejorar la competitividad de los destinos y productos turísticos nacionales. Para así obtener un clúster turístico de competencia mundial, Boyacá es uno de estos casos, ya que posee una gran riqueza de flora y fauna, atractivos con reconocimiento a nivel regional, nacional e internacional». (Carreño, 2013, pág. 20)

A través del desarrollo turístico rural, se procura mejorar el ambiente financiero de todas las empresas relacionados al turismo rural, los mismos buscaran una mejora del día a día siempre y cuando teniendo en cuenta la responsabilidad de la calidad.

Toda la historia y la magia de un determinado país es único y pensamos que solo debemos dar a conocer, pero también debemos de vivirla, es por eso por lo que el turismo rural ofrece a los turistas experimentar de una manera diferente mostrando la autenticidad de un determinado lugar y dicho servicio es personalizado ya que estará en contacto con la gente el ambiente único que ofrece el destino rural.

El turismo rural es una de las actividades que se desarrolla en comunidades donde aún prevalezca costumbres, tradiciones esta debe de ser planificada y sostenible, debemos de resaltar que la participación de los pobladores es muy importante los mismos deberán demostrar que actividades se realiza en la comunidad y así obtener un beneficio. Hay muchos destinos turísticos en Perú que ofrece esta alternativa y Cusco no se queda atrás y ofrece este tipo de turismo convencional en la comunidad de Willoq.

## **1.2 Delimitación de la investigación**

### ***1.2.1 delimitación espacial***

El estudio se ejecutó en la comunidad de Willoc, de la Provincia de Ollantaytambo del Departamento del Cusco que se encuentra a 98 km. De la ciudad del cusco con una altitud de 3400 msnm. con una temperatura máxima de 19°C y con un mínimo de 0°C. temporada de lluvias de noviembre a marzo.

### ***1.2.2 Delimitación social.***

En el presente estudio del proyecto se les entrevistara a los comuneros de Willoq para saber en qué situación están e implantar el proyecto del modelo servqual y así serán beneficiados en parte social ambiental y económica.

### ***1.2.3 Delimitación temporal.***

La duración del trabajo fue del mes de agosto hasta el mes de noviembre del 2021 periodo en el cual se hizo el estudio del proyecto en calidad de servicio de turismo rural en la comunidad de Willoq, Ollantaytambo, Urubamba, Cusco, 2021.

### ***1.2.4 Delimitación conceptual.***

El presente proyecto se enfoca en el estudio del modelo SERVQUAL en el servicio de turismo rural en la comunidad de Willoq, Ollantaytambo, Urubamba, cusco, 2021 por lo tanto debe de ser evaluado de forma completa considerando la oferta y demanda de dicha comunidad.

## **1.3 Formulación del problema**

### **1.3.1 Problema General**

¿De qué manera se debe de implementar la calidad de servicio turístico que brindan la población de Willoc Provincia Urubamba del distrito de Ollantaytambo Departamento del Cusco según el modelo servqual

### **1.3.2 Problemas Específicos**

a) ¿Cuál es el nivel del sistema de gestión de calidad de los servicios turísticos que brindan los pobladores de la comunidad de Willoq?

b) ¿Cuál es el sistema de gestión de calidad de procesos de eficacia, productividad de los servicios que brindan los pobladores de la comunidad de Willoq?

c) ¿Cuál es el sistema de Gestión de calidad según el modelo servqual del proceso de atención, necesidades y expectativas de los pobladores y turistas?

## **1.4 Objetivos de la investigación**

### **1.4.1 Objetivo general**

Determinar de qué manera se debe implementar el servicio que brindaran los comuneros de Willoq, del Distrito de Ollantaytambo, de la provincia de Urubamba, según el modelo de calidad SERVQUAL.

### **1.4.2 Objetivos específicos**

a) Analizar cuál es el nivel del servicio turístico que brinda la comunidad de Willoq según el modelo servqual.

b) Determinar el nivel de procesos de productividad y eficacia que brindan los pobladores de la comunidad de Willoq según el modelo SERVQUAL.

c) Analizar el nivel de procesos de atención al cliente y expectativa de los pobladores de la comunidad de Willoq según el modelo SERVQUAL.

## **1.5 Justificación de la investigación.**

### ***1.5.1 Justificación teórica:***

Dicho proyecto da un aporte muy importante a la comunidad de Willoq, ya que consiste en mejorar la calidad en los aspectos relacionados al turismo rural, que es beneficio para la comunidad y para el turista, el modelo SERVQUAL da un nivel de servicio superior ya que está reconocida a nivel mundial, consolidando la calidad de servicio en turismo rural el beneficio que logra es de poder competir con otros países y ser reconocida a nivel mundial por el servicio de calidad.

La investigación busca mediante la aplicación de calidad que el tipo de servicio sea de acorde con los pasos que indica dicha comunidad no cuenta con ningún tipo de certificación de calidad solo cuenta con un reglamento interno, lo cual afecta al turismo rural en el departamento del cusco ya que esta comunidad es la que más turistas recibe, Willoq si lograra implantar el modelo SERVQUAL estaría dando un gran paso a que sea más visitada por los turistas nacionales también por los extranjeros y no solo por los de la tercera edad sino también por todas las edades.

### ***1.5.2 Justificación económica:***

En el aspecto económico los pobladores de la comunidad de Willoq serán los más beneficiados ya que ellos brindan los servicios de turismo rural directamente, tendrán una mejor calidad de vida estarán más preparados para poder recepcionar a los turistas.

Sin embargo, una vez manejado con el modelo SERVCUAL tendrá mucho que ver en este cambio radical, los estudios económicos como: la determinación de todos los costos de inversión, el análisis detallado de los costos de operación,

análisis de ingresos, estados de los efectos proyectados y el punto de equilibrio. Estos puntos harán que haya un desarrollo económico para la comunidad de Willoq.

### ***1.5.3 Justificación social***

En el aspecto social tendrán una mejora en su vida cotidiana ya sea en conocimientos, infraestructura con un estilo de vida superior, da a conocer la cultura viva de esta comunidad y ayuda a que no se pierda la identidad, para el turismo rural es esencial la intervención de la comunidad local, considerando una diversidad de formas de organización de familias en diferentes actividades ya sean culturales o naturales, con el sistema de gestión de calidad tendrá un manejo más ordenado eficaz y eficiente.

### ***1.5.4 Importancia de la investigación***

La importancia de este proyecto de investigación es que la certificación sea asertiva para que los principales beneficiarios sean los pobladores, este trabajo es importante ya que la comunidad de Willoq es uno de los destinos convencionales que brinda turismo rural pero no cumple con los requisitos o estándares de calidad es por eso que implantaremos el modelo SERVCUAL para un buen servicio en turismo rural.

## **1.6 Factibilidad**

El proyecto es factible, ya que tendremos el apoyo de la municipalidad de Ollantaytambo y del presidente de dicha comunidad tendremos facilidades para poder realizar las encuestas y las entrevistas a las familias que se dedican al servicio de turismo rural.

## **1.7 Limitaciones del estudio**

Las limitaciones que presenta cuyo estudio es que es una comunidad alejada a una hora de Ollantaytambo no manejan ningún sistema de calidad los pobladores no están capacitados y en algunos casos solo copian lo que hacen los demás, no hay suficiente estudio acerca de la comunidad de Willoq. Para hacer este proyecto necesitamos el apoyo de la municipalidad de Ollantaytambo y del presidente de la comunidad, para facilitarnos con todo el procedimiento y financiamiento de este proyecto.

Si bien es cierto la comunidad de Willoq brinda sus servicios desde el año 1992 y es demasiado tiempo para que brinden el mismo servicio de calidad.

## **CAPÍTULO II.**

### **MARCO TEÓRICO**

#### **2.2 Antecedentes de la investigación**

a). **Del valle Tuero, Eduardo Antonio (2015) elaboró la tesis titulada: «El turismo rural en España análisis de la evolución del modelo de desarrollo y perspectivas futura», tesis para optar al grado de doctor por la Universidad de Vigo España.**

El objetivo de la siguiente investigación es «referir y demostrar todo el planteamiento de la investigación en los alojamientos donde se realizarán el turismo rural». (Tuero, 2015, pág. 201)

La metodología Realizada es el estudio del turismo rural desde un enfoque sectorial tomando en cuenta el estudio conceptual, la identificación de todos los manuales para su desarrollo toman más en cuenta la investigación empírica.

Los resultados, en las rúbricas siguientes se abordarán, en fases distintas, podemos decir que uno de ellos es el marco teórico en donde encontramos la justificación de la investigación, y el elemento más importante es el objeto de análisis y dentro de ello los procesos seguidamente su diseño y la puesta en marcha, así como también se utilizó todas las técnicas en el análisis.

