

Impacto de la vinculación universitaria en el fortalecimiento de competencias en servicio al cliente para el desarrollo turístico local sostenible

Impact of university community engagement on the strengthening of customer service competencies for sustainable local tourism development

Mónica Paola López Garcés, Liliana Elizabeth Soriano Torres, Karem Xiomara Bacuy Ortiz, María José Ortiz Zurita & Gabriela Natalia Torres Jara

DIMENSIÓN CIENTÍFICA

Enero - junio, V°7 - N°1; 2026

Recibido: 04-02-2026

Aceptado: 06-02-2026

Publicado: 09-02-2026

PAIS

- Ecuador, Milagro
- Ecuador, Milagro
- Ecuador, Milagro
- Ecuador, Milagro
- Ecuador, Milagro

INSTITUCION

- Universidad Estatal de Milagro
- Universidad Estatal de Milagro
- Universidad Estatal de Milagro
- Universidad Estatal de Milagro
- Universidad Estatal de Milagro

CORREO:

- ✉ mlopezg10@unemi.edu.ec
- ✉ lsorianot@unemi.edu.ec
- ✉ kbacuyo@unemi.edu.ec
- ✉ mortizz1@unemi.edu.ec
- ✉ gtoresj@unemi.edu.ec

ORCID:

- 🌐 <https://orcid.org/0009-0005-3132-4459>
- 🌐 <https://orcid.org/0000-0002-7315-4217>
- 🌐 <https://orcid.org/0009-0002-7273-8648>
- 🌐 <https://orcid.org/0000-0001-7513-2321>
- 🌐 <https://orcid.org/0000-0001-9941-0621>

FORMATO DE CITA APA.

López, M., Soriano, L., Bacuy, K., Ortiz, M. & Torres, G. (2026). Impacto de la vinculación universitaria en el fortalecimiento de competencias en servicio al cliente para el desarrollo turístico local sostenible. *Revista G-ner@ndo*, V°7 (N°1). Pág. 1736 – 1748.

Resumen

La calidad del servicio al cliente constituye un elemento clave para la competitividad del sector turístico, particularmente en contextos locales donde la formación del capital humano es limitada. En estos escenarios, la experiencia del visitante depende en gran medida de las habilidades comunicativas, la empatía y la capacidad de los prestadores de servicios para gestionar situaciones cotidianas y conflictivas. En este marco, el presente artículo analiza los resultados de un proyecto de vinculación universitaria desarrollado por la carrera de Turismo de la Universidad Estatal de Milagro (UNEMI), ejecutado en los cantones San Jacinto de Yaguachi y General Antonio Elizalde (Bucay), en Ecuador. El proyecto tuvo como objetivo fortalecer las competencias en servicio al cliente de los prestadores turísticos locales mediante procesos de capacitación orientados a la comunicación efectiva, el trato empático y la resolución de conflictos, articulando el aprendizaje académico con las necesidades reales del territorio. La investigación se desarrolló bajo un enfoque cualitativo de tipo aplicado, con un diseño participativo que incluyó talleres formativos presenciales, encuestas diagnósticas pre y post intervención, así como observación directa durante el proceso de capacitación. Los resultados evidencian mejoras significativas en las prácticas de atención al cliente, reflejadas en una mayor conciencia sobre la importancia del trato al visitante y su impacto en la competitividad del destino. Asimismo, el proyecto generó un efecto positivo en la formación práctica de los estudiantes participantes, quienes fortalecieron competencias profesionales a través de una experiencia de aprendizaje con impacto social y territorial.

Palabras clave: vinculación universitaria; servicio al cliente; turismo; desarrollo local; educación superior.