Propone, que el marco de los objetivos, la hipótesis del proyecto de investigación que se realizó es empírica, trata del marco de los objetivos y la hipótesis del proyecto, dicha investigación es empírica y esta trata de proponer y comprobar cómo es el contexto de las empresas de alojamientos rurales, estudiando toda su estructura por ejemplo: las políticas empresariales y competitividad de los empresarios en el caso de turismo rural y todos los elementos que le diferencian tubo una caracterización propia en su evolución y desarrollo. (Tuero, 2015, pág. 202)

b). Djofack, Sindonie (2012) elaboró la tesis titulada: **«Análisis del impacto del sistema de calidad ISO 9001 y del sistema de calidad turística española en empresas y organizaciones turísticas: un estudio empírico en baleares» tesis para optar el grado de doctor para la Universidad de las Islas Baleares (UIB) Palma de Mallorca.**

El objetivo de la tesis es: «tratar de explicar la decisión de escoger entre el Modelo de certificación ISO 9001 o el Sistema de Calidad Turística Española desarrollado por el ICTE y por otra parte evaluar los determinantes de la certificación de un sistema de calidad». (Sindonie, 2012, pág. 76)

Se utilizó la siguiente metodología para todo el desarrollo de la investigación, dicha investigación es cuantitativa por lo cual utilizamos el programa SPSS para obtener y conocer los resultados recabada por medio de las encuestas.

Se llegó a los siguientes resultados, tratar de escoger uno de los dos certificados que se ha empleado: el certificado ISO-9001 y como también el certificado Q del ICTE. Se llega a la conclusión de que la norma de estandarización es la más generalizada.

c) **Sepúlveda, Hollman, Basurto Rafael y Vizcarra Yuri (2010)** presentaron la tesis: **«Plan estratégico para el desarrollo del turismo rural comunitario en la región Cusco»** en la pontificia universidad Católica del Perú, tesis para obtener el grado de magister en administración.

«Objetivo principal del estudio es formular un plan estratégico a diez años, orientado a promover el desarrollo del turismo rural comunitario en la Región Cusco». (Hollman Sepúlveda, 2010, pág. 3)

La metodología que realizamos como segmento de formulación del plan estratégico es representación cualitativa descriptiva, estará basada principalmente en la recolección de datos, cuya información es de fuente primaria, así como secundaria.

Los resultados que se llegó son, al revisar las opciones es importante que tomemos en cuenta los productos y servicios y que estos sean revisados. También tomar en cuenta a los competidores directos ya que es un peligro para la empresa, se considera aportes que sean para bien de la empresa de lo contrario simplemente se desechara.

El propósito de todo el turismo rural del Perú exactamente en el departamento de Cusco hizo que la pobreza se reduzca en la mayoría de las comunidades, es por ello que se debe de aprovechar al máximo su gran potencial, ya que posee diversos recursos ecológicos históricos culturales, podemos decir que son culturas vivas ancestrales.

d). **Pillco Torres, Franklin (2017)** presentó la tesis **«Gestión de calidad y competitividad del mercado san pedro cusco-2017»** en la universidad peruana Austral del Cusco, tesis para obtener el grado de licenciado en contabilidad.

Objetivo de la tesis es «orienta el intelecto y acción. Son propósitos, intenciones, fines que las organizaciones desean alcanzar utilizando aplicaciones y esfuerzos, los objetivos deben establecerse en términos numéricos y estar asociados con indicadores que midan el desempeño, como los datos la calidad, recursos empleados, el desempeño». (Pillco Torres, 2017, págs. 31,51)

La metodología que se utilizó en el siguiente trabajo fue descriptiva ya que consiste en describir analizar e interpretar constantemente la gestión de calidad, todo lo que tenga que ver en cuanto al mercado San Pedro.

Los resultados a lo cual llega, que la gestión de calidad está bajo el 30% en el mercado de San Pedro demuestra que no están preparados o no se cumplen los requisitos establecidos, de esta manera estaremos gestionando el control de calidad y sobre todo los bienes y servicios que se brinda en dicho mercado esto hace que influya en un aspecto muy importante que es la competitividad, en cuanto esta norma este implantada podremos ofrecer calidad de servicio al cliente.

### **2.3 Bases teóricas.**

Existen varias definiciones de calidad de servicio y a continuación lo detallaremos en la siguiente tabla en cuanto a su evolución. Texto de la evolución.

Tabla 1.

**2.3.1 Definición de calidad:**

Autor	Concepto
CROSBY	«La calidad no cuesta, lo que cuesta son las cosas que no tienen calidad. Crosby define calidad como conformidad con las especificaciones o cumplimiento de los requisitos y entiende que la principal motivación de la empresa es el alcanzar la cifra de cero defectos. Su lema es "Hacerlo bien a la primera vez y conseguir cero defectos». (Crosby, 1987)
ISHIKAWA	«Define que es desarrollar, diseñar, manufacturar y mantener un producto de calidad que sea el más económico, el útil y siempre satisfactorio para el consumidor». (p.10) (Ishikawa, 1988)
William Edwar	«la calidad es “un grado predecible de uniformidad y fiabilidad a bajo coste, adecuado a las necesidades del mercado”. El autor indica que el principal objetivo de la empresa debe ser permanecer en el mercado, proteger la inversión, ganar dividendos y asegurar los empleos. Para alcanzar este objetivo el camino a seguir es

	<p>la calidad. La manera de conseguir una mayor calidad es mejorando el producto y la adecuación del servicio a las especificaciones para reducir la variabilidad en el diseño de los procesos productivos» (William Edward, 1989)</p> <p>«Calidad es traducir las necesidades futuras de los usuarios en características medibles, solo así un producto puede ser diseñado y fabricado para dar satisfacción a un precio que el cliente pagará; la calidad puede estar definida solamente en términos del agente» (p.3)</p>
<p>JURAN</p>	<p>«Puede relacionarse con esta aceptación de la definición de calidad de los servicios cuando la adecuación al uso la definen las expectativas de los clientes. La principal ventaja de esta perspectiva de la definición es la dependencia de los consumidores que son, en última instancia, los que hacen la valoración última del servicio consumido». (Juran P. , 1993)</p>
<p>(Tigani, 2004)</p>	<p>«El sistema de gestión de la calidad es aquella parte del sistema de gestión de la organización enfocada en el logro de resultados, en relación con los objetivos de la calidad, para satisfacer las necesidades,</p>

	expectativas y requisitos de las partes interesadas, según corresponda» (P. 381)
(Romero, 2014)	«Es la medida de la dimensión en que una cosa o experiencia satisface una necesidad, soluciona un problema o agrega valor para alguien». (p.25-26)

En este proyecto utilizaremos el modelo SERVQUAL.

En este caso optaremos por la adopción de un sistema de gestión de calidad, para que pueda ayudar a mejorar su desempeño global en este caso al servicio de calidad que brinda la comunidad de Willoq, será positivo ya que habrá un desarrollo sostenible e implementar un sistema de gestión de calidad.

«El modelo SERVQUAL es uno de los más populares en la investigación de calidad de servicios, además de ser la aplicación más común en la investigación de mercado, así como en otras industrias como la hostelería y la economía. Se puede decir que el origen de este modelo se deriva del estudio de Parasuraman, Zeitham y Berry en 1985, basado en el modelo de expectativa – brecha de percepción. En este año, Parasuraman, Zeitham y Berry ilustraron que las percepciones de calidad de los consumidores están influenciadas por una serie de cuatro brechas distintas que ocurren en las organizaciones. » (Martín, Como medir tu servicio con el modelo SERVQUAL, 2018)

## **BRECHAS DE CALIDAD DE SERVICIO SEGÚN EN MODELO SERVQUAL.**

«Brecha 1: diferencia entre las expectativas del consumidor y las percepciones de la administración sobre las expectativas del consumidor. Brecha 2: diferencia entre las percepciones de la administración de las expectativas del consumidor

y las especificaciones de calidad del servicio. Brecha 3: diferencia entre las especificaciones de calidad del servicio y el servicio realmente entregado. Brecha 4: diferencia entre la entrega del servicio y lo que se comunica sobre el servicio a los consumidores. Brecha 5: hay una quinta brecha, que consiste en la diferencia entre la expectativa del servicio y la calidad percibida del servicio.» (Martin, SERVQUAL, 2018)

Para Zeitham, Parasuraman y Berry, «la calidad percibida del servicio se define en el modelo como la diferencia entre las expectativas y las percepciones del consumidor. Esto, a su vez, depende del tamaño y la dirección de las cuatro brechas asociadas con la entrega de la calidad del servicio del lado del vendedor.» (Martin, SERVQUAL, 2018)

También, Bond y Brown, «afirmaron que la conceptualización de la calidad del servicio, también llamada modelo de brecha de expectativa-percepción, es una de las contribuciones más valiosas y valoradas a la literatura de servicios. El modelo identifica las discrepancias o las brechas de las claves relacionadas con las percepciones generales de la calidad del servicio y las tareas asociadas con la entrega del servicio a los clientes.» (Martin, SERVQUAL, 2018).

Las brechas que indican de uno al cuatro son sobre todo la base e el cual se presta el servicio, y la quinta es netamente del cliente con esta brecha hallaremos el nivel de calidad de servicio que brinda una empresa.

### **Dimensiones del modelo SERVQUAL.**

«SERVQUAL cuenta con el enfoque más utilizado para medir la calidad del servicio y siempre ha tenido como objetivo comparar las expectativas de los clientes antes de un encuentro de servicio y sus percepciones del servicio real

entregado. El modelo se deriva del estudio de Parasuraman, Zeithaml y Berry en 1985. Este constaba originalmente de 10 dimensiones de la calidad del servicio, las cuales eran: confiabilidad, receptividad, competencia, acceso, cortesía, comunicación, credibilidad, seguridad, comprensión / conocimiento del cliente y tangibles.» (Martin, SERVQUAL, 2018)

«Más tarde, Zeithaml, Berry y Parasuraman probaron las variables y las redujeron a cinco factores que incluyen tangibles, confiabilidad, receptividad, seguridad (combinando comunicación, credibilidad, seguridad, competencia y cortesía) y empatía (combinando la comprensión y conociendo al cliente con accesibilidad)». (Martin, SERVQUAL, 2018)

## **EL MODELO SERVQUAL.**

### *Confiabilidad:*

La confiabilidad nos muestra la capacidad de facilitarnos el servicio con exactitud en un tiempo prudente.

La confiabilidad pretende la coherencia en la implementación de servicios, respetar lo prometido y cumplir los ofrecimientos a los clientes.

### *Sensibilidad:*

La sensibilidad calcula la capacidad de poder resolver los problemas puntualmente, trata el reclamo de cada cliente de manera positiva o efectiva y estar dispuestos a cumplir con los requisitos. La capacidad de respuesta de las empresas hacia los clientes es rápida y efectiva. Ejemplo:

En lo tangible: son la actitud del personal, equipos, imágenes de instalaciones de la empresa, maquinarias, materiales en otras palabras se como elemento

tangible se refiere a todas las instalaciones que se puedan palpar, el personal, los equipos, todos los materiales de comunicación para con los clientes.

El ambiente de servicio, es capaz de influir directamente en los colaboradores y clientes, los gestos la manera de hablar (fisiológicas, psicológicas, cognitivas y emocionales)

El mecanismo de sensibilidad hace que tenga credibilidad y confianza, el servicio se da solo por profesionales o personas que estén capacitados, tienen conocimiento técnico, tienen una buena actitud y habilidades en todo el sentido del servicio al cliente.

#### *Simpatía:*

La simpatía el espejo de la empresa, ser amable considerado es un punto positivo para los clientes esto hace que se sientan bien, en confianza dentro de la empresa y siempre bien venido en cualquier momento y lugar. El factor humano es el único foco de este éxito, la sonrisa es el idioma mundial en la empresa, cuanto más cuidado brinda mayor es la comprensión del cliente.

### **2.3.1 Principios de la Gestión de la Calidad**

«Los sistemas de gestión de calidad son un conjunto de acciones determinadas con el fin de conseguir un proceso productivo que genere mejores resultados. Los sistemas de gestión de calidad ayudan a las empresas a planear, ejecutar y controlar sus procesos internos para desarrollar productos o servicios de alta calidad». (banco finandina, 2019)

Ejemplos para mejorar la atención al cliente.

### ***Enfoque al cliente:***

- *Liderazgo*: satisfacer las necesidades del cliente superando las expectativas:
- *Compromiso de las personas*: tener en claro la complejidad de las personas y así poder atenderlas.
- *Enfoques a procesos*: «Busca implantar una filosofía en la organización, que permita la identificación de todos los procesos incluidos en el sistema de gestión de la calidad.» (Enfoque en procesos, 2016)

*Mejora*: la mejora continua es muy importante ya que están en cambios constantes.

*Toma de decisiones basada en evidencias*: la toma de decisiones es muy importante y más aún si los colaboradores tienen la autoridad de tomar decisiones en momentos precisos.

*Gestión de las relaciones*:

### ***2.3.3 Generalidades.***

Para aumentar el nivel de agrado o satisfacción de los clientes.

Se tiene en cuenta muchos requisitos específicos esenciales para la certera adopción de enfoque a los procesos.

La gestión de los procesos es muy importante ya que implanta como un sistema a la eficiencia y eficacia de las organizaciones vela por los resultados positivos. Este punto permite que la organización controle los procesos del sistema de esta manera tenemos resultados positivos en la organización.

Dicho enfoque a procesos involucra todo el sistema de calidad de servicio al cliente los resultados se obtendrán de acuerdo al proceso de política de calidad

en la organización. Todo resultado positivo de servicio de calidad al cliente obtendremos de acuerdo al ciclo PHVA este tendrá un enfoque global basado en riesgos, pero estos van dirigidos a aprovechar las oportunidades y deshacer lo negativo. Ejemplo:

Representamos un esquema de cualquier proceso donde mostraremos la interrelación de los elementos, vemos los puntos de control de medición y control estos son muy importantes para cada proceso que se realiza y varia de acuerdo a los riesgos relacionados.

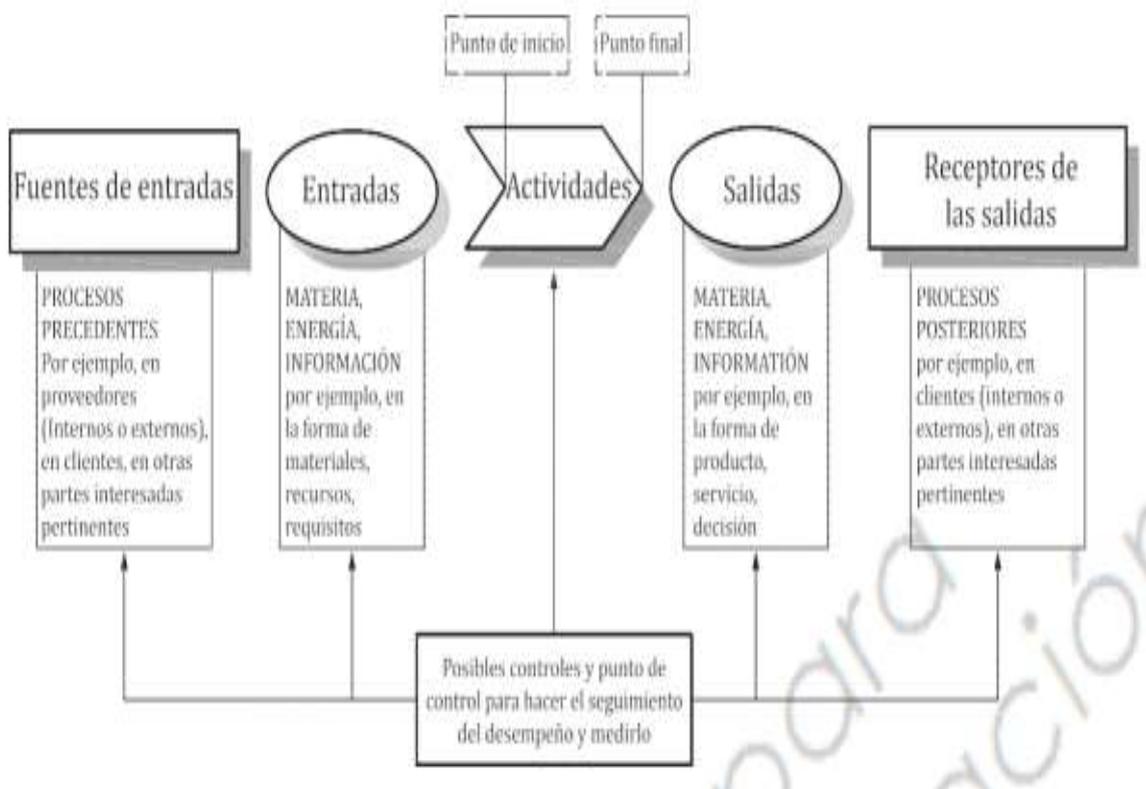
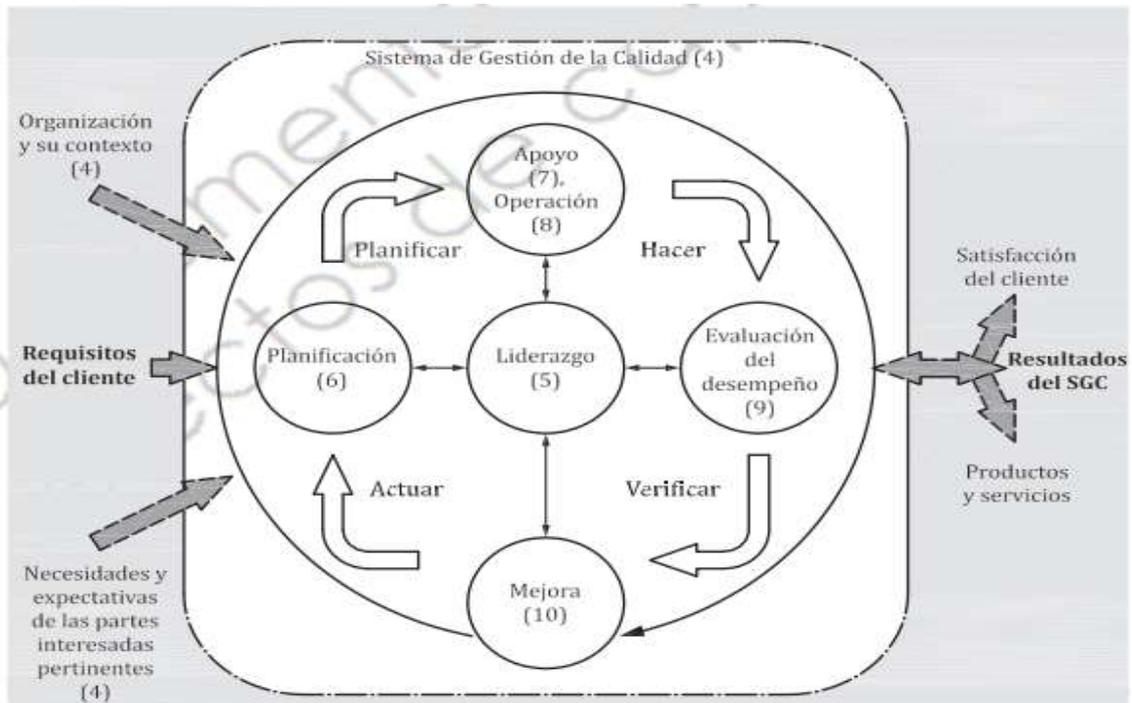


Figura 1 — R

Presentación esquemática de los procesos en una organización del ciclo Planificar, hacer, verificar, actuar, el ciclo PHVA este puede aplicarse a todos los procesos y al sistema de gestión de la calidad.