Abstract

Customer service quality is a key factor in the competitiveness of the tourism sector, especially in local contexts where human capital training opportunities are limited. In these settings, the visitor experience depends largely on the communication skills, empathy, and conflict management abilities of tourism service providers. Within this context, this article examines the results of a university community engagement project developed by the Tourism program of the State University of Milagro (UNEMI), implemented in the cantons of San Jacinto de Yaguachi and General Antonio Elizalde (Bucay), Ecuador. The main objective of the project was to strengthen customer service competencies among local tourism service providers through structured training processes focused on effective communication, empathetic interaction, and conflict resolution. The initiative sought to connect academic knowledge with the real needs of the local territory, promoting meaningful learning experiences for both community participants and university students. The study followed a qualitative applied research approach with a participatory design, incorporating face-to-face training workshops, pre- and post-intervention diagnostic surveys, and direct observation throughout the implementation process. The findings reveal noticeable improvements in customer service practices, reflected in increased awareness of the importance of visitor care and its influence on destination competitiveness. Furthermore, the project generated a positive impact on the practical training of participating students, who strengthened their professional competencies through an experiential learning process with clear social and territorial relevance.

Keywords: university community engagement, customer service, tourism, local development, higher education.

Introducción

El turismo constituye una actividad estratégica para el desarrollo económico y social de los territorios, debido a su capacidad para generar empleo, dinamizar las economías locales y promover la valorización del patrimonio cultural y natural. No obstante, la competitividad de los destinos turísticos no depende únicamente de la disponibilidad de recursos o atractivos, sino de la calidad de los servicios ofrecidos a los visitantes. En este sentido, la atención al cliente se ha consolidado como un factor determinante en la experiencia turística, influyendo directamente en la satisfacción, la fidelización y la intención de recomendación del destino (Suhartanto et al., 2020).

Diversos estudios recientes señalan que la calidad del servicio turístico está estrechamente vinculada al desarrollo de competencias blandas, tales como la comunicación efectiva, la empatía, la inteligencia emocional y la capacidad para la resolución de conflictos. Estas habilidades permiten a los prestadores de servicios gestionar adecuadamente las expectativas del visitante y responder de manera eficiente ante situaciones complejas, especialmente en contextos donde la interacción interpersonal constituye el eje central del servicio (Choi et al., 2021; Han et al., 2021). La ausencia o debilidad de estas competencias puede afectar negativamente la percepción del destino y limitar su competitividad a largo plazo.

En destinos emergentes y territorios locales, las limitaciones en la formación del capital humano representan uno de los principales desafíos para el desarrollo turístico sostenible. La literatura destaca que la capacitación orientada al fortalecimiento de competencias en servicio al cliente contribuye significativamente a mejorar la calidad del servicio y a consolidar experiencias turísticas positivas, siempre que estas intervenciones

respondan a las necesidades reales del territorio y se desarrollen desde un enfoque participativo (Rasoolimanesh et al., 2020; Velástegui-Hernández et al., 2024).

En este contexto, la educación superior desempeña un rol clave a través de la vinculación con la sociedad, al facilitar la transferencia de conocimiento, el fortalecimiento de capacidades locales y la articulación entre la formación académica y las problemáticas territoriales. Los proyectos de vinculación universitaria permiten a las instituciones de educación superior actuar como agentes de cambio social, promoviendo el desarrollo sostenible mediante intervenciones formativas aplicadas y contextualizadas (Bringle & Clayton, 2020; Leal Filho et al., 2021).

En Ecuador, el turismo ha sido identificado como un eje prioritario para el desarrollo local; sin embargo, varios cantones aún enfrentan desafíos relacionados con la profesionalización del servicio al cliente. Los cantones San Jacinto de Yaguachi y General Antonio Elizalde (Bucay) presentan un importante potencial turístico, pero requieren procesos de capacitación que fortalezcan las competencias de los prestadores de servicios y mejoren la experiencia del visitante. Frente a esta problemática, la Universidad Estatal de Milagro implementó un proyecto de vinculación orientado al fortalecimiento de competencias en atención al cliente, integrando activamente a estudiantes de la carrera de Turismo. Por lo tanto, el objetivo de este artículo es analizar los resultados de dicho proyecto, evaluando su impacto en las competencias de servicio al cliente y su contribución al desarrollo turístico local sostenible.