En la siguiente figura veremos cómo pueden agruparse con facilidad (PHVA)



Nota Los números entre paréntesis hacen referencia a los capítulos de esta Norma Internacional. Figura 2 Representación de la estructura de esta Norma Internacional con el ciclo PHVA

### 2.3.4 el ciclo PHVA brevemente.

*Planificar:* «Se buscan las actividades susceptibles de mejora y se establecen los objetivos a alcanzar. Para buscar posibles mejoras se pueden realizar grupos de trabajo, escuchar las opiniones de los trabajadores.» (Alvarez Arteaga, 2020)

*Hacer:* «Se realizan los cambios para implantar la mejora propuesta. Generalmente conviene hacer una prueba piloto para probar el funcionamiento antes de realizar los cambios a gran escala.» (Alvarez Arteaga, 2020)

*Controlar o verificar:* «Una vez implantada la mejora, se deja un periodo de prueba para verificar su correcto funcionamiento. Si la mejora no cumple las expectativas iniciales habrá que modificarla para ajustarla a los objetivos esperados.» (Alvarez Arteaga, 2020)

Actuar: «Por último, una vez finalizado el periodo de prueba se deben estudiar los resultados y compararlos con el funcionamiento de las actividades antes de haber sido implantada la mejora.» (Alvarez Arteaga, 2020)

«La principal característica de un ciclo PHVA es que no tiene un punto y final en el momento en que se obtenga un determinado resultado, sino que se crea una rueda continua en la que el ciclo se reinicia una y otra vez de manera periódica, generando de esta forma un proceso de mejora continua. Cada ciclo terminado, además de para conseguir mejoras hasta un cierto nivel en un determinado circuito o área de la empresa, debe servir también como fuente de aprendizaje para mejorar en cada paso y aprender de los errores. Esto significa que siempre se debe buscar la optimización de las acciones por medio del análisis de: indicadores, logros obtenidos y programas de mejora ya implementados.» (TOOLS, 2015)

Ventajas principales:

- Mejoras en corto plazo.
- Reducción de los costos de los productos y la prestación de servicios.
- Es un sistema vital para las empresas.
- Enfocar a la organización hacia la competitividad.
- Contribuye a adaptarse a los procesos de los avances tecnológicos.
- Detecta y elimina los procesos repetitivos.

Desventajas:

- «Cuando el mejoramiento se concentra en un área específica de la organización, se puede perder la perspectiva de interdependencia que existe entre los distintos departamentos y áreas de las organizaciones.» (TOOLS, 2015)

- «Requiere de cambios importantes en toda la organización, lo que puede acarrear inversiones importantes en infraestructuras o recursos humanos.» (TOOLS, 2015)

Es importante decir que el ciclo de mejora continua es un paso al desarrollo de mejora de todos los niveles de manera inmediata o periódica, es un desafío para seguir mejorando y lograr su excelencia.

## **2.4 Definición de términos básicos**

### **a. Calidad:**

La calidad hoy en día es considerada como una de las herramientas muy importantes para incitar el beneficio así elevar la productividad de las empresas y el aumento de cliente.

«El término calidad proviene del latín *qualitas* o *qualitatis*, que significa perfección (1). Sin embargo, el concepto de calidad ha ido cambiando en el tiempo; inicialmente el concepto de calidad enfocado hacia el producto terminado, seguido del concepto del control de la calidad del proceso. E. Deming, introduce el concepto que "*la calidad se define en términos de quien la valora*"(2), es decir el usuario, apareciendo el concepto del control total de la calidad, es decir calidad del producto, calidad del proceso y la satisfacción del cliente.» (Arakaki, 2008, pág. 1)

«El concepto clásico de calidad está plasmado en el adagio popular: el cliente siempre tiene la razón. La calidad es determinante para que los clientes confíen en un destino turístico y lo den a conocer en su círculo familiar, profesional o amical». (Hernandez., 2011, pág. 18)

## **b. Turismo rural:**

Es aquella actividad turística que se desarrolla en un contexto rural debidamente planificado y sostenible, los principales involucrados y beneficiarios son las comunidades locales.

«Blanco (1996), considera el turismo rural como «una expresión singular de las nuevas formas de turismo, caracterizada por: a) Desarrollarse fuera de los núcleos urbanos. b) Producirse de forma reducida, a través de espacios generalmente amplios. c) Utilizar de manera diversa recursos naturales, culturales, patrimoniales, de alojamiento y servicios, propios del medio rural. d) Contribuir al desarrollo local y a la diversificación y competitividad turística» (Azucena, 2002, pág. 27)

## **c. Servicio Turístico:**

«El conjunto de empresas que conforman la Industria Turística responde a los múltiples servicios que deben prestarse a las personas en desplazamiento (turistas), es por esta razón que se hace necesario el estudio de cada una ellas. La importancia que tiene las empresas prestatarias de servicios turísticos se debe a la diversidad de funciones que cumplen y a la interrelación entre ellas; ya que su operación debe ser en conjunto para responder a las necesidades del turista». (Cavassa, 2017, pág. 3)

## **d. Proceso de productividad y eficacia:**

«Si la eficacia mide el grado en que se cumplen los objetivos y la eficiencia, el grado en que se cumplen los objetivos de una iniciativa al menor costo posible, uno podría concluir que, para ser eficiente, una iniciativa tiene que ser eficaz. Concretamente, nosotros consideramos que la eficacia es necesaria (sin ser suficiente) para lograr la eficiencia». (Mokate, 2017, pág. 8)

#### **e. Proceso de atención de necesidades y expectativas:**

«La necesidad humana es el estado en el que se siente la privación de algunos satisfactores básicos. Los deseos consisten en anhelar los satisfactores específicos para estas necesidades profundas. Los deseos se tornan en exigencias cuando están respaldados por el poder adquisitivo. Las demandas consisten en desear productos específicos que están respaldados por la capacidad y la voluntad de adquirirlos». (Peña, 2015, pág. 17)

#### *Calidad de servicio SERVQUAL.*

La calidad de servicio es un concepto que ha suscitado gran interés ya que no es tan fácil medirla o definirla, hay tantas definiciones a cerca de este tema el cual es muy complejo y abierto a la vez.

La definición más utilizada a cerca de la calidad de servicio es que los servicios satisfacen las necesidades y expectativas de los clientes.

Como también puede ser la diferencia entre las expectativas del servicio al cliente y el servicio percibido.

Si el rendimiento es menor que las expectativas la calidad percibida es menos que satisfactoria y el resultado será siempre negativo.

#### **Satisfacción del cliente según el modelo SERVQUAL.**

«Es natural que quieras tener el mejor producto y que te vean en todas partes, pero no olvides el punto primordial para el buen funcionamiento de tu empresa: los clientes. El motivo por el que la satisfacción de tus clientes es tan importante tiene que ver con que beneficiarán o perjudicarán el prestigio de tu marca, de forma directa e indirecta. Aunque el escenario ideal contempla a un cliente que no solo está satisfecho, sino que también se convierte en un embajador de tu

marca que recomienda tu marca casi a cualquier persona que necesite un producto o servicio que vendas, lo cierto es que tener de tu lado a un cliente, incluso con una reseña o una valoración, puede cambiar drásticamente la situación de tu empresa. Piensa, por ejemplo, en cuánta gente ha sentido la confianza suficiente después de leer 10 o más reseñas positivas de una marca; del mismo modo, quienes se encuentran con opiniones o experiencias que relatan un mal servicio al cliente en la red suelen alejarse de dichas empresas y de cualquier servicio o producto relacionado.» (Hammond, 2022)

## **2.5 Unidad de estudio.**

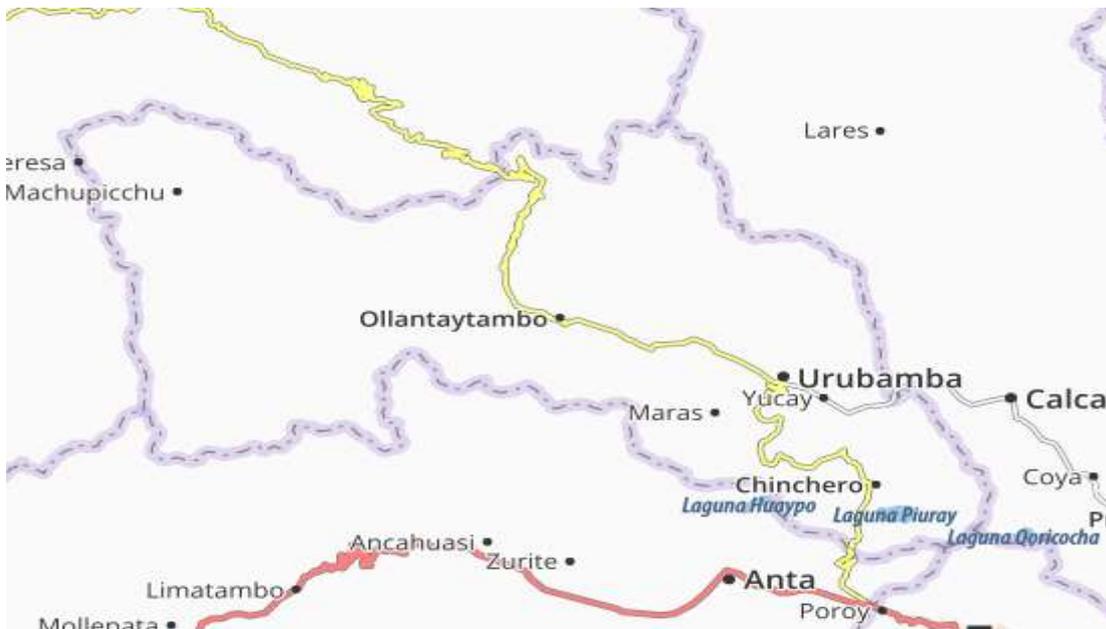
### **a. ubicación geográfica de la comunidad de Willoc.**

«La comunidad de Willoq se ubica en la unión de valle con una especie de valle en pendiente, en donde se emplaza el sector alto del pueblo. Por este sector corre una vertiente, proveniente de lo alto de la montaña encontramos un pequeño lago u ojo de agua. El pueblo se encuentra resguardado por no menores verticales que estrechan el habitar.» (Bravo, y otros, 2020, pág. 5)

La comunidad de Willoq distrito de Ollantaytambo Provincia de Urubamba está ubicada a 78 kilómetros al sur de Cusco tiene una altura de 3400 msnm. Con un clima frío su máxima temperatura oscila entre los 18 a 20 grados Celsius y la mínima esta entre 0°C.

Presenta un clima frío las precipitaciones son 500 MM a 1000 MM es semi seco, tiene y tiene una temperatura de 12 a 14 grados Celsius, periodo seco de Abril a Julio periodo de lluvias de Noviembre a Marzo.

## b. Límites.



Se encuentra en la zona quechua, teniendo como **límites** políticos:

Por el Norte: Con el Distrito de Occobamba, Provincia de la Convención y el Distrito de Lares de la Provincia de Calca.

Por el Sur: Con los Distritos de Limatambo, Mollepata y Hurocondo de la Provincia de Anta

Por el Oeste con el distrito de Limatambo.

### c. coordenadas.

La comunidad de Willoq está situada en la siguiente coordenada

Tiene una longitud de  $72.201376^{\circ}\text{O}$

Tiene una latitud de  $13.2053536^{\circ}\text{S}$

Azimut de  $242.69^{\circ}$

### d. altitud.

La comunidad tiene una altitud de 3400 msnm.

## 2.6 Comunidad campesina

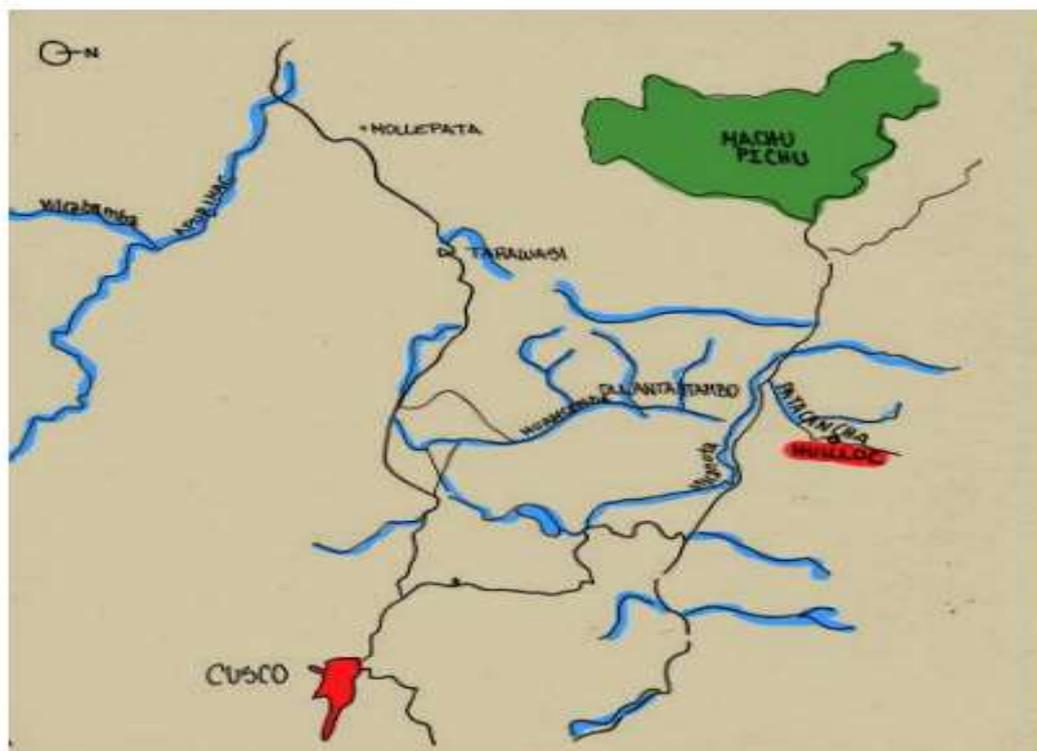


FIGURA 3. MAPA DE LA COMUNIDAD DE WILLOQ

Willoc es una de las comunidades que perteneces al distrito de Ollantaytambo, y su población es de 1500 personas, la comunidad de Willoc está ubicada en el valle Patacancha queda a 19 kilómetros, seis horas caminando y media hora en camioneta.

«Arriba de la capital Ollantaytambo en un camino sin pavimentar. tampoco no crece muchos vegetales y la comunidad tiene un mercado también cada domingo. Sin embargo, porque Willoc es una comunidad pequeña y no se ubica en una carretera principal» (Lyon, 2012, pág. 17)

En Ollantaytambo encontramos 36 comunidades, anexos. Está dividido en 3 cuencas.

1. Pachar: Pomatales y Pachar
2. Piso de valle: Rumira, Cachiccata, Phiry, Tanccac, Chillca, Sillki, Camicancha, Primavera, Chillca, Palomar, Piscacucho, Mesqay, Qarpamayo, Yawar, Waqaq, Chamana, Jhakas, Qesqa, Chhallaq Y Pampaqawana.
3. Patacancha: Mandolista-Muris, Pallata, Patacancha, Willoc, Rumira, Sondormayo, Q'ellqanqa, Yanamayo y Th'astayoq

La comunidad de Willoq está ubicado en la cuenca Patacancha cuenta con 250 familias que se dedican a la agricultura ganadería textilera y el turismo rural.

## CAPITULO III:

### HIPOTESIS Y VARIABLES.

#### 3.1 Formulación de hipótesis

##### 3.1.1 Hipótesis general:

La implementación del modelo SERVCUAL será en todo el ámbito de servicio turístico rural que brinda la comunidad de Willoq.

##### 3.1.2 Hipótesis específica:

a) el nivel del sistema de gestión del Servicio Turísticos según el modelo SERVQUAL es la indicada para poder ser realizada en este proyecto.

b) El proceso de la productividad y eficacia según este sistema de gestión de la calidad son las adecuadas.

c) El nivel del proceso de atención de necesidades, expectativas en dicha comunidad son correctas según EL MODELO SERVQUAL.

VARIABLE	DIMENSION	INDICADOR	ESCALA DE MEDICION
CALIDAD DE SERVICIO	CONFIABILIDAD	La confiabilidad se gana con constancia y precisión.	<p>Escala de Likert</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Nunca</li> <li>- Casi nunca</li> </ul>
	SENSIBILIDAD	. Este criterio mide la capacidad de resolver el problema rápidamente, tratar el reclamo de los clientes de manera efectiva y estar dispuesto a ayudar a los clientes, así como a cumplir con los requisitos de los clientes. En otras palabras, la capacidad de respuesta es la respuesta de las empresas a lo que desean los clientes, por ejemplo	<ul style="list-style-type: none"> <li>- A veces</li> <li>- Casi siempre</li> <li>- Siempre</li> </ul>
	TANGIBLES	Los materiales tangibles son las imágenes de las instalaciones, equipos, máquinas, actitud del personal, materiales, manuales y sistemas de información de la empresa. En otras	

		palabras, los elementos tangibles se refieren al efecto de las instalaciones físicas, los equipos, el personal y los materiales de comunicación en los clientes.
	SIMPATIA	La simpatía es el cuidado, la consideración y la mejor preparación para los clientes, para que puedan sentirse como “invitados” de la empresa y siempre bienvenidos en cualquier momento y en cualquier lugar. Los factores humanos son el núcleo de este éxito y cuanto más cuidado brinda la empresa a los clientes, mayor es la comprensión del cliente.