La calidad del servicio al cliente ha sido ampliamente reconocida como uno de los principales determinantes de la competitividad turística, ya que influye de manera directa en la satisfacción del visitante, la lealtad al destino y la intención de recomendación. Investigaciones recientes evidencian que la experiencia turística no se construye

únicamente a partir de los recursos del destino, sino fundamentalmente a través de las interacciones humanas que se generan durante la prestación del servicio (Suhartanto et al., 2020; Nguyen et al., 2022). En este sentido, los prestadores turísticos desempeñan un papel central en la creación de experiencias positivas y memorables.

La literatura contemporánea subraya la importancia de las competencias blandas en el sector turístico, particularmente aquellas relacionadas con la comunicación interpersonal, la empatía y la inteligencia emocional. Estudios recientes indican que estas competencias permiten a los trabajadores del sector gestionar eficazmente las emociones propias y de los clientes, resolver conflictos y mantener altos niveles de calidad en el servicio (Choi et al., 2021; Han et al., 2021). Asimismo, se ha evidenciado que el desarrollo de estas habilidades mejora el desempeño laboral y la percepción del servicio por parte de los visitantes (Nguyen et al., 2022).

En contextos locales y destinos emergentes, la formación del capital humano se convierte en un elemento clave para el desarrollo turístico sostenible. Rasoolimanesh et al. (2020) señalan que la participación comunitaria y el fortalecimiento de capacidades locales contribuyen a mejorar la aceptación social del turismo y a generar beneficios económicos sostenibles. De manera similar, investigaciones recientes destacan que la capacitación en servicio al cliente impacta positivamente en la percepción de calidad del servicio, incluso en contextos con recursos limitados (Velástegui-Hernández et al., 2024).

La vinculación universitaria ha emergido como una estrategia efectiva para articular la educación superior con las necesidades del territorio. Estudios recientes sostienen que los proyectos de vinculación permiten transferir conocimiento aplicado, fomentar la innovación social y fortalecer competencias tanto en los actores locales como en los estudiantes participantes (Bringle & Clayton, 2020; García-Rodríguez et al., 2022). Este

enfoque favorece una relación bidireccional entre universidad y comunidad, generando beneficios compartidos.

Desde la perspectiva académica, la participación estudiantil en proyectos de vinculación contribuye al desarrollo de competencias profesionales, sociales y éticas, al promover el aprendizaje experiencial y el compromiso cívico. Investigaciones en educación superior evidencian que estas experiencias fortalecen la formación integral y la empleabilidad de los estudiantes, al permitirles aplicar conocimientos teóricos en contextos reales (Bovill et al., 2021; García-González et al., 2023).

Finalmente, el desarrollo turístico local sostenible requiere integrar la dimensión humana como eje central de las estrategias de intervención. Estudios recientes destacan que el fortalecimiento del capital humano y de las competencias transferibles en el sector turístico contribuye a la resiliencia y competitividad de los destinos (Stangl et al., 2024; Díaz-Pérez et al., 2024). Asimismo, organismos internacionales subrayan que la formación continua y la articulación entre universidad y territorio son elementos clave para promover modelos de turismo sostenible e inclusivo (UNWTO, 2022).

Métodos y Materiales

La investigación se desarrolló bajo un enfoque cualitativo de tipo aplicado, con un diseño participativo, orientado al análisis del impacto de un proyecto de vinculación universitaria en el fortalecimiento de competencias en servicio al cliente de prestadores turísticos locales. Este enfoque permitió comprender de manera profunda los cambios generados a partir de los procesos de capacitación, considerando las percepciones, prácticas y experiencias de los actores involucrados.

El estudio se llevó a cabo en los cantones San Jacinto de Yaguachi y General Antonio Elizalde (Bucay), ubicados en la provincia del Guayas, Ecuador. Estos territorios fueron seleccionados debido a su potencial turístico emergente y a la identificación previa de necesidades relacionadas con la profesionalización del servicio al cliente en los prestadores turísticos locales. El proyecto se ejecutó durante un período de cuatro meses, en el marco de las actividades de vinculación con la sociedad de la carrera de Turismo de la Universidad Estatal de Milagro.