Fuente: elaboración propia.

Toda empresa quiere salir adelante ella sea en un entorno competitivo, para ello tiene que garantizar la calidad de los productos y servicios sean tangibles e intangibles, algunas empresas venden solo servicio por lo que la calidad de los servicios es compleja de medir.

La calidad de los servicios es un tema muy importante para todas estas empresas, si su calidad no es buena entonces no hay nada que vender.

Podemos decir que el modelo SERVQUAL es una escala de muchos elementos. es confiables ayuda a las empresas a entender de mejor manera las expectativas del servicio y la percepción de los clientes. Esto a su vez asegura la buena atención al cliente.

El modelo SERVQUAL este explica cómo realizar las 5 dimensiones de calidad de servicio, este modelo se adapta a cualquier investigación de una organización. Esto afirman los creadores de dicho modelo.

El modelo SERVQUAL es bueno para rastrear nuevas tendencias de calidad de servicio, puede ser en otras formas me dimensión de calidad del servicio al cliente como también se puede medir o evaluar la calidad de la empresa siempre y cuando esté presente las 5 dimensiones del modelo al promediar los servicios vemos que sale una medida general de calidad del servicio.

El modelo SERVQUAL también se puede utilizar para categorizar a los clientes en varios segmentos de calidad percibida.

## **CAPÍTULO IV**

### **METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN**

#### **3.1 Ámbito de estudio**

La ejecución del proyecto se realizó en la comunidad de Willoq provincia de Ollantaytambo del departamento del Cusco a 88 kilómetros del centro de la ciudad del Cusco un aproximado de dos horas y media en auto.

La comunidad de Willoq, así como Ollantaytambo la comunidad de Patacancha está ubicados a lo largo del valle sagrado con 250 familias quechua hablantes

#### **3.2 Diseño metodológico**

La investigación presente es no experimental debido a que no hay manipulación de individuos y es transversal por que la encuesta se realiza solo una vez.

- Investigación no experimental:

«Es aquel que se realiza sin manipular deliberadamente variables. Se basa fundamentalmente en la observación de fenómenos tal y como se dan en su contexto natural para después analizarlos». (Escamilla, 2010, pág. 2)

- Estudio Transversal:

«El estudio transversal se define como un tipo de investigación observacional que analiza datos de variables recopiladas en un periodo de tiempo sobre una población muestra o subconjunto predefinido. Este tipo de estudio también se conoce como estudio de corte transversal, estudio transversal y estudio de prevalencia». (QuestionPro, 2019, pág. 1)

### **3.2.1 Enfoque.**

El enfoque de la investigación es de tipo cualitativo por que se mide la satisfacción del cliente posteriormente es mixto porque utilizamos los dos cualitativo y cuantitativo.

### **3.2.2 Tipo.**

El tipo de la investigación es básico ya que se quiere conocer la calidad de servicio en turismo rural.

### **3.2.3 Nivel de investigación.**

Dicha investigación es descriptiva ya que es univariable y es calidad de servicio en calidad de servicio según el modelo SERVCUAL.

«Toda investigación de tipo descriptivo son las que buscan explicar cómo es el suceso de una realidad. Con la importancia de la descripción científica se busca una primera aproximación sistemática al conocimiento de la realidad» (Elias, 2005, pág. 30)

## **3.3 Diseño muestral**

**Población:** la población de la investigación se encuentra en la comunidad de Willoq, del Distrito de Ollantaytambo, en La Provincia de Urubamba. Conformada por los pobladores de dicha comunidad que brindan servicio de turismo rural.

Datos de la población de Willoq 250 familias que se dedican al servicio de turismo rural comunitario.

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

Dónde:

El nivel de confianza es al 95% y por lo tanto el valor de Z= 1.96

El margen de error permitido es de 5%, e= 0.05

P= A la proporción de aceptación y el valor que se dio fue de 50% equivalente a 0.5

q= 1-p de rechazo 50%= 0.5

n = Tamaño de la muestra equivalente a 65 personas.

N = Tamaño de población de estudio = 250 personas

*Aplicando la fórmula:*

$$n = \frac{1.96^2 * 250 * 0.5 * 0.5}{0.05^2 * (250 - 1) + 1.96^2 * 0.5 * 0.5}$$

n= 69 personas.

### **3.4 Técnicas de recolección de datos**

Durante el proceso de investigación que se hizo, se utilizó la técnica de encuesta con el instrumento que son los cuestionarios, preguntas directas a todos los pobladores que brindan el servicio de turismo rural en la comunidad de Willoq.

Técnica	Instrumento
Encuesta	Cuestionario

### **3.5 Técnicas estadísticas para el procesamiento de la información.**

Primer paso: Recopilación de información a través de la encuesta.

Segundo paso: Teniendo la información adecuada tabulamos en Excel

Tercer paso: Ya tabulando transferimos al programa SPSS.

Cuarto paso: Analizamos todos los datos en tablas y gráficos estadísticos.

Quinto paso: Al concluir con todos los pasos pasamos a la redacción de las conclusiones.

## CAPITULO V:

### RESULTADOS Y DISCUSIÓN

#### 5.1 Resultados

##### ***5.1.1 La calidad de servicio de turismo rural en la comunidad de Willoq, Ollantaytambo, Urubamba, cusco, 2021.***

Para tener resultados a cerca de la calidad de servicio en dicha comunidad registramos los ingresos de turistas que acudieron a este servicio entre los años 2015 al 2018 de cuadros estadísticos.



Fuente: MINCETUR

Si bien es cierto los establecimientos hoteleros juegan un papel importante este cuadro nos muestra la evolución del año 2015 al 2018 y fue positivo, para la comunidad de Willoq. Es conveniente que vengan más turistas hacia el distrito de Ollantaytambo y así llegar hasta dicha comunidad y poder hospedarse en las casas rurales.

#### **a. Turismo interno.**

En el transcurso del 2018 el turismo interno se estima que se realizaron más de 2,8 millones de viajes con destino a la región Cusco, lo cual representa un 6,3% del total de viajes a nivel nacional.

Según las estadísticas de arribos de visitantes nacionales a los establecimientos de hospedajes en cusco en el año 2018 se registra un ligero crecimiento de 5,4%.

Las provincias más visitadas en la región cusco fueron: Cusco con un 59,5%, Urubamba con un 11,9% y la convención con un 10.3%.

El principal motivo de visitar la región Cusco fue por vacaciones o recreación un 45,6%.

Para visitar a familiares un 31,3% y Para los negocios un 15%.

Si bien en cierto que el aeropuerto internacional se encuentra en la ciudad de Lima y es considerado como el principal emisor de turistas con un 42,3%, la región Cusco 24,1%, Arequipa con un 12,9% y Puno con un 5,9%.

Los residentes de la ciudad del cusco optaron por viajar dentro de la región específicamente a las provincias de la convención cusca y Urubamba.

<b>REGIONES EMISORAS</b>	
Regiones	Porcentaje
Lima	42,3%
Cusco	24,1%
Arequipa	12%
Puno	5,9%
Apurímac	5,5%
Madre de Dios	2,3%
Otros.	7 %

Fuente encuesta trimestral del turismo interno, MINCETUR.

Los turistas internos se alojaron en Hotel y hostel un 49,4%.

El 50,6% en alojamientos que no pagaron, estos son casas familiares.

Medios de transporte para llegar a la ciudad del Cusco fueron: bus interprovincial en un 53,6%, avión en un 35,3%, otros un 11% auto propio o colectivo.

La permanencia de los turistas oscila un promedio de 6 noches, un 33% que tienen una permanencia corta de 1 a 3 noches y un 41,9% de 4 a 7 noches.

<b>Permanencia en la región Cusco</b>	
Permanencia en rangos	Porcentaje.
1 a 3 noches.	33%
4 a 7 noches.	41,9%
8 a 14 noches	16,3%
15 a más noches	8,8%
Promedio	6 noches.

- Se tiene una estima de que los turistas que visitan Cusco gastan un promedio de s/.644.00
- Gasto de Turistas nacionales que visitaron cusco fue de s/. 792.00 en promedio.
- Turistas que Viajen con paquete turístico un 10% tuvieron un gasto promedio s/. 1439.00.

Gasto en la Región.	
Gasto en Rangos	%
Menos de s/, 100	11,7%
De s/. 100 a s/. 299	24,4%
De s/. 300 a s/. 499	16,1%
De s/. 500 a s/. 699	9,1%
De s/. 700 a más	38,8%
<b>Promedio.</b>	<b>s/. 644</b>

Fuente: MINCETUR

Según la calificación de todos los turistas internos en el índice de satisfacción que visitaron la región Cusco es 84.4%.

Y en caso a la provincia de Urubamba alcanzo un 90,2 punto.

Nivel de satisfacción		
	<b>Menos de 70 pts.</b>	<b>Índice de satisfacción:</b>  <b>84,4 %</b>
	<b>De 70 a 80 pts.</b>	
	<b>Más de 80 pts.</b>	

Elaboración propia.

#### **b. Turismo receptivo:**

Durante el año 2018, se aprecia que alrededor de 1,7 millones de turistas extranjeros visitaron Cusco el cual representa 39,5% de visitantes en el Perú.

Los turistas internacionales que visitan más Cusco provienen principalmente de los Estados Unidos hacen un 22%, luego viene Chile con un 9,9%,

Argentina con un 6,5%. Al agrupar los países por regiones tenemos como resultado que los países europeos representa un 30.4%, seguido por los países norteamericanos con un 29,5% y Sudamericanos con un 27,9%.

<b>Países emisores.</b>	
<b>Países</b>	<b>Porcentaje.</b>
Estados unidos.	22,0%
Chile.	9,9%
Argentina.	6,5%
Francia.	5,8%
Brasil.	5,5%
España.	5,2%
Canadá.	4,5%
Alemania.	4,4%
Otros.	36,2%

Fuente elaboración propia.

Como las estadísticas indican a cerca de los arribos de los turistas extranjeros a los establecimientos de hospedaje de la región del cusco se registra un ligero aumento de 8,7%.

A comparación de los años anteriores, los lugares más frecuentados por los turistas: La ciudad del cusco, Machu Picchu, Aguas Calientes, Ollantaytambo.

### C. Oferta turística.

A nivel del Perú la región Cusco es la segunda en tener mayor oferta turística en cuanto a alojamiento, si hacemos comparaciones a años anteriores a la pandemia, el 2018 alcanzo a 2003 establecimiento de hospedajes esto

representa al 2,4% se registra un pequeño crecimiento en plazas cama a un 0.8% y el número de habitaciones a un 0,5%

Oferta Hotelera en Cusco.				
Descripción.	Anual.			Var % 18/17
	2016	2017	2018	
N° establecimiento de hospedaje	1884	1956	2003	2,4%
N° habitaciones	24857	26241	26370	0,5%
N° Plazas cama	47177	49416	49835	0,8%

Fuente: MINCETUR/VM/DGIETA

En el cuadro vemos un crecimiento ligero que conlleva a una buena atención al cliente, calidad de servicio.

LUGARES VISITADOS	PORCENTAJE	PERMANECIA
MACHU PICCHU	94.4%	1 a 3 días
CIUDAD DEL CUSCO	92.0%	7 a 14 días
AGUAS CALIENTES	89.8%	1 a 3 días
OLLANTAYTAMBO	70.4%	4 a 7 días
VALLE SAGRADO	55.9%	4 a 7 días
PISAQ	40.0%	1 a 3 días

Elaboración propia basada a resultados estadísticos del MINCETUR

Si bien es cierto Ollantaytambo es el más visitados a nivel de la región del Cusco un de sus comunidades en este caso la comunidad estudiada es la comunidad

de Willoq Patacancha, dicha comunidad abre las puertas de su casa para recibir a los turistas.

«Willoq, es una comunidad indígena del Ande, ubicada en el valle del río Patacancha, perteneciente al distrito de Ollantaytambo, provincia de Urubamba, en Cusco. Es rica en flora y fauna, pudiendo encontrar 60 especies de aves y más de 700 especies de plantas. En Willoq aún se mantiene una descendencia directa de los últimos incas lo cual puede ser corroborado por los apellidos actuales de la gente del lugar, como Yupanqui, Sinchi, Pukha, Huamán, Cusipáucar, Tupha, entre otros».

La comunidad de Willoq recibe un 0.4 % permanencias en las casas rurales

Willoq es una de las comunidades donde se ve cómo vivían hace más de 500 años, los pobladores aún mantienen su cultura, visitando y compartiendo con los pobladores usted podrá comprender el modo de vida, sus tradiciones y costumbres preservados por los pobladores.

Willoq, es una de las comunidades que mantiene y habla el quechua es una de las comunidades más tradicionales del valle sagrado de los incas. Se mantiene vivas las tradiciones en pleno siglo XXI. Dicha comunidad es visitada por miles de turistas que buscan experimentar nuevas alternativas como en este caso es el turismo rural. Vale recalcar que quedan maravillados en todos los aspectos ya que Willoq es una de las comunidades con cultura viva tan solo ver los vestigios quedas sorprendido, cuando convives con los comuneros llegas a saber sus tradiciones milenarias, podemos decir que no toda la población practica el turismo aun son muy reservados, los jóvenes se van a las ciudades grandes y pierden su encanto porque ya no siguen esta tradición.

Según el Instituto de Estudios Peruanos (IEP), solo el 12% de todos los emprendimientos de turismo rural comunitario en el Cusco y el resto del país cuentan con la participación activa de jóvenes, y apenas el 1,5% ocupa un cargo de liderazgo.

Ante esta situación, el instituto de educación superior Toulouse Lautrec, en alianza con el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD), la Organización de las Naciones Unidas para la Cultura, las Ciencias y la Educación (UNESCO) y la Asociación Civil Turismo Cuida, capacitaron a alrededor de cuarenta jóvenes de la comunidad de Willoq, en Cusco, sobre temas de emprendimiento, liderazgo e innovación.

Como parte del proyecto “Juventud rural y turismo rural comunitario”, que busca implementar una educación inclusiva, nuevas competencias y generar emprendimientos innovadores en zonas rurales del Perú, se realizaron talleres virtuales durante dos días. En estas sesiones, dictadas en español y quechua, los jóvenes identificaron problemas y oportunidades en su comunidad. Además, se les compartió metodologías y herramientas necesarias con las que serán capaces de volcar su creatividad en proyectos y emprendimientos innovadores vinculados al sector turismo.

## **Educación**

el tipo de alianzas estratégicas permitirán a generar grandes cambios para las comunidades vulnerables tal es el caso de la comunidad de Willoc.

“Este programa se ha implementado ante la necesidad de mejorar las oportunidades para la educación y la adaptación a las nuevas formas de negocio para el emprendedor en el turismo rural que se vio duramente afectado por la pandemia del coronavirus”.

Es importante señalar que en esta jornada participaron emprendedores de la Asociación Turismo Vivencial Willuq Ayllu Inka, en su mayoría mujeres ya que son quienes dedican principalmente a esta actividad, y jóvenes de la propia comunidad, con quienes se abordaron temas de liderazgo creativo, propósito y visión de futuro.

Con estos nuevos conocimientos y la asesoría personalizada a cargo de especialistas de todas las organizaciones aliadas, se espera que los jóvenes de Willoc tengan más oportunidades de generar sus propias fuentes de trabajo y el desarrollo de economías resilientes y menos frágiles, empoderando a las futuras generaciones entorno al patrimonio cultural y a la gestión sostenible de recursos naturales.

Teniendo en cuenta los resultados del proyecto veremos que la comunidad de Willoq es el principal beneficiado si se maneja correctamente el modelo SERVQUAL tendrá una calidad de servicio alto el cual lleva a resultados positivos en los rubros de atención al cliente, educación accesibilidad.

## BIBLIOGRAFÍA

- (STTF). (15 de Setiembre de 2015). ISO:9001. *Grupo de Trabajo Spanish*, 7-10. Recuperado el 06 de 02 de 2022, de <http://www.itvalledelguadiana.edu.mx/ftp/Normas%20ISO/ISO%209001-2015%20Sistemas%20de%20Gesti%C3%B3n%20de%20la%20Calidad.pdf>
- Abarca, A. (2004). *Willoq, un caso de turismo vivencial*. Cusco.
- Alvarez Arteaga, A. (8 de Julio de 2020). ciclo PDCA. Recuperado el 27 de Abril de 2022, de <https://www.leanconstructionmexico.com.mx/post/ciclo-pdca-planificar-hacer-verificar-y-actuar-el-ciclo-de-deming-de-mejora-continua>
- Arakaki, D. J. (2008). Criterios de calidad de las revistas científicas. *Revista Medica Herediana*, 19, 1. Recuperado el 03 de 02 de 2022, de [http://www.scielo.org.pe/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1018-130X2008000100001](http://www.scielo.org.pe/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1018-130X2008000100001)
- Azucena, M. L.-V. (2002). Análisis del concepto de turismo rural. *boletin economico de ICE*, 27. Recuperado el 03 de 02 de 2022, de [https://www.researchgate.net/profile/Maria-Vicente-Molina/publication/28120928\\_Analisis\\_del\\_concepto\\_de\\_turismo\\_rural\\_e\\_implicaciones\\_de\\_marketing/links/09e4150b8a03a8fa2d000000/Analisis-del-concepto-de-turismo-rural-e-implicaciones-de-marketing.pdf](https://www.researchgate.net/profile/Maria-Vicente-Molina/publication/28120928_Analisis_del_concepto_de_turismo_rural_e_implicaciones_de_marketing/links/09e4150b8a03a8fa2d000000/Analisis-del-concepto-de-turismo-rural-e-implicaciones-de-marketing.pdf)
- Bravo, F., Blanco, F., Río, V. D., Espinoza, Á., Mackay, E., & Ortega, T. (2020). *condiciones fisicas huilloq Perú*. Cusco. Recuperado el 04 de 02 de 2022, de [https://wiki.ead.pucv.cl/images/e/e5/Trabajo\\_gruapl\\_encargo\\_11.pdf](https://wiki.ead.pucv.cl/images/e/e5/Trabajo_gruapl_encargo_11.pdf)
- Carreño, D. C. (2013). *turismo rural*. Boyacá, colombia.
- Cavassa, C. R. (Septiembre de 2017). *Servicios Turisticos I*. Argentina. Recuperado el 22 de Noviembre de 2019, de <http://utntyh.com/wp-content/uploads/2017/09/Servicios-Tur%C3%ADsticos.pdf>
- Crosby. (1987). *Calidad*.
- Elias, M. M. (2005). *Metodologia de la investigacion cientifica*. Lima.
- Enfoque en procesos. (18 de Agosto de 2016). Recuperado el 25 de Abril de 2022, de <https://www.escolaeuropeaexcelencia.com>
- Escamilla, M. D. (2010). *Aplicacion básica de los Métodos científicos*. Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo, Mexico. Mexico: UAEH. Recuperado el 25 de Noviembre de 2019, de [https://www.uaeh.edu.mx/docencia/VI\\_Presentaciones/licenciatura\\_en\\_mercadotecnia/fundamentos\\_de\\_metodologia\\_investigacion/PRES38.pdf](https://www.uaeh.edu.mx/docencia/VI_Presentaciones/licenciatura_en_mercadotecnia/fundamentos_de_metodologia_investigacion/PRES38.pdf)