La muestra estuvo conformada por 77 prestadores de servicios turísticos directos, seleccionados mediante un muestreo no probabilístico de tipo intencional, considerando criterios de participación voluntaria y vinculación activa con actividades turísticas locales. Entre los participantes se incluyeron propietarios y trabajadores de establecimientos de alimentos y bebidas, servicios de transporte turístico, emprendimientos comunitarios y pequeños negocios vinculados a la atención al visitante. Adicionalmente, el proyecto benefició de manera indirecta a aproximadamente 200 personas de la comunidad local, quienes se vieron impactadas por la mejora en la calidad del servicio turístico.

Asimismo, participaron 66 estudiantes de la carrera de Turismo de la Universidad Estatal de Milagro, quienes se integraron activamente en las diferentes fases del proyecto, incluyendo el diagnóstico inicial, la planificación de los contenidos formativos, la ejecución de los talleres y la evaluación del proceso. La participación estudiantil se orientó al fortalecimiento del aprendizaje experiencial y al desarrollo de competencias profesionales, sociales y éticas.

Para la recolección de información se emplearon diversos materiales e instrumentos cualitativos y descriptivos, diseñados específicamente para el contexto del estudio. Entre ellos se incluyeron guías estructuradas para talleres formativos, fichas de observación

directa y cuestionarios diagnósticos aplicados antes y después de la intervención. Los talleres formativos se apoyaron en presentaciones didácticas, estudios de caso contextualizados, dinámicas participativas, simulaciones de atención al cliente y ejercicios de reflexión grupal.

Los cuestionarios pre y post intervención incluyeron preguntas abiertas y cerradas orientadas a identificar percepciones sobre la calidad del servicio, prácticas de atención al cliente, habilidades comunicativas, manejo de conflictos y actitudes hacia el visitante. Las fichas de observación permitieron registrar comportamientos, actitudes y niveles de participación durante los talleres, así como evidencias de aplicación práctica de los contenidos abordados.

El procedimiento metodológico se desarrolló en tres fases. En la primera fase, de diagnóstico, se aplicaron encuestas iniciales y se realizó observación directa para identificar las principales debilidades y necesidades formativas en servicio al cliente. En la segunda fase, de intervención, se ejecutaron talleres presenciales orientados al fortalecimiento de competencias en comunicación efectiva, empatía, inteligencia emocional y resolución de conflictos. En la tercera fase, de evaluación, se aplicaron encuestas posteriores a la intervención y se analizó la información obtenida mediante un proceso de categorización temática, permitiendo identificar cambios percibidos y mejoras en las prácticas de atención al cliente.

El análisis de la información se realizó mediante triangulación de datos provenientes de las encuestas, la observación directa y los registros de los talleres, lo que permitió fortalecer la validez de los resultados. Este enfoque metodológico facilitó una comprensión integral del impacto del proyecto y su contribución al desarrollo turístico local sostenible.

Análisis de resultados

Los resultados obtenidos evidencian una mejora relevante en las competencias de servicio al cliente de los prestadores turísticos participantes como consecuencia del proyecto de vinculación universitaria implementado. La comparación entre las encuestas aplicadas antes y después de la intervención permitió identificar cambios positivos en la comprensión y aplicación de prácticas relacionadas con la atención al cliente, particularmente en aspectos vinculados a la comunicación asertiva, el trato empático y el manejo de situaciones conflictivas.

En relación con la comunicación asertiva, los participantes demostraron una mayor comprensión de su importancia como componente fundamental de la experiencia turística. Antes de la intervención, muchos prestadores de servicios asociaban la atención al cliente principalmente con el cumplimiento de tareas operativas. Sin embargo, tras la capacitación, se evidenció una visión más integral del servicio, reconociendo la comunicación clara, respetuosa y orientada a las necesidades del visitante como un elemento clave para mejorar la calidad de la atención. Este cambio se reflejó en las respuestas obtenidas en las encuestas post intervención, así como en las interacciones observadas durante las actividades prácticas.