- excelencia, e. e. (setiembre de 2015). NUEVAS NORMAS ISO ES UNA INICIATIVA DE ESCUELA EUROPEA DE EXCELENCIA. Recuperado el 03 de 02 de 2022, de <https://www.nueva-iso-9001-2015.com/>
- Hammond, M. (15 de Febrero de 2022). Satisfaccion del cliente. Recuperado el 30 de Abril de 2022, de <https://blog.hubspot.es/service/satisfaccion-del-cliente>
- Hernandez., C. M. (2011). *Guia para Autogestion de Calidad, Servicios Turisticos Comunitarios*. Lima: Copyright © Organización Internacional del Trabajo.
- Hollman Sepúlveda, R. B. (2010). *Plan Estratégico para el Desarrollo del Turismo Rural Comunitario en la region Cusco*. Lima.
- Ishikawa, K. (1988). *Control Total de Calidad*. Japon. Recuperado el 22 de Noviembre de 2019, de <http://www.eumed.net/libros-gratis/2013/1283/calidad.html>
- ISO:9001. (2008). *NORMA INTERNACIONAL*. Recuperado el 05 de 02 de 2022, de [http://www.cusur.udg.mx/sgc/docs/controlados/ISO%209001\\_2008%201%20es.pdf](http://www.cusur.udg.mx/sgc/docs/controlados/ISO%209001_2008%201%20es.pdf)
- Juan José, T. G. (2000). *Calidad total: Fuente de Ventaja Competitiva*. España: Publicaciones Universidad de Alicante. Recuperado el 22 de Noviembre de 2019, de <https://www.biblioteca.org.ar/libros/133000.pdf>
- Juran. (1993). *padres de la calidad*.
- Juran, P. (1993). *Padres de la calidad*. Recuperado el 05 de 02 de 2022, de <http://calidadinformatica4001.blogspot.com/2017/10/padres-de-la-calidad.html>
- LOS 7 PRINCIPIOS DE LA GESTION DE LA CALIDAD. (1 de Noviembre de 2019). *Banco Finandina*, 1. Recuperado el 25 de Abril de 2022, de <https://www.bancofinandina.com/finanblog/noticias/2019/11/01/7-principios-de-los-sistemas-de-gestion-de-calidad>
- Lyon, S. (2012). *Reacciones al Turismo en los Tejidos de Huilloc y Chinchero: Una Comparación entre dos Pueblos*. CUSCO: SIT Study Abroad. Recuperado el 03 de 02 de 2022, de [https://digitalcollections.sit.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=2338&context=isp\\_collection](https://digitalcollections.sit.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=2338&context=isp_collection)
- Martin, J. (25 de Setiembre de 2018). Como medir tu servicio con el modelo SERVCUAL. *Cerem*, 1. Recuperado el 17 de febrero de 2022, de <https://www.cerem.pe/blog/como-medir-tu-servicio-con-servqual>
- Martin, J. (25 de setiembre de 2018). SERVQUAL. (J. Mrtin, Ed.) *Cerem International business School*, 1. Recuperado el 22 de Marzo de 2022, de <https://www.cerem.pe/blog/como-medir-tu-servicio-con-servqual>
- Mercedes Teruel Cabrero, J. M. (2006). *Guia para la implantacion de un sistema de gestion de calidad*. Aragon: Calavia. Servicios Integrales de Artes Gráficas y Multimedia S.L. Recuperado el 22 de Noviembre de 2019, de [http://fp.educaragon.org/files/guia\\_calidad\\_web.pdf](http://fp.educaragon.org/files/guia_calidad_web.pdf)
- Mokate, K. (2017). *Eficacia, Eficiencia, Equidad y Sostenibilidad*. España: Desarrollo y Sociedad. Recuperado el 22 de Noviembre de 2019, de

- Peña, L. J. (2015). *Necesidades y Expectativas de los clientes reales y potenciales*. Colombia: Comfaboy. Recuperado el 22 de Noviembre de 2019, de <https://repositorio.uptc.edu.co/bitstream/001/1453/2/TGT-202.pdf>
- Pillco Torres, F. (2017). *Gestion de Calidad y Competitividad del mercado san Pedro Cusco-2017*. tesis grado de licenciado , Universidad Austral , Cusco, Cusco.
- QuestionPro. (25 de Noviembre de 2019). *QuestionPro*. Obtenido de QuestionPro: <https://www.questionpro.com/blog/es/estudio-transversal/>
- Romero, A. S. (2014). *Certificación de Sistemas de Gestion de Calidad Iso 9001de Organos Electorales en America Latina*. Mexico, Mexico, Mexico: DR.
- Sindonie, D. (2012). *Analisis del impacto del sistema de calidad ISO 9001 y del sistema de calidad turistica española en empresas y organizaciones turisticas: un estudio empirico en baleares*. Palma de Mollarca.
- Tigani, D. (2004). *Excelencia en servicio*. Buenos Aires: Dunken. Recuperado el 22 de Noviembre de 2019, de [http://www.laqi.org/pdf/libros\\_coaching/Excelencia+en+Servicio.pdf](http://www.laqi.org/pdf/libros_coaching/Excelencia+en+Servicio.pdf)
- TOOLS, I. (20 de Febrero de 2015). Ciclo PHVA. *ISOO TOOLS*, 1. Recuperado el 27 de Abril de 2022, de <https://www.isotools.org/2015/02/20/en-que-consiste-el-ciclo-phva-de-mejora-continua/>
- Tuero, E. A. (2015). *el Turismo Rural en España Analisis de la Evolucion del Modelo de Desarrollo y Perspectivas Futuras*. Salamanca.
- William Edward, D. (1989). *Calidad Total*. Japon.
- Willoq el ultimo pueblo con tradicion inka. (17 de Eero de 2022). *Trome*. Recuperado el 06 de febrero de 2022, de <https://trome.pe/actualidad/huilloc-el-ultimo-pueblo-con-tradicion-inca-fotos-nczp-noticia/>

# ANEXOS







La comunidad de Willoq mantiene la cultura viva de hace más de 500 años en estas fotos vemos algunas de las actividades que realiza la comunidad las personas que más visitan este sector turístico son las personas adultas que conviven durante tres días más.





## **CONCLUSIONES.**

1. Todos los servicios deben de superar las expectativas del cliente con eficiencia y eficacia y seguir los pasos del modelo de calidad SERVQUAL para llegar a buenos resultados.
2. El instrumento usado en el proyecto es la escala de Likert y el modelo SERVQUAL. este no solo nos ayudara a hallar los errores también nos ayudara a mejorar la calidad de servicio.
3. El modelo SERVQUAL ayuda a la empresa ya que tiene las dimensiones definidas uno de ellos se enfoca en el cliente y se podrá superar las expectativas.
4. Este plan en la comunidad de WILLOC permitirá una mejora continua en todo el aspecto de servicio de calidad en todo el rubro de turismo rural.
5. Los cambios se darán una vez introducida el modelo SERVQUAL los pobladores estarán más preparados y más organizados y tendrán resultados óptimos ya que hasta el momento no usan ningún modelo de calidad.
6. En este proyecto se utiliza 3 puntos muy importantes que ayudara a la mejora de la calidad de servicio al cliente el modelo SERVQUAL, el ciclo de Deming y la escala de Likert. Con estos tres modelos tendremos resultados que van a ser positivos para la comunidad y el turista.

## **RECOMENDACIONES.**

1. Considerar la propuesta de calidad de servicio al cliente para la mejora continua.
2. Medir bien con la escala de Likert que causas negativas perjudican a la atención al cliente en la comunidad de Willoq.
3. No solo será la calidad del servicio al cliente sino también los productos que se venderán, serán de primera calidad.
4. Los pobladores estarán capacitados tendrán charlas y pasantías en distintos lugares en donde realizan las mismas actividades.
5. Seguir punto por punto el modelo SERVQUAL. Para llegar a un resultado deseado.
6. El modelo de Deming nos ayuda a seguir todos los puntos progresivamente.