El fortalecimiento del trato empático constituyó otro de los resultados más significativos del proceso formativo. Los participantes manifestaron una mayor sensibilidad frente a las expectativas, emociones y demandas de los visitantes, reconociendo la empatía como una competencia esencial para generar experiencias positivas y memorables. Este avance se evidenció tanto en los discursos expresados durante los talleres como en la aplicación de estrategias empáticas durante las simulaciones de atención al cliente, lo que sugiere una internalización progresiva de esta competencia.

Asimismo, los resultados muestran avances importantes en el manejo de situaciones conflictivas. Los prestadores turísticos expresaron sentirse mejor preparados para enfrentar reclamos, quejas o situaciones de tensión de manera más calmada y resolutiva. La incorporación de estrategias de diálogo, escucha activa y control emocional permitió reducir respuestas impulsivas y mejorar la gestión de conflictos, lo que resulta especialmente relevante en destinos emergentes donde la calidad de la atención puede incidir directamente en la percepción del destino.

Un aspecto destacado del análisis es que más del 70 % de los participantes manifestó haber mejorado sus prácticas de atención al cliente luego de la intervención. Este resultado evidencia la efectividad de los talleres formativos y su pertinencia para responder a las necesidades reales de los prestadores turísticos locales. Además, el interés expresado por los participantes en continuar procesos de capacitación refleja una actitud favorable hacia la formación continua y la profesionalización del servicio, lo que constituye un indicador positivo para el desarrollo turístico sostenible del territorio.

Adicionalmente, se identificó una mayor conciencia sobre el impacto del servicio al cliente en la satisfacción del visitante y en la competitividad del destino. Los participantes reconocieron que una atención de calidad no solo mejora la experiencia individual del turista, sino que también influye en la imagen del destino y en la generación de recomendaciones positivas. Este reconocimiento representa un avance significativo, al vincular la calidad del servicio con el desarrollo económico y social local.

Desde el ámbito académico, el proyecto también generó impactos positivos en la formación de los estudiantes participantes. La participación activa en el diseño, ejecución y evaluación del proyecto permitió a los estudiantes fortalecer competencias profesionales relacionadas con la gestión turística, el trabajo comunitario y la aplicación práctica de

conocimientos teóricos. Asimismo, se consolidó un aprendizaje con impacto social, al comprender la vinculación universitaria como un espacio de articulación entre la academia y las necesidades del territorio.

En conjunto, los resultados evidencian que el proyecto de vinculación universitaria contribuyó de manera efectiva al fortalecimiento de competencias en servicio al cliente y a la formación integral de los estudiantes, consolidando un modelo de intervención con impacto social y territorial.

Conclusiones

Los resultados del estudio permiten concluir que el proyecto de vinculación universitaria desarrollado por la Universidad Estatal de Milagro contribuyó de manera significativa al fortalecimiento de las competencias en servicio al cliente de los prestadores turísticos de los cantones San Jacinto de Yaguachi y General Antonio Elizalde (Bucay). La intervención formativa generó mejoras evidentes en aspectos clave como la comunicación asertiva, el trato empático y el manejo de situaciones conflictivas, elementos fundamentales para elevar la calidad de la atención al visitante y mejorar la experiencia turística en destinos locales emergentes.

Asimismo, se evidencia que la capacitación orientada a las necesidades reales del territorio favorece una mayor conciencia sobre la importancia del servicio al cliente como factor estratégico para la competitividad y sostenibilidad del destino. El hecho de que más del 70 % de los participantes haya manifestado mejoras en sus prácticas de atención y disposición para continuar procesos de formación refleja un cambio positivo en la percepción del rol del cliente dentro de la actividad turística, así como una apertura hacia la profesionalización continua del sector.

Desde el ámbito académico, la participación de los estudiantes en el proyecto fortaleció competencias profesionales vinculadas a la gestión turística, el trabajo comunitario y la aplicación práctica de conocimientos teóricos, consolidando un aprendizaje experiencial con impacto social. En este sentido, la vinculación universitaria se posiciona como una herramienta eficaz para articular la formación académica con las necesidades del entorno, promoviendo el desarrollo turístico local sostenible y reafirmando el rol de la universidad como agente de transformación social y territorial.

Referencias bibliográficas

- Bringle, R. G., & Clayton, P. H. (2020). Integrating service learning and digital technologies: Examining the challenge and the promise. *International Journal of Research on Service-Learning and Community Engagement*, 8(1), 1–18. <https://doi.org/10.37333/001c.11232>
- Bovill, C., Cook-Sather, A., Felten, P., Millard, L., & Moore-Cherry, N. (2021). Addressing potential challenges in co-creating learning and teaching. *Higher Education Research & Development*, 40(2), 1–15. <https://doi.org/10.1080/07294360.2020.1776596>
- Choi, H., Kim, Y., & Lee, S. (2021). Emotional labor, emotional intelligence and service quality in tourism. *Sustainability*, 13(9), 4947. <https://doi.org/10.3390/su13094947>
- Díaz-Pérez, F. M., Bethencourt-Cejas, M., & Álvarez-González, J. A. (2024). Human capital and sustainable tourism competitiveness. *Journal of Destination Marketing & Management*, 31, 100823. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2023.100823>
- García-González, J., Ramírez-Montoya, M. S., & García-Peñalvo, F. J. (2023). Service-learning and competence development in higher education. *Education + Training*, 65(2), 234–251. <https://doi.org/10.1108/ET-06-2022-0214>
- García-Rodríguez, F. J., Gil-Soto, E., Ruiz-Rosa, I., & Gutiérrez-Taño, D. (2022). Entrepreneurial process in tourism: The role of university–industry collaboration. *Journal of Hospitality, Leisure, Sport & Tourism Education*, 30, 100361. <https://doi.org/10.1016/j.jhlste.2022.100361>
- Han, H., Yu, J., & Kim, W. (2021). Role of emotional intelligence in hospitality service encounters. *International Journal of Hospitality Management*, 94, 102847. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2020.102847>
- Leal Filho, W., Salvia, A. L., do Paço, A., Anholon, R., Quelhas, O. L. G., Rampasso, I. S., ... Brandli, L. L. (2021). Sustainability and the role of universities. *Journal of Cleaner Production*, 311, 127695. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2021.127695>
- Nguyen, T. H. H., Chua, B. L., & Han, H. (2022). Customer service competencies and employee performance in hospitality and tourism. *Tourism Management Perspectives*, 41, 100942. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2021.100942>
- Rasoolimanesh, S. M., Jaafar, M., Kock, N., & Ahmad, A. G. (2020). The effects of community participation on residents' perceptions toward tourism development. *Journal of Destination Marketing & Management*, 15, 100387. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2019.100387>
- Stangl, B., Prayag, G., & Kim, M. (2024). Transferable skills in tourism and hospitality: A systematic review. *Annals of Tourism Research*, 109, 103854. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2024.103854>
-

Suhartanto, D., Brien, A., Primiana, I., Wibisono, N., & Triyuni, N. N. (2020). Tourist loyalty in creative tourism: The role of experience quality, value, satisfaction, and motivation. *Current Issues in Tourism*, 23(7), 867–879. <https://doi.org/10.1080/13683500.2019.1568400>

Velástegui-Hernández, J. E., Ayaviri-Nina, V. D., Vallejos-Gamboa, J. A., & Cruz-Poma, L. A. (2024). Perceived quality of service in tourist transportation: Application of the SERVQUAL model. *Sustainability*, 16(17), 7245. <https://doi.org/10.3390/su16177245>

World Tourism Organization (UNWTO). (2022). Tourism and human capital development. World Tourism Organization. <https://doi.org/10.18111/9789284423683>.
